Thinking Heads

Los criterios ESG y la reputación en un mundo cambiante y turbulento

Nuevas demandas y preocupaciones sociales. Nuevos focos y palancas de actuación.

Crisis financiera



Igualdad de género



Covid-19









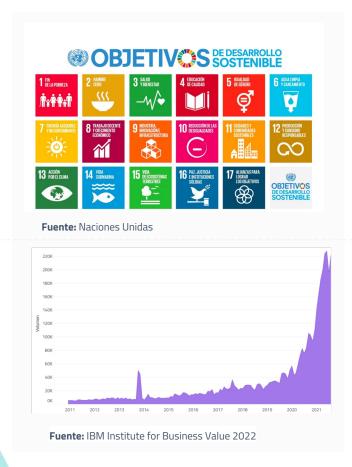


Cambio climático

Exclusión social

Inmigración

Nuevas demandas y preocupaciones sociales. Nuevos focos y palancas de actuación.



La Agenda 2030 habla de la década de la acción, los 17 objetivos del desarrollo sostenible que recomienda la ONU, orientan a tomar iniciativas de responsabilidad social y medioambiental.

Por otro lado, el **movimiento del propósito corporativo** aboga por activar la ESG mediante legislación y métricas más adecuadas.

De hecho las **nuevas directrices de la Unión Europea** también presionan hacia la responsabilidad corporativa y la gestión del riesgo financiero y reputacional.

La sociedad presiona y está exigiendo que las compañías trabajen en aspectos ESG.

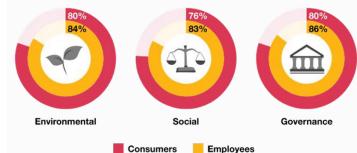
El nivel de **conversaciones** vinculadas a la ESG se ha disparado exponencialmente en los últimos 2 años. Y sigue creciendo!!!!

El 73% de los **consumidores** afirma que se sienten decepcionados porque ven un progreso muy lento en la diversidad y la inclusión dentro de las compañías.

Nuevas demandas y preocupaciones sociales. Nuevos focos y palancas de actuación.



I am more likely to buy from / work for a company that stands up for...



Fuente: PwC Consumen Intelligence Series, June 2, 2021"



El **83% de los consumidores** cree que las compañías deberían poner en marcha **más prácticas de ESG**.

El **91% de los altos cargos** de las empresas considera que sus compañías deben a**ctuar de acuerdo a los criterios ESG**.

Más de tres cuartas partes de los consumidores afirman que recompensaron a empresas que desarrollan criterios ESG.

1 de cada 3 empleados que cambiaron de empleo en 2020 aceptaron salarios menores para trabajar en compañías socialmente responsables

Shareholder Resolutions on Environmental and Social Proposals 2013-2022 Shareholder resolutions US, environmental and social proposals To April 12th 2022 600 400 400 2013 15 17 19 21 22

90%

Fuente: The Economist

of investors surveyed said that, since the COVID-19 pandemic, they attach greater importance to corporates' ESG performance when it comes to their investment strategy and decision-making.



of investors surveyed said that a corporate having a strong ESG program and performance would have a significant and direct impact on analyst recommendations today.

Fuente: Ernst & Young (EY)

Nuevas demandas y preocupaciones sociales. Nuevos focos y palancas de actuación.

El interés del analista por las medidas ESG tiene un doble origen, por un lado, se interesan por los informes de expertos, como las memorias de las empresas o los rankings de ESG (tipo Thomson and Reuters) y por el otro, toman en consideración la reputación de las empresas candidatas a la inversión.

Entre enero y noviembre de 2020, la **inversión relacionada con la ESG se incrementó en un 96%** frente al año anterior: los inversores en fondos de inversión y ETFs invirtieron 288.000 millones de dólares a escala mundial en activos sostenibles.

El 47,9% de los analistas consideraban que había una relación positiva entre las puntuaciones de la ESG y el rendimiento financiero de las firmas, frente al 21,5% que lo consideraba neutro o negativo.

Las empresas están haciendo mucho y además, reportan sobre lo que hacen













Trucost ESG Analysis

S&P Global

61

7.5k

COMPANIES ASSESSED as of Jan. 21, 2022

140k

DOCUMENTS UPLOADED

13.4m

DATA POINTS COLLECTED















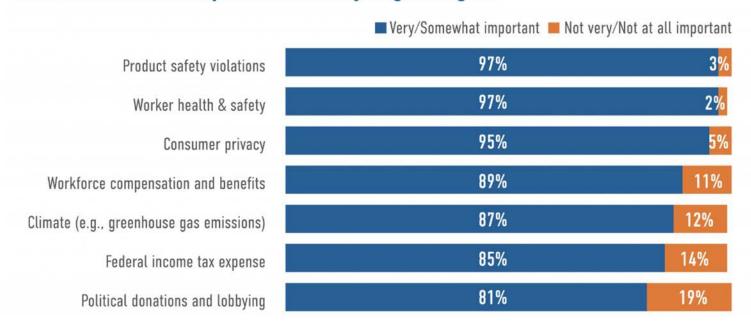






Las empresas están haciendo mucho y además, reportan sobre lo que hacen

Percent who say it is important that large companies publicly report data about their impact on society regarding ...



