

TENDENCIAS EN SOSTENIBILIDAD



Alfredo Torres

Presidente ejecutivo de Ipsos Perú



Patricia Rojas

Directora senior de Public Affairs



Carlos Ponce

Director de Corporate Reputation



Alejandra Campero

Procurement & Sustainability Director- Backus



Malena Morales

Vicepresidenta de Asuntos Corporativos - Alicorp



Julia Sobrevilla

Directora Independiente y experta en temas de sostenibilidad



EL NECESARIO ENCANTO DE LA SOSTENIBILIDAD



Patricia Rojas

Directora senior de Public Affairs



Carlos Ponce

Director de Corporate Reputation



CONTEXTO



El necesario encanto de la sostenibilidad

Una empresa sostenible integra el valor a largo plazo de las partes interesadas en todas las dimensiones de sus actividades, incluida su cadena de suministro, las relaciones con los empleados, las relaciones con la comunidad, el impacto ambiental y las prácticas de gobierno.



El necesario encanto de la sostenibilidad

No todas las empresas pueden o se acercarán a una agenda de sostenibilidad de **la misma manera**, lo cual puede crear incertidumbre al empezar o al escoger los temas sobre los cuáles puede trabajar.

En **Ipsos**, ayudamos a nuestros clientes a **tomar decisiones basadas en evidencia y definir prioridades** para la sostenibilidad de los negocios.



¿Cómo entendemos la sostenibilidad?



Medio ambiente (E)

Cómo afecta un negocio al medio ambiente. Emisiones de carbono, contaminación y reciclaje, gestión de residuos, consumo de energía.



Social (S)

Cómo trata un negocio a sus empleados, clientes y comunidades. Diversidad e inclusión, políticas de recursos humanos, derechos humanos, seguridad, normas laborales, privacidad, atención al cliente, trabajo voluntario.



Gobierno corporativo (G)

Cómo se administra un negocio. Composición de la junta directiva, ética empresarial, transparencia, auditoría y *compliance*.



Es una tendencia que está en todo el mundo

unicef for every child

Worldwide, nearly 1 in 4 girls between the ages of 15 and 19 are neither employed nor in **education** or training — compared to 1 in 10 boys.

Le Monde

Canicule en France: les **fortes chaleurs** perdurent dans le quart Sud-Est, après plus de soixante records absolus de temperature mardi

USA TODAY MONEY

Racial justice in the workplace: In-depth look at diversity's struggle to crack corporate boardrooms

The Economist

Pakistan has been hit by its worst **floods** in recent memory

UN WOMEN

Explainer: How **gender inequality** and climate change are interconnected

BBC

NEWS

India heatwave: High temperatures killing more Indians now, Lancet study finds

THE WORLD BANK

Nearly 2.4 Billion Women Globally Don't Have Same Economic Rights as Men

The Guardian

Wildfires in US west fueling extreme weather in other states, study finds

TIME

They Called Ukraine Home. But They Faced Violence and Racism When They Tried to Flee

USA TODAY OPINION

A reality check on the American workforce: Time to invest in people with disabilities

africa news.

World Bank: South Africa is the most unequal country in the world

Y también en Latinoamérica y el Perú

19 playas aún siguen contaminadas por hidrocarburos, revela el Ministerio del Ambiente del Perú

Perú21

Credicorp: Inclusión financiera marcó ligero avance en 2022, pero el Perú todavía está rezagado frente a la región

SEMANAeconómica

Perú llevaría la delantera en la adopción de acciones de ESG en Latam: ¿a qué se debe?

GESTIÓN

Desastres climáticos en América Latina amenazan la seguridad alimentaria mundial

Bloomberg

Magdalena del Mar: trabajadores de delivery exigen a empresa mejoras salariales y mejor trato laboral

El Comercio

Nuevo informe detalla graves impactos climáticos en América Latina y el Caribe

 **United Nations**

La megasequía, el derretimiento de los glaciares y la deforestación azotan a América Latina y el Caribe

 **UN News**

Chile sufre la mayor mortalidad por polución en Latinoamérica, según estudio

EL MERCURIO

Estudio revela alta desigualdad de género en empresas de América Latina y el Caribe

 **IDB**

Las tasas de pobreza en América Latina se mantienen por encima de los niveles previos a la pandemia en 2022



ECLAC

Las mujeres son retratadas como objetos de deseo sexual y los hombres como líderes en la publicidad en América Latina y el Caribe, confirma nueva investigación

