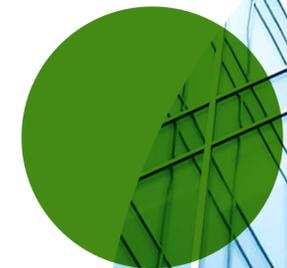


forética



INFORME FORÉTICA 2022
SOSTENIBILIDAD, LA VISIÓN
ANTE UN FUTURO INCIERTO



ÍNDICE

03

Presentación y agradecimientos

04

Resumen ejecutivo

08

Política & Regulación. Entropía sostenible

- Evolución del comply or explain al comply & obey
- Del palo y la zanahoria: los planes de estímulo generan oportunidades
- El futuro: Geopolítica. Visión 2050

16

Mercado y empresa

- Sostenibilidad y competitividad, tándem virtuoso
- ESG y los elementos de ventaja competitiva

32

El consumidor consciente

- Dejando huella: el ciudadano consciente se preocupa por su entorno
- La sostenibilidad se antepone al mercado
- Gobernanza y aspectos sociales superan en importancia a los aspectos ambientales a ojos de la ciudadanía
- El consumo responsable se consolida y gana coherencia

40

Conclusión

PRESENTACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Título:

Informe Forética 2022: Sostenibilidad, la visión ante un futuro incierto

Junio 2022

Dirección del estudio: Jaime Silos

Autores de la publicación:

Jaime Silos, Ricardo Trujillo, Clara Jiménez-Becerril y Marta Cámara

Equipo técnico y de comunicación: Germán Granda, Ana Herrero, Natalia Montero, Pablo Rodríguez y Rocío Buendía

Diseño y maquetación:

Sprint Final, S.A.

ISBN: 978-84-09-42330-9

Copyright: © Forética es la propietaria del contenido de este documento y tiene reservados todos los derechos de traducción y/o reproducción total o parcial de la publicación por cualquier medio, que ha de realizarse citando siempre a la organización como fuente.

Forética ha desarrollado este documento únicamente en formato digital como parte de su compromiso de reducción de la utilización de papel. Antes de imprimirlo, asegúrese de que es necesario hacerlo. Protejamos el medio ambiente.

SOBRE FORÉTICA:

Forética es la organización referente en sostenibilidad y responsabilidad social empresarial en España. Su misión es integrar los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de empresas y organizaciones. Actualmente está formada por más de 200 socios.

Forética es el representante del [World Business Council for Sustainable Development \(WBCSD\)](#) en España y lidera el Consejo Empresarial Español para el Desarrollo Sostenible, compuesto por Presidentes y CEOs de las principales empresas españolas. Además, en Europa, Forética es partner nacional de CSR Europe, y forma parte del Consejo Estatal de RSE en España.

Forética nació en el año 1999. Posteriormente lanzó la [Norma SGE 21](#), primer sistema de gestión ética y socialmente responsable. A día de hoy, más de 150 empresas y organizaciones están certificadas con la Norma en España y Latinoamérica.



Más información en www.foretica.org

SOBRE EL INFORME FORÉTICA:

El Informe Forética es el estudio de referencia en España en materia de sostenibilidad. Desde su primera edición en 2002, Forética da seguimiento a las tendencias empresariales y ciudadanas en la adopción de prácticas responsables ante la sociedad y el medio ambiente.

El Informe Forética analiza las mega tendencias y los tres pilares del desarrollo de la sostenibilidad, gobierno y reguladores, empresas y consumidores. Para ello analiza fuentes públicas y desarrolla un estudio de mercado ad-hoc a un panel de ciudadanos.

RESUMEN EJECUTIVO





Esta nueva entrega del Informe Forética toma el pulso a la salud y el potencial de la agenda ESG en un momento crítico. Desde nuestra última edición en 2018, la sostenibilidad ha superado una segunda crisis sistémica -la de la pandemia de la COVID-19 - de la que, como se aprecia en este informe, ha salido reforzada. Sin embargo, 2022 ha traído una nueva fuente de preocupación que, sin duda, impactará en el desarrollo futuro de la agenda de desarrollo sostenible, como es la geopolítica. La guerra en Ucrania, el primer conflicto armado en el corazón de Europa en décadas, pone punto y final a la posguerra fría y supone la punta del iceberg de un enfrentamiento entre dos modelos distintos de sociedad en la que los derecho y libertades, la democracia, la igualdad de oportunidades, la protección de la naturaleza y el entorno -todos ellos pilares fundamentales de la agenda de desarrollo sostenible- parecen estar en juego. En este sentido, el desarrollo de las políticas ESG se enfrenta a un fuego cruzado en este choque de visiones. Ante el gran número de incógnitas que suscita el contexto actual, el Informe Forética 2022 mostrará que la sostenibilidad ha superado un punto de no retorno y que se encuentra en su mejor momento para afrontar esta nueva amenaza. Para ello analizará el estado de desarrollo y las perspectivas a futuro en sus tres ejes fundamentales de impulso. El entorno regulatorio, la actividad empresarial y la visión ciudadana.

POLÍTICA & REGULACIÓN. ENTROPÍA SOSTENIBLE

EVOLUCIÓN DEL COMPLY OR EXPLAIN AL COMPLY & OBEY

- La era de la voluntariedad como fundamento de la sostenibilidad ha llegado a su fin.
- La agenda de gobernanza se encuentra bien cimentada sobre **grandes consensos** a nivel internacional.
- Europa se posiciona como **líder en la integración y desarrollo** de instrumentos legislativos ESG.
- Este nuevo paradigma conlleva la aparición de **nuevas oportunidades** para el sector privado y, de manera simultánea, acuciantes retos que se deben afrontar.

DEL PALO Y LA ZANAHORIA: LOS PLANES DE ESTÍMULO GENERAN OPORTUNIDADES

- Los planes de estímulo implantados por los distintos gobiernos a nivel global están teniendo un **“efecto push”** en la transformación hacia unas economías más sostenibles.
- El **volumen global** de estos planes de estímulo y compromisos de inversión en respuesta a la crisis de la COVID-19 supera los **16 billones de euros, en torno al 18% del PIB mundial**.

EL FUTURO: GEOPOLÍTICA. VISIÓN 2050

- La geopolítica reaparece en el ámbito de las relaciones internacionales como **disruptor**.
- El impacto del conflicto en Ucrania plantea **riesgos**, pero también **aceleradores** para la agenda de sostenibilidad.
- Seguridad energética, migración descontrolada y un mayor foco gubernamental en la defensa, pueden **frenar el avance** de los programas de sostenibilidad.
- La demanda de activos resilientes en los mercados, el rol de las energías renovables en la lucha por la independencia energética, la economía circular frente al coste y acceso a las materias primas y el rediseño de las cadenas de suministro pueden suponer un **acelerador de la sostenibilidad en el medio plazo**.

MERCADO Y EMPRESA

SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD, TÁNDEM VIRTUOSO

- Los **países más competitivos** del mundo tienden a ser los **más sostenibles**.
- Los **incrementos en competitividad** conducen a mejoras en el **desempeño en ODS** en los años subsiguientes.
- Los desequilibrios generados por la pandemia no han roto **la correlación entre sostenibilidad y competitividad**. La relación entre ambas se ha reforzado.
- Los **activos ESG** han tenido un mejor desempeño financiero durante los últimos cinco años, tanto por mejoras en la rentabilidad como por una reducción del riesgo.
- Las **primas de sostenibilidad** se mantienen en niveles elevados. A nivel global, los mercados pagan un 14% más por una compañía sostenible comparado con una compañía con desempeño mediocre en ESG. España uno de los países con mejor desempeño empresarial en ESG. La contribución de compañías líderes a la bolsa mundial es más del doble que la media global. A nivel de cadena de suministro las empresas españolas se encuentran también entre las líderes a nivel mundial con unas calificaciones superiores en un 12% a la media global.

ESG Y LOS ELEMENTOS DE VENTAJA COMPETITIVA

Capital humano: el propósito

- Las empresas mejor valoradas por la satisfacción de sus empleados y su capacidad de atraer talento (y por tanto las más competitivas), tienen puntuaciones en ESG hasta un 14% superiores al del resto.
- El mundo del trabajo se encuentra en un momento de **plena transformación**, donde las variables ESG toman más protagonismo que nunca.
- Esta transición hacia un nuevo modelo de trabajo se vertebra en **tres ejes principales**: una mayor exigencia en la demanda, la -cada vez mayor- escasez del talento y, el rápido crecimiento de los empleos verdes.
- Cada vez se prioriza más el **propósito** por encima de otras variables a la hora de elegir un trabajo u otro, se pone el foco en aquellos empleos que proporcionan una mayor satisfacción vital.

Marcas con impacto: Los factores clave para crecer en relevancia

- La **confianza de los consumidores**, difícil de ganar y fácil de perder. Solo un 32% de ellos confían en los compromisos de las marcas.
- Esta mayor confianza en las empresas conlleva un **incremento de las expectativas** de los consumidores respecto al comportamiento de estas, cada vez se les exige más.
- Los **atributos ESG** se han convertido en un ingrediente fundamental para la construcción de marca, cada vez son más los consumidores que consideran la sostenibilidad de un producto a la hora de elegirlo.
- Un 58% de los consumidores está dispuesto a apoyar a las marcas en función de sus creencias y valores, buscan marcas comprometidas, que le hagan la vida más fácil y que cumplan lo que prometen.

ESG como factor de elegibilidad en los mercados de capital

- La **inversión sostenible** supera los 35 billones de dólares, más del 40% del PIB mundial.
- Los **fondos ESG** muestran una mayor resiliencia que los tradicionales con caídas sensiblemente inferiores al resto del mercado.
- La **emisión de deuda sostenible** sigue creciendo de manera exponencial. Los bonos sostenibles superaron por primera vez el billón de dólares en 2022.
- Los aspectos ESG siguen avanzando en la agenda del **activismo accionarial**. El número de propuestas de accionistas ESG, de resoluciones finalmente votadas y el porcentaje de apoyo a las mismas siguen creciendo año tras año.
- Crece la sostenibilidad como factor a la hora de diseñar operaciones de **fusiones, adquisiciones y reestructuraciones**.

Los retos ESG en las cadenas de aprovisionamiento

- Las compañías hacen frente a un número creciente de retos que empujan al **rediseño de las cadenas de suministro** con foco ESG. La regulación en debida diligencia pondrá el foco de la sostenibilidad en los procesos de compra.
- Las compañías muestran un **gap significativo** en su desempeño ESG entre sus operaciones y las de su cadena de proveedores.
- Es necesario **acelerar** los programas de **sostenibilidad** en la función de **aprovisionamiento**. Al ritmo actual, una compañía necesitaría 43 años para alcanzar todos los requisitos evaluados por Ecovadis.

EL CONSUMIDOR CONSCIENTE

- Dejando huella: Las prioridades del ciudadano de cara a valorar su éxito en la vida tienen como foco **dejar una huella positiva** en su entorno.
- Los atributos de sostenibilidad por primera vez superan a los de mercado a la hora de valorar una “buena empresa”. Dos de cada tres ciudadanos consideran que un **comportamiento responsable** debe ser totalmente **prioritario**.
- Los aspectos de integridad y gobernanza (**G**) y los sociales (**S**), pesan más que los ambientales (**E**) a ojos del ciudadano.
- El **consumo responsable** se consolida y gana coherencia. Ocho de cada diez consumidores optarían por un producto en igualdad de condiciones comerciales. Uno de cada dos estaría dispuesto a pagar una prima del 10% por un producto con garantías en materia ESG. La discriminación negativa, sigue siendo la práctica más extendida del consumo responsable.
- Las principales **barreras al consumo responsable** son la falta de información, la capacidad adquisitiva, y la poca claridad en el etiquetado. Tan solo el 24% de los consumidores considera los mensajes de sostenibilidad de producto bastante o muy creíbles.
- El gran consumo es el sector más expuesto a **discriminación de consumo**. El formato de punto de venta es más determinante que la marca o la categoría de producto a la hora de activar el consumo responsable.



POLÍTICA & REGULACIÓN. ENTROPÍA SOSTENIBLE



La agenda pública de la sostenibilidad ha crecido en importancia y presencia desde el último Informe Forética publicado en 2018. Entender cómo ha evolucionado, cuáles son sus circunstancias y características, así como analizar este desarrollo en clave de futuro, es necesario para comprender cómo la sostenibilidad se ha situado en el centro estratégico de las empresas.

El desembarco del regulador ha sido uno de los fenómenos que mayor impacto ha tenido en la evolución de la sostenibilidad en los últimos años. En esta sección, analizaremos las claves para entender el presente y el futuro de la regulación en materia ESG.

EVOLUCIÓN DEL COMPLY OR EXPLAIN AL COMPLY & OBEY

La era de la voluntariedad como fundamento de la sostenibilidad ha llegado a su fin. Más de 400 regulaciones¹ de distintos ámbitos han aparecido a nivel mundial desde 2018 (más que en la suma de los ocho años anteriores), en especial provenientes de entidades del ámbito estatal.

El papel de los reguladores y legisladores ha ido aumentando en número y protagonismo y ocupa ya grandes espacios en la sostenibilidad, desde el reporte y la rendición de cuentas, a los objetivos y acciones en la lucha contra el cambio climático, sin olvidar los mercados financieros o el gobierno corporativo.

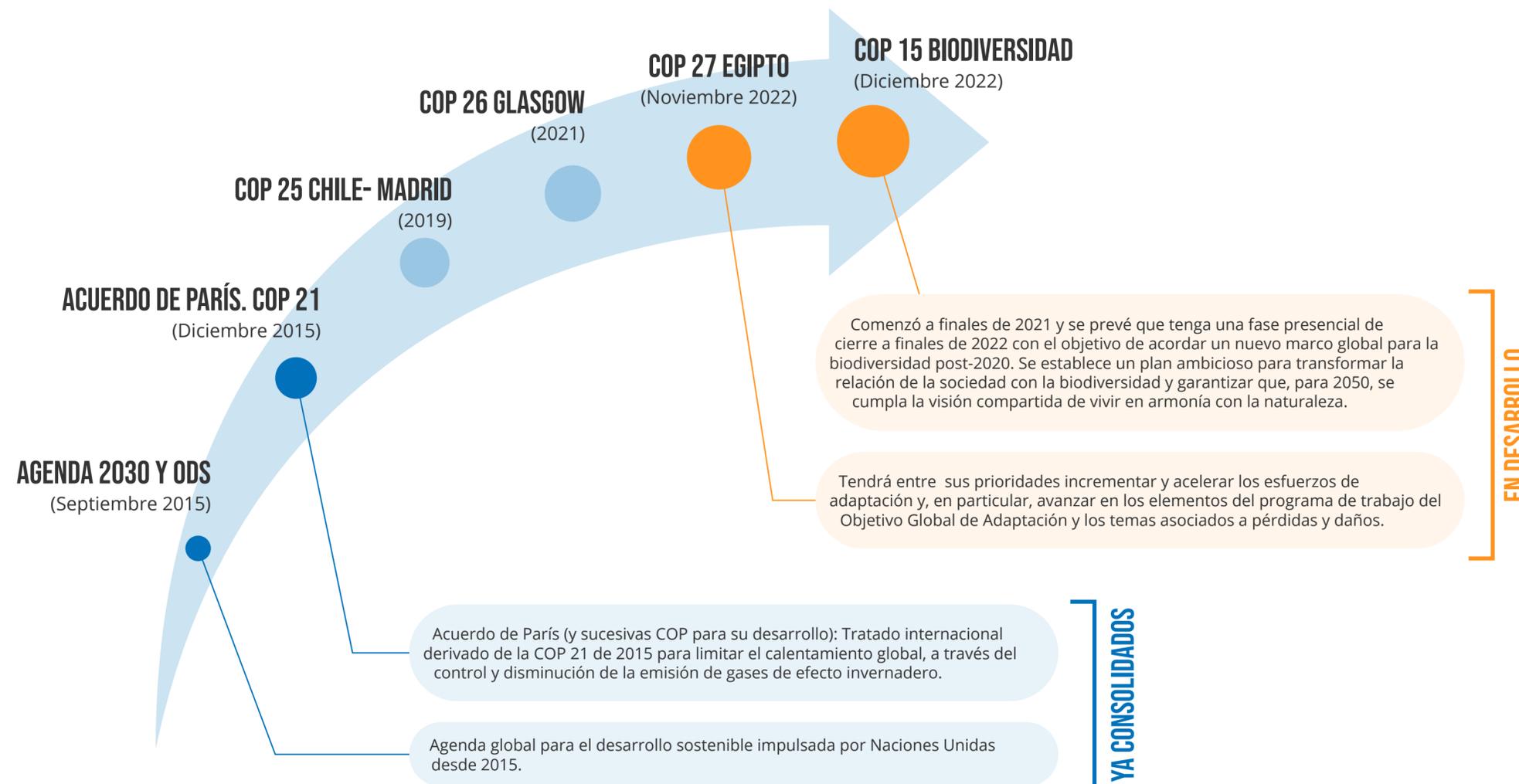
Este fenómeno se sustancia en dos fases, en la primera se crean los grandes consensos globales, en la segunda se articulan, de manera prioritariamente regional, los instrumentos específicos que miden el compromiso real en cada uno de los ámbitos:

Primera etapa: La creación de grandes consensos en sostenibilidad

La visión política y regulatoria de la agenda de sostenibilidad, se fundamenta sobre un conjunto de grandes acuerdos globales que

articulan el marco de acción y las prioridades en sostenibilidad, tanto desde el punto de vista público como para el sector empresarial.

