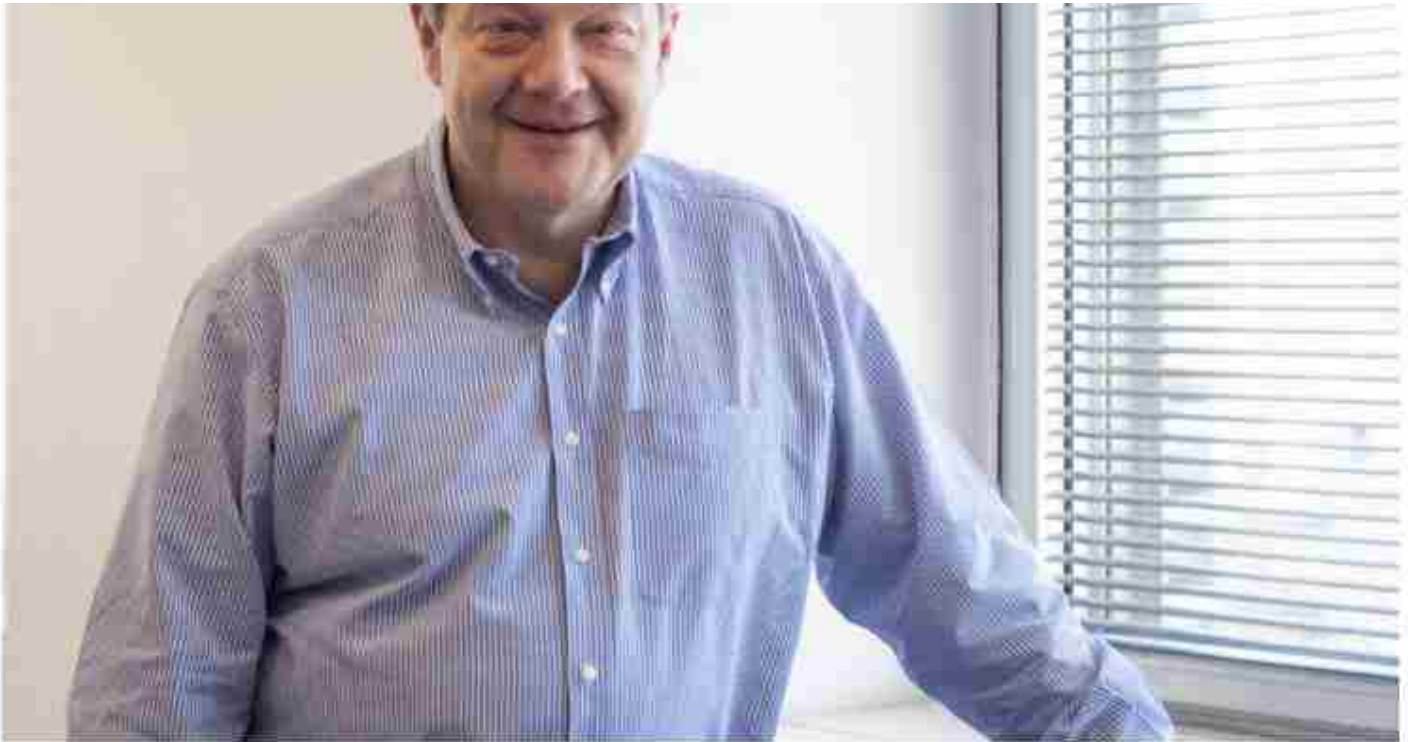


INNOVACIÓN

# Sustentabilidad corporativa: 8 de cada 10 empresas están comprometidas

© 5 diciembre 2022





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 empresarial 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 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. 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.*



Te podría interesar también



Notas más leídas



INNOVACIÓN

Ciberataques: todo lo que hay que saber para no caer en la trampa



COLUMNISTAS · INNOVACIÓN

La transformación digital de las aseguradoras abre nuevos modelos de negocio



INNOVACIÓN

GlobalSign se une a The Connectivity Standards Alliance



INNOVACIÓN

La inteligencia de los datos, una oportunidad y un gran reto para el negocio asegurador



DESTACADAS · INNOVACIÓN

El futuro es Data Analytics: cómo convertirse en una aseguradora basada en datos

Suscribite a nuestro Newsletter

Ingresá tu nombre y apellido\*

Ingresar tu e-mail\*

SUSCRIBIR

Facebook LinkedIn Email WhatsApp Ciberataques: todo lo q...

**100% SEGURO**

- "Europ Assistance te cuidamos", una campaña que refuerza su compromiso con la asistencia al viajero
- SAMS realiza Reunión Científica Anual Internacional sobre Post Pandemia en Medicina del Seguro
- Sustentabilidad corporativa: 8 de cada 10 empresas están comprometidas

CONTENIDOS & COMUNICACIONES

2020 Contenidos & Comunicaciones - Todos los derechos reservados

Diseño web: Cocoa Group

↑

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 empresarial 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 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. 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.