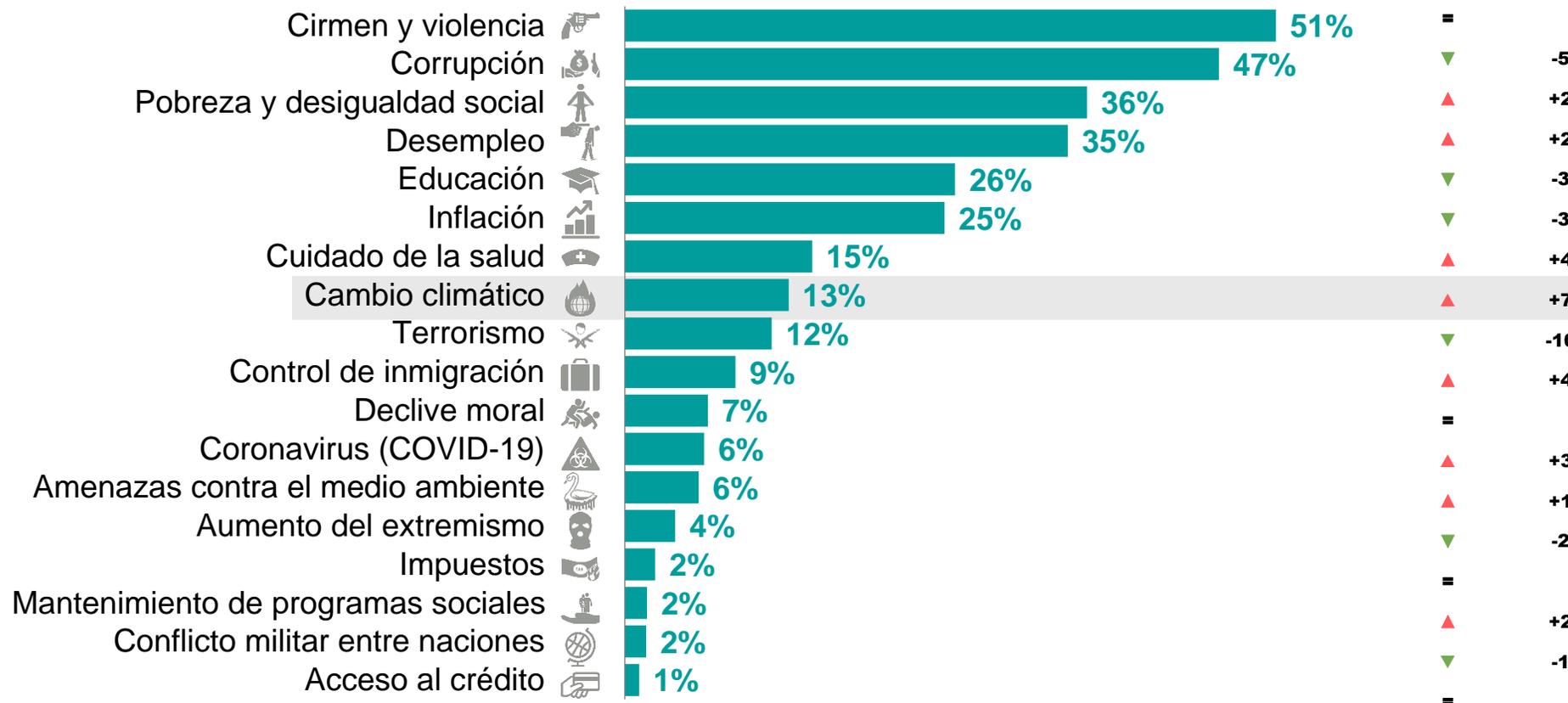
 **unicef**
for every child

¿Qué es lo que preocupa a los ciudadanos?

En términos relativos hay muchas preocupaciones en el país antes que las ambientales, pero estas han cobrado relevancia

P ¿Cuáles de los siguientes tres temas le parecen más preocupantes en su país? - Abril 2023

Vs. Mar 2023



Base: Representative sample of Peruvian adults aged 16-74. c.500 per month.

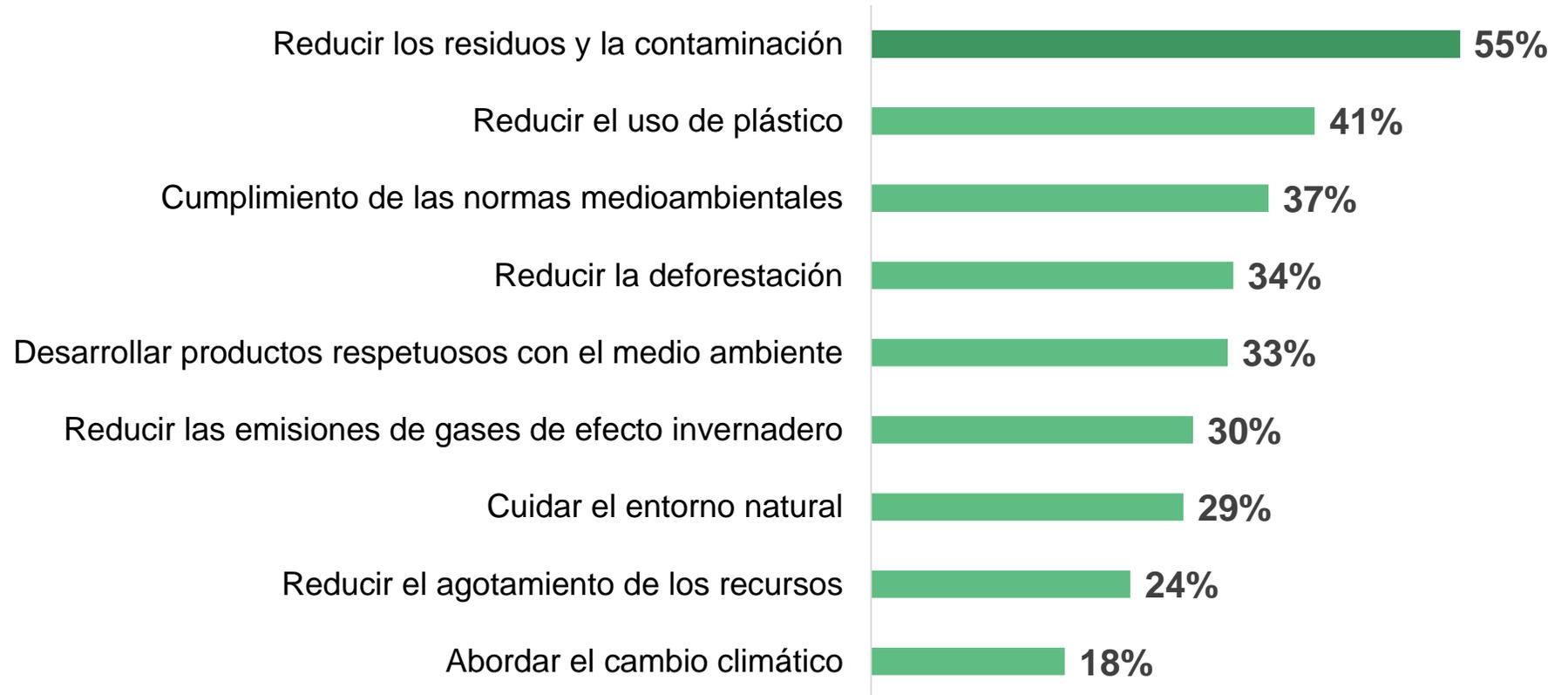
Fuente: Global Advisor. Global score is a Global Country Average. See methodology for details.

