

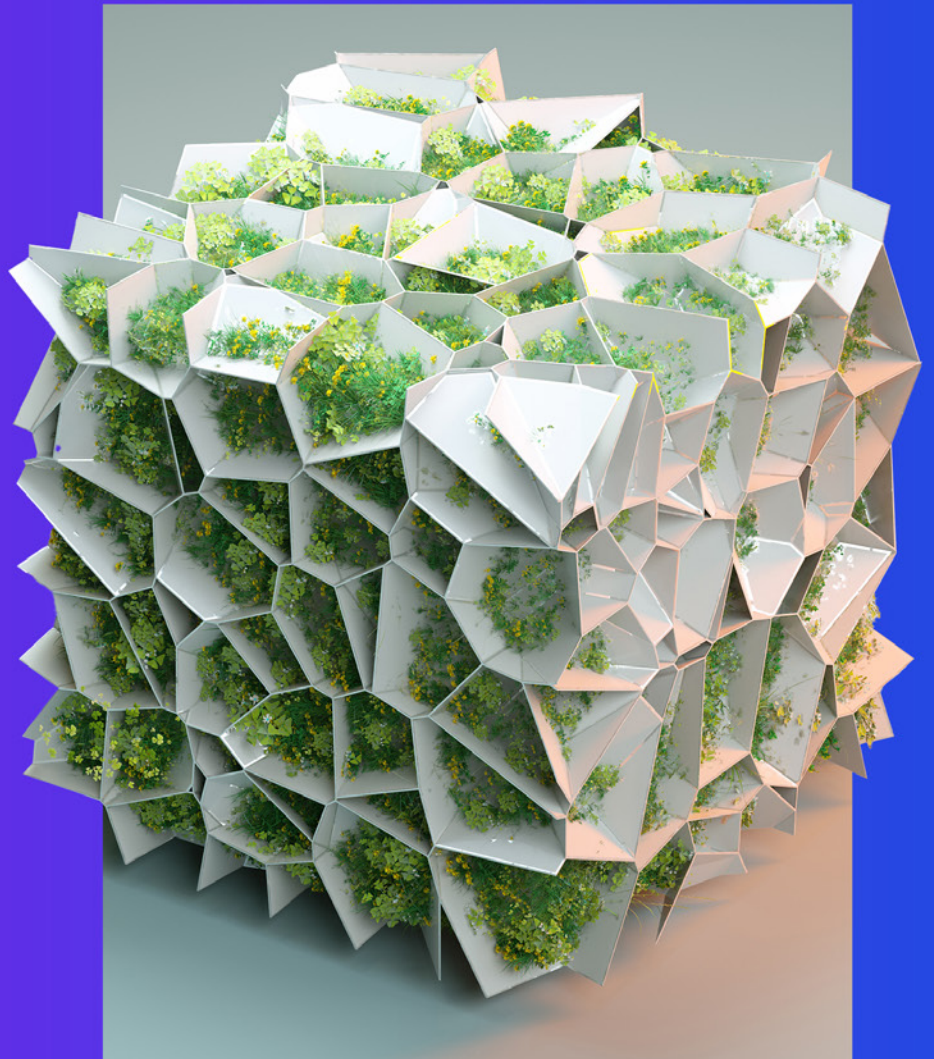


Perspectivas España 2023

ESG

Con la colaboración de:

CEOE
Empresas Españolas



Índice

Prólogo	3
La visión de los asuntos ESG en las empresas españolas	4
Estrategias y retos en materia ESG	8
La información sobre las cuestiones ESG	12
Sobre este informe	15

Prólogo



Un camino por recorrer

Las empresas españolas están otorgando una mayor relevancia a los asuntos ESG en sus agendas corporativas. A la presión regulatoria y al escrutinio más exigente de los grupos de interés se suma la convicción cada vez más extendida entre los líderes empresariales de que avanzar en estos ámbitos constituye una fuente de dinamización y crecimiento para su organización.