Los marcos más relevantes son:



Fuente: Forética

¹ Who will regulate ESG? (2022). MSCI.

Segunda etapa: Los instrumentos de acción para la sostenibilidad empresarial

Los instrumentos específicos puestos en marcha miden el nivel de ambición y acción establecida por cada uno de los *players* internacionales en la ejecución de los marcos globales previamente acordados.

Este tipo de instrumentos acompañan la rápida evolución de los marcos globales, y están experimentando una evolución significativa, incorporando importantes elementos de transversalidad -se regulan cada vez más aspectos- y de mayor grado de exigencia del marco normativo -disposiciones de obligado cumplimiento y régimen sancionador.

Este desarrollo de instrumentos específicos, un fenómeno global, tiene mayor relevancia en los países más desarrollados y viene caracterizado por un marcado liderazgo europeo, especialmente en los ámbitos ambientales:

	E	S	G
GLOBAL	Protocolo de Kyoto Mercados de carbono Acuerdo de París	Convenios OIT Líneas Directrices OCDE Principios Rectores Naciones Unidas	Impuesto mínimo de sociedades International Sustainability Standards Board - IFRS Foundation
UE	Impuesto transfronterizo al carbono Test estrés climático en sector financiero Taxonomía ambiental	Normativa europea de debida diligencia Propuesta de Directiva sobre brecha salarial de género Taxonomía social	Directiva del Consejo sobre el establecimiento de un nivel mínimo global de imposición para los grupos multinacionales en la Unión Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad (CSRD)

Fuente: Forética

Desde la perspectiva ambiental:

Desde la perspectiva global, el instrumento más relevante ha sido el comercio de emisiones y los mercados de carbono derivados del protocolo de Kyoto y renovados en el Acuerdo de París. Dentro de este nuevo marco, cada país tiene potestad para establecer sus reglas específicas.

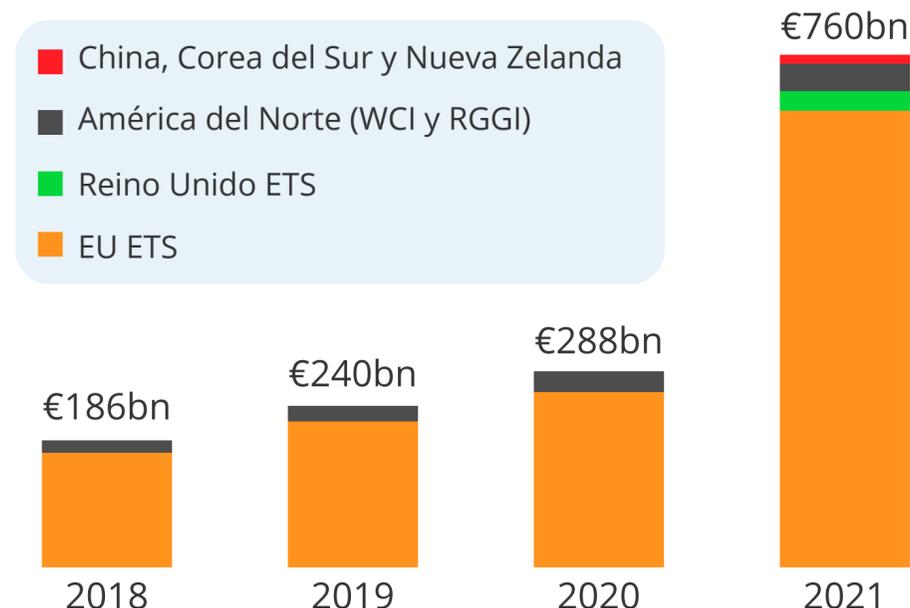
El mercado más consolidado es el europeo EU ETS, con gran diferencia a mucha distancia de otros como los de América del Norte (WCI, entre California y Quebec, y RGGI entre otros estados) y los más recientes de China y Reino Unido. Se trata de un sistema en gran expansión, en 2021 el valor total de los derechos de emisión² en millones de euros, casi ha triplicado la cifra del año anterior.

Desde la perspectiva europea, se configura como un mecanismo central para alcanzar los compromisos de neutralidad climática para 2050, aportando de esta manera el 90% del volumen de activos de carbono del mercado mundial en la actualidad.

El compromiso europeo de liderazgo se va a reforzar en el medio plazo con otros mecanismos como el impuesto transfronterizo al carbono establecido en el marco del Pacto Verde³, técnicamente denominado CBAM (*Carbon Border Adjustment Mechanism*).

El objetivo de este instrumento es tratar de igualar el precio del carbono entre los productos nacionales y las importaciones de terceros países, garantizando que los objetivos climáticos de la UE no se vean socavados por la reubicación de la producción en países con políticas menos ambiciosas en clima.

MERCADOS MUNDIALES DE CARBONO. VALOR TOTAL POR REGIÓN Y AÑO



Fuente: Refinitiv y Forética

Este sistema, entrará parcialmente en vigor en 2023 (totalmente en 2026) y afectará especialmente a sectores intensivos en carbono como el cemento, hierro y acero, aluminio, fertilizantes y electricidad. Cálculos anteriores al fenómeno inflacionario post-COVID-19 y derivados del conflicto bélico en Ucrania estimaban que, para estos sectores, las operaciones en los países de mayor intensidad de carbono, como China, India o Rusia, podrían suponer un incremento de los costes de entre 15% y 30%⁴. Desde entonces, el precio del CO2 en el mercado europeo se ha incrementado en más de un 40%, lo que amplificaría aún más el encarecimiento de las materias primas.

También se está construyendo un sistema de **taxonomía ambiental**⁵, encaminado a favorecer, a través de la transparencia, los flujos financieros y de inversión hacia actividades ambientalmente sostenibles.

Desde la perspectiva social:

A nivel global el foco está puesto en la lucha contra la desigualdad y, especialmente, en el fortalecimiento del sistema internacional de protección de los derechos humanos, contribuyendo a una mayor protección de los más vulnerables, especialmente en el entorno laboral.

Desde Europa nuevamente la acción se aborda de manera más decidida. Para ello se está creando un modelo europeo de debida diligencia⁶ -integrando aspectos no sólo de derechos humanos, sino también ambientales- que, además de fortalecer las medidas que necesariamente deben abordar las empresas en su cadena de valor, eleva y clarifica el nivel de responsabilidad en este ámbito, incluyendo al Consejo de Administración.

La UE también lidera otros ámbitos de la "S". La transparencia y canalización de la financiación sostenible a través de la taxonomía social, o la Directiva sobre brecha salarial⁷, estableciendo medidas vinculantes sobre transparencia salarial y sistemas retributivos, son buenos ejemplos de ello.

² Carbon trading: exponential growth on record high. (Febrero, 2022). Refinitiv.

³ Carbon Border Adjustment Mechanism. Comisión Europea.

⁴ The EU's Carbon Border Tax Will Redefine Global Value Chains. (2021) BCG.

⁵ EU Taxonomy for sustainable activities. Comisión Europea.

⁶ Corporate Sustainability Due Diligence Directive Proposal. Forética.

⁷ Propuesta de Directiva sobre brecha salarial de género: transparencia en la remuneración de hombres y mujeres. Comisión Europea.

Desde la perspectiva de gobernanza:

Los aspectos globales de gobernanza pasan por reforzar los mecanismos de transparencia y rendición de cuentas y por promover una fiscalidad global responsable.

Desde la óptica de la transparencia se están dando importantes pasos para reforzar los estándares globales de reporte en sostenibilidad, a través del impulso de la International Sustainability Standards Board por medio de la International Financial Reporting Standards (IFRS), organización que tutela las Normas Internacionales de Contabilidad. El foco es proponer un modelo de reporte global que permita, fundamentalmente, cubrir las necesidades de información para los inversores. De manera paralela, la Comisión Europea ha emitido un mandato a EFRAG para el desarrollo de un sistema europeo de reporte que de soporte a la futura de Directiva Europea de Reporte Corporativo en materia de sostenibilidad. Ambas instituciones – IFRS y EFRAG- han dado a conocer sus primeros borradores en la primavera de 2022.

Con el enfoque en la fiscalidad responsable, y de la mano de la OCDE y el G20, 136 países ya han firmado el compromiso para la creación de un **Impuesto mínimo de sociedades**. El objetivo es establecer una tributación mínima del 15%⁸ en el impuesto de sociedades que podría aportar hasta 150 billones de dólares anuales en impuestos para los estados.

La UE, por su parte, ya está trabajando en la aprobación de una Directiva⁹ que recoge los instrumentos tributarios para hacer realidad este compromiso de la tributación mínima. Adicionalmente, y alienado con toda su estrategia de sostenibilidad (y las taxonomías que ya están en desarrollo), se están promoviendo estándares de reporte y rendición de cuentas que integran la información en sostenibilidad con la financiera (superando el concepto de información no financiera), dando un gran impulso a los mecanismos de transparencia para las empresas europeas.



⁸ OECD releases Pillar Two model rules. (Diciembre, 2021). OCDE.

⁹ Questions and Answers on Minimum corporate taxation. (Diciembre, 2021). Comisión Europea.

Las implicaciones del nuevo paradigma

Este complejo panorama, supone un cambio de paradigma en la sostenibilidad y abre espacios para la generación de importantes retos y oportunidades para las empresas.

Entre las oportunidades para el sector privado destacan:

- **Efecto acelerador:** el número de empresas involucradas en desarrollar compromisos, estrategias y acciones en sostenibilidad ha aumentado de manera exponencial, y seguirá haciéndolo. Por ejemplo, la mencionada Directiva europea de reporte (*Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD*), incrementará el número de empresas sujetas al reporte obligatorio, de los 11.000 actuales a más de 50.000 en la Unión Europea a partir de 2023.
- **Reconfiguración interna de la sostenibilidad:** las estructuras internas de las empresas se adaptan, generando nuevas estructuras de gobernanza -por ejemplo, mediante la creación de comisiones de sostenibilidad en los Consejos de Administración- e incrementando las interacciones entre el área de sostenibilidad con distintas áreas de negocio -como riesgos, estrategia, operaciones y capital humano-.
- **Calidad del dato y cantidad de información:** los datos proporcionados por las empresas en el ámbito de la



sostenibilidad de manera pública se han reforzado de manera muy relevante, permitiendo una mejor toma de decisiones por parte de los distintos agentes (consumidores, inversores, financiadores).

- **Transformación de sistemas:** aunque se limita el impacto de las iniciativas voluntarias de las empresas, especialmente en

aquellas de carácter individual, ganan importancia las iniciativas de colaboración y alianzas entre distintos actores desde una perspectiva de búsqueda de soluciones en sistema.

También se adivinan importantes retos sobre los que es necesario actuar:

- **Multipolaridad:** la normativa presenta cada vez más capas de complejidad. Son numerosas las instancias regulatorias encargadas del desarrollo normativo y distintos los enfoques específicos de cada uno, incluso dentro del mismo territorio.
- **Desajustes normativos:** existe todavía poca coordinación entre reguladores, lo que conlleva la generación de desajustes normativos que dificultan la efectividad de la norma, generando inseguridad jurídica en algunas áreas, o la creación de potenciales barreras a la competitividad empresarial, cuando difiere el nivel de exigencia entre distintas jurisdicciones.
- **Reality check:** con relativa frecuencia la calidad y efectividad normativa ve limitada su funcionalidad por una baja adecuación a la realidad empresarial, bien regulando aspectos ya consolidados en los modelos de sostenibilidad de las empresas, bien estableciendo criterios de difícil cumplimiento, o bien estableciendo tiempos de aplicación que dificultan la capacidad de reacción en las empresas.

2 ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

- **Infrastructure Bill:** un paquete de 1,2 billones de dólares para infraestructuras en USA.
- **Build back better:** hasta 1,75 billones de dólares más para contribuir a una recuperación sostenible, con objetivos en materia climática y de empleo.

1 UNIÓN EUROPEA

- **Green Deal:** movilización de un mínimo de un billón de euros de inversiones sostenibles en diez años.
- **Next Generation:** una inversión por valor de 806.900 millones de euros.

5 CHINA

- **Belt and Road Initiative (BRI):** activo desde 2013 y con una inversión total de 59.5 mil millones de dólares en 2021.

3 REINO UNIDO

- **10 point plan (green industrial revolution):** doce billones de inversión del gobierno y hasta tres veces más del capital privado para la creación de hasta 250.000 empleos verdes.

4 JAPÓN

- **Green Growth Strategy:** establece un fondo de inversión verde de dos trillones de yenes (+14 mil millones de euros).

DEL PALO Y LA ZANAHORIA: LOS PLANES DE ESTÍMULO GENERAN OPORTUNIDADES

El efecto de la pandemia ha activado a su vez la utilización de una tercera línea de acción hacia la sostenibilidad (además de los marcos y los instrumentos específicos) por parte de las economías más importantes a nivel mundial.

Se trata de los planes de estímulo que articulan políticas públicas, compromisos de inversión y fondos estructurales para transformar las economías hacia la sostenibilidad como respuesta a la crisis social y económica derivada de la COVID-19.

EL FUTURO: GEOPOLÍTICA. VISIÓN 2050.

Como se ha visto, las políticas de sostenibilidad llevan más de una década en constante crecimiento reforzando su integración y la importancia de los aspectos ESG.

Desde el anterior informe hemos sufrido dos shocks sistémicos que están cuestionando la vigencia de este paradigma y ponen a prueba los logros ya alcanzados:

- El primero surgió a consecuencia de la COVID-19. Pese a tener un impacto social y económico muy profundo, la pandemia consiguió acelerar más todavía el proceso de crecimiento de la sostenibilidad, reforzando la demanda ESG, que se consiguió posicionar como elemento esencial en los planes y programas de estímulo y reactivación.
- El segundo, la invasión de Ucrania -y sus derivaciones geopolíticas y económicas- todavía parece lejos de resolverse, pero está teniendo unos importantes efectos que están redefiniendo las prioridades en sostenibilidad. El balance nuevamente vuelve a ser positivo, aunque, quizá, con menor margen que el anterior. La sostenibilidad va a convertirse en un elemento necesario del nuevo orden mundial configurado tras estos acontecimientos.

LA INVASIÓN DE UCRANIA. ACELERADORES Y RIESGOS PARA LA SOSTENIBILIDAD

RIESGOS

- **Dicotomía oriente - occidente**
- **Inestabilidad política y probabilidad shocks sistémicos**
- **Incremento demanda combustible fósil** (desincentivo a la transición en corto plazo)
- **Alto riesgo social**
 - Inflación, desigualdad, crisis alimentaria
 - Crisis migratoria (refugiados Ucrania + agravamiento de crisis ya existente)
- **Foco en seguridad** > incremento presupuesto en defensa y mayor militarización
- **Coste de oportunidad** (sostenibilidad vs. Otros fenómenos)
- **Impacto ambiental del conflicto bélico**

- **Multilateralismo** (auge de valores democráticos, sociales y liberales)
- **Demanda de activos resilientes** (ESG como proxy)
- **Replanteamiento cadenas de valor** (necesidad de control)
 - Just in case vs. Just in time
 - Repatriación producción
 - Producción local
- **Aceleración sostenibilidad**
 - Transición energética vinculada a la independencia energética
 - Circularidad vinculada al alto coste de materias primas
 - Mayor innovación sostenible
- **Lo social en el centro:** lucha contra la desigualdad

ACELERACIÓN

Fuente: Forética

A los retos de desigualdad, urgencia climática y pérdida de biodiversidad que ya se comenzaban a sustanciar en prioridades políticas, se suman otros elementos de rápido impacto (como la importancia de la independencia energética o el foco en seguridad y militarización) que tensionan todavía más la necesidad de buscar alternativas de acción y la apertura de espacios de diálogo, conocimiento y alianzas que sean, realmente, capaces de transformar el mundo.

Un claro ejemplo de ello es la **Visión 2050**, que desde la reflexión, el conocimiento y la acción, trabaja para que más de 9.000 millones de personas (~50 millones en España) vivan bien, con calidad de vida, dentro de los límites planetarios. Se trata de una iniciativa que es impulsada desde Forética, junto con el WBCSD.