Fuente: Just Capital

Las empresas están haciendo mucho y además, reportan sobre lo que hacen

Nueva regulación que impulsa nuevas formas de reportar y de hacer seguimiento a la actuación ESG de empresas



LA REGULACIÓN IMPULSA LA TRANSPARENCIA EN EL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Como resultado de la creciente regulación en esta materia, **el reporte y métricas ASG es una de las tendencias que más aumenta su relevancia en 2022** (+ 5 puestos en el ranking respecto a 2021).

Un 26,6 % de las empresas encuestadas aseguran estar trabajando en el desarrollo de indicadores y en el reporte de sostenibilidad de forma prioritaria; casi el doble que en 2021, donde este porcentaje no superaba el 13,5 %.

Entre las principales áreas de acción, **el 33,3 % de los profesionales indican estar trabajando en establecer y medir indicadores ASG** y un 23,2 % en adoptar los estándares y normativas de reporte internacionales. Para lograrlo, se pone el foco en lograr el compromiso de la alta dirección con las métricas y su gestión en la compañía (23,2 %).

Entre los desafíos, los profesionales destacan la necesidad de **demostrar el impacto de los criterios ASG en el negocio** (29,1 %), así como el establecimiento y medición de indicadores de sostenibilidad (21,1 %)

Fuente: PwC Consumen Intelligence Series, June 2, 2021"

Proceso de estandarización de métricas entre grandes compañías en el marco del World Economic Forum's International Business Council



The definition of governance is evolving as organizations are increasingly expected to define and embed their purpose at the centre of their business. But the principles of agency, accountability and stewardship continue to

be vital for truly "good

governance".



An ambition to protect the planet from degradation, including through sustainable consumption and production, sustainably managing its natural resources and taking urgent action on climate change, so that it can support the needs of the present and future generations.



People

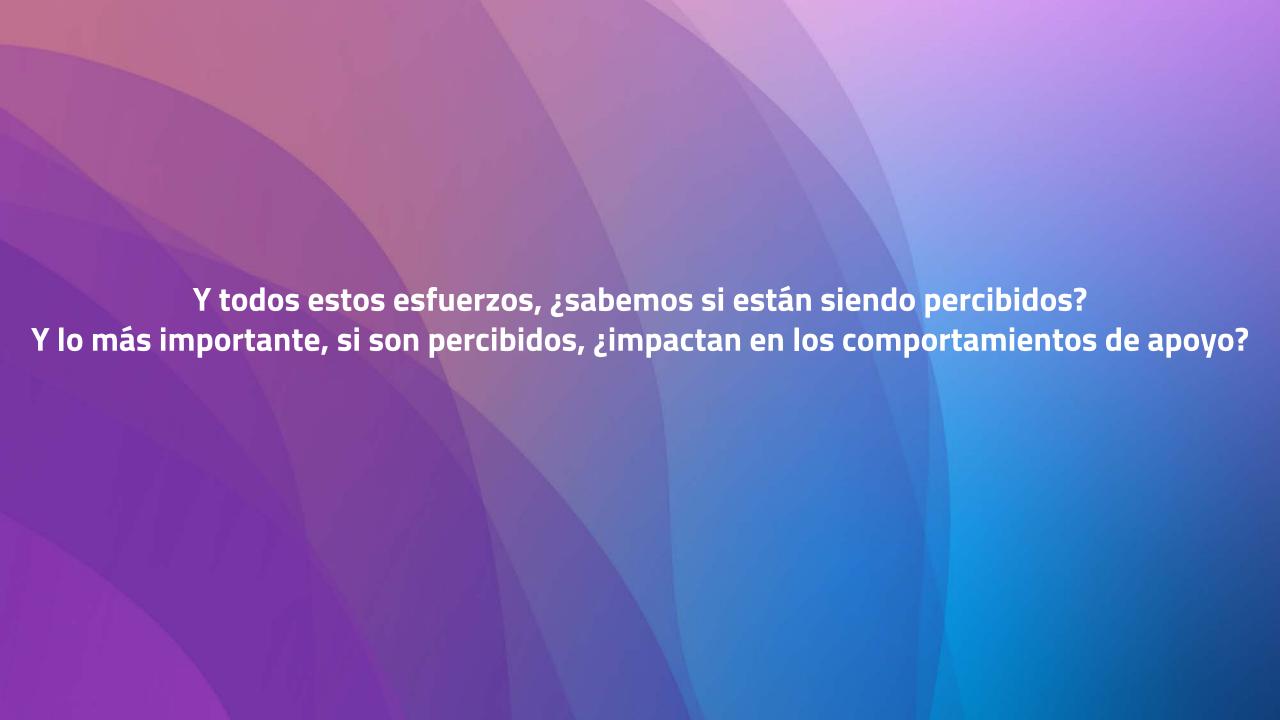
An ambition to end poverty and hunger, in their forms and

poverty and hunger, in all their forms and dimensions, and to ensure that all human beings can fulfil their potential in dignity and equality and in a healthy environment.