Pero aún queda camino por recorrer. Para dar respuesta a sus retos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo, es fundamental que las empresas conciben los asuntos ESG como un proceso transversal y concreto, que precisa de objetivos e indicadores concretos que vinculen al conjunto de la compañía y a su cadena de valor. Y en esta labor, las compañías españolas presentan un amplio margen de desarrollo, tal y como pone de manifiesto este informe, que hemos elaborado a partir de las respuestas de los más de 1.100 directivos y empresarios que participaron en la encuesta Perspectivas España 2023.

Precisamente, la integración en la cultura corporativa se revela como uno de los desafíos que afrontan las empresas españolas en el ámbito ESG, un proceso en el que la dirección de la compañía debe ejercer una posición de liderazgo sustentada en la idea de que un buen desempeño en el ámbito de la sostenibilidad y del ESG es sinónimo de buena gestión y de buena ciudadanía. Sin embargo, menos del 60% de los encuestados afirma que el consejo de administración de su compañía desarrolla la labor de orientación, supervisión y control crítica

necesaria y apenas uno de cada tres asegura que el modelo retributivo de su compañía contempla el cumplimiento de indicadores y métricas ligados a los objetivos en ESG y sostenibilidad de la organización.

La definición de objetivos e indicadores para medir el progreso alcanzado ayudaría también a solventar otro de los retos que las empresas españolas afrontan en el ámbito ESG: la comunicación de su desempeño. La transparencia y claridad en la información corporativa son los cimientos sobre los que se construye la reputación de la compañía y la palanca para generar confianza entre los grupos de interés. Ahora que las decisiones de inversores y clientes vienen determinadas por la imagen que tengan de la compañía, es crucial identificar qué decir, cómo decirlo y con qué públicos compartirlo.

Sin duda, este proceso de transición hacia la sostenibilidad y la integración de los asuntos ESG en las estrategias corporativas es retador, pero también está lleno de oportunidades. Los principales organismos internacionales señalan que los modelos operativos y las cadenas de valor de todas las compañías, con independencia de su sector, van a redefinirse para responder a los retos ESG. Con este informe, nuestro propósito es contribuir a acelerar ese proceso.

Ramón Pueyo

Socio responsable de Sostenibilidad y Buen Gobierno de KPMG en España

La visión de los asuntos ESG en las empresas españolas

La sostenibilidad y los asuntos ESG han ido ganando relevancia en las estrategias y planes de inversión de las empresas, que intentan anticipar y responder a las demandas cada vez más exigentes de los grupos de interés. El impulso definitivo de estos asuntos en el ámbito corporativo vendrá determinado por el compromiso de los directivos, que necesitan tomar mayor conciencia sobre la repercusión de estos temas en el negocio.

| ESG como prioridad estratégica

Desde el inicio de la presente década, los asuntos ESG han ido ganando relevancia en las agendas corporativas: el porcentaje de directivos que incluyen la adopción y el desarrollo de la sostenibilidad y de las cuestiones ESG entre sus prioridades estratégicas ha aumentado siete puntos en los últimos tres años (del 25% de 2021 al 32% de 2023).

No obstante, un análisis más detallado revela diferencias entre sectores. De este modo, en Banca, Energía y Seguros, cuya actividad está sujeta a una estricta regulación, el porcentaje de directivos que priorizan los asuntos ESG en sus estrategias es mayor que la media nacional (el 61%, 41% y 34%, respectivamente). También la presencia de estas temáticas es más común en las agendas de las compañías dedicadas al Turismo (un 34% de los encuestados la señala), una actividad inmersa actualmente en una profunda transformación para dar respuesta a las demandas de un cliente más concienciado de su impacto en el entorno.

De estas tendencias se deduce que dos factores están impulsando de forma decidida el creciente protagonismo de las cuestiones ESG en las estrategias corporativas: la mayor atención por parte de

reguladores, mercados y opinión pública, por un lado, y la voluntad de los empresarios por adelantarse a las demandas de estos grupos de interés, por otro.

Y es que la regulación que afecta a los diferentes ámbitos que conforman los asuntos ESG ha experimentado un impulso por parte de las Administraciones Públicas en los últimos años. Aspectos como el consumo energético y de plástico, la conciliación laboral, la lucha contra la brecha de género o la transparencia en las comunicaciones (por citar solo algunos) se ven afectados por nueva normativa, que implica y compromete al conjunto de la organización. A ello se suma el mayor escrutinio de inversores y consumidores, para los que el desempeño de la organización en el ámbito ESG es ya un criterio determinante en sus decisiones de inversión o compra.

