



Posadas, Argentina -273 | martes 06 diciembre 2022 / 5:33 pm

ECONOMIS información para tomar decisiones

INICIO ECONOMIA POLITICA LA CHACRA EL MUNDO INFOTECNO EDUCACION

TURISMO

BUSCAR AHORA 

Sustentabilidad corporativa: 8 de cada 10 empresas están comprometidas

¿EN QUÉ



Navegar por el panorama ambiental, social y de gobernanza (ESG) presenta un desafío a las empresas, y su enfoque depende del tamaño, la madurez, el sector y las prioridades de las partes interesadas. Como respuesta a una demanda social creciente y a una visión empresaria comprometida, existe un porcentaje cada vez más elevado de empresas embarcadas en estas iniciativas

Según el reciente estudio del International Business Report (IBR), realizado por la Consultora Grant Thornton, el 81% de las empresas afirmaron que participan activamente en los informes ESG, un 14% está realizando voluntariamente informes de Scope 3; y solo el 9% no tiene planes de realizar reportes de esta materia. Por otro lado, solo el 9% de las empresas desconocen el paso a una agenda de información global, liderada por el International Sustainability Standards Board (ISSB).

Según el reciente estudio del International Business Report (IBR), realizado por la Consultora Grant Thornton, el 81% de las empresas afirmaron que participan activamente en los Informes ESG, un 14% está realizando voluntariamente informes de Scope 3; y solo el 9% no tiene planes de realizar reportes de esta materia. Por otro lado, solo el 9% de las empresas desconocen el paso a una agenda de información global, liderada por el International Sustainability Standards Board (ISSB).

Además, para aquellos que no tienen planes de informar, casi el 30% afirmó que no tienen niveles materiales de emisiones, lo que indica otra brecha de conocimiento. El estudio de auditoría encuestó a 5000 líderes empresariales en 28 países para saber más acerca de sus informes actuales de emisiones de gases de efecto invernadero y otras acciones ligadas a ESG, la sigla para Environmental (medio ambiente), Social (sociedad) y Governance (gobierno corporativo), agrupando en estos tres ejes los factores no financieros más relevantes de una compañía.

De aquellos que reportaron ESG o planearon hacerlo, los principales beneficios citados fueron contribuir a la meta de cero neto (29%); ventaja competitiva creciente (29%); tomar decisiones informadas sobre la sostenibilidad del negocio (29%); e impulsar la preparación para hacer frente a los riesgos relacionados con el clima (27%).

El mensaje es claro: los inversores abandonarán a las empresas que se quedan atrás de sus competidores en la implementación del cambio en materia de sustentabilidad y medio ambiente. La investigación de Grant Thornton lo confirma: impulsar la reputación entre las partes interesadas se considera un beneficio significativo de los informes relacionados con el clima, citado por el 25% de las empresas.

"Para las empresas sin una transición creíble hacia procesos sustentables, a nivel de los mercados internacionales, las opciones de financiación de proyectos se tornan menos accesibles y costosas ya que existe un mayor riesgo para los inversores en temas de responsabilidad social empresarial vinculadas al cuidado del medio ambiente. No contar con una planificación al respecto significa un mayor riesgo para los inversores", explica Alejandro Chiappe, socio líder del área de Advisory de Grant Thornton Argentina.

El ejecutivo de Grant Thornton comenta que las ventajas de informar son significativas, pero también lo son los desafíos que implica cumplir con las recomendaciones de las diversas entidades regulatorias.

CON QUINAPP TENÉS
TU AGENCIA PREFERIDA
EN EL CELULAR!

Puedes apostar a todas
Nuestras Quiñuelas,
en cualquier momento,
estés donde estés!



pre
viaje 50%
DE TUS BÁSOS EN CREDITO



NOTICIAS FAVORITAS

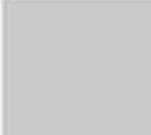
RECIENTES

TOP 5
MÉJICO



Zona Aduanera: "Se
abre una
expectativa más".

2 diciembre 3, 2022



Cetrogar sufrió un
hackeo, llueven las
quejas de clientes

2 diciembre 3, 2022

Surgen tres grandes dificultades. Primero, la experiencia limitada o inexistente cuando se trata de analizar e informar con precisión el impacto de las acciones individuales respecto del cambio climático en el área de incumbencia. El cambio de perspectiva y la respuesta a las demandas de la sociedad y los consumidores implican necesidades de inversión y desarrollo de recursos capacitados en las nuevas metodologías y cumplimiento de valores socialmente deseables.