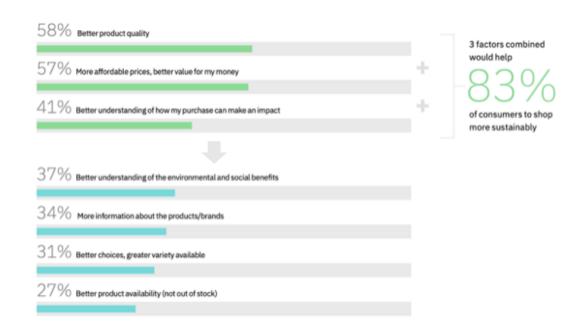
An ambition to ensure that all human beings can enjoy prosperous and fulfilling lives and that economic, social and technological progress occurs in harmony with nature.

Fuente: PwC Consumen Intelligence Series, June 2, 2021"



Sin embargo, existe poca información sobre la percepción que la sociedad tiene sobre la actuación de las empresas

Calidad del producto, valor añadido y una **mayor información** ayudan a los consumidores a hacer compras más sostenibles



Fuente: IBM Institute for Business Value 2022

El **64%** de los consumidores afirman que **adquirir productos sostenibles** les hace ser **más felices** en la compra

El **52%** de los consumidores siente más **conexión emocional** con producto cuando la compañía es **sostenible**

El **79%** de los consumidores **están cambiando sus preferencias** de compra basándose en el impacto social o medioambiental de sus hábitos de compra

Fuente: How sustainability is fundamentally changing consumer preferences Capgemini Research Institute

Nuevos comportamientos: Sostenibilidad mal entendida y sin buenas intenciones

OUR NEW CLIMATE PLAN: PLANT & TREE!









4:16 PM - Apr 8, 2021 - Twitter Web App









A garment worker in India poses for Fashion Revolution's 'Who Made My Clothes' campaign. Fashion Revolution

Earth Day 2022: Companies Accused of Greenwashing

Product/Company (Date and Type of Inquiry)	Allegation(s)	Outcome
Burger King (April 2022 class- action complaint)	Marketing the Whopper as sustainable when product packaging contains substances that are harmful to the environment	Pending
Walmart (April 2022 FTC complaint)	Falsely marketing dozens of rayon textile products as bamboo and claiming that the "bamboo" products were made using eco friendly processes when converting bamboo into rayon requires the use of toxic chemicals and results in hazardous pollutants	Settled

Almost 1,000 Companies Have Curtailed Operations in Russia - But Some Remain

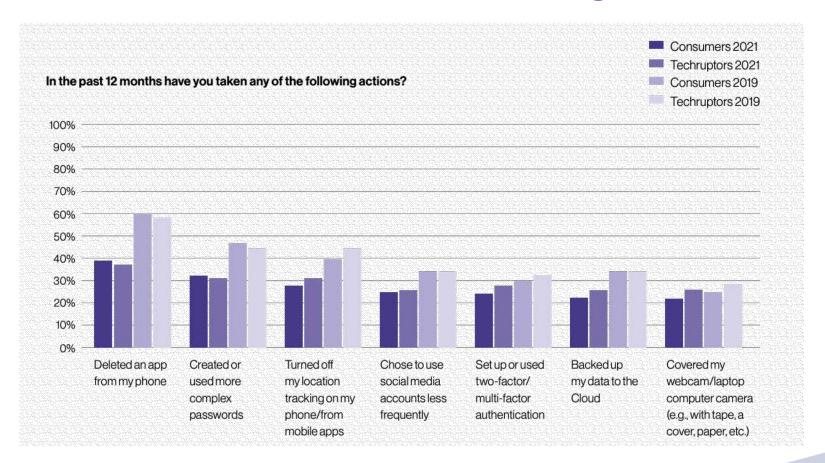
Cuando todavía no hemos hecho más que comenzar con ESG, el mundo continua evolucionando

El impacto de la digitalización y las nuevas tecnologías es una de las tendencias actuales más relevantes

TOP 5 TENDENCIAS RELEVANTES PARA LAS ORGANIZACIONES EN EUROPA



Fuente: Approaching the Future 2022



Fuente: Ketchum 2021 Social Permission and Technology Study

Es además uno de los principales riesgos para las organizaciones a nivel mundial

Top 10 Risk

Top Risks in Previous Years, by Region and by Industry

	2021	2019	2017
1	Cyber Attacks/ Data Breach	Ecomonic Slowdown/ Slow Recovery	Damage to Reputation/ Brand
2	Business Interruption	Damage to Reputation/ Brand	Economic Slowdown/ Slow Recovery
3	Economic Slowdown/ Slow Recovery	Accelerated Rates of Change in Market Factors	Increasing Competition
4	Commodity Price Risk/Scarcity of Materials	Business Interruption	Regulatory/ Legislative Changes
5	Damage to Reputation/ Brand	Increasing Competition	Cyber Attacks/ Data Breach