Tal y como pone de manifiesto la encuesta, los empresarios han comenzado a comprender que la capacidad para prever y responder al impacto de estas tendencias en el negocio es crucial para la supervivencia de sus organizaciones. Como consecuencia, es razonable que los asuntos ESG continúen incrementando su relevancia en los planes corporativos.



“En el último año hemos observado una creciente relevancia de los aspectos relacionados con ESG en los procesos de fusiones y adquisiciones. Los inversores ya no sólo buscan evaluar los potenciales riesgos ESG, sino también analizar cómo se puede generar valor a través de la transformación sostenible. Eso requiere acercar mucho más las *due diligence* ESG a las *due diligence* comerciales, e incorporar la sostenibilidad a los planes de creación de valor del comprador, detallando cómo contribuye a incrementar los ingresos o a optimizar costes. Esta misma tendencia se aplica al direccionamiento estratégico de las compañías, donde estamos observando una mayor convergencia entre los planes estratégicos y los planes de sostenibilidad”.

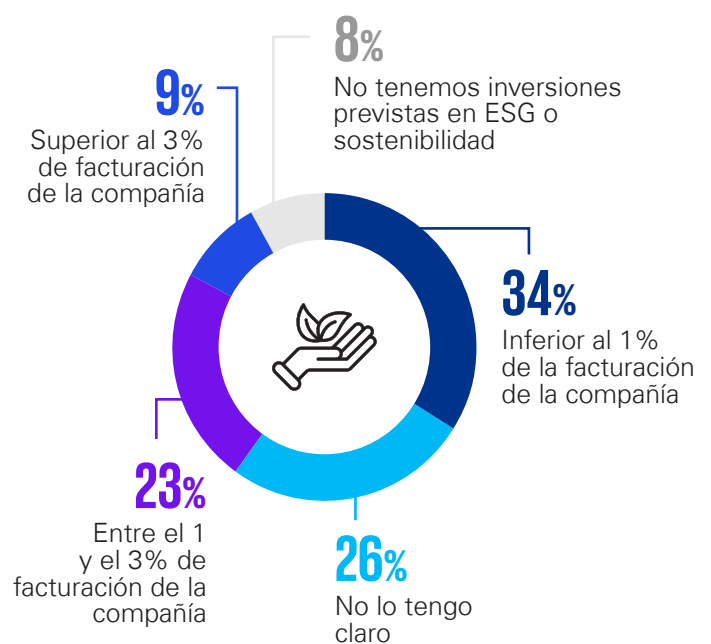
Jorge Solaun
Socio del área de Deal Strategy de KPMG en España

| La inversión en ESG

Esta mayor atención a los asuntos ESG por parte de las organizaciones se refleja también en los planes de inversión: uno de cada tres encuestados (37%) asegura que su compañía destinará fondos para impulsar estos ámbitos. Si se tiene en cuenta el calado de las transformaciones que conlleva avanzar en el ámbito ESG, es un dato que no debería sorprender. Solo por mencionar un ejemplo, llevar a la práctica un plan de descarbonización supone invertir en tecnología, procesos y formación.

Cabe destacar que uno de cada cuatro empresarios que han participado en la encuesta Perspectivas España no conoce claramente cuál va a ser la inversión de su compañía en asuntos ESG durante el presente ejercicio. Uno de cada tres (34%) comparte que esa inversión será inferior al 1% de la facturación de la compañía y solo uno de cada diez (9%) afirma que los fondos destinados a este fin superarán el 3% de las ventas de su organización.

Volumen de inversión en cuestiones ESG o sostenibilidad previsto en 2023



Las inversiones en ESG y sostenibilidad no solo deben estar orientadas a fomentar la transformación del modelo organizativo de la compañía (que, a tenor de los resultados antes mencionados, es la finalidad que tenían en mente los empresarios que han participado en el sondeo). También, y principalmente, debe impulsar la transformación de la organización. Por esa razón, es fundamental que estas inversiones estén alineadas con los planes estratégicos de negocio de la compañía y vayan acompañadas de un plan de desarrollo que permita evaluar su evolución y correcta ejecución.