El segundo es el acceso a los datos relevantes, particularmente difícil para las empresas más pequeñas que históricamente no han tenido las capacidades de investigación para analizar la información relevante relacionada con ESG.

En tercer lugar está el tema de la gobernabilidad. ¿Cuenta la junta con procesos y controles internos para mantenerse al tanto de los asuntos relacionados con el clima? ¿Tiene en cuenta las cuestiones climáticas al establecer la estrategia? ¿Y cómo mide el progreso? Las mismas preguntas se aplican a la gestión.

"Las empresas que integran la concientización y la mitigación del cambio climático en toda la organización, generarán las mayores ventajas comerciales. La necesidad de informar está obligando a las empresas a ser más sostenibles en su comportamiento, lo que a su vez las hace más atractivas para los inversores, clientes, prestamistas y otras partes interesadas. Es un círculo virtuoso", finaliza Chiappe.

Alejandro Chiappe, socio líder del área de Advisory de Grant Thornton Argentina

 Tags: [Diarios de Misiones](#) [Economis](#) [Economis.com.ar](#)

 Compartí esta Noticia!     

Se realizó la última sesión
del Consejo Provincial de

Marruecos dio el golpe y
eliminó a España

Combustible:
nuevo aumento
"controlado" de los

 diciembre 2, 2022

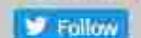
Argentina le ganó a
Australia y está
entre los ocho

 diciembre 2, 2022

La utopía de los
mercados de
cercanía: el caso

 diciembre 2, 2022

SEGUINOS EN TWITTER

🕒 6 diciembre 2022

🕒 6 diciembre 2022

TE PUEDE INTERESAR TAMBIEN



Información para tomar decisiones: #Economis, #negocios, #turismo, análisis y la política de las Milionadas. Argentina. <https://t.co/NalMbw6qT> redaccion@economis.com.ar

Economis

#InfoTecno Ciberseguridad: Una buena defensa, el mejor ataque | Escribe Sara Lasso de La Vega, Gerente de cuentas de CiberSeguridad, Motorola Solutions

<http://economis.com.ar/ciberseguridad-una-buena-defensa-el...>

Twitter

Economis

#Integracion Argentina y Paraguay avanzan con acuerdos de interconexión de fibra óptica de Posadas. <https://economis.com.ar/argentina-y-paraguay-avanzan-con-acuerdos-de-interconexion-de-fibra-optica-de-posadas>

Twitter

Economis

#LaRegion Yacuira realizó con éxito el cierre de interconexión entre SADI y SINP

<https://economis.com.ar/yacuira-realizo-con-exito-el-cierre-de-interconexion-entre-sadi-y-sinp>

Twitter

[Load More](#)

Ciberseguridad: Una buena defensa, el mejor ataque

🕒 6 diciembre 2022

EDICIONES ANTERIORES

L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

COLUMNISTAS

Terrorismo a la cubana

Portuguese Encyclopedia



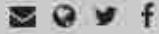
La utopía de los mercados de cercanía: el caso Cerco Cará

Por Juan Carlos



La cuestión del 1907-1911

Por Juan Carlos Arevalo





Ciberseguridad: Una buena defensa, el mejor ataque

6 diciembre, 2022

Fracaso de las eólicas y solares en Europa, pero nos presionan para aceptarlas como grandes soluciones

Por Carlos Andrés Ortiz

[Email](#) [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#)



¿Cómo llega Misiones al fin de año?

Por Alejandro Pigoraro

[Email](#) [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#)



KLIMIUK
INFUSIONES isolina
forestal

445-0707

www.facebook.com/isolinaforestal

¡OFERTA!

 Aislament

Espuma Aislante 70 mm

20 m² x 100 kg/m³	1.339
20 m² simple 5 mm	1.299
20 m² simple 8 mm	1.339
20 m² doble 10 mm	1.339

Envío a todo el país. Consultar en la sucursal más cercana.

 Isolina
Forestal

aislamiento y revestimientos

Av. San Martín 2255 - Posadas
Misiones - Tel: 0344 4123000
0970 44 1000**ECONOMIS**

Economis es el primer diario sobre economía, negocios y política de la provincia de Misiones. Realizado por un grupo de periodistas con casi dos décadas de trayectoria en la profesión en los distintos medios nacionales y provinciales de primer nivel.

