

Análisis

XIMENA VIAL

Gerenta de Inversiones de Impacto de Quest Capital.



FORZANDO LA CREATIVIDAD ESG

Hace un mes, Gucci lanzó al mercado zapatillas a 10 euros, zapatillas que no existen... al menos en el plano físico. Estas solo son utilizables en el mundo virtual, recibéndolas a través de alguna pantalla. El CEO detrás de esta estrategia plantea que, de aquí a 10 años, buena parte de la facturación vendrá de productos digitales. Me visto con ropa digital, pago con una criptomoneda, mientras bailo en una fiesta virtual...

La era del "Más" (más demanda, más variedad, más competencia, más todo) ha llevado a las empresas a ser más creativas, para buscar ser diferentes, al punto de sacarnos de la realidad. Pero parece que la creatividad se ha adormecido en el ámbito de la sustentabilidad. George Serafeim (Harvard) evidenció en un estudio realizado a 4 mil empresas, que estas se están involucrando en el mismo tipo de actividades de sostenibilidad y gobernanza y, por lo tanto, no logran diferenciarse estratégicamente. Están todos llenando formularios y completando casillas estandarizadas, desaprovechando la oportunidad de integrar una estrategia ESG más ambiciosa y diferenciada, que puede resultar en dividendos reales.

¿Estará faltando esa sana presión de la competencia para prender ampollitas? Cuán bien nos vendría (a nosotros, las empresas e incluso a nuestros nietos) una carrera por buscar nuevas ventajas competitivas en las herramientas ESG,

variables ambientales (E), sociales (S) y de gobernanza (G).

El mismo Serafeim dice que la mayoría de las empresas han tratado los esfuerzos ESG como una carcasa de celular, un agregado para protección (en este caso, a la reputación de la empresa), que bien podría ser una mejor forma de hacer las cosas.

A su vez, una integración estratégica, a todo nivel, de estos criterios resultará en una versión más auténtica. Los inversionistas se están volviendo lo suficientemente sofisticados como para diferenciar entre la creación de valor y el "impactwashing" (*greenwashing* o cualquier otra afirmación sobre algo que no es más que un lavado de imagen). Los riesgos reputacionales del "washing" son muy reales, porque atribuirse el mérito de comportamientos sin ser tal tiende a despertar un mayor escepticismo en el público, logrando el efecto contrario al que se busca. La inversión de impacto, la versión 2.0 de la industria de fondos ESG, ha sido férrea en exigir condiciones para evitarlo.

En definitiva, algunos podrán quedarse con ser mejor que sus rivales en actividades similares, obteniendo mejores resultados operacionales, y otros, forzando la creatividad, optarán por usar las herramientas ESG para ser diferentes a nivel estratégico, que seguramente dará sustentabilidad en los retornos a largo plazo. Carrera en la que todos ganamos.