

KPMG PRESENTA RESULTADOS DE LA ENCUESTA

La sostenibilidad,

En el sondeo son consultadas 180 organizaciones grandes, medianas y pequeñas de más de 20 entidades geográficas que abarcan todos los sectores económicos

J. Francisco de Anda Corral
EL ECONOMISTA

HOY EN día, la política de sostenibilidad es un factor para el crecimiento de las empresas a mediano y largo plazos, pero también una mala reputación en la materia puede ser un indicador de riesgo y de pérdida de valor, revela Jesús González, socio líder de Asesoría en Sostenibilidad, Gestión de Riesgos y Gobierno Corporativo de KPMG en México, quien comparte con **El Economista** los resultados de la encuesta Desarrollo Sostenible en México 2018.

Desde hace 10 años, la firma KPMG realiza una encuesta bienal en el entorno empresarial de México que se ha convertido en un termómetro para saber cómo

vamos en el terreno del desarrollo sostenible. Para el sondeo 2018 fueron consultadas 180 organizaciones grandes, medianas y pequeñas de más de 20 entidades geográficas que abarcan todos los sectores económicos, 74% de capital nacional y 26% de inversión extranjera; participan presidentes, vicepresidentes, directores generales, miembros de consejo, gerentes y subdirectores de todas las áreas de las organizaciones y 51% de las respuestas proviene de las pequeñas y medianas empresas (pymes).

La encuesta revela qué tanto ha permeado el concepto y el com-

promiso con la sostenibilidad en las organizaciones empresariales al evaluar indicadores como medición de las emisiones de CO₂, consumo eficiente de los recursos, costos económicos por omisiones, conocimiento y cumplimiento del marco regulatorio, acciones preventivas contra lavado de dinero y prácticas anticorrupción, entre otras.

A una década del primer sondeo, “las empresas están despertando”, indica González. “Hay mayor conciencia de que la

Responsabilidad Social Corporativa va más allá del altruismo y de ser verdes y de que el tema ambiental-social se ha vuelto crítico para el negocio”.

“Hoy el compromiso con la sostenibilidad es una cultura transversal en las organizaciones grandes que atraviesa todas las áreas, y en las medianas comienza a verse como un área de oportunidad

98%
DE LOS

entrevistados considera el desarrollo sostenible como punto relevante y crítico para las organizaciones.

asunto de supervivencia



En México todo es al 31 de diciembre. Tenemos que dejar atrás esa mentalidad de corto plazo: Jesús González. FOTO: CORTESÍA

para el crecimiento a largo plazo”, asegura.

Sin embargo, el camino aún es cuesta arriba. La encuesta revela que 98% de los entrevistados considera el desarrollo sostenible como un punto relevante y crítico para las organizaciones, pero paradójicamente 70% de ellos tiene la percepción de que el desarrollo actual de la sosteni-

bilidad en México es bajo o nulo.

FACTORES Y RETOS

Esto tiene que ver con cinco factores, según Jesús González. El primero es el de la educación. “Con frecuencia escuchamos ‘eso es para empresas grandes’, pero es un error, porque todas las empresas tienen una responsabilidad de acuerdo con su tamaño,

su giro y su impacto, cumplir con esa responsabilidad es un asunto de viabilidad, de supervivencia a largo plazo. En la mayoría prevalece una apreciación parcial del concepto”.

Un segundo factor es la mentalidad de corto plazo. “En México todo es al 31 de diciembre. Tenemos que dejar atrás esa mentalidad. Una empresa que hoy tiene 100 empleados y genera entre 4 y 100 millones de pesos, seguramente querrá en el mediano plazo llegar a 200, pero para eso tiene que integrar a su plan de negocio su compromiso con la sostenibilidad”, comenta.

El tercer y el cuarto factores van de la mano. Las empresas tienen que hacer un análisis realista y lógico de su impacto ambiental-social de acuerdo con su giro y a su tamaño y trazar una estrategia y tener indicadores para medirlo. La encuesta revela que 61% de las organizaciones no cuenta con medidores precisos para conocer su impacto ambiental-social ni para trazar un plan de mitigación.

El quinto factor tiene que ver con el cumplimiento de la norma regulatoria y de las acciones preventivas para evitar el lavado de dinero y combatir la corrupción. Sólo 28% de las empresas encuestadas conoce la ley del cambio climático, 55% tiene procesos de antilavado y 65% procesos de anticorrupción.

Hemos avanzado mucho en México, refiere Jesús González. “Las grandes empresas tienen en el radar el tema de la sostenibilidad, porque saben que una mala reputación puede significar pérdida y porque ahora los *stakeholders* tienen más poder sobre las empresas que hace 10 o 20 años”. Estudios recientes revelan que al menos 25% del valor total de una empresa lo configura la buena reputación, indica.

Falta trabajar a fondo con las pymes, “para que no sea sólo una moda, porque la sostenibilidad es un asunto de supervivencia y viabilidad”, concluye el asesor de KPMG.

francisco.deanda@economista.mx

Las grandes empresas tienen en el radar el tema; una mala reputación puede significar pérdida.

70% PERCIBE

que el desarrollo actual de la sostenibilidad en el entorno empresarial de México es nulo o bajo.