

La mayoría de los líderes empresariales ve la sostenibilidad ambiental como una obligación costosa en lugar de una inversión futura

Los ejecutivos reconocen la urgencia de la acción climática, pero hasta el momento, el impacto sobre el terreno es limitado, ya que carecen de una estrategia global, claridad en los modelos de negocio y una implementación coordinada

Madrid, 11 de noviembre de 2022 – Aunque las organizaciones reconocen la necesidad de la sostenibilidad y la mayoría ha anunciado su compromiso de cero emisiones netas, existe aún una brecha entre la ambición a largo plazo y las acciones concretas a corto plazo, según el nuevo informe del Instituto de Investigación Capgemini, 'Un Mundo en Equilibrio: por qué la ambición de la sostenibilidad no se traduce en acción'. El estudio también destaca que los modelos de negocio para aplicar medidas de sostenibilidad por parte de las empresas se subestiman en gran medida o no se comprenden, mientras que solo el 21% de los ejecutivos cree que están claros.

Para comprender si las empresas se toman suficientemente en serio la necesidad de secundar la sostenibilidad medioambiental y evaluar sus progresos a lo largo de los años, el Instituto de Investigación Capgemini ha realizado la primera edición de un estudio de investigación global anual, encuestando a 2.004 ejecutivos de 668 grandes organizaciones (con ingresos anuales superiores a 1.000 millones de dólares) de 12 países y sectores clave.

Aunque la visión de la sostenibilidad se está integrando en la remodelación de las estrategias empresariales y aunque casi dos tercios (64%) de los ejecutivos afirme que la sostenibilidad está en la agenda de cada uno de los altos ejecutivos de su organización, sigue existiendo una brecha entre la ambición climática y las acciones concretas: menos de la mitad (49%) tiene una lista definida de iniciativas para los próximos tres años, y algo más de un tercio (37%) de los encuestados afirma que su empresa está rediseñando su modelo operativo. En total, el nivel de inversión en iniciativas de sostenibilidad de las empresas con más de 20.000 millones de dólares de ingresos, de media, representa solo el 0,41% de sus ingresos totales, mientras que las empresas más pequeñas (empresas con ingresos de entre 1.000 y 5.000 millones de dólares) están invirtiendo más (una media del 2,81%), en comparación con la media del 4% para el gasto en I+D de las empresas del S&P 500 en 2020¹.

Asimismo, el informe revela que muchas organizaciones carecen de una visión colectiva y coordinación en torno a los esfuerzos de sostenibilidad en todas sus operaciones; y que los distintos equipos todavía

¹ Sather Research, "Gasto en I+D como porcentaje de los ingresos por sector (S&P 500)", marzo de 2021, National Center for Science and Engineering Statistics.



siguen trabajando en silos. Por ejemplo, sólo el 43% de los encuestados afirma que los datos relacionados con la sostenibilidad están disponibles y se comparten con toda la organización, y menos de la mitad (47%) de las empresas contrata activamente nuevos talentos con fuertes competencias en esta materia.

Las expectativas de los empleados y las regulaciones son los principales impulsores de las iniciativas de sostenibilidad

En la actualidad, los principales impulsores de las iniciativas de sostenibilidad son la presión de los empleados actuales y futuros (para el 60% de los ejecutivos) y la necesidad de anticiparse a una normativa futura más estricta (57%): mientras que el 52% de los ejecutivos reconoce estar esperando a que aumenten sus ingresos en el futuro. La mayoría de las empresas se muestran más contenidas porque temen las implicaciones de los costes a corto plazo. De ahí que la sostenibilidad se considere con frecuencia como un centro de costes, en lugar de un centro de valor, especialmente en el contexto del panorama macroeconómico mundial. En este sentido, sólo uno de cada cinco encuestados (21%) cree que el modelo de negocio para la sostenibilidad está claro, mientras que el 53% opina que el coste de llevar a cabo estas iniciativas supera el potencial beneficio². Por el contrario, el informe expone que las organizaciones que dan prioridad a la sostenibilidad ya están superando a las que no lo hacen³.

“Muchas compañías entienden la necesidad de ser sostenible, pero primero deben alinearse con una estrategia clara y establecer objetivos a corto plazo para obtener resultados concretos que permitirá a la sociedad vivir dentro y no más allá de los límites de nuestro planeta”, afirma Cyril Garcia, CEO de Capgemini Invent y miembro del Consejo Ejecutivo del Grupo Capgemini. “Es ahora o nunca, si queremos limitar el calentamiento global a 1,5 °C. El cambio debe venir desde arriba. Necesitamos que las empresas cambien sus modelos de negocio para crear productos y servicios sostenibles. Esto es una inversión a futuro. Con el aumento de la regulación y la presión de la sociedad, que se traducen en un mayor escrutinio por parte de los consumidores y los inversores, las compañías que se están quedando atrás en sus ambiciones de sostenibilidad corren un alto riesgo de ver cómo sus actuales modelos de negocio se vuelven obsoletos o inadecuados en los próximos años. ¿Quién querría dirigir una empresa insostenible?”