MERCADO Y EMPRESA



Esta sección del Informe Forética va a dedicar el análisis del grado de avance de la sostenibilidad en las empresas a conectar la sostenibilidad con la competitividad económica. Para ello, una primera sección analizará las últimas evidencias empíricas de la conexión de la sostenibilidad con la competitividad tanto a nivel macroeconómico como microeconómico. Por otra parte, un segundo gran apartado analizará pormenorizadamente la manera en la que la sostenibilidad da un acceso preferente a los elementos que construyen esa mayor competitividad: capital humano, marca, cadena de proveedores y acceso a la financiación.

SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD, TÁNDEM VIRTUOSO

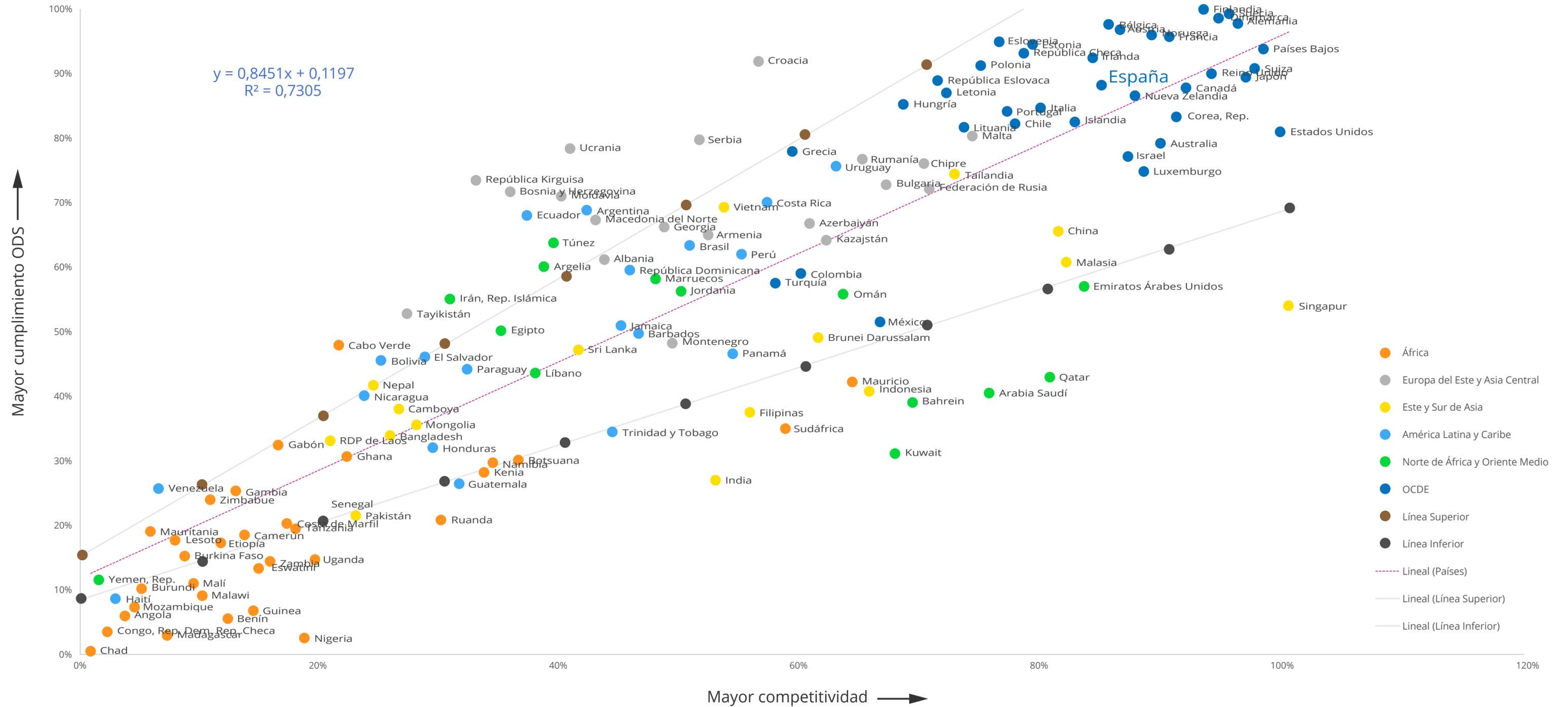
En la última edición del Informe Forética 2018 se presentaba un primer análisis que reflejaba la correlación existente entre la competitividad económica y el desempeño en ODS de los países a nivel global. En la edición actual, el Informe analiza cómo ha evolucionado la relación existente entre dichas variables cruzando de nuevo el nivel de competitividad económica con el estado actual de avance en ODS para una muestra de 138 países y de 2.937 compañías globales.

Perspectiva macro: el desempeño de los países.

A nivel de país se ha analizado la relación de ambas dimensiones utilizando como base dos rankings de referencia como son el diagnóstico sobre desempeño en ODS, *SDG Index & Dashboards* desarrollado por SDSN en sus resultados de 2021, y la dimensión de competitividad global extraída de los últimos resultados del *Global Competitiveness Report 2019* de *World Economic Forum (WEF)*. La comparativa de ambos índices nos facilita 138 cruces de datos por año para cuantificar la relación entre las variables analizadas.



VÍNCULO ENTRE COMPETITIVIDAD ECONÓMICA Y CUMPLIMIENTO ODS



Fuente: SDG Index & Dashboard, WEF, Forética.



La sostenibilidad y competitividad son un tándem virtuoso

Los resultados del análisis reflejan que existe una correlación elevada y positiva entre el rendimiento en ODS de un país y su nivel de competitividad económica. Es decir, el grado actual del desempeño ODS de un país varía en función del grado de competitividad y prosperidad en años anteriores.

Los países más competitivos del mundo tienden a ser los más sostenibles, y viceversa, los países más sostenibles del mundo suelen ser enormemente competitivos

Es importante destacar que este análisis implica correlación positiva, pero no necesariamente causalidad. Esto significa que el hecho de ser más competitivo no tiene por qué incrementar necesariamente el desempeño en sostenibilidad de un país. Por ejemplo, en el gráfico puede verse como un importante grupo de países emergentes se encuentran en percentiles elevados de competitividad (percentiles 60 o superiores) y sin embargo su desempeño en sostenibilidad es mediocre. Cuanto mayor es la distancia de la posición de un país con respecto a la recta punteada roja, más alejados se encuentran de su nivel de equilibrio entre competitividad y sostenibilidad.

El vínculo se fortalece

La fortaleza de la relación entre las dos variables ha incrementado desde el último estudio realizado en 2018. Comparando los resultados obtenidos en ambos análisis, se observa como el porcentaje explicativo de la relación entre competitividad y desempeño en ODS -el coeficiente R² - se sitúa en un 73%, habiéndose incrementado en un 8% desde 2018, apuntando a la robustez de la relación entre las dos variables.

Los incrementos en competitividad conducen a mejoras en el desempeño en ODS en los años subsiguientes

Analizando la evolución del rendimiento en sostenibilidad en el periodo entre 2018 y 2021, se observa que las mejoras en competitividad de los países han provocado, de forma general, un mejor desempeño en los objetivos de desarrollo sostenible durante los tres años siguientes. No obstante, dicha relación no se presenta de manera proporcional; por cada punto de mejora de la competitividad de un país, su nivel de cumplimiento de ODS ha mejorado un 0,79%.

El retroceso en el rendimiento en ODS global no ha perjudicado la relación entre ambas variables

Por primera vez desde la adopción de la Agenda 2030, hemos visto como los avances en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible se han deteriorado como consecuencia de la crisis global derivada de la pandemia. A pesar de ello, la relación positiva entre el cumplimiento en ODS y la competitividad económica de los países no se ha visto afectada. Pese a que la relación competitividad-sostenibilidad se ha fortalecido, también se observa un comportamiento atípico en un grupo concreto de países, en los que se ha avanzado en términos de competitividad, y, sin embargo, han empeorado su desempeño en ODS. En este grupo se aprecia, además, que los países se alejan considerablemente de la línea de tendencia, lo que cuestionaría la correlación existente entre las dos variables.

Sin embargo, un análisis detallado de los países que conforman este grupo atípico muestra dos características comunes: el grupo está compuesto principalmente por (i) países emergentes, que, a su vez, (ii) son países extractivos, es decir, cuyos modelos económicos están orientados en la explotación de recursos naturales. En este tipo de economías emergentes, cuya riqueza proviene principalmente de la explotación natural, la relación competitividad-sostenibilidad es muy débil y, a falta de una palabra menos redundante, parece poco sostenible.

Frente a estos atípicos, sin embargo, se observa que aquellos países que han mejorado simultáneamente su competitividad y su rendimiento ODS, son (i) mayoritarios y (ii) predominantemente países pertenecientes a la OCDE. En este segundo grupo se encuentra España, que además se posiciona próximo a la recta punteada roja, y por encima de ella, lo que significa que su desempeño en ODS está en línea con el esperado según su nivel de competitividad.

España, un país líder en ESG por la calidad de sus empresas

En el contexto macro, las empresas españolas son una referencia por la gestión de sus aspectos ESG. Un 53% de las compañías españolas en el índice de bolsa mundial MSCI ACWI se califican como líderes al contar con un rating de AAA o AA, más del doble que la media del selectivo global. Este mismo fenómeno se aprecia a nivel de cadena de suministro, pues, como se apreciará en la sección [Los retos ESG en las cadenas de aprovisionamiento](#), las empresas españolas se encuentran también entre las líderes a nivel mundial. Con unas calificaciones superiores en un 12% a la media global y ligeramente por encima del resto de Europa de acuerdo con datos de Ecovadis.



Perspectiva micro: análisis del impacto en el desempeño de las empresas

Tras una primera valoración a nivel macro, donde se confirma la existencia de una correlación entre rendimiento económico y sostenibilidad, se ha analizado esta misma relación a nivel micro, es decir, a nivel de empresas. Se trata de observar si las compañías se ven o no premiadas en el mercado por su desempeño en sostenibilidad. Para ello se han analizado dos elementos. Por una parte, el desempeño financiero en las bolsas mundiales de los activos con características avanzadas en ESG. Por otro lado, analizando la valoración relativa de las compañías, para detectar si los inversores están pagando una prima de valoración a las compañías sostenibles. Este análisis comprende el periodo desde abril de 2017 hasta el 29 de abril de 2022 y se ha realizado tanto por geografías -bolsa mundial, europea, norteamericana y emergente- como por temáticas – ESG en general, ODS, clima y gobierno corporativo. Para más información, consulte la ficha técnica [aquí](#).

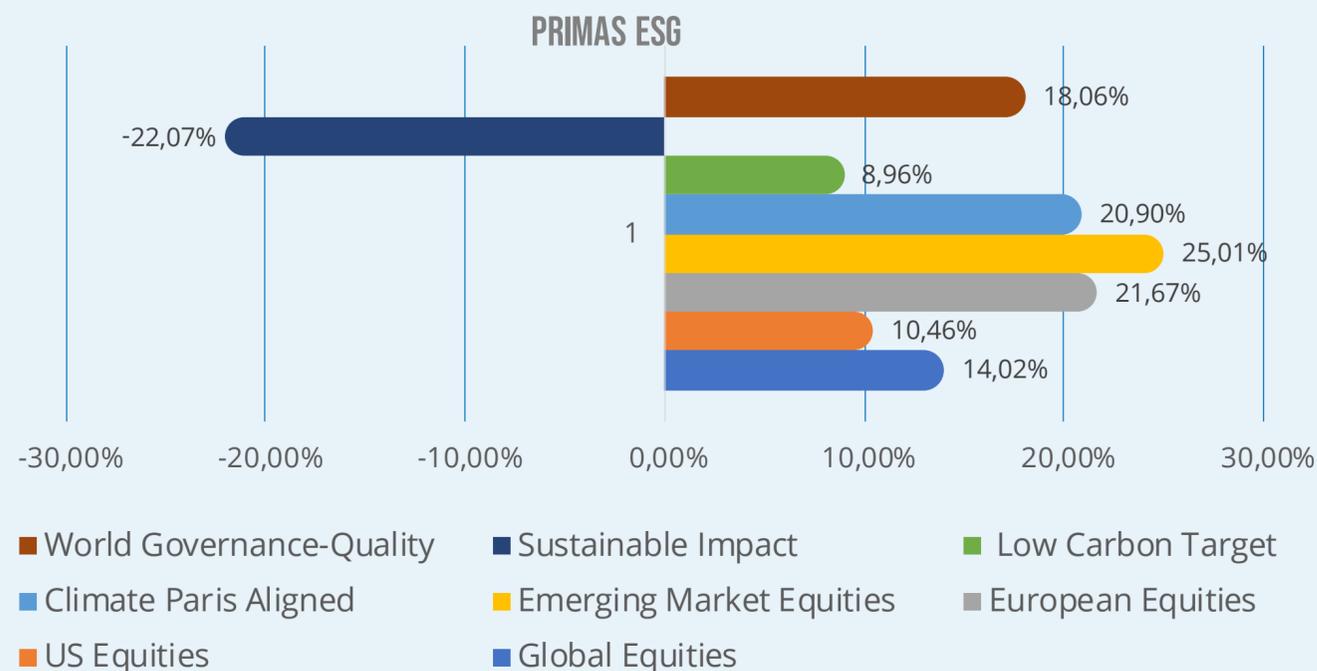
Los activos ESG han presentado un mejor desempeño financiero en todas las geografías

Los activos ESG han tenido una mejor rentabilidad bruta durante los últimos cinco años. Este mejor desempeño se observa en los índices con mayor histórico. Concretamente el índice de bolsa mundial MSCI ACWI ESG *Leaders* ha batido a su homólogo tradicional en 14 de los últimos 14 años. Por otro lado, se observa

GLOBAL EQUITIES			
Indicador	MSCI ACWI	MSCI ACWI ESG Leaders	Lectura
Retorno total (%)	10	10,45	Mayor retorno ESG
Rentabilidad / Riesgo	0,61	0,65	Menor riesgo ESG
US EQUITIES			
Indicador	MSCI USA	MSCI USA ESG Leaders	Lectura
Retorno total (%)	13,65	14,25	Mayor retorno ESG
Rentabilidad / Riesgo	0,78	0,83	Menor riesgo ESG
EUROPEAN EQUITIES			
Indicador	MSCI Europe	MSCI Europe ESG Leaders	Lectura
Retorno total (%)	6,23	6,97	Mayor retorno ESG
Rentabilidad / Riesgo	0,53	0,59	Menor riesgo ESG
EMERGING MARKET EQUITIES			
Indicador	MSCI Emerging Markets	MSCI Emerging Markets ESG Leaders	Lectura
Retorno total (%)	4,69	5,47	Mayor retorno ESG
Rentabilidad / Riesgo	0,29	0,33	Menor riesgo ESG
CLIMATE PARIS ALIGNED			
Indicador	MSCI ACWI	MSCI ACWI Paris Aligned	Lectura
Retorno total (%)	9,46	10	Mayor retorno ESG
Rentabilidad / Riesgo	0,58	0,61	Menor riesgo ESG
SUSTAINABLE IMPACT			
Indicador	MSCI ACWI	MSCI ACWI Sustainable impact	Lectura
Retorno total (%)	9,46	11,85	Mayor retorno ESG
Rentabilidad / Riesgo	0,58	0,73	Menor riesgo ESG
LOW CARBON TARGET			
Indicador	MSCI ACWI	MSCI ACWI Low Carbon Target	Lectura
Retorno total (%)	9,46	9,41	Menor retorno ESG
Rentabilidad / Riesgo	0,58	0,58	Mismo riesgo ESG
WORLD GOVERNANCE-QUALITY			
Indicador	MSCI World	MSCI World Governance-Quality	Lectura
Retorno total (%)	10,74	14,3	Mayor retorno ESG
Rentabilidad / Riesgo	0,65	0,85	Menor riesgo ESG

Fuente: MSCI, Forética

PRIMAS ESG, LAS COMPAÑÍAS SOSTENIBLES SE FINANCIAN MÁS BARATO



Las compañías con mejores atributos ESG se benefician de unos mayores ratios de valoración. A nivel de bolsa mundial, los inversores pagan un 14% más por cada dólar de beneficio en una compañía sostenible.

Fuente: Forética, MSCI

que los índices ESG son menos volátiles que sus respectivos universos, lo que mejora la rentabilidad ajustada por riesgo de manera significativa en prácticamente todos los índices. Este patrón se observa en todas las geografías y en todas las temáticas analizadas, a excepción del MSCI ACWI *Low Carbon Target*, cuyo objetivo, precisamente, es mimetizar al índice de referencia al tiempo que reduce su exposición a emisiones de CO₂. En este último caso, la rentabilidad ajustada a riesgo es idéntica al de su universo muestral.