Fuente: Ipsos Global @dvisor What Worries The World. Muestra: 20, 570 personas en 29 países del mundo. Fechas de campo: 24 de marzo al 7 de abril.

¿Qué pide la ciudadanía?

Aspectos que la población espera - Medio Ambiente (E)

En cuanto a la **protección del medio ambiente**, ¿cuáles de los siguientes **aspectos** crees que son los más importantes?



Fuente: Ipsos Global @dvisor IGRM. Muestra: 19,000 personas en 27 países del mundo. Fechas de campo: Abril 2023.

¿Qué pide la ciudadanía?

Aspectos que la población espera - Social (S)

En cuanto a la **mejora de la sociedad**, ¿cuáles de los siguientes **aspectos** crees que son los **más importantes**?



Fuente: Ipsos Global @dvisor IGRM. Muestra: 19,000 personas en 27 países del mundo. Fechas de campo: Abril 2023.

¿Qué pide la ciudadanía?

Aspectos que la población espera - Governance (G)

En cuanto a las **prácticas de gobierno corporativo**, ¿cuáles de los siguientes **aspectos** crees que son los más importantes?



Fuente: Ipsos Global @dvisor IGRM. Muestra: 19,000 personas en 27 países del mundo. Fechas de campo: Abril 2023.

Las organizaciones tienen el deber de guiar a los consumidores a actuar según su deseo para decisiones más sostenibles (*perils of perception*)

Acciones en el hogar que creen pueden ayudar a reducir emisiones

Ranking real* de
reducción de emisiones

Acción	Porcentaje	Ranking real*
Reciclaje	62%	60
Empezar a usar electricidad de fuentes renovables	43%	4
Equipos de cocina más eficientes energéticamente, utilizando...	30%	9
Cambio al transporte público	22%	5
Menos empaques	21%	38
Cultivar o producir sus propios alimentos	18%	23
Prácticas de manejo eficientes en el consumo de combustible (ejm....	17%	34
Comprar menos artículos o artículos más duraderos	16%	46
Vivir sin autos	16%	1
Reformar y renovar viviendas para mayor eficiencia	7%	6
Tener espacios habitables más pequeños / o co-vivienda para llenar...	6%	31
Tener una dieta vegana	5%	7

#2 – usar
autos
eléctricos
#3 – hacer
menos
vuelos en
avión

*Ivanova et al., 2020. Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options. Disponible aquí: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/ab8589/pdf>

Fuente: Ipsos Global @dvisor Día de la Tierra 2022. Muestra: 23,557 personas en 30 países del mundo. Fechas de campo: 18 de febrero al 4 de marzo del 2022

P. A continuación se muestra una lista de diferentes formas en que los hogares podrían cambiar sus comportamientos para reducir las emisiones globales de gases de efecto invernadero (o huellas de carbono). ¿Cuáles de las tres de las siguientes acciones, si las hay, cree que tendrían más impacto en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero?

¿QUÉ ESTÁN HACIENDO LAS EMPRESAS?

55%

De los miembros del Ipsos Reputation Council de Ipsos afirman que ESG ha cambiado totalmente la forma como operan sus negocios

Base: 100 Miembros del Reputation Council

72%

coinciden en que demasiadas empresas utilizan el lenguaje del propósito social sin comprometerse con un cambio real

Base: 99 miembros del Reputation Council

Miembros del Reputation Council

Fuente: Ipsos Reputation Council 2022. Muestra: 117 comunicadores corporativos de 16 mercados en el mundo.

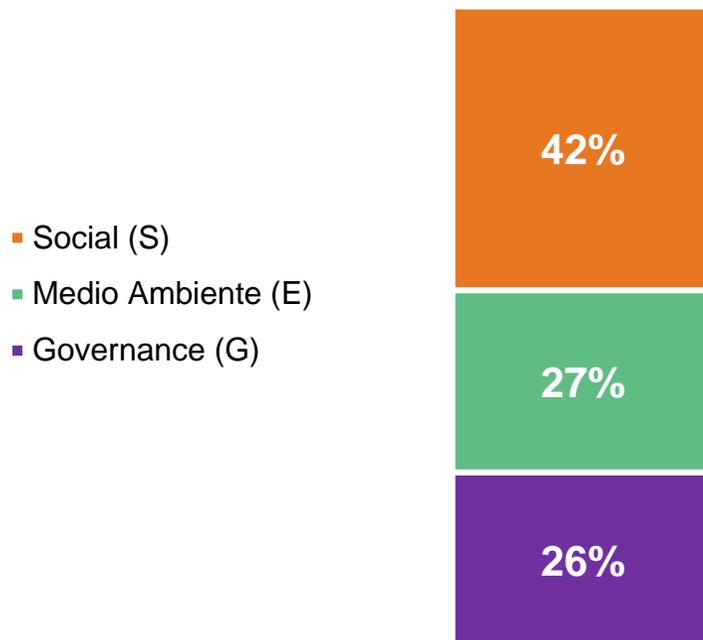


El pilar social es considerado el más importante

Los principios sociales son de mayor prioridad tanto para la opinión pública como para los CEO.

