

## **Empresas deben tomar medidas en materia de ESG o perderán clientes, según estudio de SEC Newgate**

- *Un nuevo estudio muestra un fuerte aumento en el interés público en asuntos relacionados con el medio ambiente, la sociedad y la gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).*
- *La mayoría considera crucial que las empresas tomen medidas para abordar su impacto en las personas y el planeta, y que se pronuncien sobre temas que afectan a sus clientes y empleados.*
- *A nivel mundial, la población reconoce que las corporaciones están respondiendo a estas preocupaciones, pero sienten que aún hay mucho por hacer y desean que aceleren su compromiso.*
- *Los resultados de la investigación ofrecen una orientación clara sobre qué tipos de acciones están resonando positivamente con el público.*

**Milán, 11 de octubre de 2023.** – Una reciente investigación realizada en Colombia, Reino Unido, Estados Unidos, Australia, Italia, Hong Kong, Singapur, Emiratos Árabes Unidos, Alemania, Francia, Polonia y España advirtió a líderes empresariales que deben tomar acciones en temas ambientales, sociales y de buen gobierno (ESG, por las siglas en inglés del término *Environmental, Social, and Governmental*) o de lo contrario, su falta de esfuerzos, acción y silencio, podría tener como consecuencia la pérdida de clientes para sus empresas.

Durante el tercer informe anual del [Monitor ESG realizado por SEC Newgate\\*](#), el grupo global de comunicación estratégica, gestión de reputación e investigación, reveló un fuerte aumento en el interés comunitario en materia de ESG a pesar de las preocupaciones económicas que afectan el costo de vida de millones de personas.

La investigación sugirió que se llegó a un punto crítico, lo que significa que ya no se puede cuestionar la necesidad de que las empresas tomen acciones genuinas para abordar los impactos que tienen en las personas y en el planeta. Algunos de los hallazgos principales incluyeron los siguientes puntos:

- El 67% calificó su interés en temas ESG en 7 o más de 10, en comparación con el 56% en 2022.
- El 77% estuvo de acuerdo en que es importante que las empresas tomen medidas en temas ESG.
- El 71% estuvo de acuerdo en que las empresas deberían expresarse sobre asuntos importantes para sus empleados y clientes.

Al respecto, Fiorenzo Tagliabue, Director Ejecutivo del Grupo SEC Newgate, declaró: *"Sabemos que algunas empresas prefieren no hacer públicas sus acciones debido a temores de ser acusadas de 'woke' (término que en inglés significa "despierto", pero usado como una expresión de insulto o halago para referirse a políticas de corte progresista). La tendencia clara que observamos en los primeros dos informes, y que se confirma en el Monitor ESG de 2023, es que a las personas les importa profundamente y esperan que las*

*empresas muestren liderazgo en la entrega de resultados positivos en términos ambientales y sociales de sus operaciones”.*

El CEO de SEC Newgate agregó: *"El público quiere acciones y que las empresas hablen sobre lo que están haciendo. Consideran que ser un director ejecutivo implica actuar como un líder y evitar expresar una opinión sobre temas importantes para sus clientes y empleados, ya no es una opción".*

El estudio muestra algunas diferencias significativas por generación, siendo los Millennials mucho más propensos a considerar los temas ambientales y sociales en sus decisiones.

Por ejemplo, cuando se trata de las inversiones que eligen, el 57% de los millennials considera que los temas relacionados con el medio ambiente, la responsabilidad social y gobierno (ESG) son de importancia 7 o más en una escala de 10, mientras que sólo el 47% de los baby boomers comparte esta opinión. Cuando se trata de evaluar un trabajo con un nuevo empleador, el 58% de los millennials califica los temas de ESG con una importancia de 7 o más, en contraste con el 39% de los baby boomers que lo hacen.

De manera optimista, los resultados de la encuesta revelaron que la comunidad percibe que las empresas en la mayoría de las industrias y países están respondiendo y tomando medidas.

Sin embargo, persiste la desconfianza sobre si las empresas están completamente comprometidas en abordar los asuntos relacionados. Los encuestados critican a las empresas por su deficiente gestión ambiental, que incluye el uso excesivo de plástico y la explotación de los trabajadores. También señalan que algunas empresas priorizan las ganancias excesivas sobre el bienestar de los clientes y la comunidad. Además, reprochan la lenta transición hacia prácticas más sostenibles.

Los encuestados señalaron que quieren ver que las empresas muestren un esfuerzo real, incluso si no lo hacen perfectamente desde el principio, y que consideren cómo pueden aumentar su impacto colaborando con otras organizaciones y empoderando a los miembros de la comunidad. Prefieren que las empresas integren estos problemas en su forma de operar en lugar de cobrar un costo adicional por ellos:

- El 69% estuvo de acuerdo en que las empresas pueden ser rentables y, al mismo tiempo, desempeñarse bien en temas ESG.
- El 64% estuvo de acuerdo en que las empresas no deben trasladar el costo de un mejor desempeño en temas ESG a sus clientes.

La investigación también reveló que casi 7 de cada 10 consumidores de todo el mundo (68%) está de acuerdo en que las empresas deben comunicar de manera más clara los resultados de sus esfuerzos en temas ESG para los consumidores e inversores, además,

un porcentaje similar (69%) muestra un fuerte interés en que esta información se presente de manera consistente, presumiblemente para que sea más fácil de entender.

A pesar de su marcado interés en los asuntos relacionados con temas sociales y ambientales, apenas un 6% de las personas afirma buscar con regularidad información o investigar sobre las actividades o el desempeño en estos aspectos de una empresa. Además, un abrumador 89% indican que no confían, o al menos tienen dudas, sobre la veracidad de las afirmaciones que hacen las empresas acerca de sus actividades o desempeño en estas áreas.

