

3° Encuesta sobre Desarrollo Sostenible en el sector privado en Argentina

*Primera entrega:
metodología, datos de
clasificación y resultados
generales*

2013





Contenido

<i>Acerca de la 3° Encuesta sobre Desarrollo Sostenible en el sector privado en Argentina</i>	04
<i>Metodología</i>	05
<i>Características de las empresas participantes</i>	06
<i>Respuestas y análisis (entrega N°1)</i>	08
<i>Agradecimientos</i>	15
<i>Contactos</i>	15



Acerca de la 3° Encuesta sobre Desarrollo Sostenible en el sector privado en Argentina



La 3° Encuesta sobre Desarrollo Sostenible en el sector privado en Argentina fue realizada por el departamento Desarrollo Sostenible de PwC Argentina a fines de 2012 con el propósito de reflejar la percepción que tienen los representantes de las principales empresas argentinas sobre la agenda de desarrollo sostenible a nivel local.

En esta oportunidad la encuesta se dividió en cuatro módulos temáticos: “Sostenibilidad y estrategia del negocio”, “Gestión de la sostenibilidad y comercio exterior”, “Cadena de valor e inversión social” y “Río +20 y sus desafíos”, con un total de 33 preguntas.

Con el objetivo de brindar a cada módulo temático un espacio de análisis específico, los resultados correspondientes a cada uno de ellos serán publicados individualmente durante 2013.

En esta primera entrega se presentan la metodología, los datos de clasificación y algunos resultados generales.

Es importante destacar que la encuesta contó con el apoyo del Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS) para su revisión de contenidos y difusión.

Metodología de la encuesta

La etapa de relevamiento de la tercera edición de la Encuesta sobre Desarrollo Sostenible en el sector privado en Argentina comprendió tres semanas del mes de octubre de 2012.

La invitación a participar de la encuesta fue enviada por e-mail a una base de datos de empresas de Argentina preparada en conjunto con el CEADS.

Uno de los aspectos más interesantes a destacar es el aumento que se logró en la representatividad de la encuesta respecto de ediciones anteriores, ya que han participado más de 100 empresas de Argentina.

También corresponde mencionar que en esta edición se implementó una nueva metodología de recopilación de datos que permitió que diferentes personas de una misma empresa, que desarrollan sus tareas en distintos sectores o departamentos, respondieran en conjunto la encuesta. Así, las empresas tuvieron la oportunidad de derivar las preguntas a los sectores específicos que manejan la información relativa a los temas que se desarrollan en la encuesta. De esta forma, se relevaron respuestas más precisas y detalladas, facilitadas por los especialistas de los temas tratados, lo que en definitiva brindó una visión más integral de la gestión sostenible de las compañías locales. Esta mejora introducida respondió a comentarios con pedidos de optimización en el proceso de relevamiento, que fueron realizados por los participantes de la encuesta en ediciones anteriores.

Por último, corresponde señalar que la recopilación de datos fue de carácter anónimo, con el fin de asegurar respuestas objetivas que reflejen la realidad del desarrollo sostenible y proteger la confidencialidad de la información brindada por los participantes.

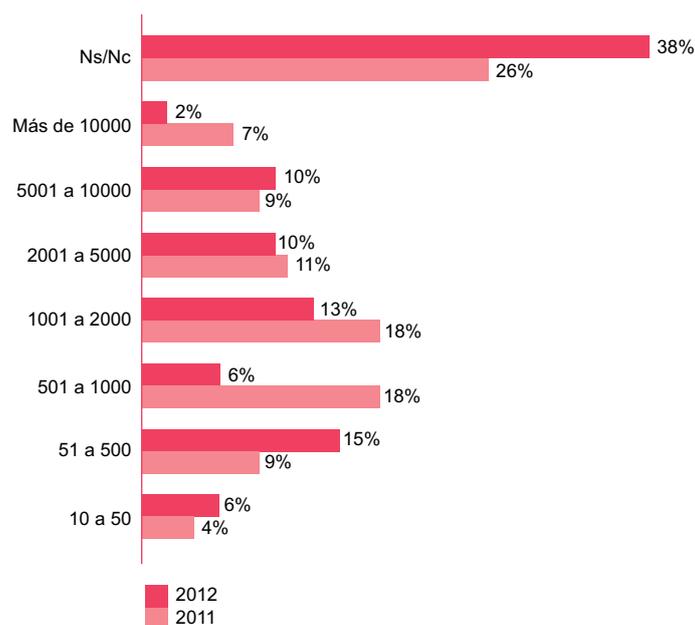
Características de las empresas participantes

