

¿Cómo la transformación hacia un futuro sostenible puede desbloquear una ventaja competitiva para las empresas?



The better the question. The better the answer. The better the world works.

El cambio climático y la responsabilidad social enfatizan la urgencia para las organizaciones de incluir **materias ambientales, sociales y de gobernanza** (ESG, por sus siglas en inglés). Se espera que la preocupación por temas de ESG continúe siendo una prioridad para juntas directivas, inversionistas y reguladores.

¿Cómo se crea valor a largo plazo a partir de una estrategia transversal de ESG?

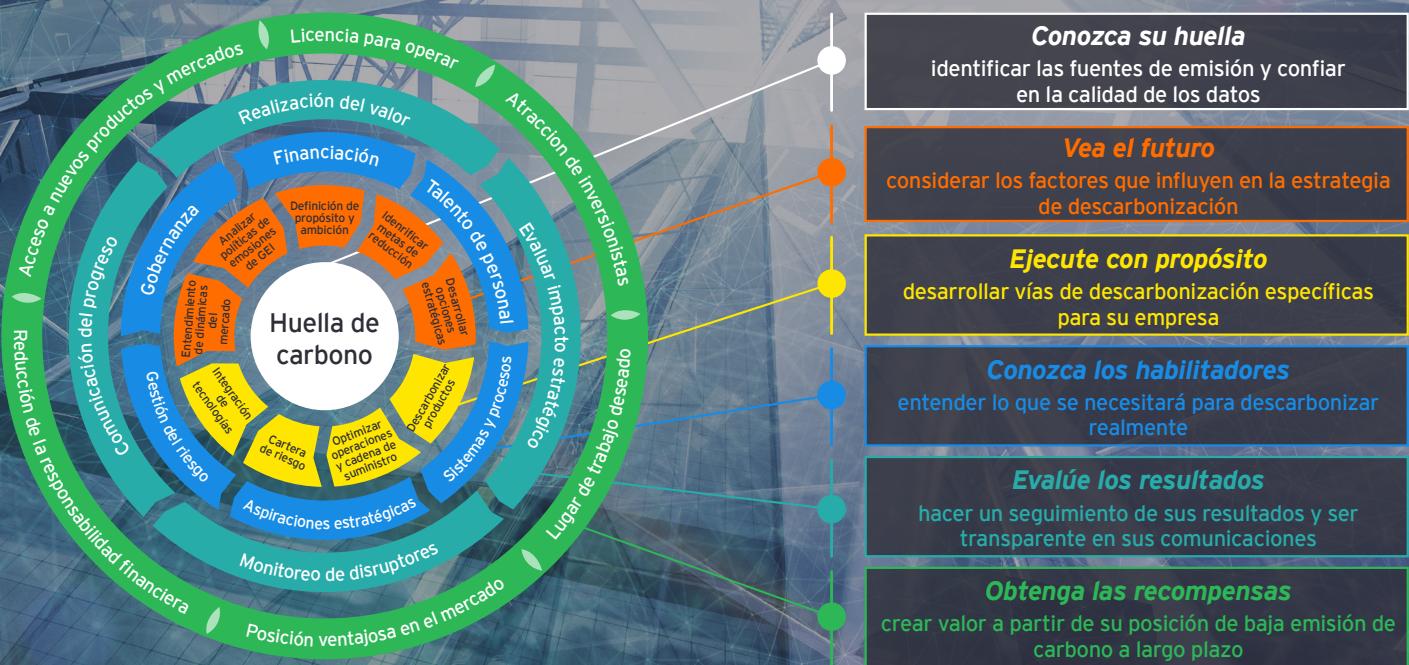
Al incorporar un enfoque en materias ESG, se mitigan los riesgos relacionados con el cambio climático y se aprovechan **ventajas competitivas** como:

- 1 Acceder a más fuentes de capital
- 2 Mejorar el rendimiento de las inversiones a largo plazo
- 3 Atraer más clientes con productos sostenibles
- 4 Lograr una mayor libertad estratégica
- 5 Obtener subsidios y mayor apoyo gubernamental
- 6 Disminuir del consumo de energía
- 7 Ganar credibilidad social internacional

“
La forma en que las empresas aprovechan las oportunidades en la transición a net zero y construyen la resiliencia a un clima cambiante es crucial para la creación de valor a largo plazo.

Mathew Nelson
Líder global de cambio climático y sostenibilidad, EY

En EY entendemos que el camino de cada organización hacia la descarbonización es único



¿Por qué comenzar a preocuparse por las estrategias de ESG?

Inversionistas e instituciones financieras

Las empresas reconocidas como sustentables superan financieramente a sus competidores y tienen mayor acceso a fondos de capital

98% de los inversionistas institucionales* tienen en cuenta los resultados ESG a la hora de tomar decisiones de inversión

\$35.3 billones de USD alcanzó la inversión sostenible global, presentando un **aumento del 15%** en los últimos dos años

Gobiernos y reguladores

Cerca de 200 países firmaron el Pacto Climático de Glasgow en la COP26 y reafirmaron su compromiso de cumplir el objetivo de lograr cero emisiones netas para 2050

 **Reducir las emisiones entre un 50% y 52% por debajo de los niveles de 2005 para 2030. Lograr emisiones netas cero para 2050**

 **Reducir los gases de efecto invernadero en un 51% para 2030 y neutralidad de carbono en 2050**

 **Reducir sus emisiones un 22% por debajo del escenario habitual en 2030**

Consumidores

Las empresas e individuos cada vez son más conscientes a la hora de demandar productos o servicios, tomando decisiones con propósito al elegir su proveedores

85% de los clientes considera la sostenibilidad como un factor por evaluar en sus decisiones de compra

51% de los consumidores está dispuesto a pagar más por un producto o servicio sostenible

*Bancos, compañías de seguros y pensiones públicas y privadas

Contacto

Dafna Siegert
Socia consultoría
dafna.siegert@co.ey.com

María Victoria Reyes
Gerente Senior
victoria.reyes.mesa@co.ey.com