



Tendencias

Noviembre 15, 2021

AMÉRICA LATINA: Pandemia y una nueva agenda de sostenibilidad empresarial

En el marco de la pandemia, las empresas priorizan cuestiones claves para el desarrollo social y económico, así como la respuesta ante el cambio climático.



Newsletter

Suscribite para recibir nuestras noticias!

Suscribite!

[mc4wp_form id="184"]



Buscar en Busir

Buscar



La adaptación a una nueva realidad en el marco de la pandemia hace que las empresas prioricen cuestiones claves para el desarrollo social y económico del planeta, así como la respuesta ante el cambio climático. En 2021, predominan los temas vinculados con la gestión empresarial como el liderazgo responsable, la reputación y las nuevas formas de trabajo.

facebook



Tras un 2020 y 2021 atravesados por la pandemia, los contextos de emergencia sanitaria y económica delinear la agenda sustentable de las organizaciones, que se basa en administrar la crisis originada por la pandemia sin perder de vista las estrategias y las metas internas delimitadas a largo plazo.

Como consecuencia del COVID-19, un tema que está tomando más relevancia es el referido a la Agenda de la Sostenibilidad Empresarial a través de la aplicación de los criterios ASG (Ambiental, Social y Gobernanza)

Las empresas del mercado medio ven la acción sobre la sostenibilidad como un imperativo empresarial, 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 **International Business Report (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".

En ese sentido, 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)

"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', destacan desde Grant Thornton.

Qué hacer para la reducción de las barreras para el mercado medio



Tweets by @BTrendNews
BT Business Trend @BTrendNews
ARGENTINA: Buenos Aires, Bariloche y Rio, los destinos más vendidos para verano 2022
businessstrend.com.ar/argentina-buenos-aires-bariloche-y-rio-los-destinos-mas-vendidos-para-verano-2022
Embed View on Twitter

- 5G apps Argentina
- Banca BID Buenos Aires
- Chile Ciberseguridad
- Colombia Conectividad
- Coronavirus COVID-19
- eCommerce
- Economía
- Educación empleo
- Emprendedores
- Empresas FEBA
- Finanzas fintech Hitachi
- Varianza Inteligencia Artificial
- Inversiones
- liveware Mercer
- Microsoft Movistar
- Negocios
- pandemia
- PyMEs Recursos Humanos PSE
- Salud Santander

-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», dice **Angela Jhanji**, Directora de RSE y Sostenibilidad de Grant Thornton US, quien agrega 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?', expresa.

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.

-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 la 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.

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

SAP, Sebastian Stranier
seguridad
Sustentabilidad
Tecnología
teletrabajo
transformacion
digital Turismo vu.
VU Security

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.



Te puede interesar

AMERICA LATINA
Ciudades, negocios y la transición hacia una economía circular

AMERICA LATINA
Crowdfunding, una inversión colaborativa que crece

GLOBAL: Metaverso, un espacio de negocio que trasciende

Copyright 2016 Business Trend | Todos los derechos reservados

/ Actualidad / Automotriz y Transporte / Business y Finanzas / Educación & Cultura / Interview / Tecnología e Innovación / Tendencias / Turismo

En el marco de la pandemia, las empresas priorizan cuestiones claves para el desarrollo social y económico, así como la respuesta ante el cambio climático. La adaptación a una nueva realidad en el marco de la pandemia hace que las empresas prioricen cuestiones claves para el desarrollo social y económico del planeta, así como la respuesta ante el cambio climático. En 2021, predominan los temas vinculados con la gestión empresarial como el liderazgo responsable, la reputación y las nuevas formas de trabajo.

Tras un 2020 y 2021 atravesados por la pandemia, los contextos de emergencia sanitaria y económica delimitan la agenda sustentable de las organizaciones, que se basa en administrar la crisis originada por la pandemia sin perder de vista las estrategias y las metas internas delimitadas a largo plazo.

Como consecuencia del COVID-19, un tema que está tomando más relevancia es el referido a la Agenda de la Sostenibilidad Empresarial a través de la aplicación de los criterios ASG (Ambiental, Social y Gobernanza).

Las empresas del mercado medio ven la acción sobre la sostenibilidad como un imperativo empresarial, 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 International Business Report (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».

En ese sentido, 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).

«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'», destacan desde Grant Thornton.

Qué hacer para la reducción de las barreras para el mercado medio

-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», dice Angela Jhanji, Directora de RSE y Sostenibilidad de Grant Thornton US, quien agrega 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?', expresa.

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.

-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 la 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.

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.