
**ADOPCIÓN DE LOS CRITERIOS AMBIENTALES, SOCIALES Y GOBERNANZA, EN EMPRESAS COMERCIALES,
COMO ESTRATEGIA PARA INCREMENTAR SU VALOR Y SOSTENIBILIDAD**

**ADOPTION OF ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE CRITERIA, IN COMERCIAL COMPANIES, AS A
STRATEGY TO INCREASE THEIR VALUE AND SUSTAINABILITY**

Mayra Elena Barrera Díaz¹

SUMARIO: I. Introducción, II. Objeto de estudio, III. Problema de investigación, IV. Desarrollo de la investigación, V. Importancia de estos criterios ASG o ESG por sus siglas en inglés, VI. Descripción del tema, VII. Principales hallazgos, VIII. Conclusiones, IX. Referencias

RESUMEN

Las empresas en general están desarrollando estrategias de sostenibilidad en largo plazo que les permitan crecer y mantenerse con éxito, es por ello que surgen criterios como los ASG (ambientales, sociales y gobernanza), las compañías líderes a nivel mundial cambiaron su enfoque de empresa no solo con fines de lucro, sino que buscan entre otras cosas la sostenibilidad a través de tiempo en torno a la creación de valor. Esta investigación aportará el estudio de la realidad de como las empresas están logrando esa adición en su valor y contribución a la sociedad, sin afectar su objetivo para el que fueron creadas, más bien aumentar las posibilidades de su permanencia a través de la adopción de estos nuevos criterios, económicos, sociales y medio ambientales. En el caso de empresas grandes es interesante estudiar, revisar y comprobar si la integración de estos criterios ASG podría ser la solución para que puedan mitigar los riesgos como el cambio climático y su adaptabilidad a modelos de negocio sustentables, en donde se transforma la percepción del valor a las partes interesadas.

PALABRAS CLAVE: criterios ASG, sostenibilidad, creación de valor, partes interesadas.

ABSTRACT

Companies are developing long-term sustainability strategies that allow them to grow and remain successful, which is why criteria such as ESG (environmental, social and governance) emerge. Leading

¹ Licenciada en Contaduría y Finanzas por la Universidad de las Américas, Puebla. Maestra en Dirección Financiera y Contraloría por la UDLAP. Ha sido auditora externa de compañías privadas del estado de Veracruz y de Puebla, con el despacho de auditoría PricewaterhouseCooper. Cuenta con dos años de experiencia en auditoría interna, en hoteles Crowne Plaza y Presidente Intercontinental Puebla. Es docente de nivel superior en las universidades Euro-Hispanoamericana, Veracruzana y de Xalapa. Doctoranda en Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad de Xalapa.

companies worldwide changed their business approach not only with for-profit, but they seek, among other things, sustainability over time around the creation of value.

This research will provide the study of the reality of how companies are achieving this addition in their value and contribution to society, without affecting their objective, rather increasing the possibilities of their permanence in the long term through the adoption of these new economic, social and environmental criteria.

In the case of large companies, it is interesting to study, review and verify whether the integration of these ESG criteria could be the solution so that they can mitigate risks such as climate change and their adaptability to sustainable business models, where it also transforms perception of value to interested parties.

KEYWORDS: ESG criteria, sustainability, value creation, stakeholders.

I. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas la economía social ha adquirido un especial dinamismo en diversos países de Europa y de América Latina. Su presencia se ha manifestado tanto en el plano teórico como en la generación de experiencias concretas asociadas con prácticas económicas alternativas de base colaborativa (Martínez Kasten, 2015).

Como lo menciona el mismo autor, Martínez Kasten, los conceptos como: economía social, economía solidaria, economía del trabajo o economía de la solidaridad, expresan una nueva manera de expresar distintas formas de hacer economía basada en los valores de cooperación y solidaridad.

El concepto de sostenibilidad el cual en los últimos años ha cobrado mayor importancia, principalmente debido a la aceptación de la emergencia climática como una realidad que va a impactar en las sociedades y en la propia operación de las empresas. (Kirbi, 2023).

Por otro lado, el debate que si existe un impacto en la aplicación de políticas que promuevan la sostenibilidad en los resultados y las finanzas de las empresas que se remonta a la década de los 70's.

Estudios realizados y que son un referente en la teoría sobre los ASG, como los de Davis, K (1973) lanzó en su artículo un debate entre dos de los economistas más influyentes del siglo pasado, ambos ganadores del

Premio Nobel de Economía en 1970 y 1976 respectivamente, el primero Paul Samuelson el cual defendía la postura que afirma que las empresas que integran políticas de responsabilidad corporativa, transparencia y que promueven la ética empresarial en su estrategia experimentan ventajas y un mayor rendimiento; el segundo, Milton Friedman el cual defendía lo contrario, el economista de la Escuela de Chicago consideraba este tipo de políticas como un costo que sólo perjudica los resultados financieros de la empresa.

Es por esto que surge en las empresas los conceptos, ambientales, sociales y de gobernanza en adelante ASG, como estrategias para incrementar el valor, la sostenibilidad y por lo tanto el éxito de una empresa. Dentro de los modelos de gestión, cada uno de estos criterios ha desplegado ciertos procesos, estructuras organizativas y herramientas de soporte que permiten un desempeño más eficiente y a contribuir al cuidado del medio ambiente, muchas veces va ligado al desempeño económico como la eficiencia energética y de recursos, la parte social con respecto a la seguridad, previsión laboral y la parte de las buenas prácticas empresariales.