Opinión pública

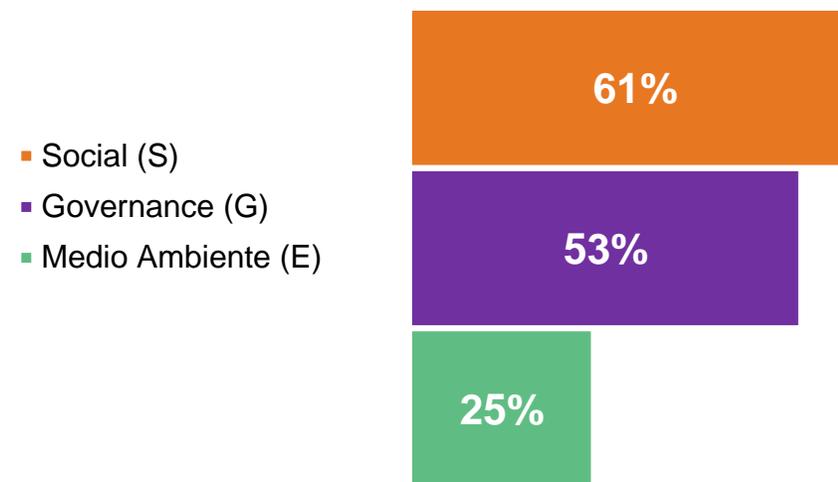
Si estuviera involucrado(a) en el diseño de la estrategia de **SOSTENIBILIDAD** de una empresa, ¿cuál de los siguientes principios consideraría más importante? (%) (Repuestas única)



Fuente: Ipsos Perú– Bus Express Mayo 2023. Muestra: 1009 personas mayores de 18 años de todos los NSE en el ámbito nacional urbano. Fechas de campo: 11 al 12 de mayo del 2023.

Gerentes Generales empresas TOP 2500

En términos generales, ¿en cuál o cuáles de los siguientes pilares las empresas del Perú han centrado mayoritariamente sus esfuerzos? (Respuesta múltiple)



Fuente: Ipsos Perú– Gestión: Barómetro de los CEO, Abril 2023. Muestra: 162 gerentes generales de las principales 2500 empresas del Perú. Fechas de campo: 21 al 27 de abril del 2023.

97%

de los estudios de investigación realizados en Ipsos Perú en el 2022 en Public Affairs corresponden al **pilar Social**



Implementación de estrategias de sostenibilidad

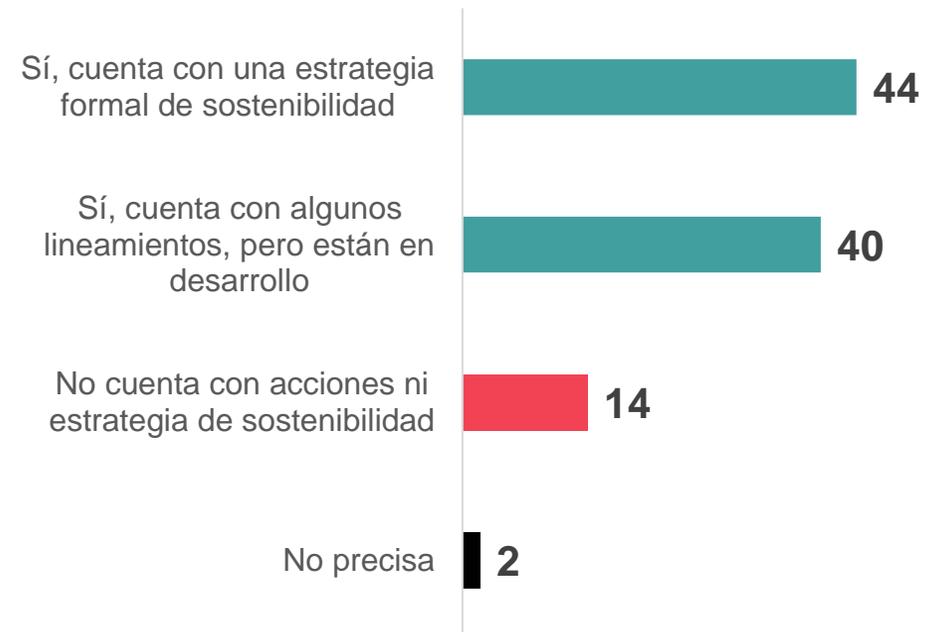
44%

de CEOs peruanos dice que su empresa **cuenta con una estrategia formal de sostenibilidad**