Sue Vercoe, Directora General de Investigación de SEC Newgate y Socia de SEC Newgate Australia, dijo: *"Está claro que una estrategia efectiva es fundamental para la reputación en estos días. Los consumidores esperan una auténtica responsabilidad corporativa y que la presión financiera en torno al costo de vida no afecte esas expectativas"*.

Vercoe agregó que: *"Lo primero que debían hacer las empresas era analizar detenidamente sus impactos en las personas y el planeta. En cuanto a las comunicaciones, deben centrarse en las acciones en ESG que más importan a los clientes"*.

La Directora de SEC Newgate finalizó: *"También deben elegir temas en los que tengan credibilidad para hablar. Las personas llevan vidas ocupadas y puede ser un desafío destacar y ser creíble. Nuestra investigación muestra que hay un camino a seguir"*.

El público también cree que los gobiernos pueden hacer más para introducir y aplicar mejores regulaciones en torno al marketing ambiental (70% estuvo de acuerdo), lo que ayudaría a garantizar un campo de juego nivelado.

Sin embargo, algunos países se mostraron menos preocupados por la intervención gubernamental que otros. Colombia (79%) e Italia (75%) encabezaron la lista de países cuyos residentes opinan que los gobiernos pueden llevar a cabo más regulaciones para respaldar los problemas ESG, mientras que esta cifra bajaba al 56% en Alemania.

Fiorenzo Tagliabue, CEO del Grupo SEC Newgate, agregó: *"En general, está claro por nuestra investigación que las expectativas de los consumidores han cambiado y la comunidad global ahora espera que las organizaciones piensen en sus impactos en el planeta y las personas desde el principio. Los empleadores también tienen que responder a las diferencias generacionales y nacionales al comunicar en material de ESG. La buena noticia es que el apoyo de la comunidad a las agendas ESG continúan creciendo y ahora hay una multitud de organizaciones con las que las empresas pueden asociarse para mejorar sus credenciales en ESG y comunicar estas iniciativas de manera más impactante"*.

En otros hallazgos de la investigación del Monitor ESG:

- En todo el mundo, el top tres de problemas "más importantes" son:

1. Abordar el aumento del costo de vida (el 37% lo calificaba como uno de los tres problemas principales).
2. Garantizar una atención médica de calidad y asequible para todos (30%).
3. Fortalecer la economía (25%).
  - Los Millennials fueron más optimistas sobre el futuro de su país que los baby boomers.

###

#### **Notas para editores:**

Contacto de medios: [groupcomms@secnewgate.co.uk](mailto:groupcomms@secnewgate.co.uk)

#### ***\*Cómo se realizó la investigación***

Los participantes fueron obtenidos del proveedor global de paneles PureProfile, con cuestionarios traducidos y completados en Colombia, Francia, Alemania, Hong Kong SAR (SAR, por sus siglas en inglés, se refiere la Región Administrativa Especial de China), Italia, Polonia, España y Emiratos Árabes Unidos (EAU). La investigación se llevó a cabo a fines de julio y principios de agosto de 2023.

Se establecieron cuotas por edad, género y ubicación para garantizar una muestra representativa a nivel nacional de ciudadanos mayores de 18 años, y los resultados finales se ponderaron por las proporciones reales de edad y género dentro de cada país o territorio. Para los resultados "totales", cada país tiene igual ponderación.

La investigación completa está disponible bajo petición.

#### **Acerca del Grupo SEC Newgate:**

SEC Newgate es un grupo global de comunicaciones estratégicas y gestión de reputación impulsado por insights e investigación, con sede en Milán, Italia. Opera en la intersección de los negocios, la política, las comunidades, los mercados y los medios para brindar resultados positivos a clientes y comunidades en un mundo conectado, donde las empresas necesitan cada vez más socios de comunicación con raíces locales sólidas, alcance global y un verdadero espíritu emprendedor, impulsado por personas talentosas.

El equipo de SEC Newgate opera de manera fluida en cinco continentes, ayudando a los clientes a demostrar claramente su propósito y valor, brindando asesoramiento y apoyo las 24 horas del día, implementando campañas a nivel local, nacional e internacional.

Más información está disponible en el sitio web del Grupo: [www.secnewgate.com](http://www.secnewgate.com)

Sigue a SEC Newgate en [LinkedIn](#) / [Twitter](#) / [Instagram](#)

#### **Sobre [another](#)**

Fundada en 2004 por Jaspar Eyears y Rodrigo Peñafiel, **another** es una agencia independiente que tiene como objetivo revolucionar la comunicación estratégica por medio de campañas poderosas y efectivas, para posicionar diversas marcas frente a sus audiencias. **another** brinda servicios integrados como relaciones públicas, comunicación digital, influencer marketing, social media, branding, content & inbound marketing, creatividad y diseño, Investigación e inteligencia de mercado y experiencias de marca. La agencia opera bajo unidades de negocio especializadas clasificadas en moda, belleza, estilo de vida, consumo masivo, tecnología, lujo, cultura, entretenimiento, salud y bienestar, turismo y corporativo. **another** forma parte de Constellation Global Network y PRORP, y ha sido reconocida con diversos premios como los SABRE Awards y los Latin American Excellence Awards. Posee oficinas en México (Casa another en Ciudad de México), Argentina (Buenos Aires), Brasil (São Paulo), Chile (Santiago), Colombia (Bogotá), Estados Unidos (FL), Panamá (Ciudad de Panamá) y Perú (Lima), con alcance en Bolivia, Canadá, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, Paraguay,



Puerto Rico, República Dominicana, Trinidad y Tobago, Uruguay y Europa.

Para más información visita [another.co](https://another.co) y síguelos en sus redes sociales: [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#) y [LinkedIn](#).