La plataforma es enteramente digital www.economis.com.ar y a través de las redes sociales.

MANTENTE CONECTADO**ESCRÍBENOS A**

Te queres comunicar con nosotros podemos escribirnos a:

 redaccion@economis.com.ar

 publicidad@economis.com.ar

open@economis.com.ar



Navegar por el panorama ambiental, social y de gobernanza (ESG) presenta un desafío a las compañías, y su enfoque depende del tamaño, la madurez, el sector y las prioridades de las partes interesadas. Como respuesta a una demanda social creciente y a una visión empresaria comprometida, existe un porcentaje cada vez más elevado de empresas embarcadas en estas iniciativas. Según el reciente estudio del International Business Report (IBR), realizado por la Consultora Grant Thornton, el 81% de las empresas afirmaron que participan activamente en los informes ESG, un 14% está realizando voluntariamente informes de Scope 3; y solo el 9% no tiene planes de realizar reportes de esta materia. Por otro lado, solo el 9% de las empresas desconocen el paso a una agenda de información global, liderada por el International Sustainability Standards Board (ISSB).

Además, para aquellos que no tienen planes de informar, casi el 30% afirmó que no tienen niveles materiales de emisiones, lo que indica otra brecha de conocimiento. El estudio de auditoría encuestó a 5000 líderes empresariales en 28 países para saber más acerca de sus informes actuales de emisiones de gases de efecto invernadero y otras acciones ligadas a ESG, la sigla para Environmental (medio ambiente), Social (sociedad) y Governance (gobierno corporativo), agrupando en estos tres ejes los factores no financieros más relevantes de una compañía.

De aquellos que reportaron ESG o planearon hacerlo, los principales beneficios citados fueron contribuir a la meta de cero neto (29%); ventaja competitiva creciente (29%); tomar decisiones informadas sobre la sostenibilidad del negocio (29%); e impulsar la preparación para hacer frente a los riesgos relacionados con el clima (27 %).

El mensaje es claro: los inversores abandonarán a las empresas que se queden atrás de sus competidores en la implementación del cambio en materia de sustentabilidad y medio ambiente. La investigación de Grant Thornton lo confirma: impulsar la reputación entre las partes interesadas se considera un beneficio significativo de los informes relacionados con el clima, citado por el 25% de las empresas.

Para las empresas sin una transición creíble hacia procesos sustentables, a nivel de los mercados internacionales, las opciones de financiación de proyectos se tornan menos accesibles y costosas ya que existe un mayor riesgo para los inversores en temas de responsabilidad social empresaria vinculadas al cuidado del medio ambiente. No contar con una planificación al respecto significa un mayor riesgo para los inversores, explica Alejandro Chiappe, socio líder del área de Advisory de Grant Thornton Argentina.

El ejecutivo de Grant Thornton comenta que las ventajas de informar son significativas, pero también lo son los desafíos que implica cumplir con las recomendaciones de las diversas entidades regulatorias. Surgen tres grandes dificultades. Primero, la experiencia limitada o inexistente cuando se trata de analizar e informar con precisión el impacto de las acciones individuales respecto del cambio climático en el área de incumbencia. El cambio de perspectiva y la respuesta a las demandas de la sociedad y los consumidores implican necesidades de inversión y desarrollo de recursos capacitados en las nuevas metodologías y cumplimiento de valores socialmente deseables.

El segundo es el acceso a los datos relevantes, particularmente difícil para las empresas más pequeñas que históricamente no han tenido las capacidades de investigación para analizar la información relevante relacionada con ESG.

En tercer lugar está el tema de la gobernanza. ¿Cuenta la junta con procesos y controles internos para mantenerse al tanto de los asuntos relacionados con el clima? ¿Tiene en cuenta las cuestiones climáticas al establecer la estrategia? ¿Y cómo mide el progreso? Las mismas preguntas se aplican a la gestión.

Las empresas que integran la concientización y la mitigación del cambio climático en toda la organización, generarán las mayores ventajas comerciales. La necesidad de informar está obligando a las empresas a ser más sostenibles en su comportamiento, lo que a su vez las hace más atractivas para los inversores, clientes, prestamistas y otras partes interesadas. Es un círculo virtuoso, finaliza Chiappe.

Alejandro Chiappe, socio líder del área de Advisory de Grant Thornton Argentina