



FRANCISCO LABARCA,
 docente Facultad de Economía y
 Negocios, Universidad del
 Desarrollo.

Cuando analizamos la evolución de ESG (Environmental, Social, Governance), podemos ver que surge en la década del 60, pero que por primera vez se acuña en los 2000. Lo cual ha ido de la mano con el aumento en la preocupación en la gobernanza y en la inversión sostenible; es más si comparamos la percepción de los consumidores al momento de elegir sus productos podremos encontrar que en países como Chile y España, un 17% de los consumidores valora al momento de comprar la producción responsable y equitativa, cifra que sitúa este elemento en los primeros lugares de criterios a utilizar al momento de seleccionar un producto en ambos países.

Ahora bien, si vamos Estados Unidos, esta cifra disminuye al 13%, estando por debajo de varios otros aspectos con mayor valoración. Lo anterior nos refleja una creciente importancia en algunos países al momento de consumir ciertos productos en su proceso y sostenibilidad, es más,

ANÁLISIS:

ESG, algo más relevante que de moda

Si desglosamos cuáles son las empresas que presentan esta relación positiva, vamos a ver que son las compañías que tienen una mayor capitalización de mercado o mayor patrimonio a valor de mercado.



La evolución de ESG ha ido de la mano con el aumento en la preocupación en la gobernanza y en la inversión sostenible.

este elemento ha quedado plasmado en la implementación de los reportes de información de sostenibilidad no financiera en Europa, generando un deber de informar las medidas y los criterios de sostenibilidad que tienen las empresas, como un estado financiero adicional a los conocidos.

EVALUACIÓN

Ahora, al momento de evaluar

cómo ha evolucionado la evaluación de estos criterios en las empresas, podemos encontrar elementos bastante relevantes: en el caso español, al analizar los últimos 12 años, vemos una relación significativa entre mayor evaluación de los criterios ambientales y sociales con una mayor valoración de las compañías, lo cual nos muestra que las empresas que tienen mayor valoración en estos criterios, también son las que

tienen un aumento en el tiempo en el valor en el precio de la acción.

Lo relevante de esta evaluación es que, al momento de analizar el resultado de la presencia de directores independientes o aspectos de gobernanza, estos no tienen relación con la mayor valoración de las compañías, lo que refleja la poca influencia que tiene la presencia de directores independientes o políticas de

gobernanza en el valor de las compañías. Esto nos muestra que estos elementos cada vez cobran mayor relevancia al momento de valorarlas, en donde en ciertos mercados vemos la relevancia de los consumidores, lo cual lo llevan a los primeros lugares de valoración y su efecto en la valoración de las compañías en el tiempo.

Ahora bien, en este análisis cabe destacar que si desglosamos cuáles son las empresas que presentan esta relación positiva, vamos a ver que son las compañías que tienen una mayor capitalización de mercado o mayor patrimonio a valor de mercado, lo cual genera que muchos pregunten sobre si son las empresas con mayor patrimonio las que cuentan con mayor presupuesto para desarrollar políticas ambientales y de impacto social, junto con departamentos enfocados al trabajo de transmitir al mercado las acciones realizadas.

AMBIGÜEDAD

Al momento de visualizar las fusiones y adquisiciones de los últimos años, podemos ver que hay sectores que han buscado generar estas métricas ESG, adquiriendo a compañías de naturaleza innovadora y con fuerte vocación en métricas ambientales, sociales y de gobernanza, con propósitos definidos.

Estas start ups han sido una forma en que las empresas con mayor capitalización han ido adoptando estas métricas, en donde se puede ver que el flujo de adquisición de estas compañías en sectores maduros ha sido creciente en los últimos años. Ahora, al momento de analizar las principales fusiones o adquisiciones que hemos visto en el mercado no se enfocan en estas métricas, lo que nos muestra una ambigüedad al respecto, en donde surgen cuestionamientos en relación con si estas métricas son una condicionante a cumplir para estar bien evaluados en este aspecto o si forman parte de la política corporativa de la organización.

Lo cierto es que en algunos países son elementos ampliamente valorados por los consumidores, como lo sería el caso español y el chileno, lo que nos invita a proyectar este elemento como un pilar para las compañías, el cual debiera ser parte de la estrategia de estas para generar valor en el tiempo, en donde el desafío de las empresas no debiera ser el simplemente optimizar el margen en el corto plazo, sino sacrificar margen de manera inicial, para buscar obtener un retorno mayor en el largo plazo. Sin duda, estas métricas cada vez cobrarán mayor relevancia, pero la evidencia al respecto nos muestra que es un elemento que no hay que dejar de lado.