

Estudio IBM: Los datos inadecuados dificultan el progreso de los objetivos de ESG en México

-Los ejecutivos mexicanos citan los datos inadecuados (43%) como la barrera principal que retiene el progreso de ESG.

-Casi 5 de cada 10 consumidores encuestados en México perciben que tienen suficiente información para hacer compras ambientalmente sostenibles (46%) o tomar decisiones de empleo (48%).



Ciudad de México, 23 de mayo de 2023 - Un nuevo estudio del IBM Institute for Business Value (IBV), ["El Enigma de los Datos de ESG"](#) realizado a ejecutivos y consumidores a nivel mundial, incluyendo México, reveló que a pesar que la sostenibilidad ambiental sigue siendo una prioridad para los consumidores y los ejecutivos de negocios mexicanos, los datos inadecuados son un desafío clave para ambos grupos cuando se trata de lograr objetivos personales y empresariales relacionados con ESG (Ambiental, Social y Gobernanza por sus siglas en inglés).

El estudio reveló que los ejecutivos encuestados apuntan a los datos inadecuados (43%) como el mayor obstáculo para su progreso en ESG, seguido de barreras regulatorias (41%), estándares incoherentes (24%) y habilidades inadecuadas (35%). Sin la capacidad de acceder, analizar y entender los datos de ESG, las empresas luchan por ofrecer una mayor transparencia al consumidor y cumplir sus expectativas.

El 68% de los ejecutivos encuestados en México creen que los grupos de interés entienden los objetivos y el desempeño de sus organizaciones; sin embargo, alrededor de 5 de cada 10 consumidores encuestados sienten que tienen suficientes datos para hacer compras ambientalmente sostenibles (46%) o tomar decisiones de empleo (48%).

"Cada día más consumidores están eligiendo opciones basadas en evidencias de una mayor sustentabilidad", dijo Jordi Ballesteros, Gerente General de IBM Consulting en México. "Ahora es el momento de actuar. La transparencia y publicación de la información relacionada con ESG es esencial, para ello, las empresas deben romper las barreras asociadas con datos ESG. Independientemente de los objetivos, marcos o métricas con las que una empresa reporta, ESG ofrece pruebas e *insights* que permiten abrir puertas y amplificar el valor del negocio".

Otros hallazgos del estudio incluyen:

Las empresas están invirtiendo en ESG y lo ven como algo bueno para los negocios en México

- El 67% de los ejecutivos encuestados dicen que ESG es central en su estrategia de negocios.
- Casi 3 de cada 4 ejecutivos encuestados (72%) ven ESG como un facilitador de ingresos en lugar de un generador de costos, lo que sugiere que contrario a la opinión popular, ESG y la rentabilidad no se contradicen.
- 75% de los ejecutivos encuestados están de acuerdo o muy de acuerdo en que su organización se enfoca en lograr resultados ESG, no sólo informar lo que es requerido.

El compromiso de los consumidores con la sostenibilidad se ha intensificado en México, pero los consumidores no sienten que tengan suficiente información para tomar decisiones informadas.

- 8 de cada 10 de los consumidores encuestados dicen que la sostenibilidad ambiental (84%) y la responsabilidad social (80%) son muy o extremadamente importantes para ellos.
- Casi la mitad de los encuestados (46%) dice que aumento del costo de vida ha hecho que las decisiones ambientalmente sostenibles sean más difíciles en los últimos 12 meses.
- Casi 5 de cada 10 consumidores encuestados dicen tener información suficiente para hacer inversiones sostenibles y tomar decisiones de ahorro (45%).

Los ejecutivos admiten que sus empresas no han realizado avances significativos hacia los objetivos de ESG, indicando que los desafíos de los datos afectan su capacidad para medir el progreso y satisfacer las demandas de los consumidores en México

- El 95% de los ejecutivos encuestados dicen que sus organizaciones han desarrollado propuestas de ESG; sin embargo, sólo 7% dicen que sus organizaciones han hecho un progreso significativo.
- Más de la mitad de los ejecutivos encuestados (65%) dicen que sus organizaciones luchan para administrar una gran cantidad de datos manuales, mientras que 69% dicen que tienen dificultades para consolidar o manipular los datos.

El estudio resalta a los líderes de ESG, un conjunto de encuestados con mayor madurez en operacionalizar ESG, quienes están viendo mayores ingresos, una mejor rentabilidad y mayor *engagement* de los clientes al acercarse a ESG con transparencia para crear oportunidades estratégicas de negocio. Estos modelos a seguir proporcionan una hoja de ruta para las organizaciones que buscan superar los retos relacionados con los datos y crear un cambio sostenible que incluya automatizar los procesos ESG y las capacidades de creación de reportes para mantener los datos actualizados; aprovechar la IA para obtener *insights* mejorados sobre el desempeño, el análisis prospectivo y el desarrollo de escenarios; alinearse con los socios del ecosistema en las definiciones y estándares de métricas ESG; y establecer de forma proactiva los principios de gobernanza de datos ESG con los grupos de interés.

"Los datos son el alma de ESG. Al operacionalizar los planes ESG, las empresas podrán transformar su información ESG en *insights* predictivos para ayudarles a evaluar su progreso hacia los objetivos definidos y tomar decisiones empresariales informadas para mejorar su impacto ESG de forma continua", dijo Jordi Ballesteros. "Los líderes que entiendan y promuevan activamente ESG podrán impulsar el *engagement*, inspirar la innovación, mejorar las operaciones y alinear a los socios del ecosistema en torno a objetivos estratégicos compartidos".

Para ver el estudio completo, visite: <https://ibm.co/esg-ultimatum>

Metodología del estudio

El IBM Institute for Business Value (IBV) encuestó a 2.500 ejecutivos de 22 industrias y 34 países, profundizando en la estrategia, el enfoque y la operacionalización de ESG de sus organizaciones; los beneficios que esperan de las iniciativas de ESG; y cómo pesan ESG contra otros objetivos de negocio. El IBV también entrevistó a más de 20.000 consumidores en 34 países sobre sus actitudes hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social, y cómo estas creencias influyen en las compras, la inversión y las decisiones de carrera.

Acerca del IBM Institute for Business Value

El IBM Institute for Business Value, el grupo expertos en Thought Leadership de IBM, combina datos de desempeño e investigación global con la experiencia de los principales académicos y pensadores de la industria para ofrecer insights que entregan inteligencia a los líderes empresariales. Para tener acceso a Thought Leadership de clase mundial, visite: www.ibm.com/ibv