6	Regulatory/ Legislative Changes	Cyber Attacks/ Data breach	Failure to Innovate/ Meet Customer Needs
7	Pandemic Risk/ Health Crises	Commodity Price Risk	Failure to Attract or Retain Top Talent
8	Supply Chain or Distribution Failure	Cash flow/ Liquidity Risk	Business Interruption
9	Increasing Competition	Failure to Innovate/ Meet Customer Needs	Political Risk/ Uncertainties
10	Failure to Innovate/ Meet Customer Needs	Regulatory/ Legislative Changes	Third Party Liability (inc. E&O)

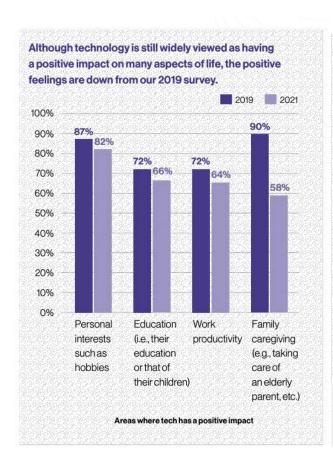
Fuente: AON Risks 2021 Survey

Allianz Risk Barometer — 2022 Most Important Business Risks

Ran	k	Percent	2021 rank	Trend
1	Cyber incidents (e.g. cyber crime, IT failure/outage, data breaches, fines and penalties)	44%	3 (40%)	+
2	Business interruption (incl. supply chain disruption)	42%	1 (41%)	+
3	Natural catastrophes (e.g. storm, flood, earthquake, wildfire, weather events)	25%	6 (17%)	+

Fuente: Allianz Risk 2022 Barometer

La valoración sobre el impacto de la tecnología está cambiando de positiva a negativa



85% of Techruptors and 81% of the general public agree the government needs to set tighter regulations for tech companies

66% of Techruptors and 60% of the general public believe large tech companies should be broken up

81% of the general public believes in the need for regulation around the development/use of Al/machine learning

88% of Techruptors and 84% of the general public believe there needs to be more legislation around data privacy

More than half of employed Techruptors (56%) say they have considered leaving their job because their company is not committed to the ethical use of technology.

Fuente: Ketchum 2021 Social Permission and Technology Study

La tecnología: Un peligro



La gente reaccionará contra los abusos de la tecnología y terminará con la ciencia. O sea, si la gente está viendo que se usa en contra de ellos, ¿por qué fiarse de esta gente? Los movimientos antivacunas, en parte, surgen de eso. Y al final acabaremos con la ciencia. Va a ser un gran reto, porque estas empresas de California son muy peligrosas. Y van a arrastrar a un montón de científicos, se van a llevar a mucha gente. Empieza a haber un éxodo de científicos de la academia bastante pronunciado, es otro reto del que hay que informar.

Fuente: El País



Todo tiene un impacto en cómo percibimos las compañías

La gestión estratégica de la reputación y los criterios ESG

Reputación = Diferenciación positiva



Entendemos la **reputación** como un conjunto de **percepciones** a partir de las cuales generamos un vínculo emocional con las empresas, sectores, instituciones o líderes



Esas percepciones emocionales se asientan en **aspectos** racionales y se traducen en actitudes que impactan en el negocio, por eso es importante medirlas y gestionarlas

Sostenibilidad



Las **políticas sociales y medioambientales** han pasado a
ser una prioridad para todos los
grupos de interés, por eso se han
convertido en un factor clave a la
hora de entender la reputación



La gestión estratégica de la reputación y los criterios ESGT

1 Utilidad

La empresa debe de ser de utilidad para el Stakeholder ayudando a conseguir las grandes metas legítimas que desea la población ya sea a través de un buen producto, la protección del medioambiente o el desarrollo social.

2 Solvencia e Integridad

La empresa debe de mostrar solidez financiera, buena dirección y recursos suficiente, actuando de manera ética y responsable.

3 Tecnología

- Ética en la manera en la que fabricamos los productos o los servicios que ofrecemos.
- Operatividad de productos a través de Ciberseguridad, integridad y transparencia siendo fáciles de utilizar nuestros productos.
- Seguridad en el lugar de trabajo utilizando la tecnología, los nuevos formatos y la conciliación personal/laboral.

La reputación de los sectores económicos Resultados del estudio



¿Qué medimos en el estudio?