90% de compañías está **desarrollando estrategias de sostenibilidad**

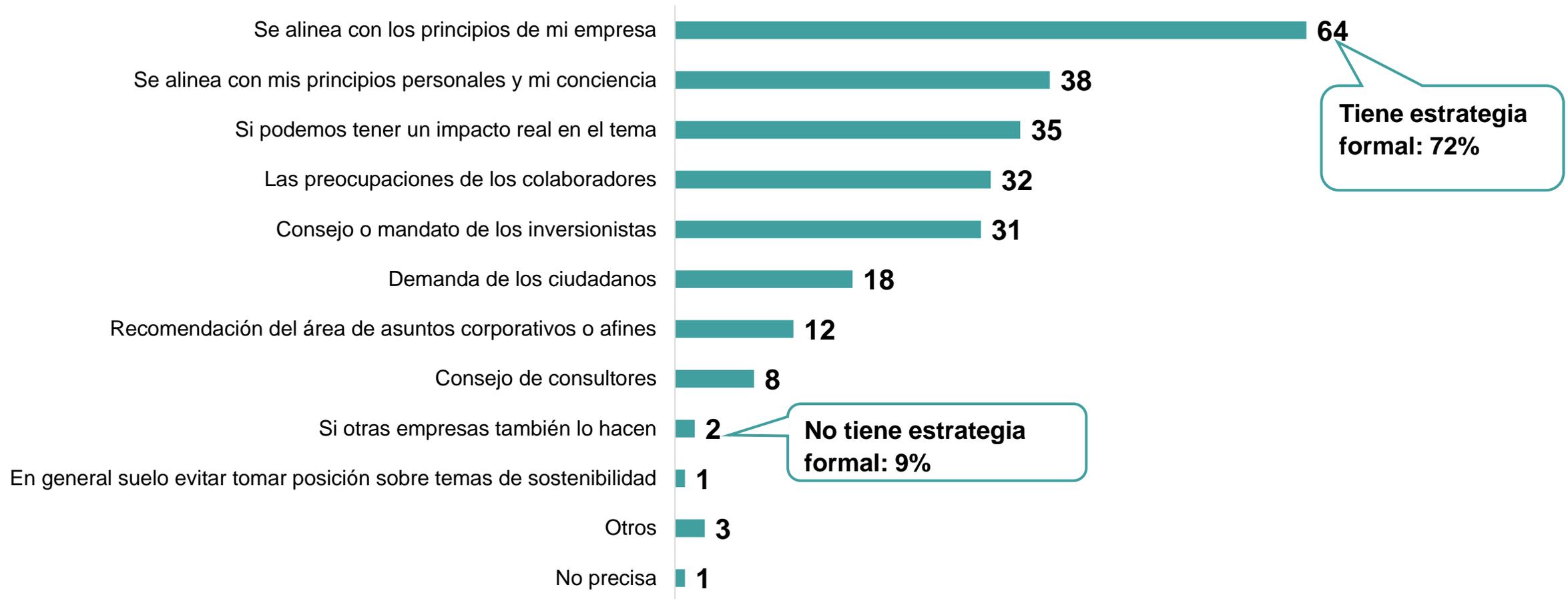
Morningstar Sustainalytics survey, December 2022

¿Diría que su empresa cuenta con una estrategia de sostenibilidad o no?



¿Cómo deciden los CEO si tomar acción en temas de sostenibilidad?

Predominan los principios de la empresa entre los que tienen estrategia formal



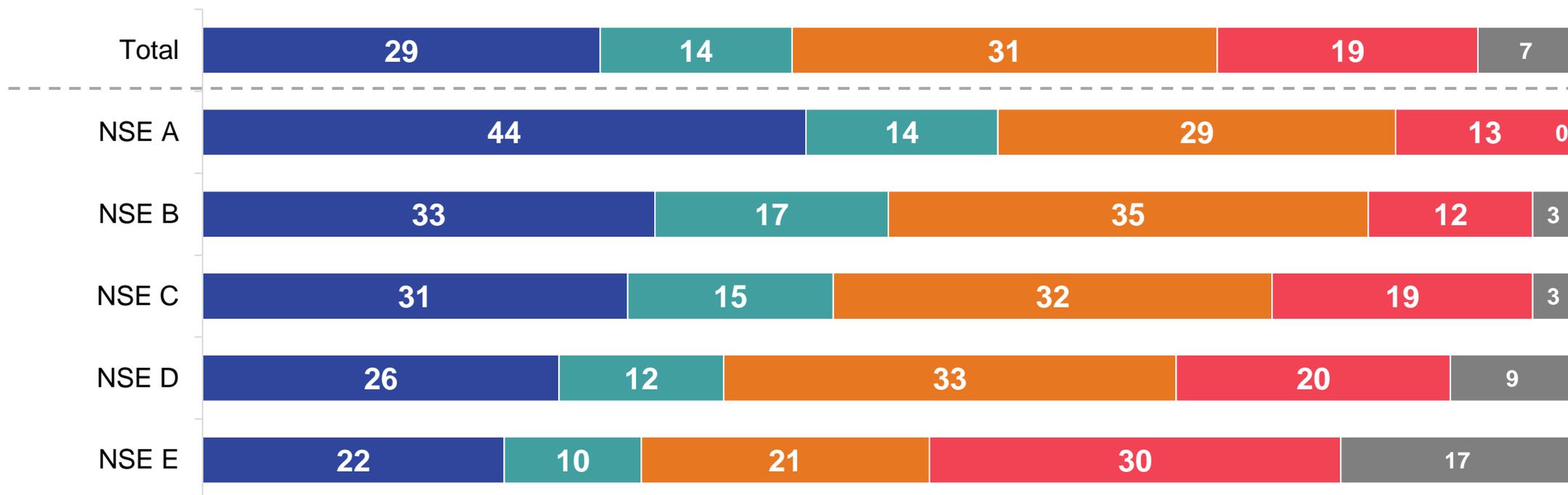
Pregunta: ¿Qué aspectos toma en consideración para decidir si tomará o no una posición frente a temas de sostenibilidad?