Los mercados pagan más por las empresas que son líderes en aspectos ESG

Al analizar los diferenciales de valoración, se observa otro elemento importante. Los inversores están dispuestos a pagar una prima de valoración a la hora de invertir en compañías sostenibles. Esto se deduce de los diferenciales de valoración de acuerdo con las ratios P/E y P/E forward, que reflejan la ratio entre el precio de la acción partido por beneficio por acción actual (P/E) y el beneficio esperado en el siguiente año (P/E forward). El análisis comparativo de estas ratios refleja que los mercados actualmente están pagando un 14%

más por una compañía sostenible a nivel global. Por otro lado, si se analiza el resultado por regiones, se observa que Estados Unidos es la región donde se paga una menor prima por sostenibilidad (10%), en comparación con Europa (22%) o con países emergentes (25%). A pesar de esto, la ratio Rentabilidad/Riesgo para las empresas en Estados Unidos refleja un mayor retorno para las empresas más sostenibles que para el resto del mercado, confirmando en todos los casos la adopción cada vez más generalizada de criterios ESG por parte de los inversores institucionales.



ESG Y LOS ELEMENTOS DE VENTAJA COMPETITIVA

En esta sección del informe vamos a analizar qué elementos contribuyen a esa relación que hemos observado anteriormente entre sostenibilidad y competitividad. Para ello vamos a analizar la manera en que los aspectos ESG pueden conceder un acceso privilegiado a activos e interacciones con sus grupos de interés transaccionales que impactan en la creación de valor. Concretamente se analizará el acceso a un mejor capital humano, el desarrollo y fortalecimiento de la marca, la creación de cadenas de proveedores más resilientes y un acceso a capital en mejores condiciones de volumen y costes de financiación.

Capital Humano: el propósito

Las variables ESG son un elemento estratégico de captación y retención de talento en un escenario de alta escasez y gran competencia. Análisis como los de MSCI y MarshMcLennan¹⁰ muestran como las empresas mejor valoradas por la satisfacción de sus empleados y la capacidad de atraer talento (y por tanto más competitivas), tienen puntuaciones en ESG hasta un 14% superiores al del resto.

Además, la capacidad predictiva de las organizaciones ESG y su mejor gestión de riesgos hacen que tengan mayor resiliencia y estén mejor preparadas para afrontar la gran transformación del entorno



laboral en la que nos encontramos.

La transformación del mundo de trabajo se vertebra actualmente en tres ejes principales:

- **Mayor exigencia en la demanda.** La gran renuncia¹¹ o el gran reajuste han puesto de manifiesto una mayor preocupación por

la mejora de las condiciones laborales, las oportunidades de flexibilidad, o el alineamiento con el propósito empresarial.

- **Criticidad del talento.** El talento es cada vez más escaso, 69%¹² de las compañías a nivel mundial manifiesta dificultades para encontrar el talento que necesita
- **Transformación digital, empleo verde y transición justa.** El impacto en competencias, habilidades y conocimientos necesarios para la empleabilidad va a tener un gran impacto en las personas y en su empleabilidad. [Jobs 2030 futuro del trabajo.](#) [Empleo verde y transición justa en el futuro del trabajo.](#)

Los datos recogidos para España, donde la escasez del talento se cifra en 64% de acuerdo con el mismo estudio antes mencionado, refuerzan esta conexión. La búsqueda de propósito en el trabajo es la variable que más contribuye al nivel de satisfacción vital, muy por encima de otras como la posición económica (un 23% superior) o tener una casa grande (dos veces mayor).

¹⁰ *ESG as a workforce strategy.* (2020) Marsh&McLennan.

¹¹ Fenómeno global iniciado tras la pandemia caracterizado por cifras históricamente altas de abandono voluntario del empleo, incluso sin alternativas laborales; +40 millones de estadounidenses lo hicieron en 2021.

¹² *The talent shortage.* (2022) ManpowerGroup.

Este proxy además refleja una correlación inversa con la edad. A menor edad, mayor importancia del propósito en el puesto de trabajo como gran contribuyente a una adecuada satisfacción vital, alcanzando su máximo entre la población de 18 a 34 años. Se convierte así en una herramienta necesaria y relevante a la hora de atraer este nuevo talento, probablemente el mejor preparado en este escenario de gran cambio, a las empresas.

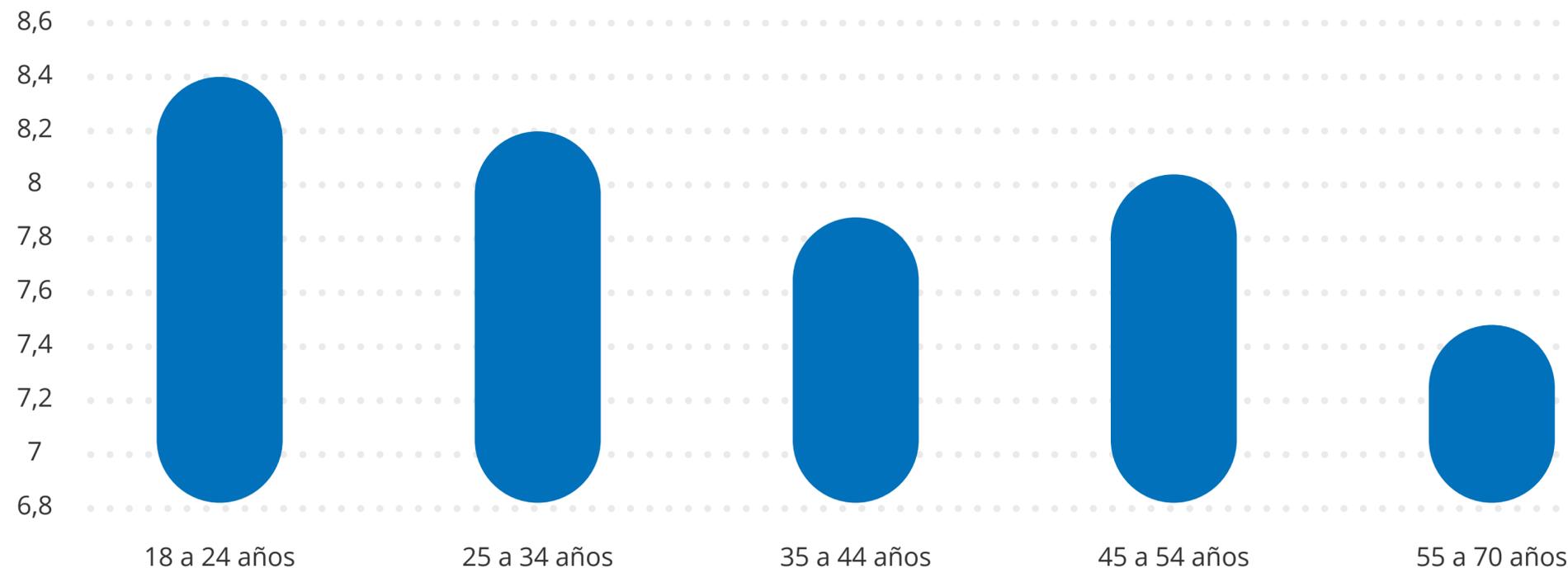
Marcas con impacto: Los factores clave para crecer en relevancia

Si bien en la tercera parte del informe haremos zoom sobre el consumidor español y qué espera de las empresas desde una perspectiva ESG, en este apartado vamos a analizar la conexión existente entre la fuerza de las marcas y el bienestar de las personas, repasando cuáles son los aspectos clave que hacen que una marca sea significativa para el consumidor.

Para ello, nos hemos apoyado fundamentalmente en un conjunto de estudios de mercado entre los que se encuentran los informes Meaningful Brands Report de Havas, el estudio *Trust Barometer* de Edelman y la serie de informes *Global Consumer Trends* de Euromonitor. Se han analizado las principales ideas de ambos informes en sus ediciones de 2022 tanto a nivel global como para el mercado español. Para más información sobre los estudios analizados consulte la [nota metodológica](#).

UN TRABAJO CON PROPÓSITO QUE ME LLENE

(Valoración en escala 1-10)



Fuente: Forética
N=1.020

La empresa, la única institución que aprueba

Los acontecimientos extraordinarios que ha experimentado la ciudadanía a nivel mundial durante los últimos cinco años -la pandemia, la guerra de Ucrania, el incremento de la conflictividad social, entre otros- han alterado los equilibrios que existían a la hora de valorar las distintas instituciones por parte de la opinión pública. Si hace unos años los ciudadanos tendían a confiar en sus

gobiernos y mirar con cierta desconfianza al sector empresarial, la realidad actual es diametralmente opuesta. El consumidor ha visto como sus marcas de referencia han sabido dar respuesta a los retos y demandas sociales, lo que ha incrementado su credibilidad. Al mismo tiempo, el incremento de la crispación, del populismo y de la polarización ideológica, han minado la credibilidad del resto de instituciones con un perfil político, como los gobiernos, los medios de comunicación y, aunque en menor medida, las ONG.

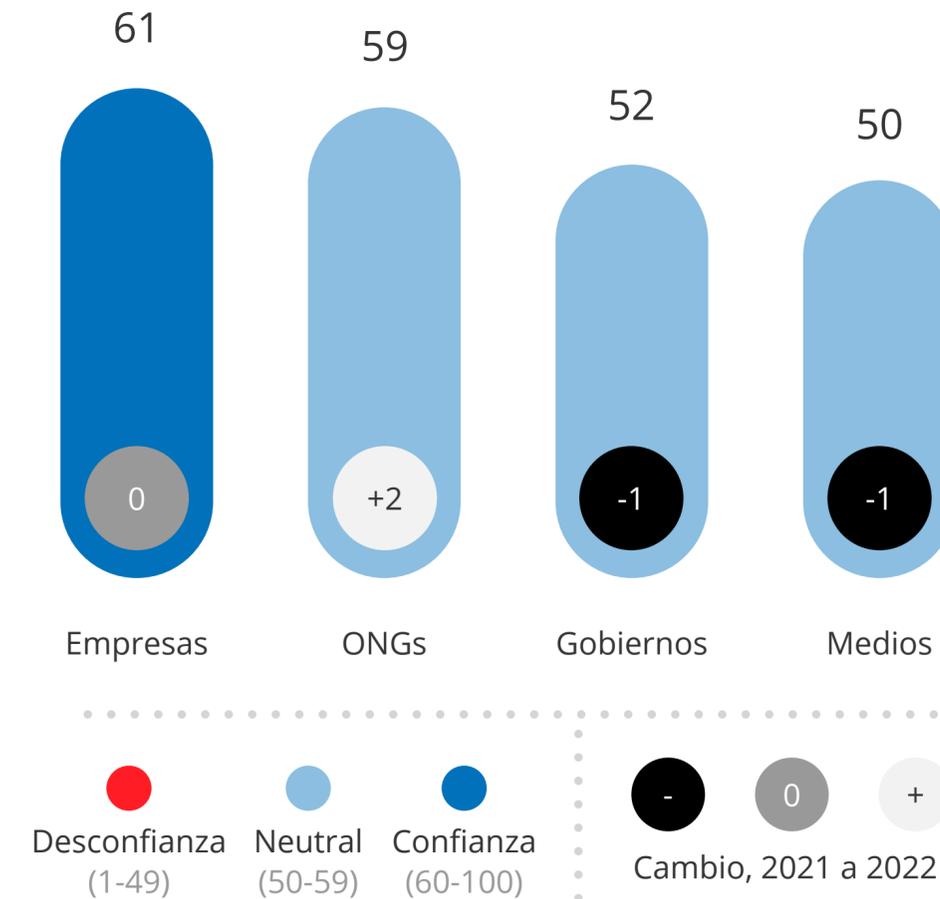
LA CONFIANZA, DIFÍCIL DE GANAR, FÁCIL DE PERDER

Según los resultados del *Trust Barometer 2022* publicado por Edelman, las empresas son las instituciones en las que más confía el ciudadano actualmente, tratándose de la única institución que genera confianza a nivel global frente a gobiernos, medios de comunicación y ONG. Además de la confianza, el estudio también revela que la empresa es la institución con mayor valoración conjunta como institución competente y ética.

La responsabilidad del líder

Este buen momento que atraviesa la empresa en términos de percepción ciudadana, tiene como consecuencia un incremento en las expectativas de los consumidores respecto al comportamiento de las empresas, lo cual eleva el grado de escrutinio sobre su actividad y eleva también los riesgos reputacionales. De acuerdo con el estudio *Meaningful Brands*, solo un 32% de los consumidores en España confían en los compromisos de las marcas. Mientras que un 71% considera que las marcas articulan “promesas vacías”. Esta cifra está en línea con las conclusiones del estudio de mercado de consumidores (ver sección [El consumo responsable se consolida y gana coherencia](#)). Por su parte, el estudio de Edelman anteriormente mencionado encuentra que uno de cada dos consumidores a nivel global considera que las marcas no están haciendo lo suficiente para solucionar los grandes problemas de la sociedad como el cambio climático, el crecimiento de las desigualdades o la empleabilidad de los trabajadores.

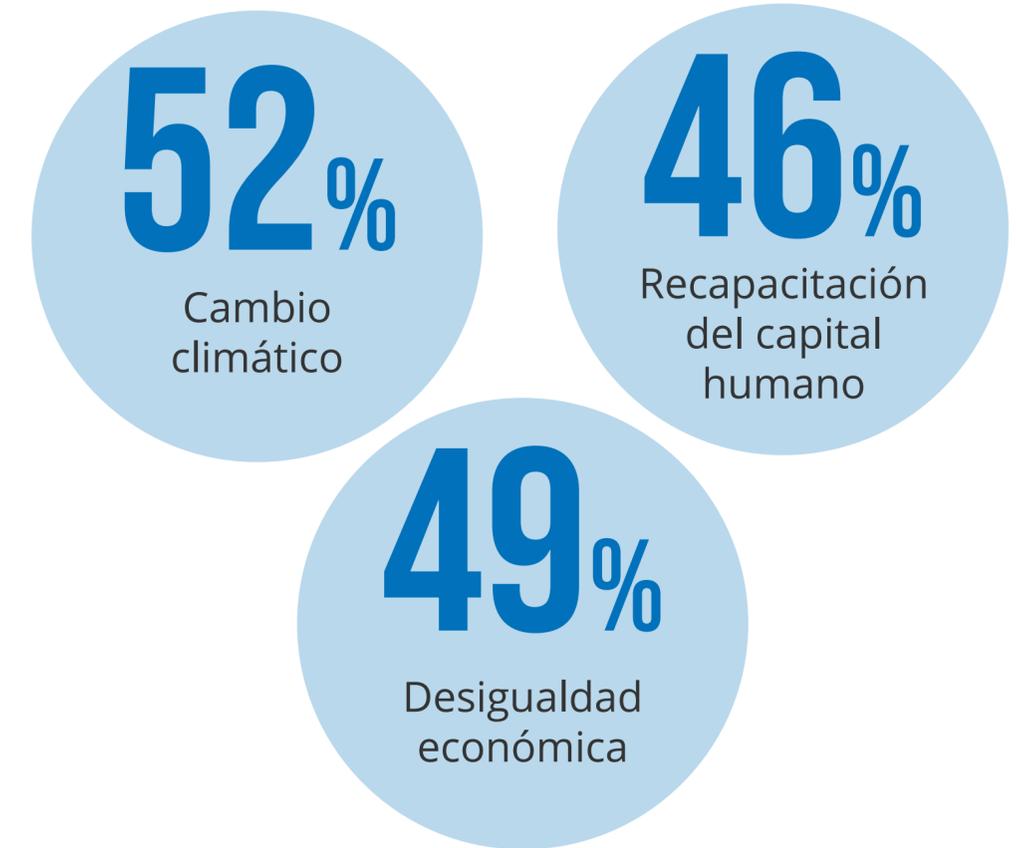
LA EMPRESA, ÚNICA INSTITUCIÓN CONFIABLE % DE POBLACIÓN QUE CONFÍA



Fuente: Trust Barometer, Edelman

Como respuesta a estas mayores expectativas, las compañías han puesto el propósito empresarial en el foco de su actividad. En este sentido, las profundas disrupciones sociales y ambientales recientes han supuesto una oportunidad para mostrar su compromiso ante los grupos de interés. La pandemia ha dado lugar a un número incontable de actuaciones empresariales para abordar retos logísticos, de producción de aplicaciones sanitarias. El asalto al capitolio y otras muestras de extremismo

LAS EMPRESAS NO ESTÁN HACIENDO LO SUFICIENTE FRENTE A LOS RETOS SOCIALES % DE POBLACIÓN QUE CONFÍA



Fuente: Trust Barometer, Edelman
N = 36.000

han provocado la reacción de un buen número de empresas, poniendo de manifiesto su compromiso inequívoco con valores democráticos y con la igualdad como como Black Life Matters o la brecha de género, entre otros. Por último, en pleno conflicto bélico en Ucrania, las empresas han desarrollado planes de apoyo al pueblo ucraniano y, en no pocos casos, han contribuido de manera voluntaria a incrementar las sanciones económicas a Rusia.