Los criterios ASG se han desarrollado a lo largo de varias décadas y tienen raíces en diversas teorías y enfoques relacionados con la sostenibilidad, la responsabilidad corporativa y la ética empresarial (PwC 2022).

En las décadas de 1960 y 1970: El movimiento ambientalista comenzó a tomar forma en la década de 1960 con la publicación de libros como "Primavera silenciosa" de Rachel Carson y el creciente activismo relacionado con la protección del medio ambiente. Con que marca el inicio de una nueva etapa para las empresas en cuanto al cuidado ambiental.

La palabra *stakeholders* surgió por primera vez en un comunicado interno del Instituto de Investigación de Stanford (IS según lo referido por Freeman y Redd, 1983), desde entonces se ha escrito sobre este tema en particular; en español se ha traducido como "participantes" o "grupos de interés". La teoría hace notar que los accionistas no son los únicos interesados en la organización, sino que a partir de la interrelación social existe una red de colectivos interesados en la empresa por varias razones (Esparcia, 2009).

Edward Freeman (1984) exponía esta teoría de la gestión empresarial basada en los *stakeholders*, los elementos o principios centrales de este argumento eran:

1. Independientemente de sus aspiraciones o de su objetivo final, debe tener en cuenta los efectos de sus acciones sobre los demás tanto como los potenciales efectos sobre uno mismo.

2. Hay que entender los comportamientos, los valores y los contextos o trasfondos de los stakeholders, incluido el contexto societario. Este principio también es de una simplicidad extraordinaria. No es necesario estar de acuerdo con los grupos de interés ni con sus comportamientos, pero una gestión adecuada sí requiere entenderlos.
3. Para mantener el éxito en el tiempo, será mejor tener claro cuáles son nuestras aspiraciones. Freeman (1984) propuso la denominación de estrategia empresarial para esta cuestión de objetivo.
4. Las relaciones con los stakeholders funcionan en tres niveles de análisis: el racional (la organización en su conjunto), el procedimental (los procedimientos operativos habituales) y el transaccional (la negociación diaria).
5. Las empresas necesitan utilizar la idea de los *stakeholders* para definir nuevas estructuras, procesos y funciones de negocio. Las relaciones con los grupos de interés se convierten en la unidad de análisis del diseño organizativo.
6. Es necesario equilibrar los fines de los *stakeholders* a lo largo del tiempo. Aunque la metáfora del equilibrio sugiera las compensaciones que se producen entre los diferentes grupos, su connotación inicial hacía referencia a la idea de armonía. En la bibliografía existente sobre los grupos de interés, esta concepción no se interpretó bien hasta la publicación de la obra de (Freeman, Harrison & Wicks 2007).

En el momento de estudiar el desarrollo de la teoría de los *stakeholders* y de la teoría la generación de valor a la empresa a través de su reputación, y buenas prácticas podemos notar que muchos de los objetivos se contraponen, ya que muchas empresas siguen actuando a partir de su interés económico más que el social o el bienestar común, así como tomando decisiones que quizá en algunas ocasiones no se piensa en las repercusiones de carácter social o medio ambiental que esto puede traer.

La dinámica de la competencia en el mercado y, en general, la necesidad de operar en el marco de instituciones económicas diseñadas desde la óptica del capital y no desde las necesidades de las personas son fuente de importantes contradicciones y tensiones en estas empresas, que tienen que hacer compatible la consecución de objetivos sociales y ambientales, a la vez ser capaces de asegurar los ingresos necesarios para sustentar su actividad (Pérez de Mendiguren & Villalba 2013).

En muchos casos, estos objetivos no son compatibles a corto plazo y plantean disyuntivas complejas que pueden acabar minando la legitimidad de la organización, particularmente cuando la consecución de

objetivos de corte financiero implica el sacrificio de los compromisos sociales y las intenciones transformadoras de la propia empresa (Pérez de Mendiguren, 2019).

Organismos internacionales, como las Naciones Unidas en el año 2000 se lanzó el pacto global de las Naciones Unidas, que incluye principios en áreas relacionadas con derechos humanos, condiciones laborales, medio ambiente y anticorrupción. La Organización Internacional del Trabajo (OIT), en 1998, adoptó la declaración de principios y derechos fundamentales en el trabajo, que establece principios clave en derechos laborales y justicia social, los cuales se ha relacionado con aspectos ASG.

Por lo que el reto actual de las empresas es crear esta adhesión a los criterios ambientales, sociales y de gobernanza que actualmente se exigen como parte de la información no financiera que deben cumplir creando un marco normativo para que las empresas reporten este tipo de información relacionada con la sostenibilidad y el clima, estas son las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) S1 y S2 (Deloitte, 2022).

II. OBJETO DE ESTUDIO

En el contexto del cual se rige la presente investigación, es dentro del marco de la economía social y solidaria, en la búsqueda de la sostenibilidad corporativa o empresarial que se requiere desarrollar no solo como estrategia de negocio, sino como una necesidad de permanencia en el largo plazo, a través de la creación de valor para las partes interesadas o Stakeholders incrementando la reputación y buenas prácticas; por lo que involucra la adopción de criterios ASG en su modelo de negocio. Esto implica muchos cambios y retos en los que la empresa debe trabajar para poder alcanzar la adopción y balance de lo que implican las acciones en pro del cuidado del medio ambiente, el bienestar de los involucrados o interesados y las buenas prácticas corporativas.

III. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En cuanto al riesgo específico para la empresa, Morgan Stanley (2019), analizan el impacto financiero negativo en forma de multas que han sufrido algunas empresas por desatender o menospreciar las cuestiones ESG. Además, los costos externos (externalidades) pueden estar dependiendo de activos de capital natural no valorados, como el clima, el aire libre o la biodiversidad. El informe de riesgos globales, el Foro Económico Mundial celebrado en 2020 identifica el fracaso de la acción climática, la pérdida de la

biodiversidad y las condiciones meteorológicas extremas entre los cinco riesgos globales de mayor impacto en 2020.

La integración de los criterios ASG puede conducir a una ventaja competitiva a través de tres factores significativos: el riesgo (riesgos específicos de la empresa y externalidades), el rendimiento (innovación de procesos y productos) y la reputación (consumidores y capital humano) (Garcimartín, Matellán & Rivas 2021).

El riesgo climático también es un problema operativo para las empresas, las empresas mexicanas están conscientes del posible impacto que los riesgos del cambio climático podría tener sobre sus operaciones diarias, según la encuesta realizada por PwC (Price WaterHouse Coopers) *Global CEO Survey 2023*, el 57% de los directores generales en México indicó que la cadena de suministro de su empresa podría sufrir un impacto significativo debido a los riesgos climáticos (PwC, 2023).

Las controversias han surgido cuando empresas que no han adoptado estos criterios se ven en desventaja con respecto a sus competidores, aquellas que no ha hecho compatibles sus objetivos económicos con los objetivos sociales y ambientales ha sido motivo de controversias y tropiezos en su reputación, como Volkswagen (Gobernanza), Facebook (Social), British Petroleum (Ambiental) entre otras. (Garcimartín et al 2021).

Es por esto que las empresas necesitan tener un punto de partida para poder integrar los criterios ESG, ya que aún no se cuenta con una hoja de ruta clara para integrarlos a su estrategia general de negocios. De hecho, existe aún más confusión si una empresa es pública o privada, pues si una empresa cotiza en el mercado de capitales podría requerir divulgar información relacionada a sus avances en materia de sustentabilidad, como las NIIF o las nuevas reglas de la SEC (Security Exchange Commission) sobre cambio climático. Pero, si una empresa es privada, no necesariamente requiere revelar esa información. No obstante, cada vez son más los inversionistas, calificadoras e instituciones financieras que exigen a las empresas privadas incluir divulgaciones más allá de un reporte de sustentabilidad (PwC México 2023).

A medida que los riesgos y oportunidades asociados a ESG son más contundentes, incrementa la urgencia de que las empresas desarrollen una estrategia de reporte ESG y que, a su vez, los reportes sean validados a través de procesos calificados de atestiguamiento. Todo esto ayuda a garantizar que se comunique una historia de transparencia corporativa (PwC México 2022).

IV. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

En 2006, la Organización de las Naciones Unidas acordó la puesta en marcha de los Principios para la Inversión Responsable, conocidos por sus siglas en inglés PRI, los cuales fueron elaborados por un conjunto de inversores institucionales extranjeros. Se trata de seis principios a tener en cuenta para lograr establecer un sistema financiero global y sostenible que beneficie tanto al medioambiente como a la sociedad en conjunto y por tanto, que contribuya a afianzar los criterios ESG en el mercado. Son los siguientes: (Principios para la inversión responsable, 2019).

1. Incorporar las cuestiones ESG en los análisis de inversión y en los procesos de toma de decisiones.
2. Incluir las cuestiones de ESG en las prácticas y políticas de actuación de las empresas.
3. Apoyar una divulgación adecuada y transparente de las cuestiones ESG por parte de las entidades en las que se invierte.
4. Promover la aceptación e implementación de los Principios en el sector de las inversiones.
5. Trabajar de manera colaborativa para incrementar la efectividad y eficacia en la aplicación de los Principios.
6. Presentar informes sobre las actividades y progreso con respecto a la aplicación de los Principios.

No obstante, el transitar hacia un enfoque sostenible no solo debe limitarse a un trabajo exclusivo de los equipos contables, sino que debe abarcar a todas las áreas de la organización. El abrirse un camino para incluir en el EF información que antes era considerada como no financiera, los temas de sostenibilidad han pasado a ocupar un lugar de gran relevancia en la agenda de los directores financieros (CFO's) en los Consejos Directivos, inversionistas, reguladores y entre otros diferentes participantes del ecosistema de negocios mundial (Deloitte, 2022).

V. IMPORTANCIA DE ESTOS CRITERIOS ASG O ESG POR SUS SIGLAS EN INGLÉS

ASG, Pero ¿a qué se refiere cada una de las letras de estas siglas? Se trata de estándares o criterios ambientales, sociales y gobernanza, que pueden integrarse a la gestión de cualquier empresa, independientemente de su giro o tamaño.

Cuando una compañía adopta una estrategia de sostenibilidad, en realidad está creando una estrategia de valor, y ello implica tomar decisiones: de inversión, financiamiento, fusiones y adquisiciones, de planteamiento fiscal, aspectos legales, así como procesos productivos, por ejemplo, puede suceder que la

empresa modifique su proveeduría para cumplir con su estrategia sostenible y con sus compromisos para cumplir reducir la emisión de GEI (gas de efecto invernadero) (Deloitte, 2022).