Las empresas participantes de la 3° Encuesta sobre Desarrollo Sostenible en el sector privado en Argentina pertenecen a una amplia gama de sectores industriales y de servicios, con diversidad en cuanto a su rango de facturación y número de empleados. Corresponde resaltar una mayor participación de empresas con menor facturación anual y dotación en comparación a la edición 2011, como se desprende del cruce de datos de los gráficos de facturación (**Cuadro 1**) y cantidad de empleados (**Cuadro 2**).

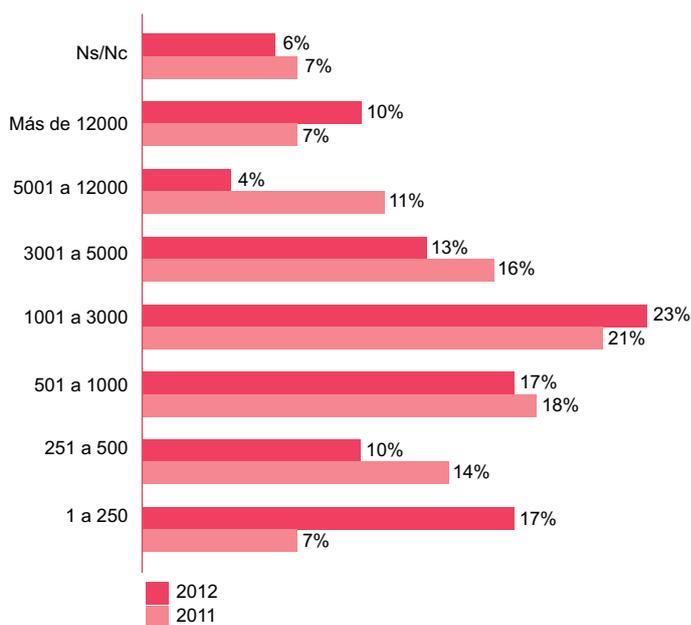
En esta edición, el 23% de los encuestados afirmó que su empresa está formada por un plantel de entre 1.001 y 3.000 trabajadores, y el 27% declaró que supera los 3.000. No obstante, el 44% afirma que su equipo de trabajo está formado por entre 10 y 1.000 empleados.

El total de personas empleadas por las organizaciones que respondieron la encuesta ascendió aproximadamente a 160.000, lo que refleja la magnitud y relevancia de la muestra y su impacto en la generación de empleo. Asimismo, la gran mayoría de las empresas participantes factura anualmente más de \$1.000 millones, dato que brinda una idea de la influencia de las mismas en el PBI de nuestro país.

Cuadro 1. Facturación anual (en millones de pesos argentinos) (2012)

