



ieem.edu.uy



ESG: sustentabilidad y creación de valor

Cada vez más empresas incorporan buenas prácticas de protección ambiental, social y de gobierno corporativo, en una corriente de alcance global y con un nivel de contagio acelerado



Por **Juan Martín Olivera**
Profesor del IEEM

Hace 30 años, ante la pregunta de cuál es la finalidad de la empresa, expertos y empresarios por igual habrían respondido, sin dudas ni matices, que no es otra que maximizar las ganancias para los socios en el emprendimiento. Y, en el mismo sentido, la función del director general sería la de incrementar el retorno financiero total del negocio para el socio o accionista.

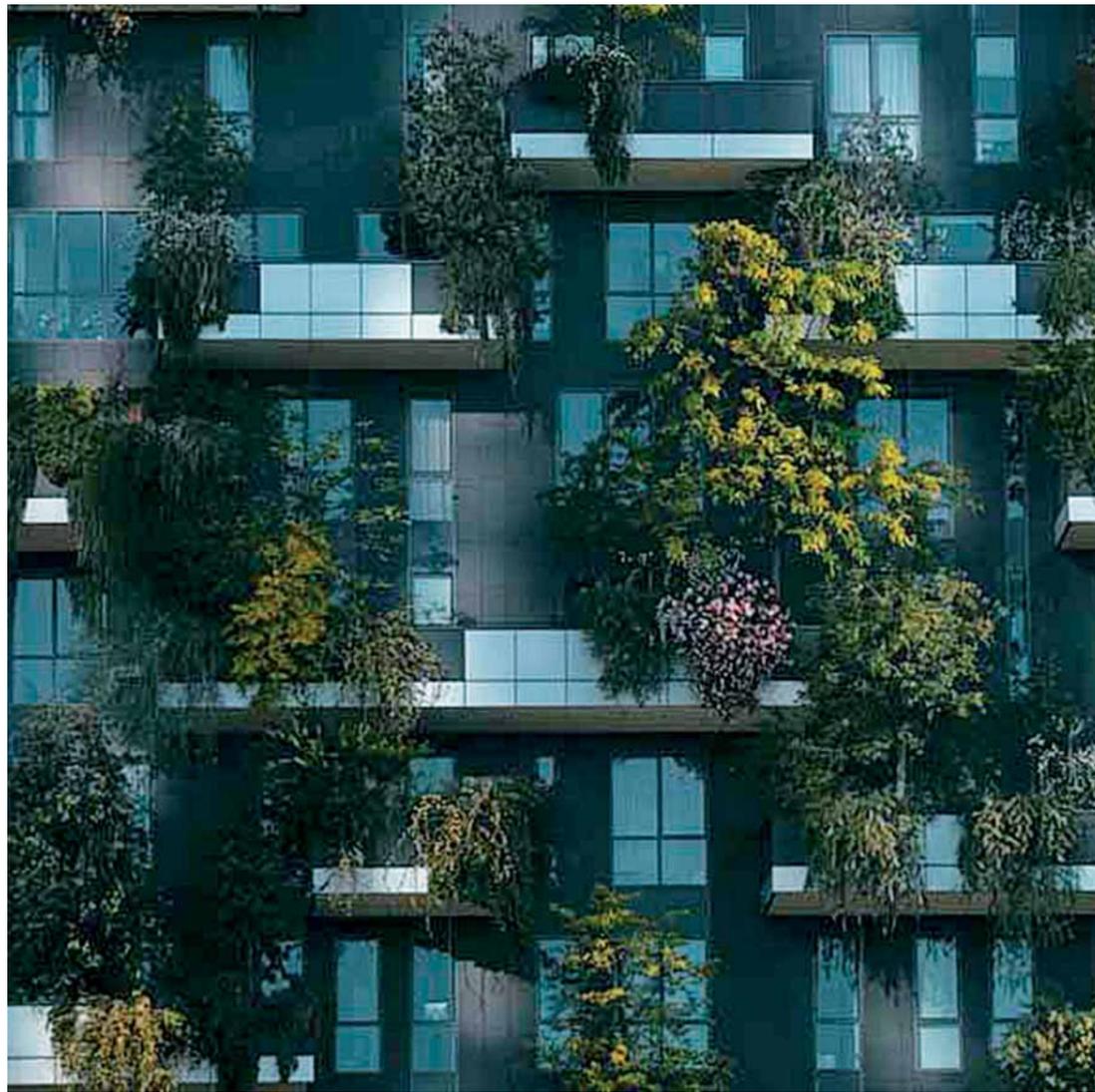
Nuevos desarrollos teóricos en materia de organizaciones, inversión y gobierno corporativo han ido cambiando esos paradigmas, impulsados por un entorno cada vez más sensible a la cuestión social y medioambiental. De esta forma surge la corriente de implementación de políticas ESG (environmental, social and governance).