- Sector del campo (agricultura, ganadería)
- Sector de la Pesca y acuicultura
- Sector de la Industria agroalimentaria (elaboración, envasado alimentos)
- Sector vitivinícola (elaboración y comercialización de vinos)
- Sector de la industria farmacéutica (produce fármacos, vacunas)
- Sector del automóvil.
- Sector de Grandes Superficies y Supermercados
- Sector Textil y Moda
- Sector Energético (electricidad, gas, combustibles)
- Sector de las Telecomunicaciones
- Sector de las Empresas Tecnológicas
- Sector de Banca y servicios financieros
- Sector de Seguros, aseguradoras
- Sector de Restauración, cafeterías, hoteles
- Sector del Transporte por Ferrocarril
- Sector del Transporte aéreo
- Sector de la enseñanza privada (primaria, secundaria, universitaria)
- Sector de la enseñanza pública (primaria, secundaria, universitaria)
- Sector de la sanidad privada (atención primaria, especialistas, hospitalaria)
- Sector de la sanidad pública (atención primaria, especialistas, hospitalaria)
- Sector de los Medios de comunicación
- Sector de las Grandes Consultoras

Ficha técnica del estudio

Periodo de toma de datos

Mayo 2022

Grupo de interés

 Población general con cuotas por género, edad y distribución geográfica representativo de la población

Metodología de recogida de datos

- Cuestionario online (CAWI)
- Escala de recogida de información 1-7

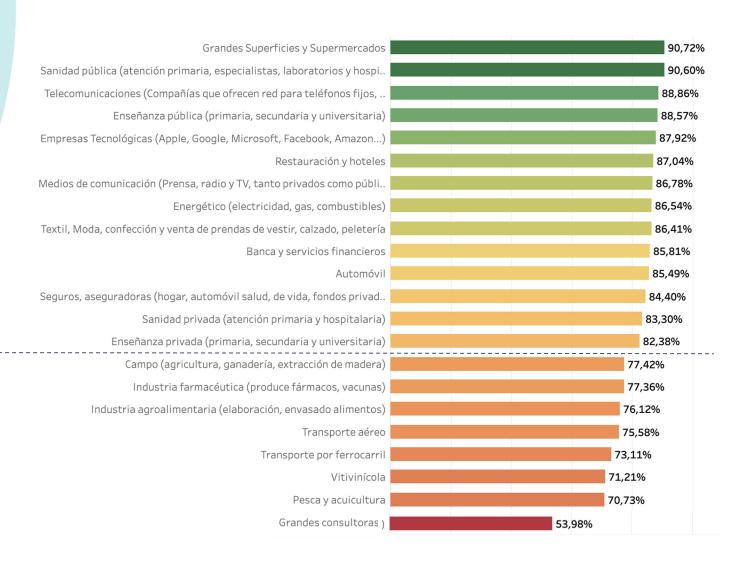
Número de entrevistados

3.300 valoraciones

Margen de error

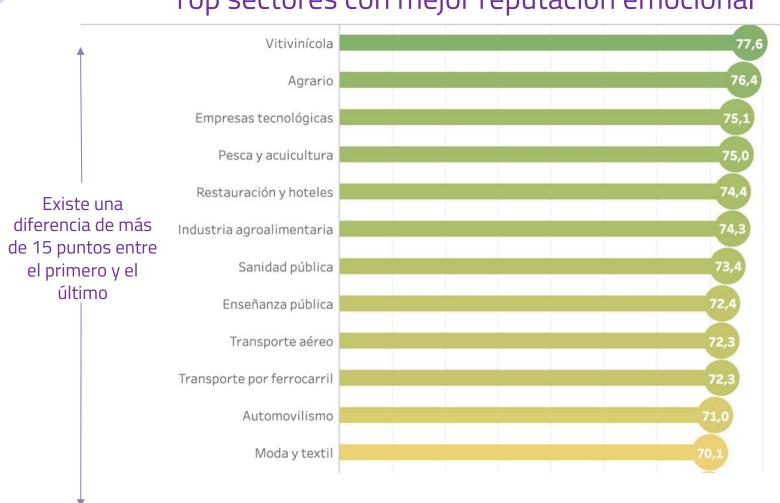
• Nivel de confianza del 95,5 %.