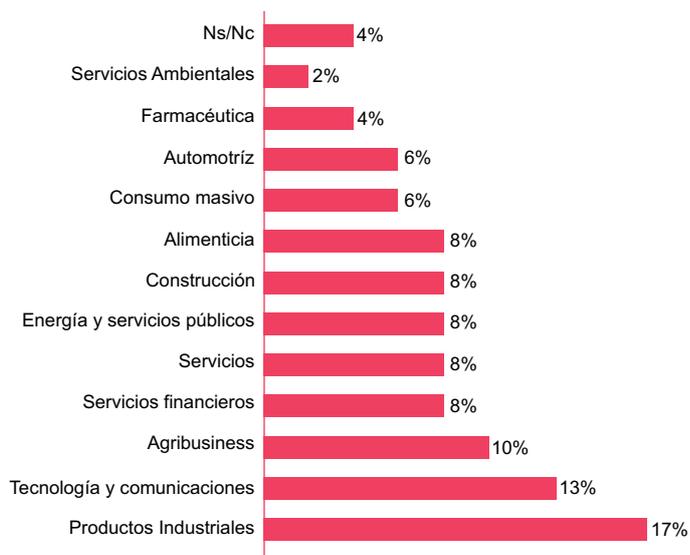


Cuadro 2. Cantidad de empleados (2012)



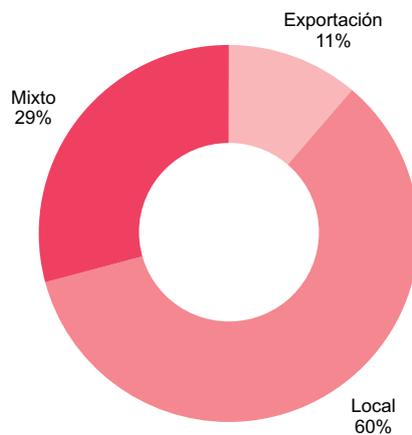
El Cuadro 3 permite visualizar una clasificación de las empresas que respondieron la encuesta por sector de la economía. El más representativo es el de las empresas que se dedican a la fabricación de productos industriales, quedando en segundo y tercer lugar los sectores de Tecnología y Comunicaciones (incluye empresas desarrolladoras de software, de infraestructura de IT y de telecomunicaciones) y Agribusiness, respectivamente.

Cuadro 3. Clasificación por sector de negocios de la compañía



Como podemos visualizar en el Cuadro 4, la gran mayoría (60%) de las empresas encuestadas opera en el mercado local. Por otro lado, un 29% se dedica al mercado mixto y tan sólo un 11% exclusivamente a la exportación.

Cuadro 4. Mercado principal



La sostenibilidad en la agenda privada argentina

Durante los últimos años, la gestión sostenible de las organizaciones del sector privado en nuestro país ha incrementado su relevancia. Siguiendo tendencias globales¹, cabe destacar que el 76% de las empresas argentinas encuestadas manifestó que ha integrado la sostenibilidad a su agenda (al menos en parte); el 17% declaró que existe la posibilidad de que lo haga en el futuro; y tan sólo el 6% expresó que no tiene ninguna intención de hacerlo.

Gestión del triple resultado

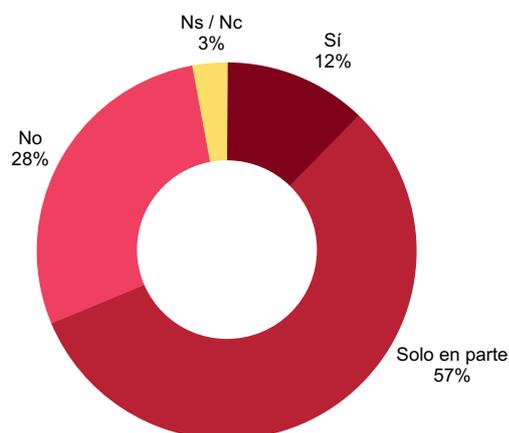
Integrar la sostenibilidad en la estrategia del negocio es uno de los desafíos más relevantes en el sector privado global en lo que respecta a esta temática². Y si bien diversas compañías han creado programas sostenibles, aún queda un largo camino para poder decir que la sostenibilidad se encuentra realmente establecida como práctica empresarial habitual, tanto en la gestión como en la estrategia.