Dentro de las empresas del sector comercial detallista, una de las primeras que comenzaron a publicar en su página web acerca de lo que realiza en relación al cumplimiento de estos criterios es Wal-Mart México, en su último informe 2023 publicado en su página web <https://www.walmartmexico.com/>; menciona el contenido de dicho informe, y se puede observar los objetivos que tiene alineados a la parte sostenible, la parte social y la gobernanza.

El primer factor a atender es el criterio medioambiental “Ambiental”, que busca medir el impacto, indirecto o directo, de la empresa en dicho factor (J.P. Morgan, 2016). Algunos de los factores más relevantes a tener en cuenta en este bloque son: los niveles de contaminación o emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), la gestión de residuos, la eficiencia energética, el uso de energías renovables, el consumo responsable de agua y de otros recursos ambientales (Walmart de México, 2023).

El segundo factor a tratar es el criterio social “Social”, que mide el impacto que produce la actividad de la empresa sobre los recursos humanos y grupos de interés de la misma, conocidos también como stakeholders. Estos son: proveedores, consumidores, trabajadores, grupos de interés, comunidades locales y la ciudadanía en general (J.P. Morgan, 2016).

El tercer criterio de gobierno corporativo “Gobernanza”, que se centra en el estudio del modelo de gestión y regulación de la empresa, los controles internos de la misma, sus procesos, y leyes. También se incluye la relación entre los administradores de la compañía y sus accionistas (J.P. Morgan, 2016).

Actualmente estos criterios han cobrado una gran relevancia en todo el mundo, especialmente en las empresas que cotizan en bolsa de valores, pero en general se ha incrementado la conciencia en el cuidado del medio ambiente, de impacto social e inclusión en las empresas y buenas prácticas que incrementan la reputación de la empresa y dan confianza a los clientes e inversionistas.

La Bolsa Mexicana de Valores (BMV) menciona en su página web que las empresas que cotizan en bolsa aumentan el valor de la empresa, ya que se vuelven más atractivas a nivel nacional e internacional, reciben apoyo en su gestión y proporcionan información al público inversionista.

Acerca de la relación riesgo rendimiento, la integración de estos criterios en la toma de decisiones empresariales y de inversión puede reducir el riesgo financiero al identificar potenciales riesgos ambientales, sociales y de buenas prácticas en su gobierno corporativo que podrían impactar negativamente en el largo plazo. La consideración de integrar criterios ASG puede mejorar la relación con los clientes, empleados, inversores y la comunidad en general, lo que puede generar confianza y lealtad hacia la marca.

Mayor acceso a capital significa que cada vez más, los inversores están buscando oportunidades que cumplan con los criterios ASG. Las empresas que adoptan prácticas sostenibles pueden acceder a un mayor flujo de capital, ya que atraen a inversores a sus carteras con valores éticos y sostenibles. El caso de algunas empresas como Grupo Comercial Chedraui, en su informe anual del 2023 menciona que en México continúa ejecutando una estrategia de crecimiento orgánico. En 2023 abrieron un total de 57 nuevas tiendas, de las cuales 5 Tiendas Chedraui, 3 Súper Chedraui, 1 Supercito Selecto y 48 Supercitos. En Estados Unidos abrieron tres tiendas, una el Súper y dos Smart & Final. Esto dentro del marco de la adopción de ESG ya que menciona como parte de su reporte no financiero el apoyo a colaboradores y comunidad en Acapulco Guerrero por el huracán.¹

Cumplimiento normativo y regulaciones: En países como Perú, Colombia, Argentina, se están implementando regulaciones y estándares que exigen la divulgación de información relacionada con los aspectos ASG. La adopción de estos criterios no solo ayuda a las empresas a cumplir con estas regulaciones, sino que también puede anticiparse a posibles cambios normativos en el futuro. Es el caso de la normatividad propuesta por la fundación IFRS (International Financial Reporting Standards) Erkki Likanen, para finales de 2021, anunció la creación del Consejo de Normas Internacionales de Sostenibilidad (ISSB), como una iniciativa para proporcionar a los mercados financieros globales revelaciones de alta calidad sobre el clima y sostenibilidad. Cuatro meses después anuncian las 2 normas de información para revelar información acerca de estos 2 temas la NIIF S1 y la NIIF S2 (Deloitte, 2022).

Gestión de riesgos y oportunidades: La consideración de aspectos ASG permite a las empresas identificar y gestionar mejor los riesgos operativos, legales y de reputación. También pueden aprovechar oportunidades de innovación y desarrollo de productos y servicios sostenibles, lo que podría generar ventajas competitivas a largo plazo; en el caso de empresas como Wal-Mart de México en su reporte anual de 2023 de sustentabilidad su meta es combatir el cambio climático, tener cero emisiones para 2040, abastecer sus

¹ <http://grupocomercialchedraui.com.mx>

tiendas con energía 100% de fuentes renovables al 2035 y Proyecto Gigatón: reducir o evitar emisiones de gases de efecto invernadero equivalentes a 1 gigatón en nuestra cadena de suministro global al 2030.

<https://www.walmartmexico.com>.