Fuente: Ipsos Perú– Gestión: Barómetro de los CEO, Abril 2023. Muestra: 162 gerentes generales de las principales 2500 empresas del Perú. Fechas de campo: 21 al 27 de abril del 2023.

A pesar de los esfuerzos de las empresas la ciudadanía no percibe que sus acciones impacten en la sostenibilidad del país

¿Qué tanto impacto cree que tienen las estrategias de sostenibilidad (ambientales, sociales y buen gobierno corporativo) que trabajan las empresas actualmente en la sostenibilidad del país?

■ Impactan mucho ■ Impactan ■ Impactan poco ■ Impactan nada ■ No precisa

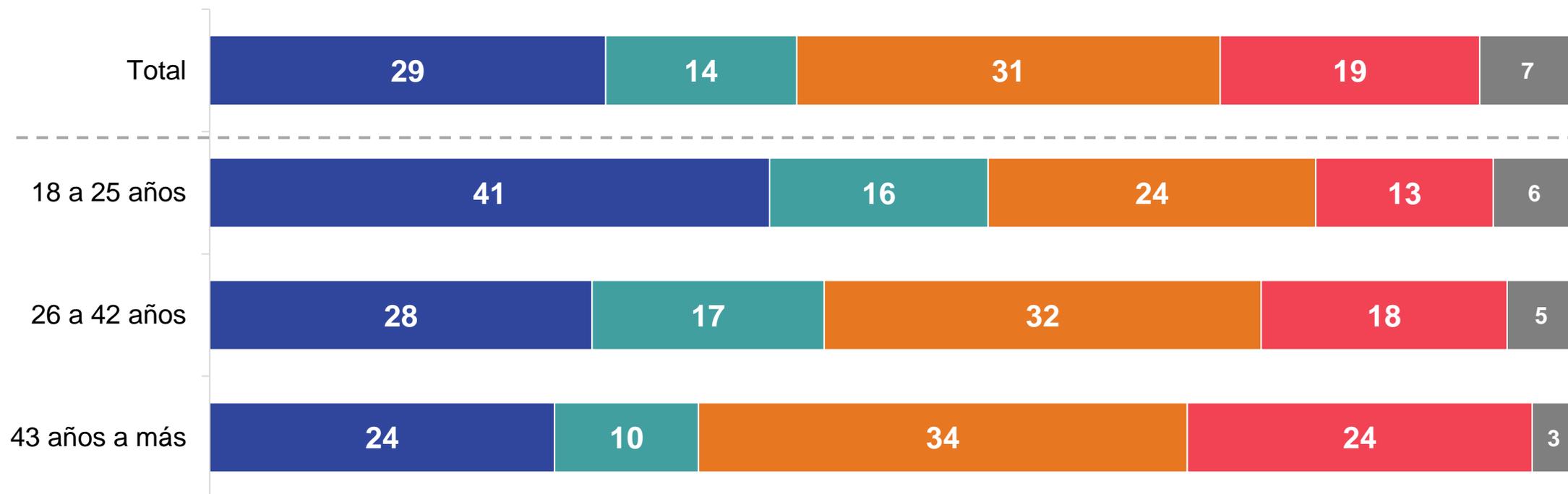


Fuente: Ipsos Perú– Bus Express Mayo 2023. Muestra: 1009 personas mayores de 18 años de todos los NSE en el ámbito nacional urbano. Fechas de campo: 11 al 12 de mayo del 2023.

Los jóvenes son quienes perciben un mayor impacto de las estrategias de sostenibilidad de las empresas

¿Qué tanto impacto cree que tienen las estrategias de sostenibilidad (ambientales, sociales y buen gobierno corporativo) que trabajan las empresas actualmente en la sostenibilidad del país?

■ Impactan mucho ■ Impactan ■ Impactan poco ■ Impactan nada ■ No precisa



Fuente: Ipsos Perú– Bus Express Mayo 2023. Muestra: 1009 personas mayores de 18 años de todos los NSE en el ámbito nacional urbano. Fechas de campo: 11 al 12 de mayo del 2023.

¿QUÉ ESTÁ HACIENDO IPSOS EN ESG PARA SUS CLIENTES EN EL MUNDO?

(E) MEDIO AMBIENTE



Comprender el impacto que los medios de difusión pueden tener sobre el cambio climático.

Pan UK Broadcaster working group



Explorando las percepciones de los consumidores del Reino Unido sobre los alimentos sostenibles a través de las redes sociales.

FMCG company



Diseño de envases sostenibles para el comercio electrónico.

FMCG Manufacturer, Multi-Market



Comprender el panorama en envases y materiales sostenibles para informar sus objetivos de sostenibilidad para 2025 y 2030.

The Clorox Company, USA



Caso de estudio. Impacto de la sostenibilidad del cacao: inversiones.

Mondelez International



Cuantificando los desperdicios de comida en la India.

Unilever and Confederation of Indian Industries

(S) SOCIAL



Índice de vulnerabilidad: Mejorando la calidad de vida de trabajadores vulnerables.

Perú



Acoso sexual en las calles: exploración del impacto del acoso sexual en las mujeres y el impacto positivo de la intervención de los transeúntes.