El sector privado de Argentina parece no ser la excepción a este desafío, ya que sólo el 12% considera que alcanzó un estado de madurez de la estrategia del triple resultado (ambiental, social y económico); por otro lado, más de la mitad (57%) estima que todavía quedan asuntos pendientes, y finalmente el 28% directamente asume que no ha alcanzado un nivel de madurez aceptable.

Cuadro 5. ¿Su compañía integró la gestión de la sostenibilidad a su agenda?



Cuadro 6. ¿Cree que su empresa ya alcanzó un estado de madurez de la estrategia de gestión del triple resultado?



Un requisito para la competitividad

Según relevamientos internacionales, dos tercios de los ejecutivos globales sostienen que la sostenibilidad es necesaria para ser competitivo en el mercado actual³. En Argentina, se presenta la misma tendencia pero aún más acentuada: 94% de las compañías participantes ha manifestado que contar con una estrategia de sostenibilidad es un requisito de competitividad. De este total, para un 60% resulta imprescindible, mientras que un 34% declara que si bien es necesaria, no es fundamental ni urgente.

Los beneficios percibidos

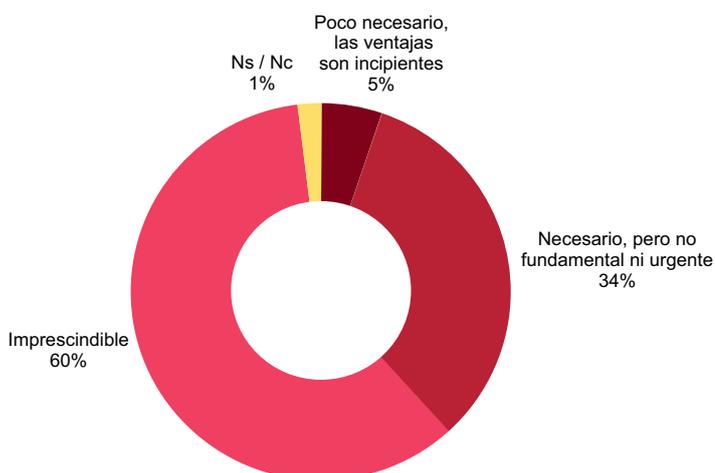
Desde el surgimiento del concepto de sostenibilidad, los beneficios asociados al abordaje de esta temática estuvieron en general vinculados a cuestiones intangibles, como por ejemplo la reputación y la licencia social para operar, más que a otras relacionadas con el ahorro de costos o el aumento de ganancias. Esta fue, de alguna manera, la concepción clásica del asunto.

Y si bien la cuestión sobre si la sostenibilidad contribuye a la rentabilidad de las compañías es una discusión que aún se encuentra vigente, algunos relevamientos internacionales comienzan a demostrar que existen ejemplos de empresas que lograron aumentar sus ganancias por haber logrado innovación a través de la sostenibilidad.

En el caso local, sin embargo, encontramos aún el *momentum* clásico: los principales beneficios que las empresas encuestadas perciben en relación con el abordaje de la sostenibilidad son la mejora en la marca y en la reputación (43 casos), el fortalecimiento de las relaciones con los grupos de interés (42), el hecho de que brinda ventajas competitivas (22), la gestión efectiva del riesgo, y la satisfacción, el compromiso y la retención del personal (ambas, 19).