Contribución al desarrollo sostenible: La adopción de criterios ASG contribuye al desarrollo sostenible al considerar los impactos ambientales, sociales y de gobierno corporativo en las decisiones empresariales. Esto puede conducir a una gestión más responsable de los recursos, la promoción de condiciones laborales justas y la reducción del impacto ambiental negativo. Los consumidores quieren que las empresas desempeñen un papel aún más importante en la aceleración del progreso en materia de ASG (PwC, 2021).

Según la encuesta realizada por PwC (2021), encuesta denominada Consumer Intelligence Series en el año 2021 sobre ASG. Se encuestaron a consumidores, empleados y ejecutivos en marzo y abril de 2021 y se descubrió que tanto los consumidores como los empleados quieren que las empresas den forma proactiva a las mejores prácticas ESG, no solo que reaccionen y se adapten. Estos hallazgos indican que los consumidores tienen percepciones diferentes a las de los líderes empresariales sobre dónde fluyen las inversiones ASG y buscan información sobre ASG en lugares diferentes a los que las empresas publican actualmente.

Para obtener más información, menciona el informe que segmentaron a los ejecutivos según sus respuestas y descubrieron que solo el 28 % de los ejecutivos se destacaron como "creadores de tendencias ESG". Estos ejecutivos son defensores de las empresas que promueven agendas ASG con una mentalidad sólida centrada en el consumidor y están cerrando la brecha con las expectativas de los consumidores (PwC, 2021).

VI. DESCRIPCIÓN DEL TEMA

Los conceptos utilizados en la definición del problema son:

Economía social y solidaria (ESS): Es un concepto que une a la economía social con un enfoque solidario o de corriente cooperativista, surge en los años 50's y 60's como una solución contra la desigualdad, mediante la aplicación de valores universales, como la equidad, la justicia, la solidaridad social.

Sostenible: La sostenibilidad implica la conjunción de conductas y disposiciones para el cuidado de los recursos naturales y socio culturales en las esferas social, ambiental y económica con un sentido soportable, viable y equitativo. En una comprensión de factores físicos y programas de intervención ejerciendo una

propuesta colectiva para el bienestar presente y futuro de la humanidad (Corral, 2010 citado por De la Rosa Leal, Vega Campos y Hernández García, 2018).

Stakeholders: Cualquier individuo o grupo de interés que, de alguna manera explícita o implícita; voluntaria o involuntaria, tenga alguna apuesta hecha to stake, poner algo en juego en la marcha de la empresa; y que si, por un lado, se ven condicionados, de manera más o menos directa, por la actividad de aquélla, pueden, a su vez, condicionarla. En resumidas cuentas, cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos empresariales (Freeman, 1984, 24).

Creación de valor: Crear políticas y prácticas operacionales que aumentan la competitividad de una empresa, mientras mejoran las condiciones sociales y económicas de las comunidades en las que operan (Kramer y Porter 2006).

En algunas encuestas hechas por despachos internacionales de consultoría como PwC con su encuesta a sus clientes sobre serie de inteligencia del consumidor (2021), Deloitte en su Global Impact Report (2021), se muestran los retos por los que las empresas enfrentan derivado de una cultura en donde todavía los consejos de administración no visualizan la importancia de ligar los criterios ESG con la estrategia a largo plazo, y solo una parte entienden muy bien los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza, históricamente los consejos de administración, implementan la supremacía de los accionistas es decir priorizan la maximización de las utilidades de los accionistas (PwC, 2021).

Esto es lo que las empresas mexicanas deben cambiar para minimizar los riesgos e impulsar la creación de valor a largo plazo, lo cual va a impactar positivamente la reputación de la empresa y evitar poner en riesgo el patrimonio de los accionistas.

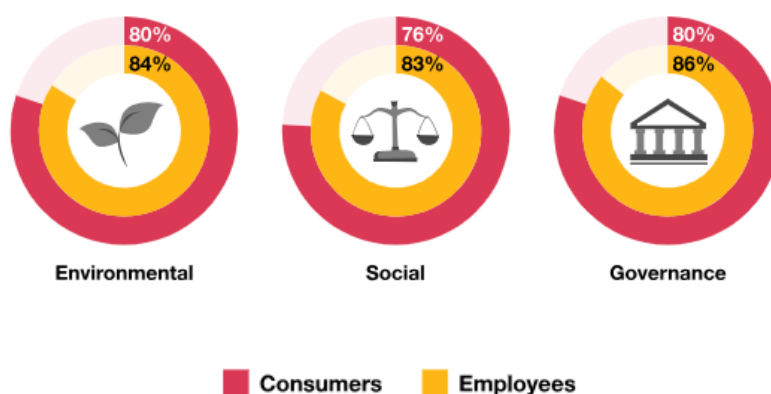
La metodología utilizada por el despacho PwC para su encuesta a clientes sobre serie de inteligencia del consumidor realizada en 2021, que proporcionará los hallazgos encontrados que presentaremos a continuación; consistió en encuestar a 5,000 consumidores, 2,510 empleados y 1,257 líderes empresariales en E.E. U.U., Brasil, Reino Unido, Alemania e India, del 29 de marzo al 23 de abril de 2021. La encuesta consistió en preguntas sobre las expectativas de la empresa en torno a varias cuestiones ASG clave.