Conocimiento de los sectores



La reputación emocional de los sectores

Top sectores con mejor reputación emocional



Moderada Fuerte Excelente

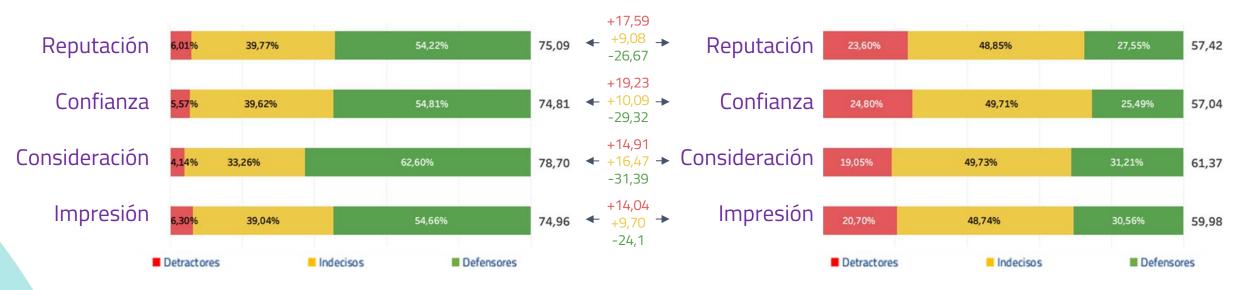
Reputación global de los sectores



Perfil emocional de los sectores

Top 5 - Sectores con reputación más fuerte





Reputación racional de los sectores

Top sectores con mejor reputación racional



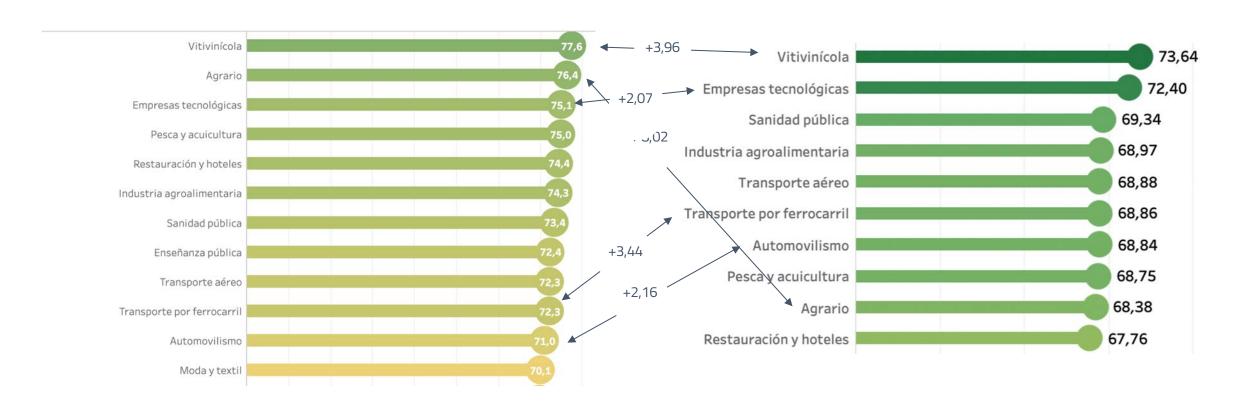
Reputación global de los sectores



Comparación reputación emocional y racional

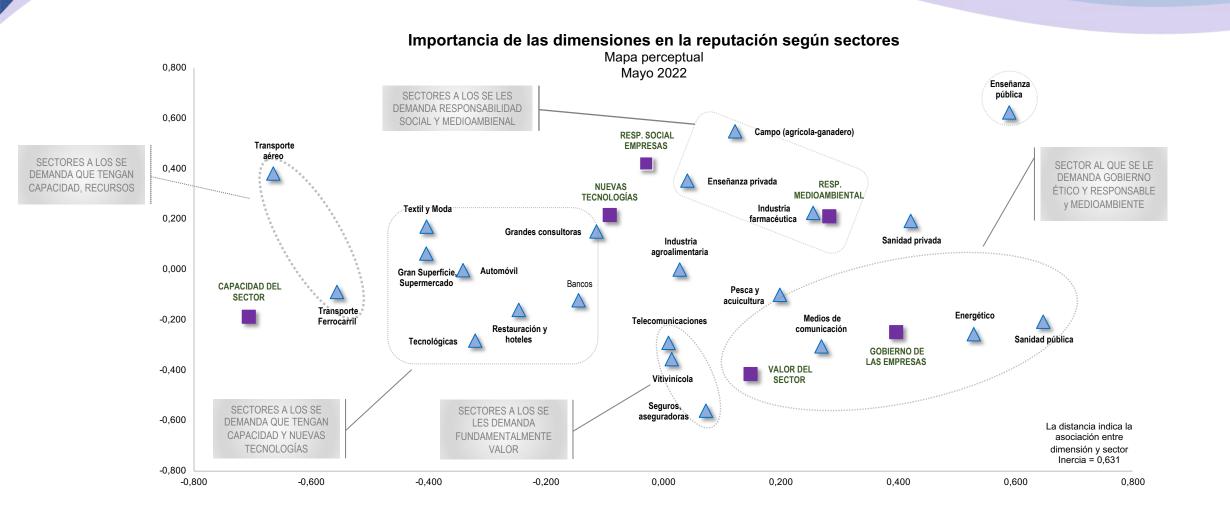
Reputación emocional

Reputación racional





La Diferenciación Positiva no es igual para todos los sectores



¿Cuáles son los componentes racionales que más influyen en una Diferenciación Positiva?