La regulación europea ya requiere a las compañías de determinado tamaño y características que reporten en qué medida su cifra de negocio y su inversión tienen como origen o están orientadas a actividades consideradas sostenibles. Esta es una regulación que pretende, entre otras cuestiones, ayudar a que los flujos de inversión y de financiación se orienten hacia actividades que promueven la sostenibilidad. Es previsible que en un futuro no muy lejano buena parte de las compañías europeas tendrán como objetivo que el 100% de su inversión se oriente a actividades económicas sostenibles. Aunque aún queda camino por recorrer.

| Los asuntos ESG en el Consejo de Administración

Tanto la sostenibilidad como los asuntos ESG son cuestiones transversales que implican a todos los miembros de la organización. En consecuencia, el consejo de administración debe asumir una posición de liderazgo, orientando, supervisando y controlando el desempeño de la compañía en esta área. Son sus miembros los que deben definir el plan de acción, concretar sus objetivos, acciones de mejora e indicadores de medición de los progresos; y asignar los recursos necesarios para que el plan alcance sus objetivos.

Sin embargo, solo el 57% de los empresarios encuestados en este informe confirma que el consejo de administración de sus organizaciones desempeña esa labor de orientación, supervisión y control. Por un lado, este porcentaje pone de manifiesto que es necesaria una mayor involucración de los ejecutivos de las empresas españolas por impulsar la integración de la sostenibilidad y asuntos ESG en los modelos de gestión y negocio de sus organizaciones. Por otro, revela que, a pesar de la creciente relevancia que han adquirido estos temas en las agendas corporativas, los directivos aún no son plenamente conscientes del impacto que tienen en el crecimiento de sus compañías. De hecho, según la encuesta, solo uno de cada tres (33%) considera que los programas de ESG de su organización impactan positivamente en sus resultados financieros.



| El mayor escrutinio de los grupos de interés

Las empresas no solo desempeñan una función económica, sino también social. Reguladores, inversores, clientes y ciudadanos son cada vez más exigentes a la hora de evaluar la contribución del sector privado en respuesta a los grandes retos que afronta la sociedad (cambio climático, desigualdad, disrupción tecnológica, incertidumbre económica, etc.).

Así lo perciben dos de cada tres empresarios (64%) que han participado en la encuesta Perspectivas España 2023, quienes aseguran que los grupos

de interés prestan cada vez una mayor atención al desempeño ESG de sus organizaciones.

Los empresarios constatan así una tendencia, que seguirá ganando intensidad en los próximos años: por un lado, la presión regulatoria es cada vez mayor y, por otro, los inversores insisten en que los aspectos ESG son factores determinantes a la hora de valorar una empresa y decidir si invertir en ella, a la vez que los productos y servicios sostenibles son los que están generando mayor crecimiento entre los consumidores.

“Las empresas son conscientes de que la sostenibilidad constituye un factor de competitividad y diferenciación en los mercados, pero también deben prever los posibles riesgos derivados de su posicionamiento en este ámbito y de la información corporativa que comparten. Por un lado, la proliferación de diferentes etiquetas y métodos de clasificación para los productos y servicios aumenta los riesgos de acusaciones de *greenwashing*. Por otro, las nuevas normas sobre la información corporativa en materia ESG implican asumir responsabilidades tanto por potenciales incumplimientos como por el escrutinio de los distintos grupos de interés.

Por esa razón, es necesario analizar, entender y monitorizar el complejo marco normativo y realizar una adecuada identificación y gestión de los riesgos legales asociados, que mitigarán o servirán para prevenir potenciales responsabilidades o daño reputacional”.

Pilar Galán

Socia responsable del área Legal de Servicios financieros de KPMG Abogados

Estrategias y retos en materia ESG

La actualidad se impone y las empresas están revisando sus estrategias de sostenibilidad y ESG con el fin de conciliarlas con la respuesta a los retos inmediatos y potenciarlas como un motor de crecimiento de la organización. Pero estas estrategias solo tendrán éxito si involucran internamente a directivos y profesionales y externamente a toda la cadena de valor.

| Replanteamiento de las estrategias ESG

El complejo panorama económico y geopolítico actual plantea a los empresarios un doble reto: responder a los desafíos inmediatos (inflación, cambios regulatorios, ralentización de la economía) para garantizar la continuidad del negocio y, a la vez, seguir progresando en las transformaciones que garantizan el crecimiento de sus organizaciones en el medio y largo plazo.