VII. PRINCIPALES HALLAZGOS

Los consumidores y los empleados quieren que las empresas inviertan en realizar mejoras sostenibles para el medio ambiente y la sociedad, no solo en cumplir con la normativa, y están dispuestos a recompensar (o penalizar) a las marcas en consecuencia. Una abrumadora mayoría de consumidores y empleados afirmaron que es más probable que compren o trabajen para empresas que comparten sus valores en los diversos elementos de ASG. Si bien los consumidores han dicho durante mucho tiempo que valoran la sostenibilidad, la crisis de COVID-19 cambió perceptiblemente el comportamiento de los consumidores y amplió el grupo de consumidores conscientes, dispuestos a pagar más por productos y marcas más saludables, más seguros y con mayor conciencia ambiental y social.

Del mismo modo, las empresas entrevistadas, que se perciben como deficientes corren el riesgo de perder a los consumidores justo cuando la recuperación económica pos pandémica está tomando forma. Según la serie de inteligencia sobre el consumo 2021 sobre ASG realizada por PwC en 2021. Los criterios ESG están impulsando las compras en los consumidores ya que valoran más a las empresas que se preocupan por estos temas como es la parte del cuidado del medio ambiente en un 80%, veamos la figura 1 a continuación:

Figura 1. Los criterios ESG están impulsando las compras de los consumidores y el compromiso de los empleados



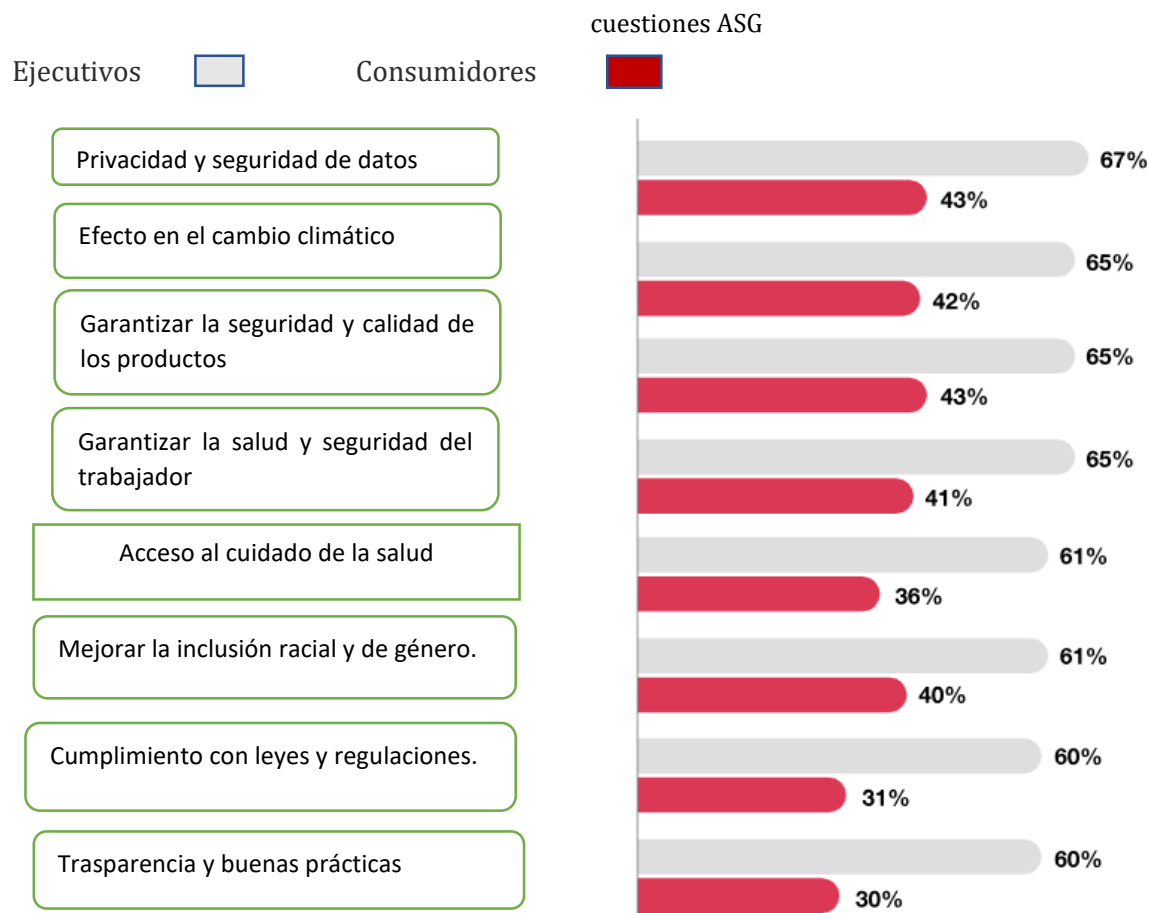
Fuente: PwC Serie de Inteligencia sobre el consumo Jun 2,2021

El 76% por ciento de los consumidores mencionó que interrumpirían sus relaciones con empresas que traten mal a los empleados, las comunidades y el medio ambiente. Y un 80% de los consumidores también se interesan por la gobernanza, es decir, buenas prácticas (éticas) que hagan las empresas.