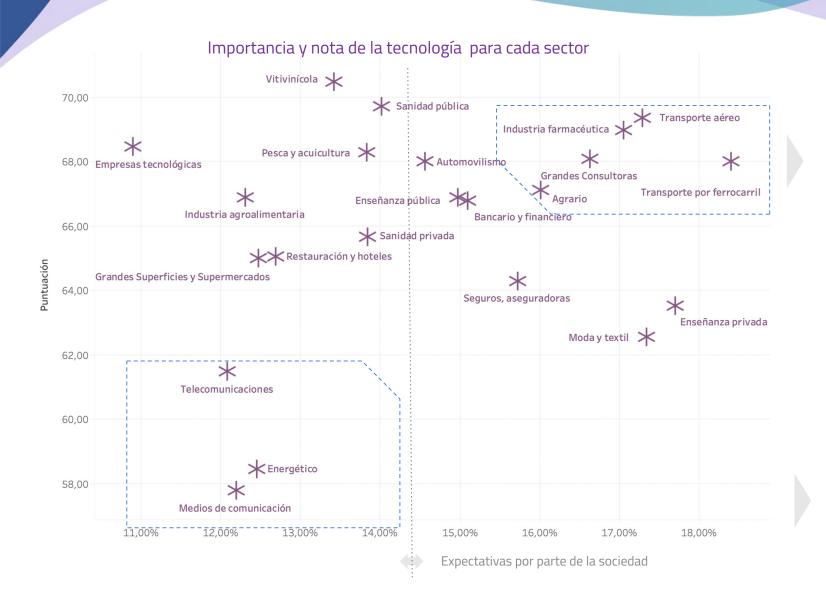
Top 5 - Sectores con reputación más fuerte



Bottom 5 - Sectores con reputación más débil



La tecnología como factor emergente



Los sectores en los que la tecnología pesa más indican dónde dirige la sociedad su expectativas

Menor expectativa por parte del público general

La Diferenciación Positiva genera actitudes de apoyo

Top 5 - Sectores con reputación más fuerte

Bottom 5 - Sectores con reputación más débil



La Diferenciación Positiva genera actitudes de apoyo

Top 5 - Sectores con reputación más fuerte

Bottom 5 - Sectores con reputación más débil



La Diferenciación Positiva genera actitudes de apoyo

Top 5 - Sectores con reputación más fuerte

Bottom 5 - Sectores con reputación más débil



ESGT = Reputación

1 Impacto

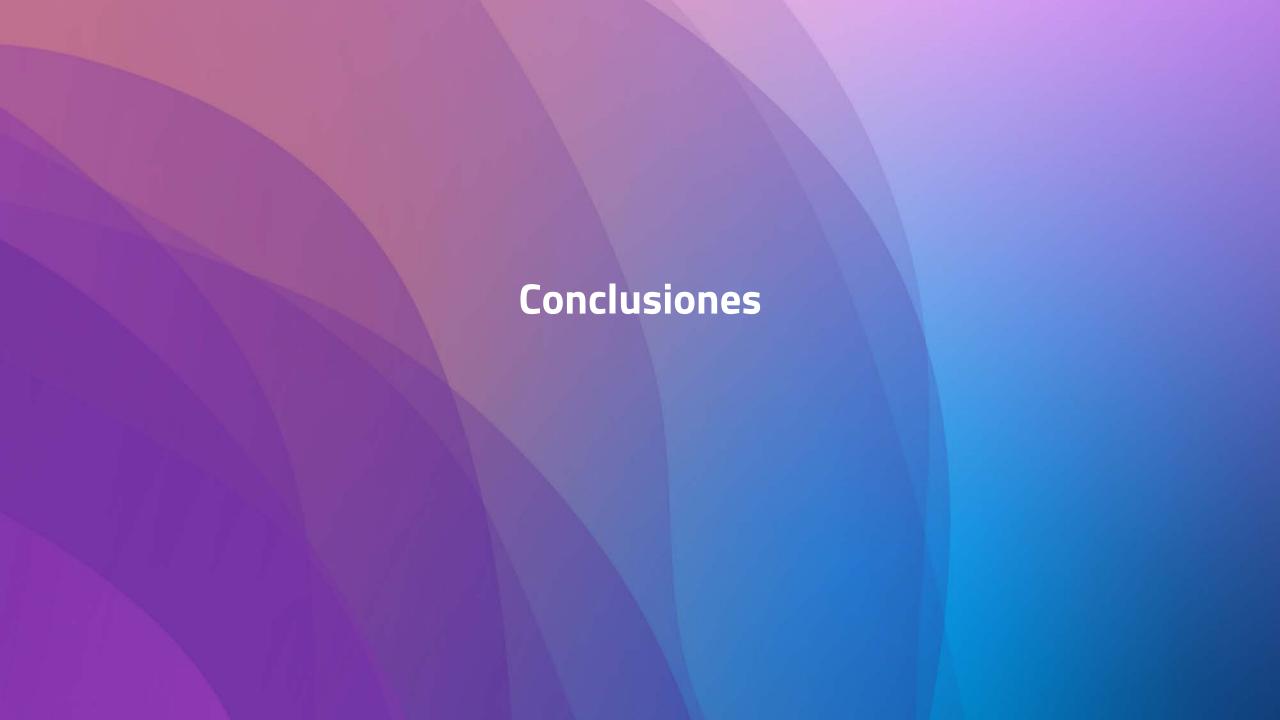
La **ESGT** supone de media el **68%** de la **reputación**

2 Diferenciales

Aquellos sectores con **mejor desempeño** en **ESGT** están una media de **3,2 puntos** por **encima** de la **media** en reputación y 6 puntos por encima en apoyo, intención de trabajar o inversión.