Algunas empresas invierten en tecnología para limitar su impacto ambiental

Las empresas son cada vez más conscientes de la huella medioambiental de su tecnología y, por ello, aprovechan las nuevas herramientas para lograr sus objetivos. Más de la mitad (55%) de los ejecutivos afirma que su empresa conoce la cantidad de carbono que emite su tecnología -a través de herramientas digitales, aplicaciones, sistemas informáticos y centros de datos-, y esta proporción alcanza el 63% en la fabricación industrial y el 61% en productos de consumo y energía. Para lograr sus objetivos de sostenibilidad, el 58% de las compañías informa de que ya está utilizando la IA y la automatización, en particular en el sector de la energía (72%); en tanto que la mitad de las organizaciones a nivel mundial

² Esta percepción es especialmente profunda en Estados Unidos (61% de los ejecutivos encuestados) y en el sector minorista (65%), mientras que sólo el 37% de los ejecutivos de la sanidad y las ciencias de la vida opina del mismo modo.

³ De 2020 a 2021, el 11% de las compañías más avanzadas en sostenibilidad o “pioneras” obtuvo un 83% más de ingresos por empleado en comparación con la media, mientras que el 26% menos avanzadas estaban un 13% por debajo de la media. Los “pioneros” también obtuvieron un margen de beneficio neto un 9% mayor que la media durante el mismo periodo. Esto no demuestra que la sostenibilidad conduzca directamente a la rentabilidad, pero pone de manifiesto que no es necesariamente una fuga financiera y que las organizaciones pueden ser financieramente avanzadas y sostenibles al mismo tiempo. Los “pioneros” han puesto en marcha, por ejemplo, medidas que benefician tanto en el plano financiero como en el de la sostenibilidad, como sistemas inteligentes para reducir el consumo de energía, planes de reducción de residuos o el fomento del teletrabajo para reducir las emisiones. Los “pioneros” se definen como empresas que demuestran mayor madurez en 1) los procesos de la cadena de valor, incluidos el abastecimiento, la I+D/diseño de productos/innovación, la fabricación y la logística; 2) la forma en que consiguen que su plantilla se comprometa con sus visiones de sostenibilidad y 3) el uso de la tecnología para la sostenibilidad.



(54%) declara que ya está invirtiendo en tecnologías digitales como AR/VR, o herramientas de colaboración, para reducir los viajes de negocio de los empleados.

Metodología:

Para esta investigación, el Instituto de Investigación Capgemini realizó una encuesta a 2.004 personas de 668 organizaciones con unos ingresos anuales superiores a 1.000 millones de dólares. El 50% de los ejecutivos tenía funciones corporativas (por ejemplo, estrategia, sostenibilidad, ventas y marketing, contabilidad y finanzas, TI, operaciones) y el otro 50% funciones relacionadas con la cadena de valor (como por ejemplo, innovación/I+D, diseño y desarrollo de productos, abastecimiento y compras, cadena de suministro y logística, fabricación y producción). Estas organizaciones tienen su sede en 12 países (Australia, Canadá, Francia, Alemania, India, Italia, Japón, Países Bajos, España, Suecia, Reino Unido, EE. UU.) y operan en sectores clave como Aeroespacio y Defensa, Automoción, Productos de Consumo y Retail, Energía, Servicios Financieros, Salud y Ciencias de la Vida, Fabricación Industrial, Telecomunicaciones, Utilities, y Sector Público/Gobierno. El alcance de la investigación se ha centrado en prácticas e iniciativas dentro de la sostenibilidad medioambiental y no incluye los aspectos sociales de la sostenibilidad.

Para acceder al informe, haga clic [aquí](#).

Acerca de Capgemini

Capgemini es un líder mundial que acompaña a las empresas para transformar y gestionar su negocio aprovechando el poder de la tecnología. El Grupo se guía cada día por su propósito de liberar la energía humana a través de la tecnología para construir un futuro inclusivo y sostenible. Es una organización responsable y diversa que cuenta con más de 350.000 profesionales en más de 50 países. Con una sólida trayectoria de 55 años y su gran conocimiento sectorial, Capgemini es reconocida por sus clientes por la capacidad de respuesta a las necesidades de su negocio, desde la estrategia y el diseño hasta la gestión de operaciones, todo ello impulsado por la innovación en áreas como el Cloud, los datos, la IA, la conectividad, el software y las plataformas y entornos digitales. En 2021, el Grupo registró unos ingresos globales de 18.000 millones de euros.

Get The Future You Want | www.capgemini.com/es-es/

Acerca del Instituto de Investigación Capgemini

El Instituto de Investigación Capgemini es el grupo de expertos interno de Capgemini sobre todo lo digital. El Instituto publica investigaciones sobre el impacto de las tecnologías digitales en las grandes empresas tradicionales. El equipo se basa en la red mundial de expertos de Capgemini y trabaja en estrecha colaboración con socios académicos y tecnológicos. El Instituto cuenta con centros de investigación dedicados en India, Singapur, Reino Unido y Estados Unidos. Recientemente, ocupó el puesto número 1 en el mundo por la calidad de sus investigaciones realizadas por analistas independientes. Visítanos en <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>