Un cambio de paradigma

La empresa no es un ente aislado. Existe actualmente una mayor conciencia del ecosistema en el que funciona, en el que los accionistas no son los únicos que importan. En ese ecosistema, la empresa convive e interactúa con otros centros de interés (stakeholders) distintos de los socios, en los que la actuación de la empresa tiene un impacto más o menos directo. Los trabajadores se ven inmediatamente afectados si, preocupada por bajar costos, la empresa descuida la higiene y la seguridad del lugar de trabajo. Los acreedores de la empresa siguen con celo su nivel de endeudamiento y la habilidad de hacer frente al pago de sus obligaciones en el futuro.

Y, en general, la sociedad toda se ve afectada por sus políticas de manejo de datos personales, tratamiento de residuos o prevención de lavado de activos y lucha contra la corrupción.

En efecto, la actividad empresarial tiene un impacto en la sociedad que es evidente y relevante. Es la preocupación por ese impacto lo que dio lugar al movimiento ESG: una corriente que promueve la adopción en las empresas de políticas ambientales, sociales y de gobernanza.



PEXELS

El origen de esa corriente se encuentra en las buenas prácticas de gobierno corporativo y en el concepto de inversión sustentable, abrazada por inversores institucionales (como son los fondos de pensión) durante los años 90 en busca de un equi-

● ● ESG obliga a preguntarse acerca de los últimos “para qué” de la empresa

brio entre los resultados a corto y largo plazo.

Pero es recién en 2004 que aparece por primera vez el acrónimo ESG.

En un reporte de ese año el sector de Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) sugirió que se incorporaran criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo en el proceso de evaluación de inversiones.

Desde entonces, las inversiones socialmente responsables o sustentables —que ocupaban un nicho reducido en el mercado de capitales— experimentaron un crecimiento notable y el concepto de políticas ESG se hizo viral.

En 2006, PNUMA publicó los Principios para la Inversión Responsable o PRI (Principles for Responsible Investment), que promueve la adopción de criterios ESG en el proceso de análisis y concreción de inversiones.

En 2020, 3038 inversores institucionales habían adherido a los PRI, reuniendo más de USD 100 billones en activos administrados.

Según el último estudio de la Global Sustainable Investment Alliance, el mercado de inversión sustentable directa a fines de 2020 alcanzó USD 35,3 billones en los cinco mercados más importantes: Europa, Estados Unidos, Canadá, Australasia y Japón.

Esto supone un incremento del 15% respecto del informe anterior de 2018.

En estos mercados, las inversiones sustentables representan un 35,9% del total de activos administrados, frente al 33,4% de 2018.

La estrategia de ESG para la creación de valor

Es viable argumentar que tener una estrategia de desarrollo de ESG puede crear valor para la empresa. Estudios académicos recientes muestran que superar los estándares mínimos de ESG no impacta negativamente en los resultados y que, en cambio, existe evidencia de una correlación positiva con los resultados financieros.

Las estrategias de ESG pueden crear valor para las empresas de diferentes maneras.

- Determinación del propósito de la empresa y alineamiento de

las estrategias para su consecución. Pensar en políticas de ESG obliga a preguntarse acerca de los últimos “para qué” de la empresa, sus objetivos a largo plazo y la forma de alcanzarlos.

- Generación de oportunidades de negocios, abriendo el acceso a mercados y segmentos de clientes que valoran o exigen estándares mínimos de ESG.

- Reducción de costos por optimización del uso de recursos naturales, gastos de energía y generación de residuos. La disminución de los costos también está asociada a la gestión de riesgos por incumplimiento que puede traer aparejado sanciones por el regulador, penalidades previstas contractualmente o un encarecimiento de los seguros.

- Atracción y retención de talento y motivación de los empleados. El sentido de propósito y la identificación con la misión y cultura de la empresa está cada vez más presente entre las prioridades de cualquier trabajador.

● ● Incorporar criterios de ESG hace a la empresa sostenible a largo plazo

Una propuesta de ESG corporativa más robusta contribuye en ese sentido. Y empleados más motivados se traduce en mayor productividad.

En definitiva, incorporar criterios de ESG en el plan de inversiones y en la propia gestión de la empresa no es una cuestión de mero altruismo o corrección política, sino que genera valor para la empresa y la hace sostenible a largo plazo. Por otra parte, ya sea por imposición de la práctica de los negocios o por un mandato de una norma externa, es factible que el margen de discrecionalidad para adoptar medidas de ESG sea cada vez más reducido.

Los problemas ambientales, sociales y de gobernanza son cada vez más apremiantes y la actividad empresarial está llamada a jugar un rol ineludible en la búsqueda de soluciones. ●

**Una versión más extensa de este artículo con el título “La viralización de las estrategias de ESG” fue publicada en la revista Hacer Empresa de agosto de 2021.*