

Auren

Transparencia y evidencia para enfrentar al discurso escéptico

“En un contexto menos receptivo hacia la agenda de sustentabilidad, las empresas argentinas están adoptando un enfoque más transparente y basado en evidencia. Se prioriza la comunicación honesta sobre avances y desafíos, evitando discursos excesivamente optimistas o superficiales”, Fabián Garófalo, líder de Sostenibilidad de la auditora.

“En Argentina, una de las principales dificultades para avanzar en la agenda de sustentabilidad radica en la limitada integración transversal de estos principios dentro de la cultura organizacional. Muchas empresas enfrentan desafíos para desarrollar capacidades en liderazgo sostenible, que permitan a los mandos medios y altos comprender y promover la agenda más allá de un cumplimiento formal. Además, la gestión del cambio y la formación continua en criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) constituyen áreas críticas que requieren un fortalecimiento significativo. La falta de datos confiables y sistemas robustos para medir impactos también limita la capacidad de ejecución efectiva”, diagnostica Fabián Garófalo, líder de Sostenibilidad de Auren Argentina, y agrega que, “la articulación con *stakeholders* externos, incluyendo comunidades y organismos reguladores, exige capacidades de diálogo, negociación y colaboración que aún se encuentran en proceso de desarrollo”.

—¿Qué indicadores están utilizando las empresas para evaluar si su estrategia de sustentabilidad está generando valor real, más allá del cumplimiento normativo?

—Las empresas argentinas están incorporando indicadores que trascienden el mero cumplimiento legal y regulatorio, enfocándose en métricas de impacto social y ambiental medibles. Entre los más utilizados se encuentran la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, la eficiencia en el uso de recursos (agua y energía), y la gestión de residuos con énfasis en la reducción, reutilización y reciclaje. En el ámbito social, se evalúan indicadores de diversidad e inclusión, desarrollo comunitario y condiciones laborales. En gobernanza, la transparencia y la ética corporativa son fundamentales. Además, muchas organizaciones están adoptando estándares internacionales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y reportes de sostenibilidad bajo el *framework* voluntario GRI (más del 60% de uso en reportes en nuestro país) para alinear sus indicadores con mejores prácticas globales, buscando demostrar creación de valor compartido y resiliencia a largo plazo.



Fabián Garófalo. En proceso de consolidación.

rativa son fundamentales. Además, muchas organizaciones están adoptando estándares internacionales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y reportes de sostenibilidad bajo el *framework* voluntario GRI (más del 60% de uso en reportes en nuestro país) para alinear sus indicadores con mejores prácticas globales, buscando demostrar creación de valor compartido y resiliencia a largo plazo.

Un enfoque a veces más táctico que estratégico

—¿Cómo están integrando las empresas la sustentabilidad en sus procesos de toma de decisiones estratégicas?

En el contexto argentino, la integración de la sustentabilidad en la toma de decisiones estratégicas está en proceso de consolidación. En empresas líderes y sectores con alta

exposición pública, la sustentabilidad es un factor determinante que guía inversiones, innovación y gestión de riesgos. Sin embargo, en muchas pymes y sectores tradicionales, la sustentabilidad sigue siendo una consideración secundaria, muchas veces relegada a áreas específicas sin influencia directa en la estrategia corporativa. La volatilidad económica y regulatoria local también condiciona la priorización, generando un enfoque más táctico que estratégico en algunos casos. No obstante, la creciente demanda de consumidores, inversores y reguladores está impulsando una integración más profunda y sistémica.

—¿Cómo están ajustando las compañías sus estrategias y narrativas de sustentabilidad frente a los nuevos discursos menos receptivos?

—Frente a discursos más escépticos o menos receptivos hacia la agenda de sustentabilidad, las empresas argentinas están adoptando un enfoque más transparente y basado en evidencia. Se prioriza la comunicación honesta sobre avances y desafíos, evitando discursos excesivamente optimistas o superficiales. Muchas organizaciones están reforzando la vinculación con sus comunidades y *stakeholders* para construir confianza a través de acciones concretas y medibles. Además, se observa un giro hacia narrativas que enfatizan la resiliencia, la creación de valor compartido y la contribución al desarrollo sostenible local, en lugar de solo enfocarse en aspectos ambientales. Este ajuste busca responder a un público más crítico y exigente, alineando la sustentabilidad con la realidad socioeconómica del país.

Mercado

El libro blanco
de la sustentabilidad

Sin lugar para los débiles

Gema Sacristán, de Deloitte:
La geopolítica ya atraviesa
la sustentabilidad

Talento: optimismo
de los empleadores,
cautela de los trabajadores

Geopolítica:
Crece la brecha
en la movilidad global

Los consumidores
renegocian su relación
con las marcas