Empresa Europea de belleza



Enfoques personalizados para impulsar la vacunación contra la COVID-19 en el África subsahariana.

JnJ Global Public Health



Primera medición de Inclusión Financiera en Latinoamérica 2021 / 2022.

Credicorp, Perú



Emprendimiento de mujeres: medir la experiencia y las opiniones de hombres y mujeres, comprender qué motiva el espíritu emprendedor y cuáles son las diferencias entre hombres y mujeres

Empresa Europea de belleza



Romper el ciclo: llevar a los hombres a tratamiento del VIH.

Bill and Melinda Gates Foundation

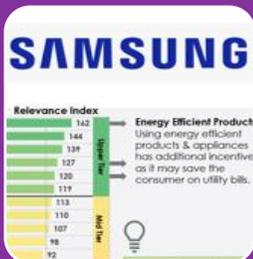
(G) GOVERNANCE



Encuesta de Gobierno Corporativo.
Semana Económica



Monitoreo del valor financiero de la sostenibilidad.
Vale, Brasil.



Identificación de potenciales esfuerzos de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa para Liderar Estrategias de Comunicación
Samsung, USA



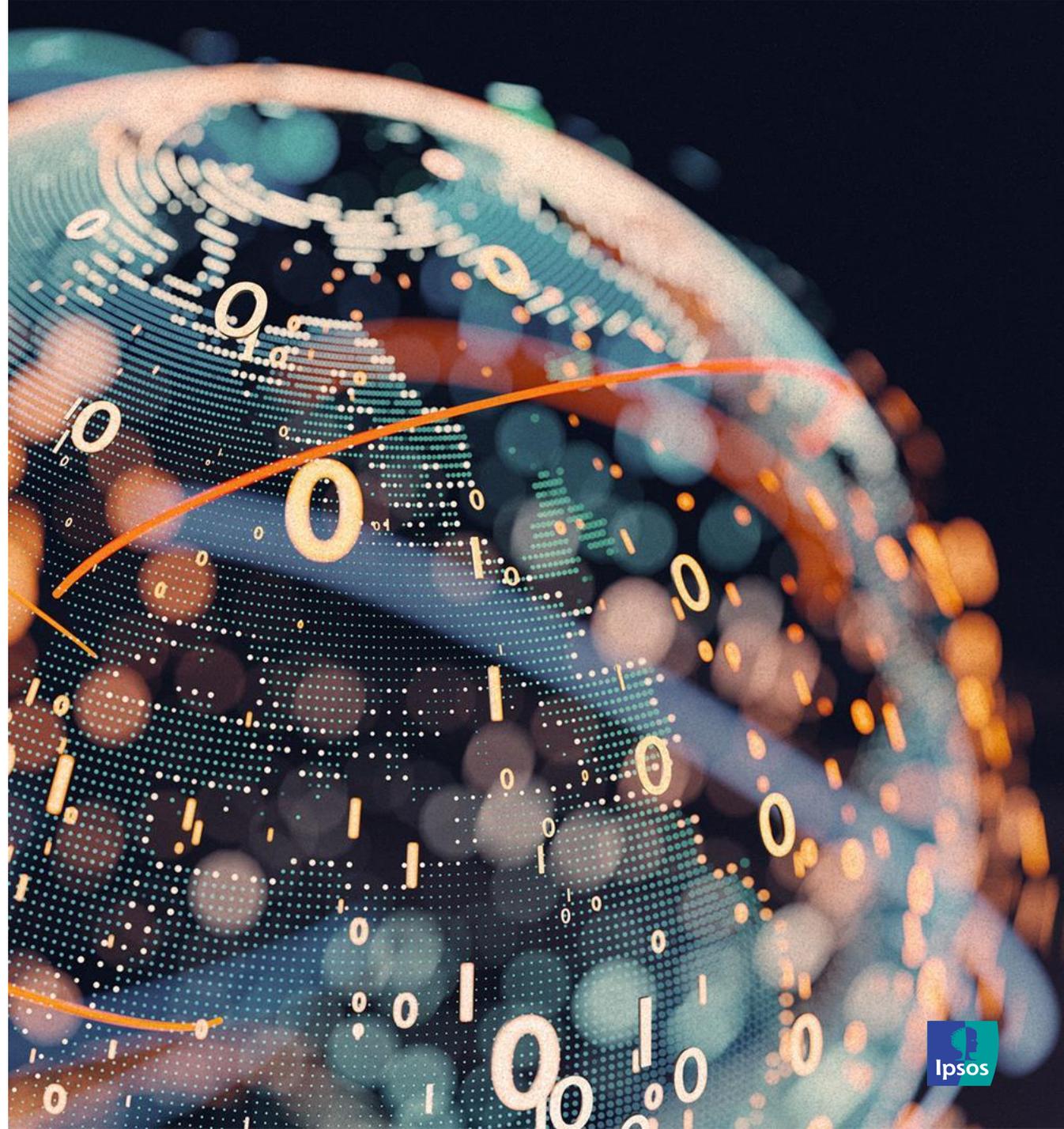
Cómo Pepsico puede volverse más creíble y auténtico al comunicar los compromisos de sustentabilidad.
Pepsico