ESG y construcción de marca. 3 Claves imprescindibles para ser relevante

En este contexto, la articulación de atributos ESG se ha convertido en un ingrediente fundamental para la construcción de marca. De acuerdo con *Euromonitor Global Consumer Trends*, el 69% de los profesionales de marketing considera que la sostenibilidad va a estar más presente en las decisiones de consumo y un 73% consideraba las iniciativas en ESG como críticas para el éxito empresarial. En la misma línea, el *Trust Barometer* de Edelman concluye que un 58% de los consumidores está dispuesto a apoyar a las marcas en función de sus creencias y valores.

En un mercado tan tecnificado como la inversión, este estudio muestra que un 64 % de los inversores particulares está dispuesto a invertir de manera coherente con sus valores. Esto lleva a los profesionales de marketing al desarrollo de marcas que demuestren responsabilidad, transmitan seguridad y cumplan lo que prometen.

A continuación, se ilustran las tres claves para la relevancia desarrollados por *Meaningful Brands*:

LAS MARCAS TIENEN QUE SER COMPAÑERAS Y ALIADAS, DARME SOLUCIONES TANGIBLES Y HACERME LA VIDA MÁS FÁCIL.

Los factores personales ganan peso. El consumidor ha comenzado a mostrar una tendencia individualista porque se ha sentido vulnerable e inseguro

- Los beneficios personales crecen más que los factores colectivos; Entre las marcas consideradas más significativas, los beneficios personales puntúan un 13% por encima del resto.
- En España, los factores individuales han crecido en importancia hasta alcanzar un 32% del peso entre los motivos que hacen más significativa una marca.

Buscamos lo tangible y lo cercano, que nos de tranquilidad y nos facilite la vida en el corto plazo.

- Esto puede suponer una oportunidad para que las marcas se acerquen a los consumidores y creen un vínculo estrecho. El ciudadano confía que la marca se vuelva su aliada ante los retos económicos y sociales a los que nos hemos visto enfrentados en los últimos años:
 - El 82% de los consumidores en España (77% a nivel global), esperan apoyo de las marcas hacia los ciudadanos ante los periodos de crisis.

LAS MARCAS DEBEN ESTAR COMPROMETIDAS Y ACTUAR POR EL BIENESTAR COLECTIVO

En contrapeso al crecimiento del individualismo, el consumidor sigue reclamando a las marcas acciones que garanticen la mejora del bienestar global de la sociedad.

- Año tras año, los datos muestran una demanda recurrente por parte del consumidor a las marcas y las empresas de acciones significativas orientadas a garantizar la sostenibilidad ambiental y social del planeta, además, los datos revelan que los españoles somos más exigentes que en otros países con el papel activista que esperamos de las marcas en la sociedad:
 - Un 75% de los consumidores en España consideran que es responsabilidad inmediata de las marcas operar en beneficio del planeta y la sociedad

UN MODELO DE GOBIERNO TRANSPARENTE Y RESPONSABLE CON LOS TRABAJADORES

Dentro de los aspectos colectivos, **la transparencia, la ética y los compromisos de la empresa con sus trabajadores** son los factores que más peso tiene a la hora de explicar los motivos por los que una marca se considera relevante.

Por otro lado, evaluando el grado de importancia que el consumidor otorga a los temas ambientales, los aspectos relacionados con la sostenibilidad ambiental se siguen considerando importantes, sin embargo, ya no se encuentran entre los de mayor peso para el consumidor.

Cabe destacar, que esta misma evaluación realizada a nivel sectorial muestra una tendencia diferente para algunas industrias, en las que los temas relativos a la acción climática y la salud ambiental si entrarían en el top 3 de prioridades para el consumidor.

CÓMO ES EL CONSUMIDOR

- Es un consumidor **concienciado**, que da importancia al impacto medioambiental y considera la sostenibilidad a la hora de elegir un producto u otro.
- Una gran parte se sienten **preocupados o con miedo** por factores como el cambio climático, su situación económica o la desinformación.
- Cada vez tiene más en cuenta los **valores** a la hora de elegir una marca u otra.
- Es **incoherente**: cada vez más altruista y más individualista
- Considera la acción climática y la salud ambiental como una de sus **prioridades**.
- Las instituciones en quien más confían los consumidores son las **empresas** y **ONG**, y las que más desconfianza les generan son los medios –especialmente redes sociales-, y el gobierno.



Y QUÉ BUSCA EN UNA MARCA

- El consumidor demanda un mayor **compromiso social y ambiental** por parte de las marcas.
- Un compromiso que sea inmediato, intangible y veraz
- Prioriza marcas con **valores similares** a los suyos.
- Reclama un comportamiento **ético y transparente**.
- Busca marcas “**aliadas**” donde se sienta arropado y apoyado.
- Marcas que **solucionen** y hagan la vida más **fácil**.
- Espera una **participación** de las empresas en las problemáticas sociales.
- Busca marcas con **propósito**, que vayan mas allá de ofrecer un producto o servicio.
- Requiere que las marcas **cumplan lo que prometen**.
- Que muestren **apoyo** a la gente en tiempos de crisis.
- Y que sepan **reaccionar** y **adaptarse** a las situaciones actuales.





LAS MARCAS TIENEN QUE SER COMPAÑERAS Y ALIADAS, DARME SOLUCIONES TANGIBLES Y HACERME LA VIDA MÁS FÁCIL

\$ 130 billones	Volumen de capital comprometido con la transición a cero neto por parte de los integrantes de GFANZ.
\$ 103 billones	Activos bajo gestión adheridos a los principios de inversión responsable de Naciones Unidas.
\$ 35 billones	Activos bajo gestión aplicando estrategias sostenibles de acuerdo con Global Sustainable Investment Allinace.
1.100 fondos	Durante 2021 se lanzaron 1.100 nuevos fondos de inversión ESG. El ritmo de lanzamiento por trimestre supera los 200 fondos.
+38%	Crecimiento anual de los activos en fondos ESG durante el primer trimestre de 2022 a pesar del conflicto bélico.

Fuente: Forética, GFANZ, UNPRI, Morninstar.

ESG como factor de elegibilidad en los mercados de capital

La irrupción de las finanzas sostenibles ha sido uno de los grandes catalizadores de la agenda de sostenibilidad en las empresas. La integración de factores ESG en la toma de decisiones ha convertido a la sostenibilidad en un factor de elegibilidad de cara a acceder a recursos de financiación. La agenda de transformación de sistemas -como la energía, la economía circular, los sistemas alimentarios, entre otros - suponen grandes oportunidades de inversión a largo plazo.

La inversión sostenible, crecimiento a prueba de bombas

La inversión sostenible ha experimentado un auge sin precedentes en la industria de gestión de activos. De acuerdo con la *Global Sustainable Investment Alliance*, el volumen de activos bajo gestión con criterios ESG, alcanzó los 35,3 billones de dólares a finales de 2020. Esto equivalía al 41,5% del PIB mundial de ese mismo año. Desde un punto de vista exclusivamente climático, *Glasgow Financial Alliance for Net Zero* cuenta con la adhesión de los principales actores de los mercados financieros, con un volumen

de inversiones de más de 130 billones comprometidos con la transición climática. Esta tendencia de crecimiento se aceleró en 2021 donde los activos bajo gestión ESG se incrementaron en más de un 60% y sigue intacta. A pesar del contexto de incertidumbre con el que ha arrancado 2022, los fondos ESG han recibido 97.000 millones de dólares de aportaciones netas durante el primer trimestre del año. Los fondos ESG han dado una nueva muestra de resiliencia ante la crisis geopolítica con un retroceso neto del 4% en el valor neto de los activos, frente al 5,5% del universo global de fondos.

LA INVERSIÓN ESG, CRECIMIENTO BASADO EN FUNDAMENTALES

INCREMENTO EN RENTABILIDAD-RIESGO POR MERCADO (3 AÑOS)

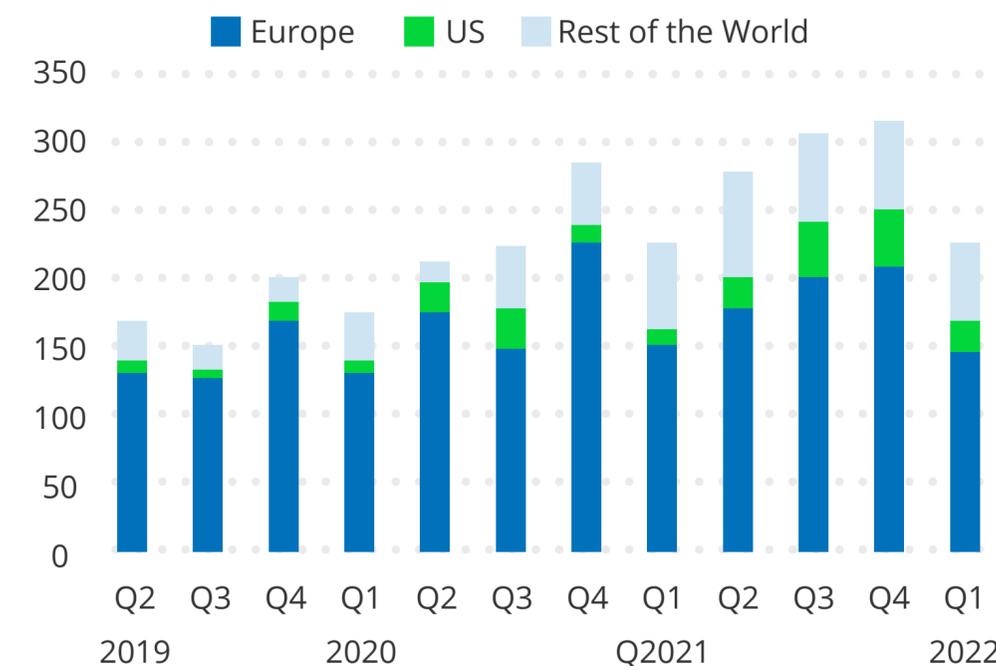


Forética, MSCI, Morningstar

La sostenibilidad como fuente preferente de financiación

La otra cara de la moneda de este incremento de volumen de inversión que buscan activos con atributos ESG, genera una oportunidad sin precedentes de cara al acceso a la financiación de gobiernos y empresas, tanto para proyectos con impacto positivo en la sostenibilidad, como para la financiación general de inversiones y operaciones. Desde el punto de vista de la deuda, la emisión de instrumentos de financiación sostenible ha experimentado un crecimiento en términos cuantitativos y cualitativos. Durante 2021, la emisión de bonos con un

LANZAMIENTO DE NUEVOS FONDOS ESG POR TRIMESTRE



componente ESG superó por primera vez el billón de dólares americanos. Fuera del mercado cotizado, los préstamos concedidos vinculados a ESG se multiplicaron por cuatro veces alcanzando los 681.000 millones de dólares. Esta capacidad de atracción inversora de los aspectos ESG ha supuesto un mayor grado de integración de estos elementos en la agenda de los departamentos financieros y de relaciones con inversores. Esto se traduce en la elaboración de ESG *equity stories* – presentaciones a analistas que cuenta con una narrativa de creación de valor en clave sostenible – así como la creación de especialistas en sostenibilidad que den seguimiento continuo a los requerimientos de índices de sostenibilidad y de inversores.

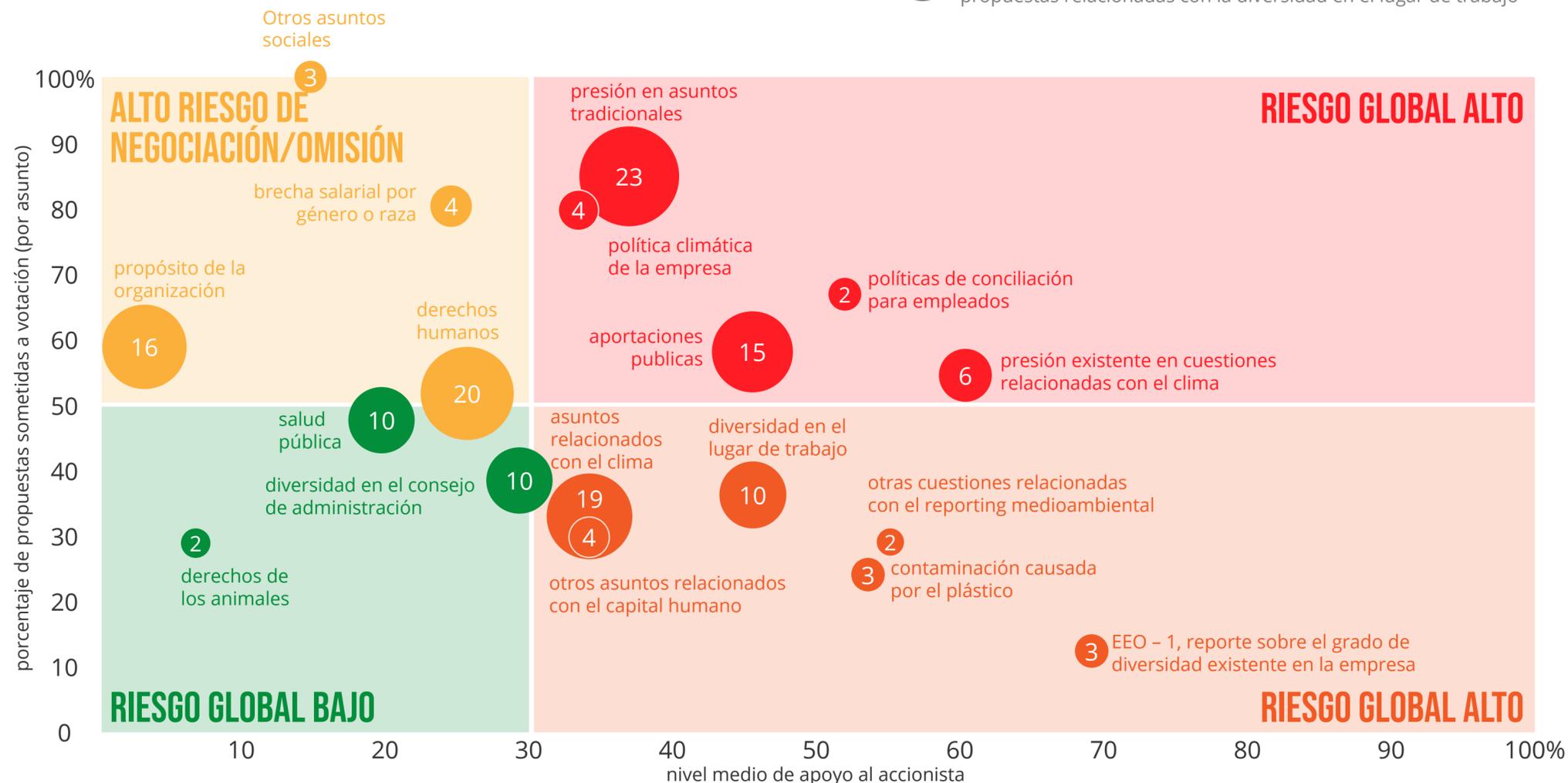
La eficiencia financiera, la clave de la expansión ESG

Más allá de las oportunidades que brinda la transición, uno de los factores que impulsan la expansión de los instrumentos de inversión sostenible, ha sido el mejor desempeño financiero sostenido a largo plazo (ver sección [Perspectiva micro: análisis del impacto en el desempeño de las empresas](#)). Los índices ESG han ofrecido una relación de rentabilidad y riesgo más eficiente que sus homólogos tradicionales a largo plazo y, muy especialmente, en momentos de mayor volatilidad. Por ejemplo, durante los últimos tres años, claramente marcados por la incertidumbre en torno a la COVID-19 y al conflicto bélico en Ucrania el índice de bolsa mundial MSCI ACWI ESG *Leaders* ha generado un 7% más de rentabilidad por unidad de riesgo asumida que su versión generalista. En el mercado europeo, este incremento es de un 21%. Esto explica en gran medida la aceleración en el lanzamiento de fondos de inversión sostenibles. A lo largo de 2021 se lanzaron más de 1.100 fondos ESG, y otros 227 fondos fueron lanzados durante el primer trimestre de 2022. De acuerdo con Morningstar, la oferta global de fondos de inversión ESG ascendía a 6.542 fondos.