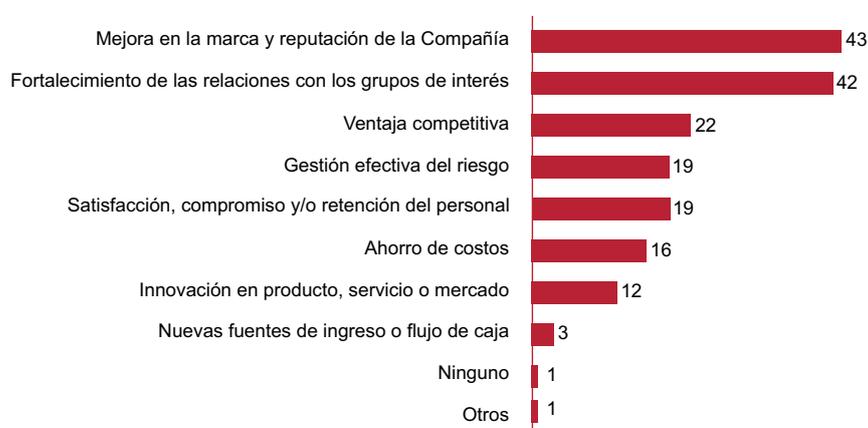
Es importante destacar que “innovación en producto, servicio o mercado” y “nuevas fuentes de ingreso o flujo de caja” fueron, consecuentemente, los beneficios menos seleccionados por las empresas locales.

Cuadro 7. ¿Cuán necesario cree que es contar con una estrategia de sostenibilidad para ser una compañía competitiva en Argentina?



Cuadro 8. ¿Cuáles son los principales beneficios percibidos por su empresa por abordar la sostenibilidad?

Nota: Se aceptaron respuestas múltiples.



Un cambio hacia la sostenibilidad

Tras haber consultado si las empresas habían cambiado su modelo de negocios hacia la sostenibilidad, se indagó sobre el grado de influencia que diversos factores pudieron haber tenido en el tránsito hacia dicho cambio.

En primer lugar, las compañías locales posicionaron su convicción frente a la toma de conciencia sobre el agotamiento de recursos como el factor de mayor significancia (88%). Este aspecto no es menor en el contexto global de los próximos años, ya que como señaló el Proyecto Visión 2050 del Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible⁴ (WBCSD por sus siglas en inglés), pese a que dentro de 40 años la población mundial aumentará un 30%, su

capacidad de consumo de bienes y servicios se verá limitada a causa de la escasez de recursos y del cambio climático. Esta proyección, además de ser un instrumento de concientización, pone de manifiesto la necesidad de las compañías en idear cursos de acción hacia un aprovechamiento eficiente de los recursos y su gestión responsable.

En segundo lugar, las compañías locales hicieron referencia a las demandas y exigencias de los empleados, del Directorio y de los órganos de control (85%). Este aspecto guarda relación con uno de los resultados obtenidos en nuestra 2° edición de la encuesta sobre los grupos de interés con mayor influencia sobre el desarrollo de programas de sostenibilidad, siendo el Directorio, los accionistas y los empleados, los de más alto influencia. En este sentido, el cambio de modelo de negocio hacia la

sostenibilidad proviene de una decisión interna, por parte de quienes conducen la organización y su correcto alineamiento y adhesión por parte de quienes deben llevarla a la práctica en la operatoria habitual del negocio.

En tercer lugar, los respondentes identificaron al cumplimiento de requisitos de algún eslabón de la cadena de valor (78%), y en cuarto lugar, las exigencias de los consumidores (72%). Pero también corresponde resaltar que, en quinto lugar, las compañías de nuestro país han identificado un atributo competitivo con el que se asocia a los modelos de negocios orientados hacia la sostenibilidad: la atracción de nuevos talentos, destacado por el 69% de los encuestados. De acuerdo a conclusiones extraídas del estudio Jóvenes Líderes + 10Y efectuado por PwC Argentina⁶, los jóvenes hoy en día valoran

Cuadro 9. Grado de influencia que los siguientes factores tuvieron en aquellas compañías que cambiaron su modelo de negocio hacia la sostenibilidad

Por convicción frente a la toma de conciencia sobre el agotamiento de recursos



Demanda para el acceso a mercados internacionales



Demanda de organismos de financiación / accionistas



Competencia por los nuevos talentos



Escasez de recursos (aumento y volatilidad del precio de *commodities*)