Por el lado de los empleados que se entrevistaron a 2,510, los cuales según la figura 1, el 84% prefiere trabajar en empresas preocupadas por el medio ambiente, 83% por la parte social y un 86% en empresas con buena reputación. La integración de los criterios ASG podría ser una solución para que las empresas mitiguen y tengan una mejor adaptabilidad al cambio climático. Ya se están sentando las bases de un marco institucional para que las compañías puedan transitar hacia un modelo de negocios que integre los criterios ESG. Por ejemplo, con la creación del Consejo Consultivo de Finanzas Verdes que busca promover el financiamiento de inversiones que generen beneficios ambientales y sociales (PwC México, 2023).

De acuerdo a dicha encuesta casi tres cuartas partes (74%) afirmaron que las empresas se preocupan mucho más por el medio ambiente que hace diez años. Pero casi la misma cantidad (73%) nos dijo que se sienten decepcionados por lo que consideran un progreso lento en materia de diversidad e inclusión (D&I). De hecho, el 64% de los propios líderes empresariales expresaron su decepción por el hecho de que los compromisos en materia de D&I aún no estén dando los resultados deseados.

Figura 2. Los consumidores no están convencidos de que las empresas estén invirtiendo adecuadamente en



Fuente: Encuesta Mundial de Inversionistas de PwC 2023, Encuesta Mundial de Inversionistas de PwC 2021

Los hallazgos de esta encuesta muestran que el acceso a la atención médica, la seguridad en el trabajo y el cumplimiento de las regulaciones también se ubican entre las principales prioridades para los consumidores y las empresas. En la figura 2 podemos observar que 67% de los ejecutivos no están convencidos de la inversión en privacidad y seguridad de datos, en tecnologías para combatir el cambio climático, o en garantizar el acceso al cuidado de la salud, en el caso de los consumidores tiene una percepción diferente ya que los porcentajes son mucho más bajos con respecto a los ejecutivos.

Según lo mencionado por PwC México 2023, dentro de la cumbre ASG, las empresas necesitan tener un punto de partida para integrar estos criterios.

Si bien algunas organizaciones de tamaño grande como Walmart, Chedraui, Soriana, las cuales cotizan en la bolsa, ya cuentan con un marco institucional sostenible en el país para comenzar a integrar los criterios ASG, aún no hay una hoja de ruta clara para integrarlos a su estrategia general de negocios, como se menciona en la cumbre ASG México 2023 (PwC 2023).

VIII. CONCLUSIONES

En resumen, la adopción de criterios ASG no solo es importante desde una perspectiva ética y de responsabilidad social, sino que también puede ofrecer beneficios financieros tangibles a largo plazo, mejorar la reputación de la empresa y asegurar su sostenibilidad en un entorno empresarial cada vez más conscientes y exigentes en términos de prácticas sostenibles.

También mencionar que los factores sociales y de gobernanza están tomando mucha fuerza y no dejarlos a un lado en la importancia que tienen además de la parte del medio ambiente, existe una parte importante en las empresas en México de empezar a hacer cambios en su estructura y realizar más acciones sociales, como reducir la brecha salarial entre hombres y mujeres, mayor inclusión en todos los puestos y mayor diversidad en los consejos de administración, realizar buenas practicas que incluyen el cumplimiento con leyes y regulaciones aplicables y tomar mayor conciencia del entorno de los rodea.

Las empresas ante esta creciente ola de cambios alrededor de los ASG en el mundo corporativo es importante y necesario conocer qué estrategias se enmarcarán dentro de sus parámetros tienen realmente un impacto social. La base para enmárcalos está en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la ONU en 2015.

Que pueden hacer las empresas para ir actuando en consecuencia a su estrategia de adhesión de estos criterios, sería:

- Aprovechar estos informes ASG para contar su historia como empresa
- Priorizar las acciones que se realizarán en estas cuestiones
- Liderar la lucha contra el cambio climático
- Abordar la diversidad e inclusión como una cuestión empresarial
- Ser transparentes en sus acciones y en sus publicaciones como empresa

Así como toma importancia la participación de los consumidores como parte relacionada o stakeholder, por lo que hay que tomar en cuenta sus preferencias, opiniones y decisiones. El consumidor ha cambiado en distintas facetas y ahora se caracteriza por ser más informado, educado, consciente del ambiente y la diversidad y más preocupado por el equilibrio. También ha dejado en claro sus expectativas, que en buena medida se basan en un deseo de regresar a la vida previa a la pandemia con el componente adicional de la digitalización. Esto es lo que debería guiar a las empresas que busquen evolucionar, mantenerse competitivos y atractivos para el consumidor del 2022. (Encuesta Global Consumer Insights 2021).

El desafío sigue siendo el corto plazo, ya que hay que lograr el equilibrio entre las inversiones para el crecimiento de la empresa con las necesidades de inversión para el logro de los objetivos establecidos para ASG.