DONDE LOS CONSEJOS DE ADMINISTRACIÓN Y LOS INVERSORES DIVERGEN: PROPUESTAS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES

Porcentaje de propuestas de accionistas votadas y nivel medio de apoyo al accionista

X número absoluto de propuestas que han sido sometidas a votación por cada asunto. Por ejemplo, se han llevado a cabo 10 propuestas relacionadas con la diversidad en el lugar de trabajo



El gráfico representa propuestas realizadas por accionistas en compañías pertenecientes al Índice Russell 3000 entre el 1 de enero y el 30 de junio de 2021. Incluye asuntos en los cuales al menos dos propuestas se sometieron a voto.

Fuente: The Conference Board 2022 y Forética

Activismo inversor

Los aspectos ESG siguen un proceso de maduración que culmina con un mayor grado de involucración y, en algunos casos, activismo accionarial. En la temporada de Juntas de Accionistas de 2022, solo en Estados Unidos, los inversores han presentado más de 575 resoluciones basadas en sostenibilidad. El número de propuestas en materia climática, por ejemplo, ha avanzado más de un 40% este año. Esta tendencia al alza muestra, por un lado, el creciente interés por parte de la comunidad inversora y, por otro, una mayor probabilidad de éxito de las votaciones. La tasa de apoyo de la comunidad inversora a propuestas ambientales y sociales pasó del 19% voto al 34% entre 2020 y 2021. Esta mayor perspectiva de éxito de cara al acceso de los temas ESG y su mayor probabilidad de aprobación exige un mayor nivel de implicación de los consejos y una actitud cada vez más abierta a la negociación entre inversores, administradores y directivos en torno a la mejora en objetivos ESG. Los temas de mayor riesgo de confrontación entre inversores y compañía han sido las prácticas de lobby, especialmente climático, la contribución a los partidos políticos y las políticas laborales.



Los retos ESG en las cadenas de aprovisionamiento

Las cadenas de suministro están haciendo frente a una disrupción sin precedentes impulsada desde tres frentes: (i) La pandemia y su impacto en las cadenas de valor globales, (ii) la geopolítica y la necesidad de generar seguridad el abastecimiento y (iii) los nuevos requisitos ESG en la cadena de proveedores de una regulación emergente. Estos tres factores conducen a un rediseño de las cadenas de aprovisionamiento a nivel global en la que prima la resiliencia y la garantía de suministro al coste unitario. En este contexto, los criterios ESG cobran un protagonismo cada vez mayor. En esta sección analizaremos el estado del arte de la integración de políticas ESG en las cadenas de suministro utilizando los datos contenidos en el *Business Sustainability Risk and Performance Index 2021*¹³ de Ecovadis.



TRES GRANDES RAZONES POR LAS QUE REDISEÑAR LA CADENA DE SUMINISTRO

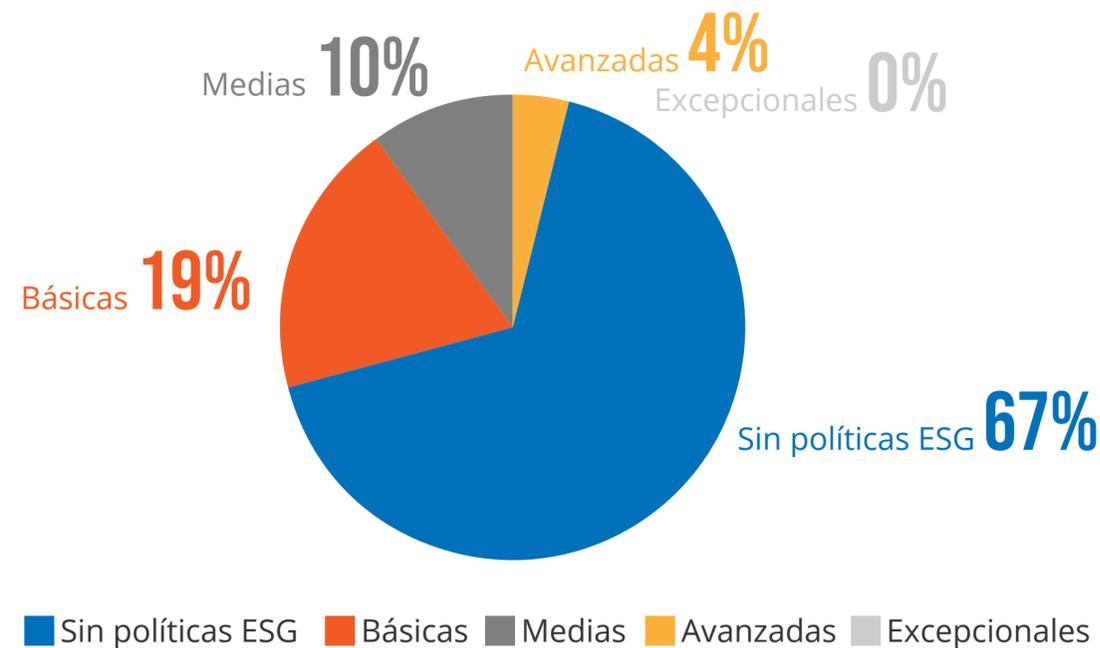
1	PANDEMIA Y SHOCKS ESG	La pandemia y diversos shocks ESG, especialmente los de carácter climático, han revelado la vulnerabilidad de las cadenas de suministro y su impacto en la continuidad del aprovisionamiento y la inflación de precios.
2	GEPOLÍTICA Y CONFLICTOS	Los conflictos armados y una mayor priorización de la seguridad del abastecimiento de recursos básicos, conducen a una relocalización de los factores de producción.
3	REGULACIÓN EN DEBIDA DILIGENCIA	Una nueva generación de mecanismos regulatorios, como la propuesta de directiva europea de debida diligencia, hace a las compañías responsables jurídicamente de las controversias en sus cadenas de valor.

Fuente: Forética

¹³ El *Business Sustainability Risk and Performance Index 2021* consiste en una muestra de 46.000 compañías a nivel global, con una serie temporal de cinco años (2016-2020), que analiza cuatro dimensiones: Social, Ambiental, Ética y Aprovisionamiento sostenible. La red de Ecovadis agrega compradores por valor de 3,4Trn, esto es 7% del comercio mundial.

LAS PRÁCTICAS DE APROVISIONAMIENTO RESPONSABLE DEJAN AMPLIO MARGEN DE MEJORA

DESEMPEÑO GLOBAL DE POLÍTICAS ESG EN APROVISIONAMIENTO



IMPLANTACIÓN DE PRÁCTICAS EN LAS CADENAS DE PROVEEDORES A NIVEL GLOBAL



Fuente: Ecovadis, Forética.
N=46000

El aprovisionamiento sostenible, una práctica rezagada

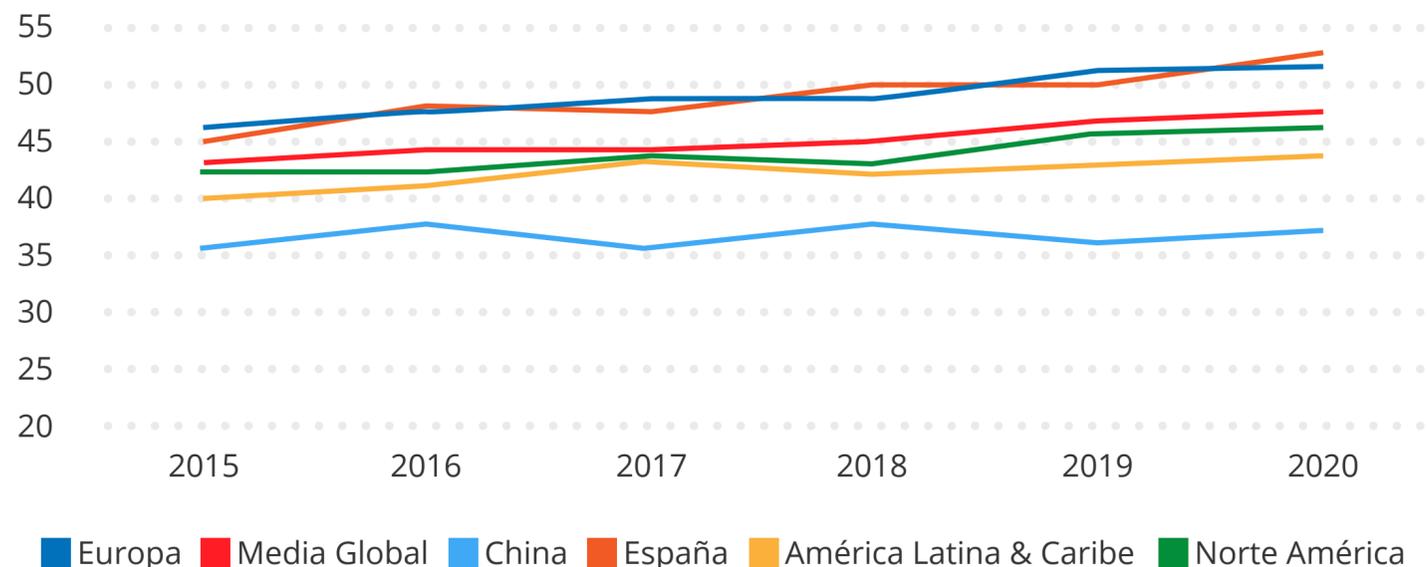
El mercado global de aprovisionamiento está experimentando un avance paulatino en la integración de políticas ESG. Sin embargo, el grado de desempeño dista mucho del grado de avance de las prácticas empresariales en sostenibilidad. Tan solo una de cada

tres compañías a nivel global dispone de políticas específicas de ESG en sus cadenas de suministro. Un 4% de las mismas muestra prácticas avanzadas y un 2% establece objetivos específicos de ESG en su cadena de proveedores. El gap de desempeño que existe entre las prácticas ESG de las compañías en sus propias operaciones frente al de sus cadenas de proveedores se sitúa en un 21%.

Por regiones, Europa es el mercado con mejor desempeño en la gestión ESG de su cadena de suministro con una puntuación de 42 sobre 100. Norteamérica se encuentra un 13% por debajo, América Latina un 19%, África, Oriente Medio y Asia un 22% y China un 31%. Las empresas españolas, por su parte, se encuentran en la media europea liderando las prácticas de aprovisionamiento sostenible a nivel mundial.

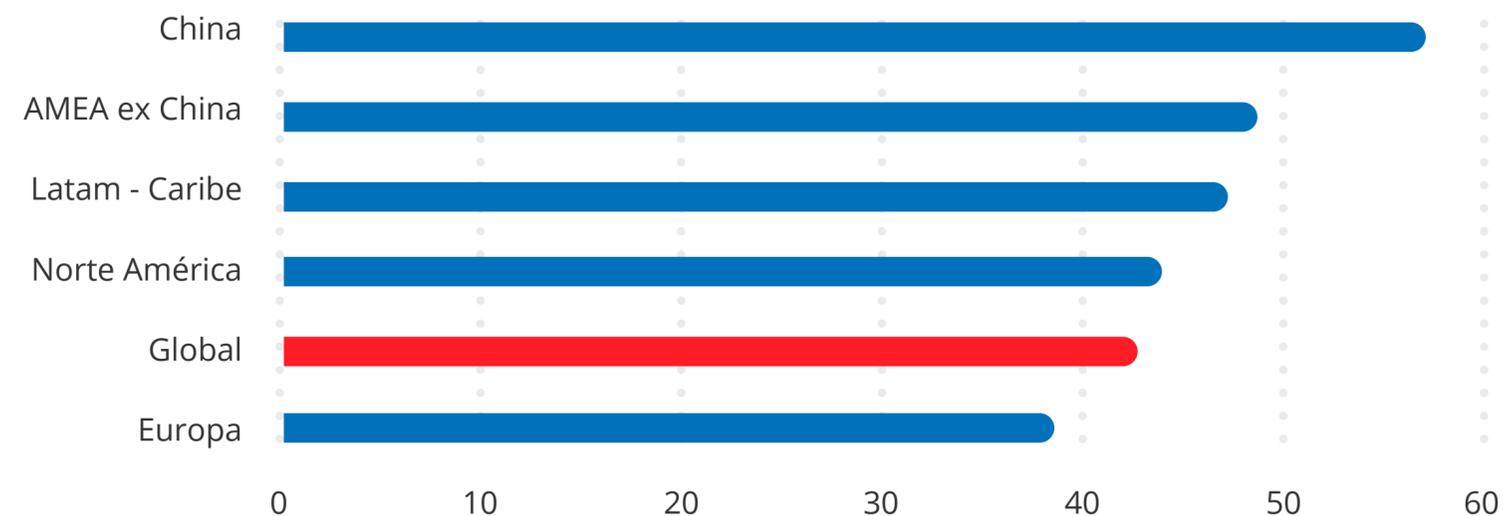
LA VELOCIDAD DE AVANCE PARECE INSUFICIENTE

PUNTUACIÓN ESG POR REGIONES



Fuente: Ecovadis, Forética.
N=46000

AÑOS DE DISTANCIA HACIA EL 100%



Lejos de la velocidad de crucero

El conjunto empresarial muestra una mejora progresiva en las prácticas ESG año a año y de manera generalizada en todo el mundo. Sin embargo, la tasa de crecimiento media es insuficiente para afrontar los retos a los que se enfrentan las cadenas de suministro. Con el grado de mejora actual – un crecimiento medio del 1,8% por año entre 2016 y 2020 en la muestra de 46.000 empresas- una compañía media global tardaría 43 años en alcanzar la máxima puntuación en ESG. Regiones como China, el punto caliente de las cadenas de aprovisionamiento a nivel mundial, tardaría 57 años en cumplir todos los requisitos evaluados por Ecovadis.

La debida diligencia, un disruptor de las cadenas de suministro

Uno de los mayores retos regulatorios que tienen las compañías por delante es el despliegue de un gran número de paquetes normativos en torno a la responsabilidad sobre los aspectos sociales y ambientales en la cadena de suministro. Durante los próximos cinco años, el 86% de las compañías que operan en los países desarrollados estarán sujetos a una normativa específica en materia de diligencia debida. La recientemente presentada propuesta de Directiva de Debida Diligencia establece la responsabilidad de las compañías que operan en Europa -incluidas las extracomunitarias a partir de cierto volumen- sobre

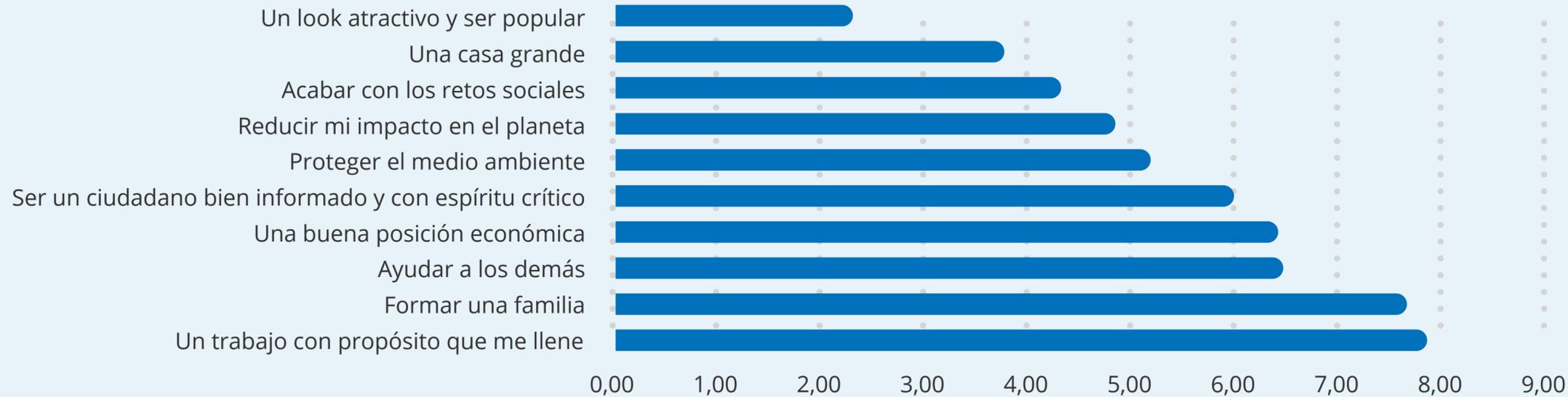
las controversias y vulneraciones de aspectos ESG a lo largo y ancho de sus cadenas de valor dentro y fuera de Europa. Esta responsabilidad se extiende más allá de los proveedores directos y establece responsabilidades específicas por parte de los consejos de administración. Esto supone un alto riesgo no solo reputacional, sino también jurídico-patrimonial a las compañías. De acuerdo con el informe [La era del Stewardship incrementando la presión en la custodia ESG](#), una de cada diez compañías cotizadas a nivel mundial se vio envuelta en al menos una controversia durante 2021. La probabilidad de experimentarlas a futuro es muy superior, habida cuenta de que ocho de cada diez puestos de trabajo se ubican fuera de la OCDE y que dos de cada tres empleos a nivel mundial operan en la economía informal.