Demanda legislativa / política



Demanda de los empleados



Exigencia desde el Directorio / controlantes



Exigencia de los consumidores por productos / servicios sostenibles



Compromiso creciente de los competidores con la sostenibilidad



Cumplimiento de requisitos más estrictos de algún eslabón de la cadena de valor



Necesidad de mantener la "licencia para operar"



No significativa Significativa Muy significativa Ns / Nc

que la empresa como institución construya credibilidad a través de sus acciones de buena ciudadanía a la vez que estiman condiciones laborales que le permiten integrar el desarrollo profesional y humano. Estas expectativas presentes en la juventud argentina son identificadas por las compañías para posicionarse como empleadores competitivos y atractivos en el mercado actual.

Para más de la mitad de las empresas (67%), la demanda por parte de organismos de financiación y/o accionistas es un factor significativo. Conforme a una encuesta efectuada por J. P. Morgan y the Global Impact Investing Network (GIIN)⁷ en conjunto, el 96% de los inversores declaró que utiliza métricas para medir el impacto ambiental y social de las inversiones que realizan. De modo que, a la hora de asignar fondos a proyectos, no sólo se evalúan aspectos económicos sino que se añaden también aspectos sociales y ambientales.

Luego, las empresas argentinas han mencionado, en dicho orden de importancia: la necesidad de mantener la licencia para operar (66%), la demanda legislativa y política (62%), la escasez de recursos en lo que respecta al aumento de la volatilidad del precio de los *commodities* (60%), el compromiso creciente de los competidores con la sostenibilidad (60%) y la demanda para el acceso a mercados internacionales (58%).

De hecho, podemos apreciar que todas las variables fueron significativas (todas superaron el 58%), lo que refleja la multiplicidad de factores que existen e inciden sobre la toma de decisiones en las compañías en materia de sostenibilidad. Si bien cada uno posee su importancia particular, ésta se ve realzada o disminuida dentro del entramado de relaciones existentes de los factores en su conjunto en cada compañía.

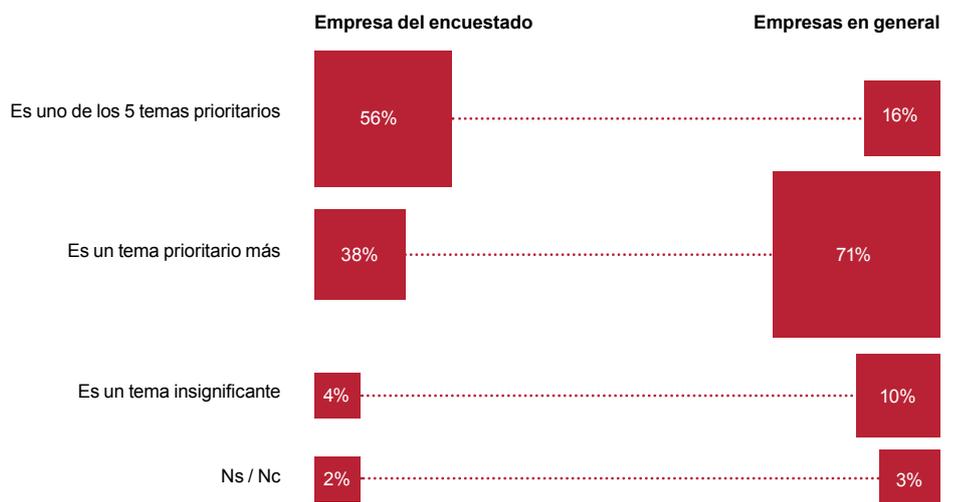
Percepción, interna ≠ externa

A la hora de determinar el grado de importancia que las empresas le atribuyen a la sostenibilidad se tomaron en consideración dos variables: la percepción interna, por un lado, y la percepción respecto a las empresas en general, por el otro. Un dato a destacar es que el 56% de las empresas encuestadas ubicó a la

sostenibilidad como uno de los cinco temas prioritarios en su agenda.