IX. REFERENCIAS

- Bolsa Mexicana de Valores (10 de enero de 2024). *el origen y la relevancia de las inversiones ESG*.
<https://blog.bmv.com.mx/2023/07/empresas-de-impacto-ambiental-social-y-de-gobernanza-corporativa-esg-afores-y-taxonomia-sostenible>
- Cruz, M. (marzo 2018) *Generación de valor sustentable. Repensar la valuación empresarial*. Publicaciones empresariales UNAM FCA Publishing.
- Cruz, L. y Guerrero, A., (Nov 2016) *Marcos de análisis teóricos de la realidad administrativa*. UNAM y Universidad Cooperativa de Colombia FCA Publishing.
- Caro-Bejarano, M. (2012). *Los riesgos mundiales en el 2012 según el Foro Económico Mundial*. Instituto español de estudios estratégicos. Consultado en: www.lee.es.
- Davis, K. (1973). *The case for and against business assumption of social responsibilities*. Academy of Management journal, 16(2), 312–322.
- De la Rosa Leal M. E., (nov 2021). *El enfoque de sostenibilidad en las teorías organizacionales*. Universidad de Sonora.
- De la Rosa Leal, M. E., Vega Campos, M. A., y Hernández García, P. (2018). Cap. VI La sustentabilidad ¿paradigma corporativo? En J. G. Gómez Romero, J. E. Sánchez Cano, y F. Villareal Sólís, *La globalización ante los retos de sustentabilidad, económico-financiero y organizacional*. (pp. 351-376). Universidad Juárez del Estado de Durango.
- Deloitte blog de sostenibilidad (2021). (10 de diciembre de 2023): *qué son los criterios ESG y para qué sirven*:<https://www2.deloitte.com/es/es/blog/sostenibilidad-deloitte/2021/que-son-criterios-esg-para-que-sirven>
- Deloite S- Latam (2022). *Normas Internacionales de Sostenibilidad y Clima (NIIF S1 y NIIF-S2)*. Un nuevo marco de reporte financiero global.
- Díaz, N., (2015). *La creación del valor compartido: estrategia de sostenibilidad y desarrollo empresarial*. Universidad EAN
- Esparcia, A. (2009). *Relaciones Públicas: teoría e historia*. Barcelona: UOC Editorial.
- Freeman, R. E, McVea J. (1984), *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, (Pitman, Boston). The Darden School. University of Virginia.
- Freeman, R. y Harrison, J. & Wicks, A. (2007). *Managing for Stakeholders: Survival, Reputation and Success*. Grupo Comercial Chedraui. (2023). (15 de junio de 2024) *Informe Anual 2023*.
<http://grupocomercialchedraui.com.mx>
- IFS Sustainability IFRS Sustainability 2023: *Requerimientos Generales para la información financiera a revelar relacionada con la sostenibilidad*. Consejo de normas internacionales de sostenibilidad.

-
- JP Morgan (2016). (5 de julio de 2024). *Informe anual 2016*. <https://www.jpmorgan.com.mx/es/about-us/mexico-banco/anual>
- Kirby, C. (marzo 2023). *Integración de criterios ASG en los modelos de gestión y procesos de negocio*. Boletín de estudios económicos 77 (233). 125-36. <https://doi.org/10.18543/bee.2639>.
- Martínez Kasten, M. S. (2015). Universidad Iberoamérica Puebla. (27 de junio de 2023). *La economía social y solidaria. Una mirada desde la teoría y práctica*. <http://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/239/Cuadernodeinvestigacion5-Martinez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Matellán, G. (2021). La integración de la sostenibilidad a través de la estrategia ESG: Una guía de creación de valor para los inversores y empresas. 11-46. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/>.
- Morgan Stanley (2014). *La ventaja ESG*. Recuperado de <https://www.morganstanley.com/im/publication>
- Pérez de Mendiguren y Villalba (2013). *Los modelos organizativos de Traperos de Emaús en el Estado y su respuesta a la crisis*. REVERSCO. Revista de Estudios Cooperativos, (113), 150-179.
- Pérez de Mendiguren, J. C., Etxezarreta, E. y Guridi, L. (2009): *Economía Social, Empresa Social y Economía Solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate*. Papeles de Economía Solidaria, 1, 1-41.
- Pérez-de-Mendiguren, J. C. (2019). *La economía social y solidaria como vía para el buen vivir*. Iberoamerican Journal of Development Studies, vol. 8(1):106-136. DOI: 10.26754/ojs_ried/ijds.338
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). *Strategy & Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. Harvard Business Review, 84, 78-85
- Principios para la inversión responsable. (2019) recuperado de <https://www.unpri.org/download?ac=10970>.
- PwC México (2021) *Guía para la integración de criterios ESG en los consejos de administración*. https://www.pwc.com/ia/es/publicaciones/assets/guia-esg-consejos-administracion_revWEM_V2.pdf
- Pwc US (2021). (20 de junio 2024). *Encuesta Consumer Intelligence Series sobre ESG*. <https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/library/consumer-intelligence-series/consumer-and-employee-esg-expectations.html>
- PwC México (2023). (20 de mayo de 2024). *Aprendizajes de la cumbre ESG México. 2023*: <https://www.pwc.com/mx/es/opinion/4-aprendizajes-de-la-cumbre-esg-mexico-2023.html>
- Tapia Toral, Mauro Carlos, Alvarado-Espinoza (2019). *Principios básicos de la economía social y solidaria en el marco de la satisfacción de las necesidades humanas colectivas*. Revista científica dominio de las ciencias.
- Vera, M.P (2013). *La industria del cemento entre la sustentabilidad y la inestabilidad financiera: Cemex, Holcim y Lafarge*. (Tesis inédita de doctorado) UNAM.
-

Villalba-Eguiluz, Pérez de Mendigueren. (2019). *Economía Solidaria como guía del buen vivir*. Revista Iberoamericana de estudios de desarrollo.

Walmart de México. (2023). (1 de mayo de 2024). *Informe 2023*.
<https://generadorestudio.com/proyectos/walmart2023/sustentabilidad#a1>