EL CONSUMIDOR CONSCIENTE



LA PIRÁMIDE DE MASLOW DE LA CIUDADANÍA ESPAÑOLA

¿QUÉ ES TENER ÉXITO EN LA VIDA?



PRINCIPALES MOTIVACIONES

- Felicidad
- Salud
- Familia
- Trabajo
- Objetivos personales

Fuente: Forética
N= 1002

La sección de consumidores analiza las respuestas de una muestra estadísticamente representativa de la ciudadanía en España, en la que se valoran los principales elementos de la sostenibilidad, tanto desde el punto de vista de expectativas en torno a la empresa como desde el consumo responsable. Para más información, consulte la ficha técnica [aquí](#).

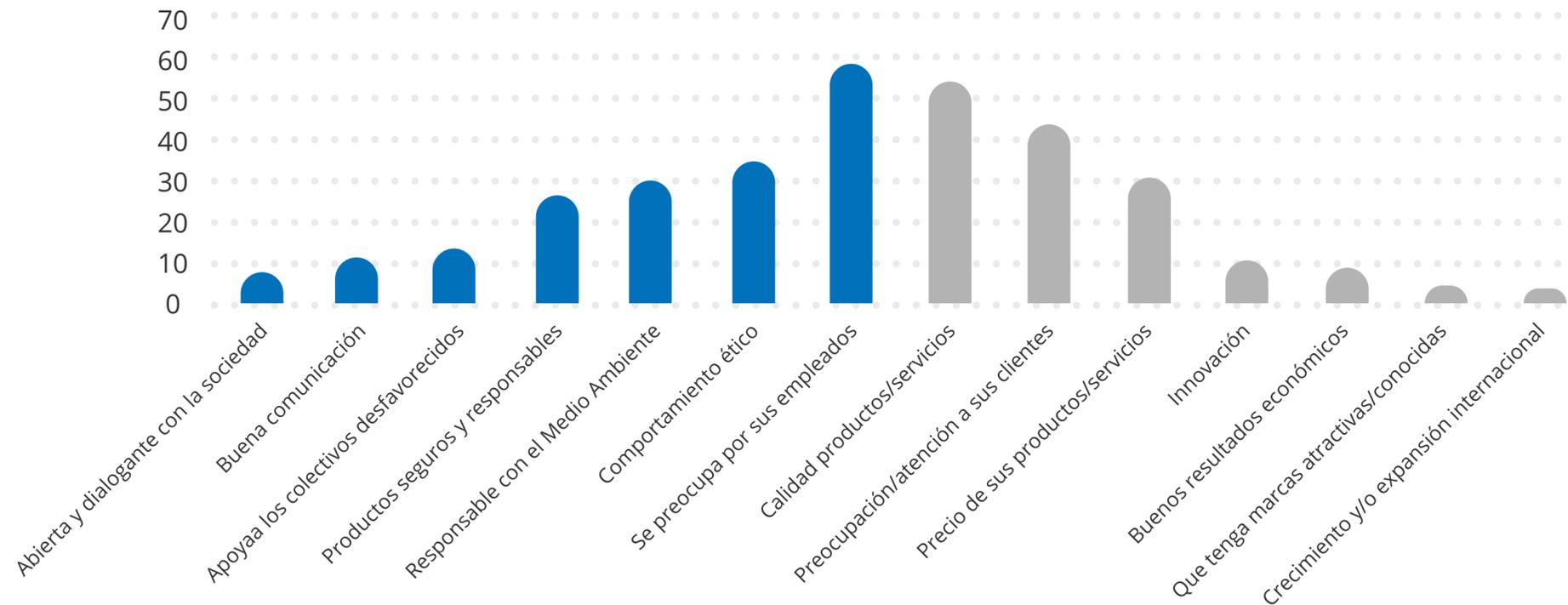
Dejando huella: el ciudadano consciente se preocupa por su entorno

Cuando el ciudadano trata de priorizar qué elementos tienen una mayor importancia a la hora de definir el éxito en la vida, los aspectos relacionados con el entorno tienen una importancia diferencial. Las dos prioridades más importantes tienen que ver con tener un trabajo con propósito y formar una familia. Por

encima de la media se encuentran el ayudar a los demás y una buena posición económica. En torno a la media, los ciudadanos aspiran a estar bien informados y tener un espíritu crítico, proteger el medio ambiente o reducir su impacto en el planeta. Por debajo de la media se encuentra el acabar con los retos sociales, tener una casa grande o tener un look atractivo y ser considerado popular. Dentro de las respuestas espontáneas destacan alcanzar la felicidad, la salud, la familia, el trabajo y los objetivos personales.

LA SOSTENIBILIDAD SUPERA LOS ATRIBUTOS DE MERCADO POR PRIMERA VEZ

ATRIBUTOS DE “LA BUENA EMPRESA”



EVOLUCIÓN ESG-MERCADO EN “LA BUENA EMPRESA”



Fuente: Forética
N=1002

La sostenibilidad se antepone al mercado

A la hora de valorar qué elementos hacen de una compañía “una buena empresa”, los atributos ESG superan a los de mercado por primera vez desde que se tiene registro. Los elementos vinculados a la sostenibilidad representan un 53% de las respuestas frente al 47% de mercado. Los aspectos más valorados son la preocupación

por los empleados (ESG), la calidad de productos y servicios (mercado), la atención al cliente (mercado), el comportamiento ético (ESG) y el respeto al medio ambiente (ESG).

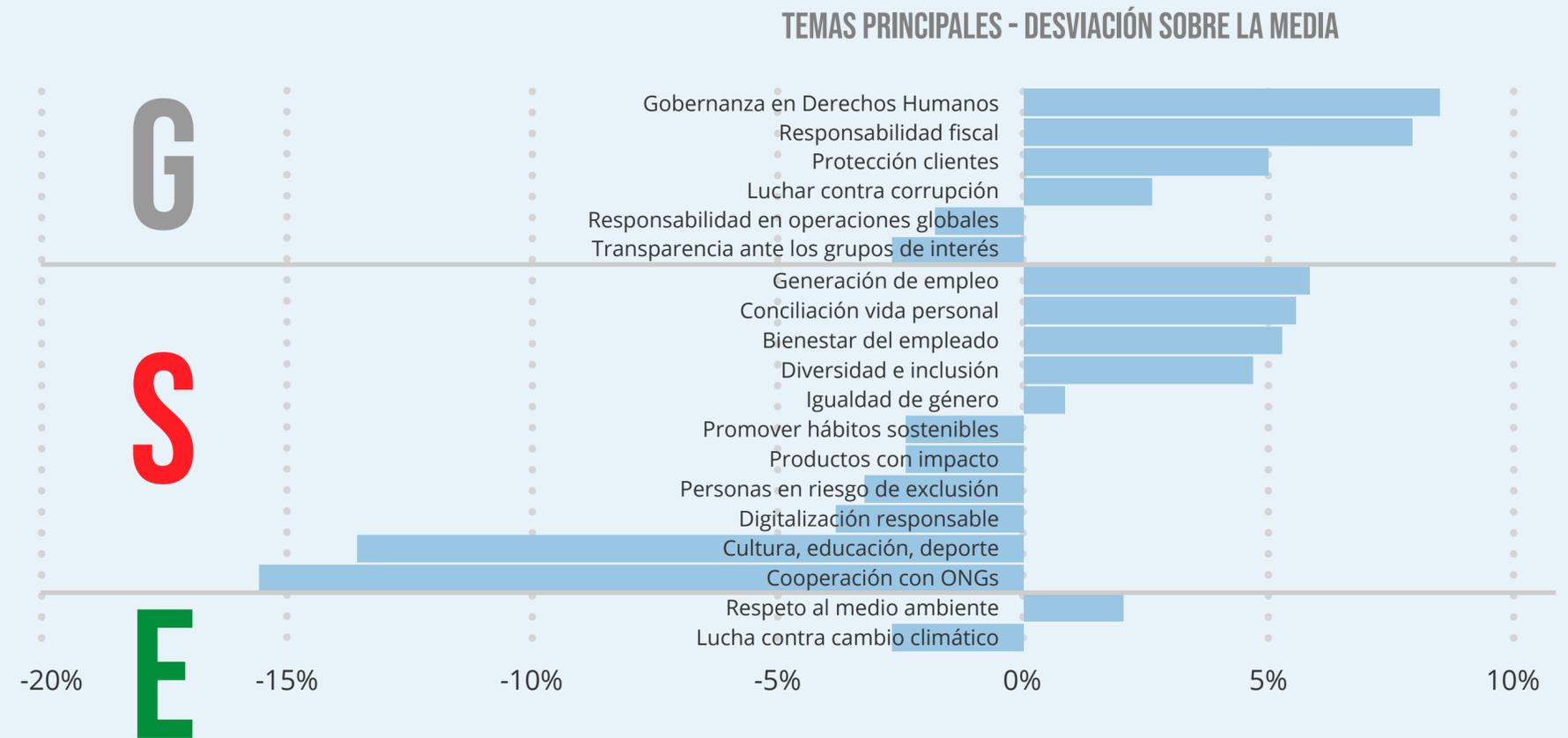
Por otro lado, el ciudadano considera que un comportamiento responsable ante la sociedad y el medio ambiente debe ser totalmente prioritario para un 65,4% y, al menos, importante para

el 90% de la muestra. Este alto grado de valoración se fundamenta en dos tipos de beneficios principales. Un 44% de los encuestados considera que los aspectos ESG contribuyen a mejorar los resultados económicos de la empresa, mientras que otro 48% entiende que el beneficio se materializa como resultado de ayudar a la sociedad.

INTEGRIDAD Y ASPECTOS SOCIALES, SUPERAN A LOS AMBIENTALES

TOP 5 ACCIONES ESG

1. Gobernanza en derechos humanos.
2. Responsabilidad fiscal.
3. Generación de empleo.
4. Conciliación de la vida personal.
5. Bienestar del empleado.



Fuente: Forética
N=1002

Gobernanza y aspectos sociales superan en importancia a los aspectos ambientales a ojos de la ciudadanía

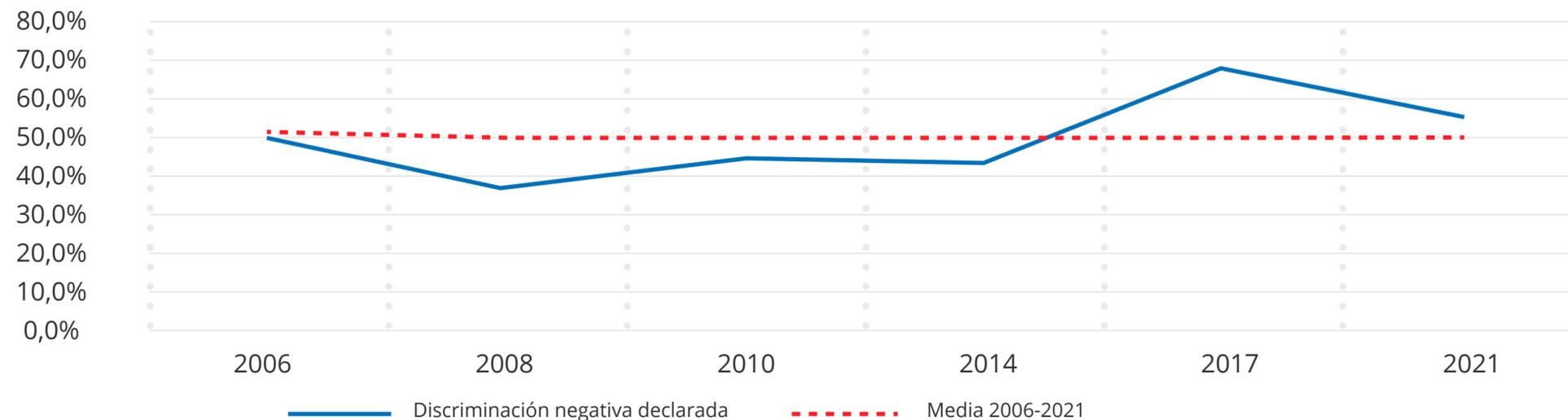
Evaluando el grado de importancia otorgada por la ciudadanía a las acciones empresariales en materia de sostenibilidad, se aprecia

una mayor preocupación por los aspectos de gobernanza y sociales frente a los ambientales. Si bien las diferencias no son significativas y la valoración media de las acciones son elevadas (6,8 sobre 10), ninguna acción ambiental se sitúa en el top 5 dentro de una batería de 19 acciones valoradas por los ciudadanos.

Destacan principalmente aspectos como la gobernanza en materia de derechos humanos, la responsabilidad fiscal, la generación de empleo y la conciliación de la vida personal y laboral y el bienestar de los empleados.

LA DISCRIMINACIÓN NEGATIVA, PRIMERA FÓRMULA DE CONSUMO RESPONSABLE

PORCETAJE DE CONSUMIDORES QUE HAN DEJADO DE CONSUMIR PRODUCTOS NO RESPONSABLES

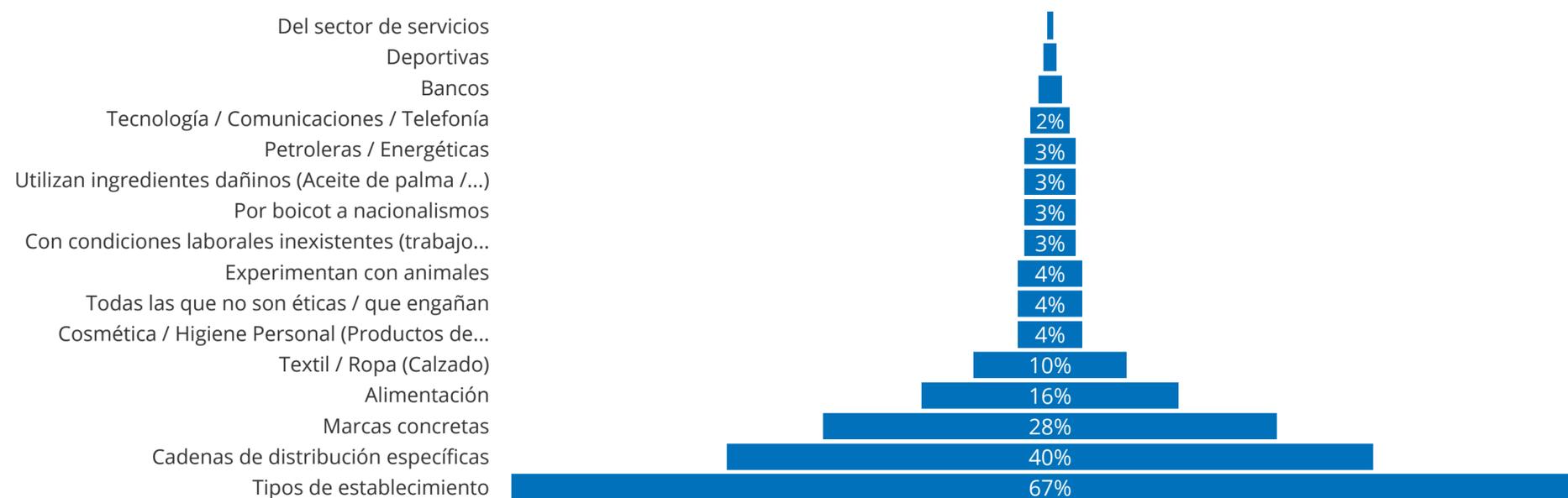


El consumo responsable se consolida y gana coherencia

- **La discriminación negativa, principal manifestación de consumo responsable.** La discriminación negativa -el boicot o la evitación- sigue siendo la principal fórmula de integración de criterios ESG en el consumo. El 56% de los consumidores ha dejado de consumir productos o servicios por malas prácticas en materia social o ambiental. A la hora de identificar la tipología de empresas sobre las que se ha discriminado negativamente, los tipos de establecimiento -por ejemplo, los “bazares”- y las cadenas de distribución son las más expuestas a la discriminación. Tan solo un 28% de aquellos que realizan boicot, lo desarrollan sobre marcas específicas. Dentro de las categorías de producto, alimentación, textil y cosmética son las principales áreas objeto de discriminación. Los consumidores centran su discriminación en las categorías de gran consumo, siendo marginales las menciones a sectores distintos de los mencionados anteriormente.