No obstante, a la hora de evaluar el nivel de relevancia que se le otorga a este tema en las empresas en general, sólo el 16% estimó que ubican este tema en este rango de prioridades.

Cuadro 10. Según su percepción, ¿cuál es el grado de importancia de la sostenibilidad?



Este resultado podría estar relacionado con la dificultad que encuentran muchas empresas a la hora de comunicar eficazmente sus acciones en materia de sostenibilidad, lo que ha derivado en su desconocimiento por parte del mercado. No obstante, al analizar estas respuestas, se debe tener en cuenta que los resultados provienen de los conocimientos y percepciones de cada encuestado.

Compromiso sostenible, una tendencia que crece

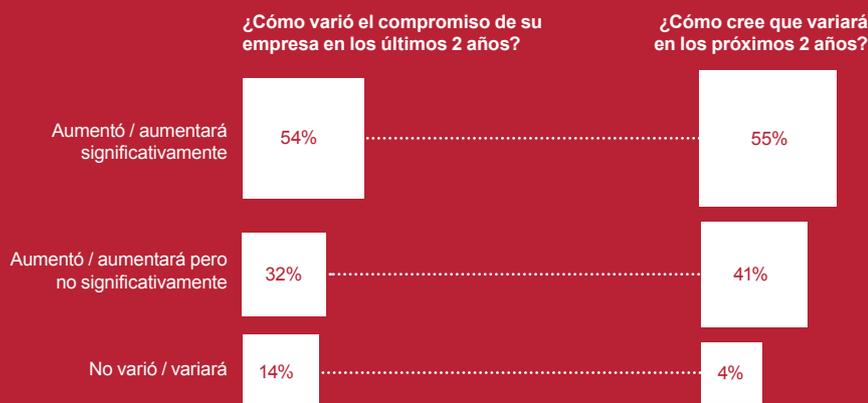
El 86% de las empresas declaró que su compromiso en la gestión de sostenibilidad aumentó en los últimos dos años, y el 54% clasificó a dicho incremento como significativo.

Al mismo tiempo, se espera que esta tendencia permanezca en los próximos dos años: el 96% manifestó que aumentará su compromiso durante el período contemplado.

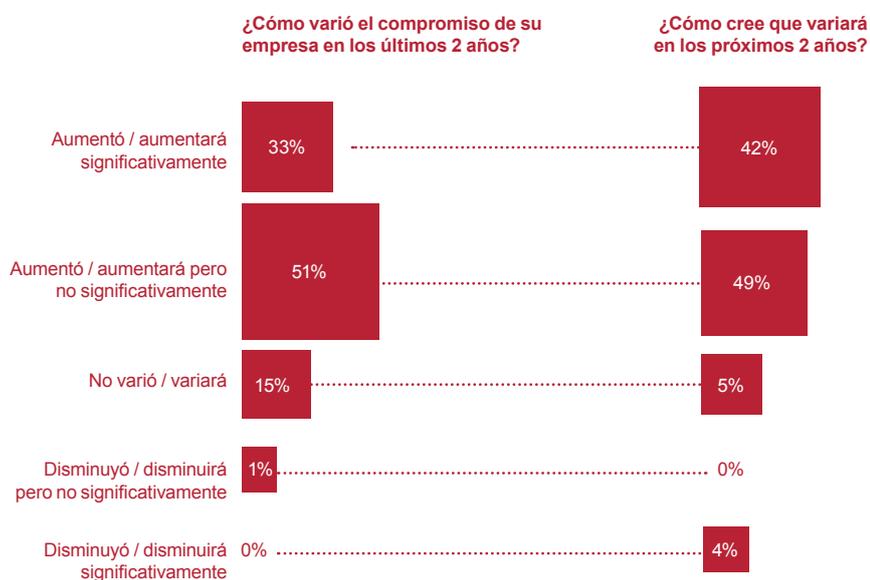
Por otro lado, esta tendencia futura se ve acompañada con la estimación de un aumento en términos de inversión: el 84% aumentó la inversión en materia de sostenibilidad durante los últimos dos años y el 91% tiene previsto hacerlo en el próximo período.