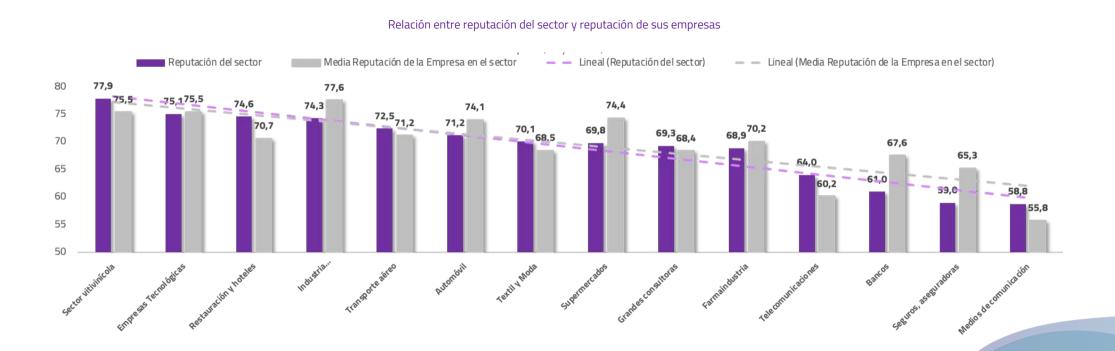
3 Mal valorados

Sin embargo, los sectores **peor valorados en ESGT** sitúan cerca de **8 puntos** por **debajo** de la **media** en reputación



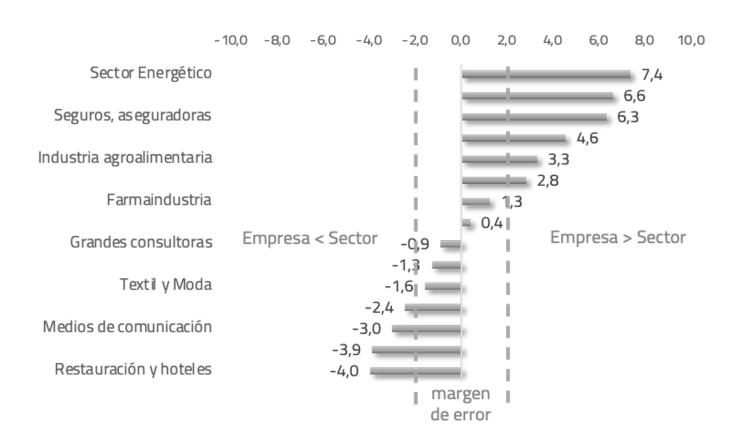
Cada sector tiene unas necesidades diferentes

La reputación de la empresa está relacionada con la del sector. En general, las empresas tienden a tener una reputación mayor que la de sus respectivos sectores, pero no todos los sectores se comportan de la misma manera:



Cada sector tiene unas necesidades diferentes



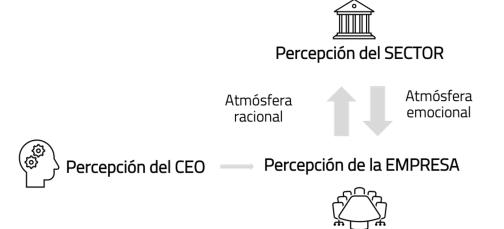


La reputación de la empresa está relacionada con la del sector. En general, las empresas tienden a tener una reputación mayor que la de sus respectivos sectores, pero no todos los sectores se comportan de la misma manera:

Hacia una gestión integral de la reputación

Hacia una gestión integral de la reputación

Conocer la percepción del sector de actividad es relevante, pero no es el único factor a tener en cuenta. Sabemos que existe una relación bidireccional entre la reputación del sector y la de las empresas que lo componen



La buena opinión de las empresas tiende a mejorar la percepción racional del sector (aportación de valor, capacidad, gobernanza, aspectos ESG y digitalización y nuevas tecnologías)

A su vez, la buena reputación emocional del sector crea una atmósfera emocional y de apoyo que repercute positivamente sobre la reputación de las empresas, aunque en menor medida. (un 15,9% frente a un 33,8% de la empresa sobre el sector).

La Reputación del CEO contribuye a la del sector indirectamente, mejorando la reputación de las empresas (42,9%).

¡Muchas gracias!