Fuente: Forética
N=561

EMPRESAS OBJETO DE BOYCOT



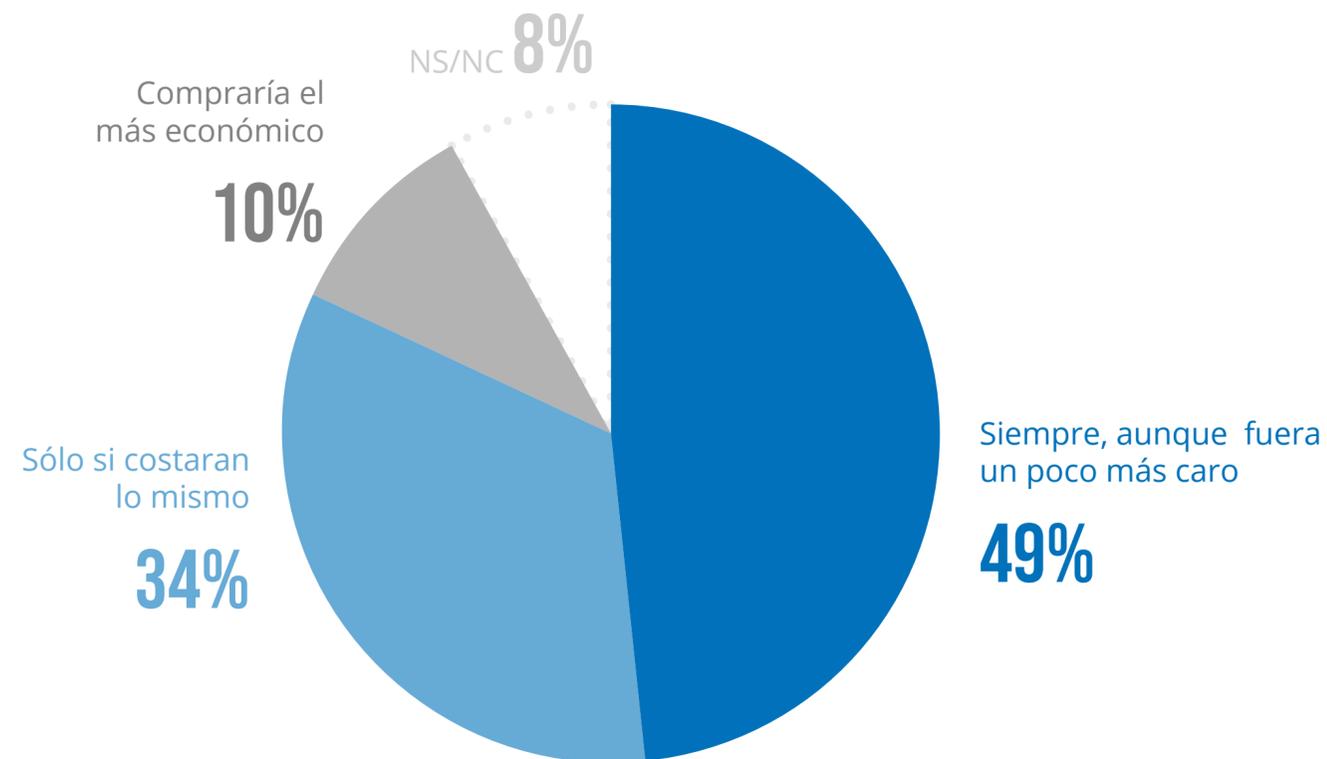
- **El consumidor aspira a premiar los productos responsables.** Ocho de cada diez consumidores estarían dispuestos a elegir un producto responsable en igualdad de condiciones comerciales¹⁴. En el lado más activista, un 49% de los encuestados declara

que estaría dispuesto a pagar más por un producto sostenible siempre que tuviera garantías. El valor de esta prima económica a los aspectos de sostenibilidad se sitúa en torno al 10% del precio respecto a otro producto si atributos sostenibles.

¹⁴ Las condiciones comerciales han de ser interpretadas de manera amplia, incluyendo los costes de conveniencia, como es el esfuerzo activo por encontrar oferta de consumo responsable. Algunos ejemplos pueden ser el coste o dificultad de encontrar información relevante sobre los atributos del producto, la necesidad de acudir a establecimientos específicos para encontrar oferta específica, o la renuncia a otras gratificaciones.

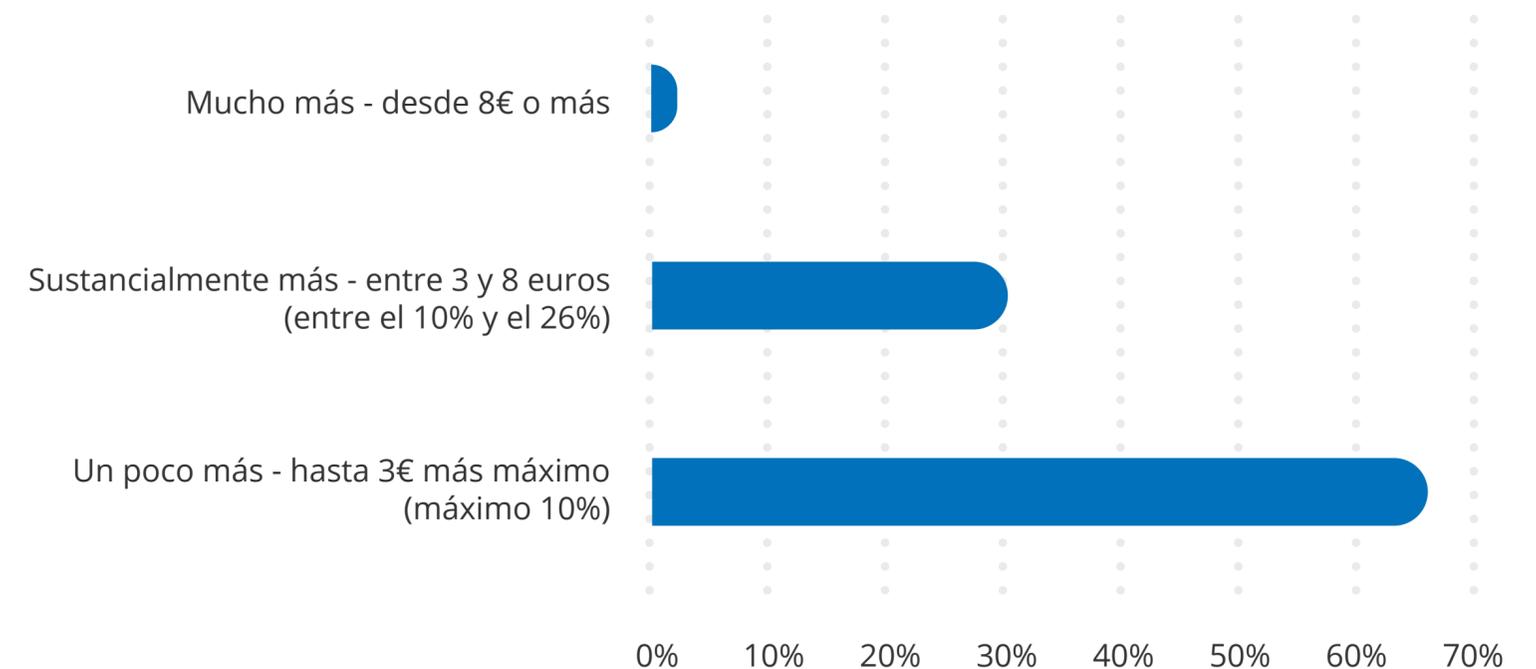
LA DISCRIMINACIÓN POSITIVA, UNA ASPIRACIÓN MAYORITARIA

¿ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR MÁS?



Fuente: Forética
N=1002

¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN PRODUCTO DE 30€?



Fuente: Forética
N=490

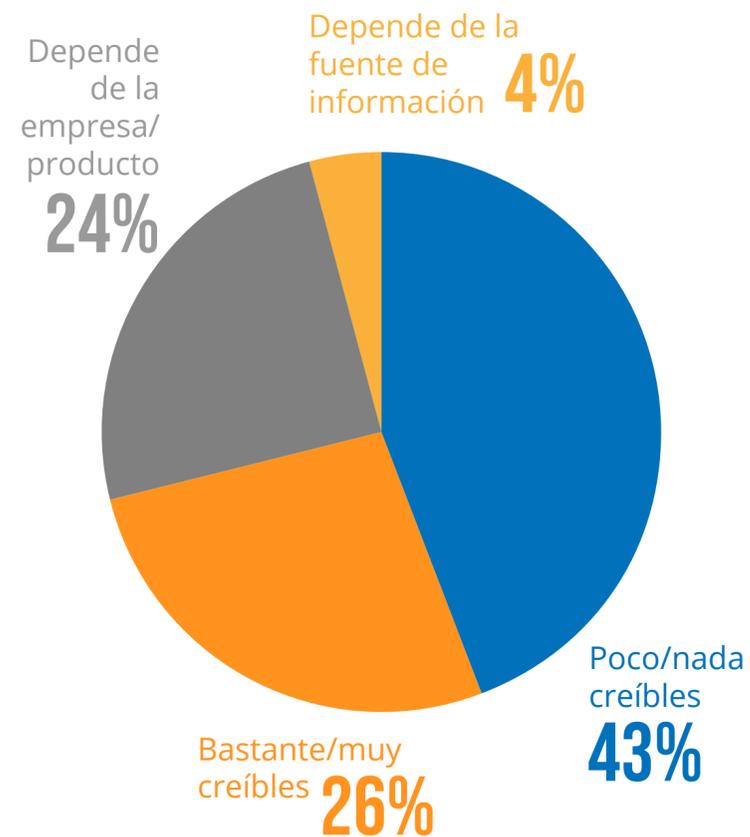
BARRERAS AL CONSUMO RESPONSABLE – INFORMACIÓN Y CREDIBILIDAD

¿POR QUÉ NO HE COMPRADO PRODUCTO RESPONSABLE?



Fuente: Forética
N=258

CREDIBILIDAD DE LOS MENSAJES DE SOSTENIBILIDAD EN LA COMUNICACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS



N=1002

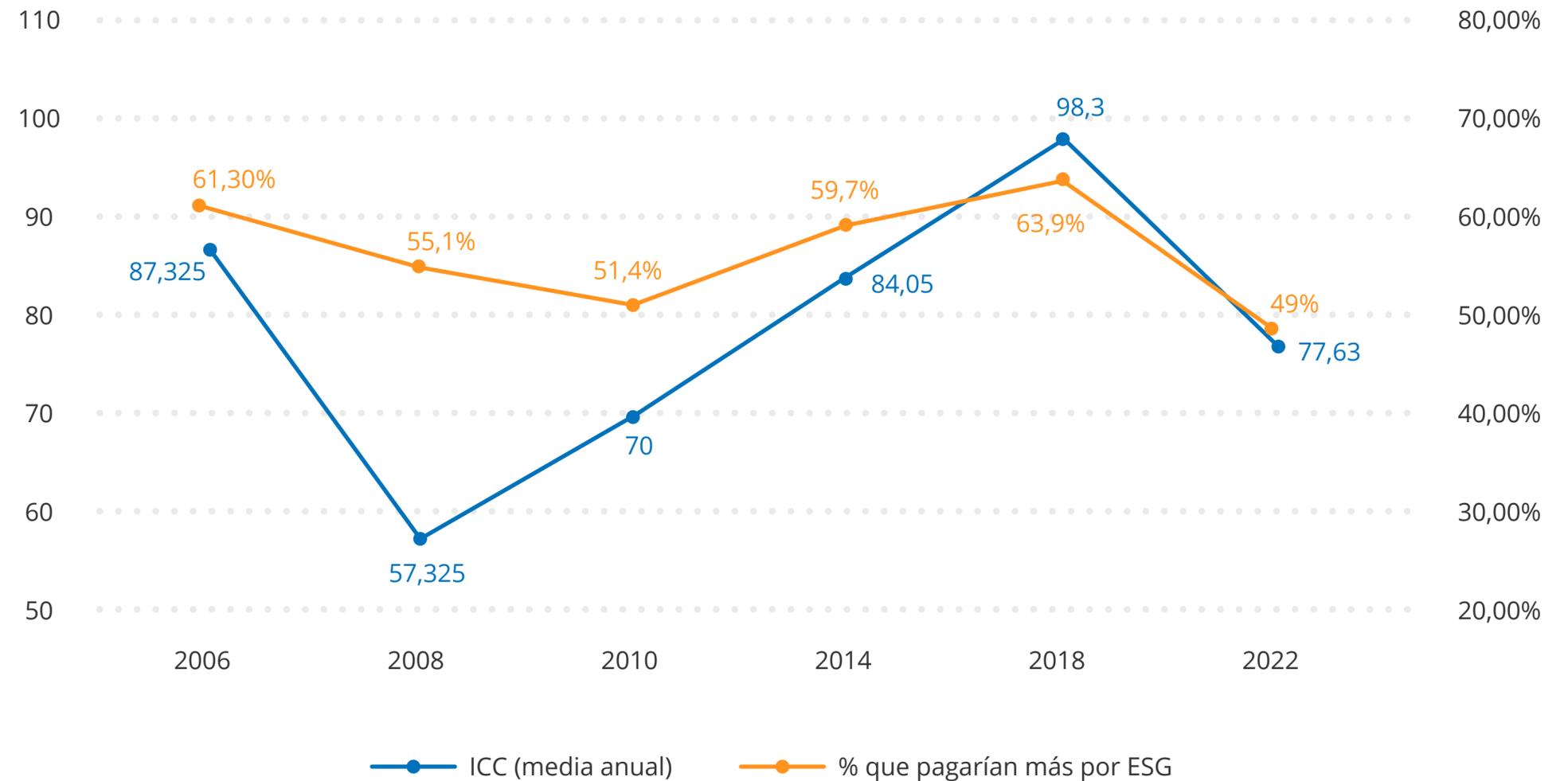
• **La falta de información y la falta de credibilidad suponen una barrera al consumo responsable.** La principal barrera de cara a materializar esta preferencia de consumo responsable está relacionada con la dificultad de formar una opinión respecto a los atributos sostenibles del producto. El 79% de aquellos con orientación al consumo responsable que todavía no han materializado en su consumo declaran que es difícil informarse sobre los impactos sociales y ambientales de los productos.

Además, los consumidores se muestran poco confiados respecto a los mensajes de sostenibilidad expresados por las marcas cuando se refieren a sus productos o servicios. Un 43,1% encuentra los mensajes publicitarios poco o nada creíble en 2021 frente al 31,2% 2017. Un 23,8% responde que la credibilidad depende de la empresa y otro 4,4% relaciona la credibilidad con la fuente de información.

• **La propensión al consumo responsable altamente sensible a la confianza en la economía.** Se constata una importante correlación entre la propensión a la discriminación positiva en el consumo de productos responsables y la evolución del Índice de Confianza del Consumidor a largo plazo. Cuando se analiza predisposición a pagar más por un producto responsable, se observa que los máximos y los mínimos tienden a coincidir con las oscilaciones del ICC. Esto es consistente con las barreras al consumo responsable donde un 73% de los consumidores que declaraban no haber realizado discriminación en su consumo por aspectos de sostenibilidad, alegaba su falta de capacidad adquisitiva.

LA PROPENSIÓN AL CONSUMO RESPONSABLE, RELACIONADO CON EL CICLO ECONÓMICO

CONSUMO RESPONSABLE Y CONFIANZA DEL CONSUMIDOR



Fuente: CIS, Forética
N= 1002

CONCLUSIÓN





El Informe Forética 2022 revela que la demanda de aspectos ESG se encuentra más fuerte que nunca y en continuo crecimiento. Los gobiernos y reguladores han incrementado la presión regulatoria de manera significativa, al tiempo que han desplegado un número mayor de incentivos económicos para acelerar la transición. Empresas e inversores han puesto el pie en el acelerador a la hora de diseñar y ejecutar estrategias ESG con objetivos de transformación a largo plazo. Por último, consumidores y ciudadanos han integrado criterios de sostenibilidad en su toma de decisiones y han elevado el grado de exigencia sobre el comportamiento de las empresas. El mayor reto a la agenda de desarrollo sostenible proviene de la geopolítica en la que un mayor foco en la seguridad – energética, militar y alimentaria – pueden

tener un impacto en la trayectoria y velocidad de la agenda ESG. Sin embargo, este informe muestra que las políticas ESG han sido una fuente de resiliencia y capacidad adaptativa ante la incertidumbre, habiendo salido reforzada de las dos crisis sistémicas anteriores, la gran crisis financiera de 2008 y la pandemia de la COVID 19. En esta nueva crisis, los aspectos ESG pueden suponer una fuente fundamental de estabilidad futura a través de una aceleración de la transición energética, un rediseño de las cadenas de valor y una mejora de la competitividad económica en el largo plazo. Ante el fuego cruzado, la sostenibilidad aportará seguridad, crecimiento y un refuerzo de las convicciones que han llevado a la humanidad al mayor grado de desarrollo jamás conocido. Es el momento de ser más sostenibles.

La elaboración del Informe Forética 2022 ha contado con la colaboración de:

cecabank