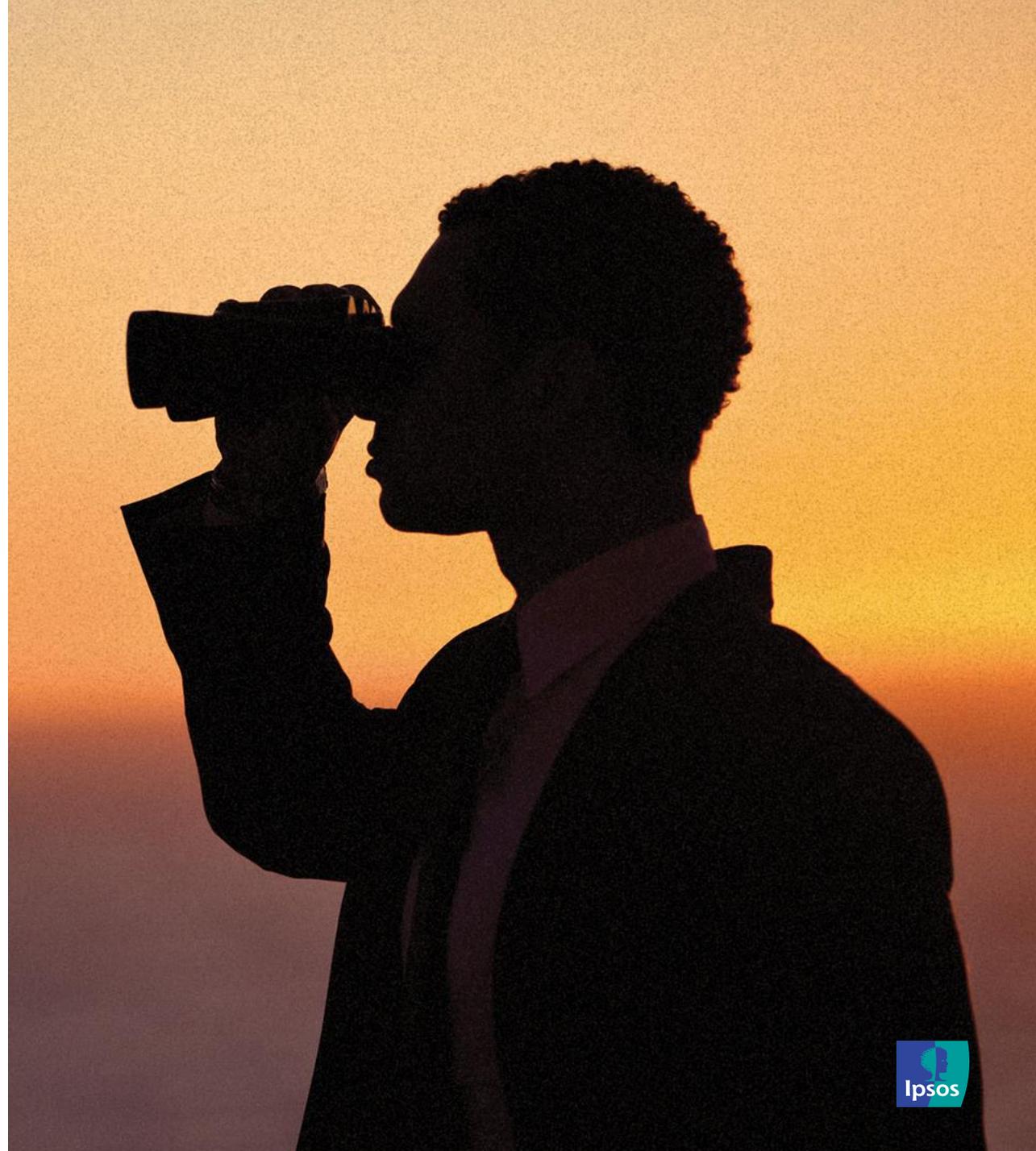
Encuesta nacional sobre percepciones de la corrupción en el Perú.
Proética

CONCLUSIONES

Alinea la estrategia de sostenibilidad con los valores de tu empresa, mantén el enfoque y el rumbo, con **objetivos claros y medibles en el tiempo. Esto es un compromiso a largo plazo.**



El ESG es una mirada integral. No se puede trabajar en un solo pilar para ser sostenible.



No intentes abarcar todo para todos los públicos. **Toma posesión de un área que esté alineada con tu negocio y en la que seas auténtico, creíble y eficiente.**



La sostenibilidad es particularmente compleja, por lo que es posible que debas educar a tus consumidores. **No les digas lo que deberían hacer, sino lo que harás tú. Educar con el ejemplo.**



En la era del "washing", muestra primero, no solo lo digas. La organización, en su conjunto, debe estar alineada. **Es importante que tengas evidencia de tus esfuerzos antes de comunicarlos.**



Para lograr cambios significativos, **busca aliados** como actores relevantes de tu sector, el gobierno, think tanks, asociaciones, etc.





Carlos Ponce

Director de Corporate Reputation
Carlos.Ponce@ipsos.com



Patricia Rojas

Directora senior de Public Affairs
patricia.rojasmontes@ipsos.com

Descarga la presentación:



EL NECESARIO ENCANTO DE LA SOSTENIBILIDAD



Patricia Rojas

Directora senior de Public Affairs



Carlos Ponce

Director de Corporate Reputation



PANEL DE DISCUSIÓN

Moderador



Alfredo Torres
Presidente ejecutivo
de Ipsos Perú

Panelistas



Alejandra Campero
Procurement & Sustainability Director- Backus



Malena Morales
Vicepresidenta de Asuntos Corporativos - Alicorp



Julia Sobrevilla
Directora Independiente y experta
en temas de sostenibilidad