Estas expectativas a nivel local conciben con resultados globales: sobre un total de 2.600 ejecutivos, el 70% estima que su compromiso en términos de gestión e inversión incrementará en un año.⁸

Cuadro 11. En términos de gestión en materia de sostenibilidad



Cuadro 12. En términos de inversión en materia de sostenibilidad



Referencias

¹ Según la publicación Sustainability nears a tipping point del MIT y Boston Consulting Group, año 2012, el 70% de las compañías han incluido a la sustentabilidad en sus agendas de gestión (basado en un relevamiento de más de 4.000 ejecutivos en todo el mundo).

² Según el relevamiento global State of Sustainable Business Poll 2012 de BSR y GlobeScan, en base a 556 participantes internacionales.

³ Según la publicación Sustainability nears a tipping point del MIT y Boston Consulting Group, año 2012, el 70% de las compañías han incluido a la sustentabilidad en sus agendas de gestión (basado en un relevamiento de más de 4.000 ejecutivos en todo el mundo).

⁴ World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). (2010). Vision 2050. The new agenda for business.

⁵ PwC Argentina. (2011). 2° Encuesta sobre Desarrollo Sostenible y RSE en el sector privado en Argentina.

⁶ PwC Argentina. (2012). Jóvenes Líderes + 10 Y.

⁷ J. P. Morgan Social Finance. (2013). Perspectives on Progress. The Impact Investor Survey.

⁸ MIT Sloan Management Review and The Boston Consulting Group. (2013). The Innovation Bottom Line, Research Report.

Agradecimientos

Agradecemos muy especialmente a las más de 100 empresas participantes por el tiempo dedicado al análisis de las preguntas y a la elaboración de las respuestas, así como el apoyo del Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS), y particularmente a Ana Muro (Coordinadora Área RSE) y Leonardo Hernández (Coordinador Área Comunicación).

Finalmente, un agradecimiento a todos aquellos que aportaron su conocimiento y perspectivas durante las etapas de elaboración del cuestionario y del presente documento.

Para comentarios e ideas sobre la 3° Encuesta sobre Desarrollo Sostenible en el sector privado en Argentina, por favor contáctese con nosotros a través de los datos de contacto que figuran a continuación. Su opinión nos permitirá mejorar las próximas ediciones del estudio.

Desarrollo Sostenible - PwC Argentina

PwC ofrece servicios de consultoría, auditoría y asesoramiento impositivo y legal, centrados en la industria, para generar confianza pública y mejorar el valor para los clientes y sus partes interesadas. Más de 180.000 personas en 158 países a lo largo de nuestra red comparten ideas, experiencias y soluciones para desarrollar nuevas perspectivas y brindar asesoramiento práctico.

El departamento Desarrollo Sostenible de PwC Argentina presta servicios de consultoría en las áreas de cambio climático, gestión del medio ambiente, responsabilidad social corporativa, gestión responsable de la cadena de provisión y aseguramiento y reporte de información no financiera.

Para más información sobre Desarrollo Sostenible de PwC Argentina y nuestros servicios, lo invitamos a visitar nuestro micrositio web

www.pwc.com/ar/sustainability

Contactos

Marcelo Iezzi

Desarrollo Sostenible - Associate Partner
marcelo.iezzi@ar.pwc.com

Mariano Spitale

Desarrollo Sostenible – Manager
mariano.spitale@ar.pwc.com

Edición y Diseño

Equipo Desarrollo Sostenible - PwC Argentina

Coordinación general

Inés Perearnau

Colaboración: Alan Van Durme, Ethel Bonnet-Laverge, Josefina Medero

Marketing y Comunicación - PwC Argentina

Carolina Ares, Ángeles Puddu