No resulta extraño, por tanto, que en este momento de incertidumbre las empresas estén revisando sus estrategias de sostenibilidad y ESG: de acuerdo con los datos de la encuesta Perspectivas España 2023 un 43% ya la ha hecho y un 29% lo hará a lo largo de este ejercicio. Banca, Energía y Turismo son los sectores en los que un mayor porcentaje de encuestados ha replanteado o va a replantear a corto plazo su política ESG.

Cabe destacar que tres de cada diez encuestados (29%) incluyen avanzar en materia de sostenibilidad o ESG entre los principales retos para sus compañías a medio plazo y dos de cada cinco (39%), los cambios regulatorios. Sin duda, estos dos datos contribuyen a comprender por qué las empresas se están replanteando sus estrategias ESG.



| Prioridades y retos en el ámbito ESG

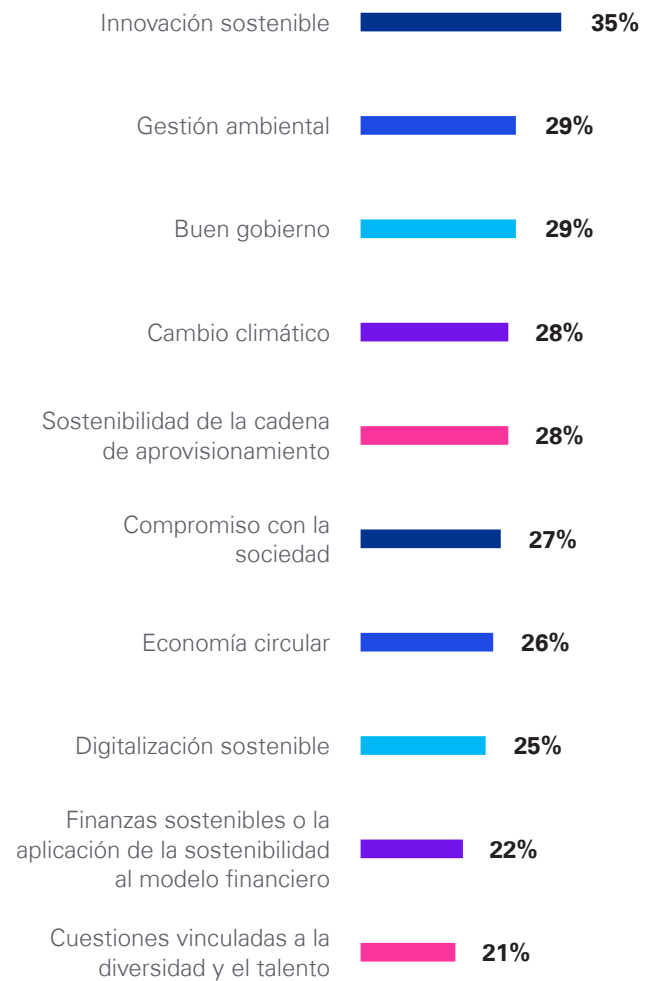
Cuando se les pregunta a los empresarios qué aspecto ESG tendrá un mayor peso en la agenda corporativa de su empresa a medio plazo (en los próximos tres años), ninguna opción de respuesta destaca de forma significativa sobre las demás.

La más común, que marca un 35% de los encuestados, es la innovación sostenible, que englobaría tanto aquellas medidas destinadas a mejorar la gestión y operativa, como aquellas orientadas a generar productos y servicios con un impacto ambiental positivo, que constituyan una oportunidad de crecimiento para sus organizaciones.

Además, uno de cada cuatro encuestados (25%) marca la digitalización sostenible, poniendo de relieve la estrecha relación que existe entre las dos grandes transformaciones en las que están inmersas las empresas españolas.

Entre las opciones que registran más de un 20% de respuestas, se encuentran aspectos relacionados con cada una de las tres siglas que conforman el ESG: gestión ambiental, cambio climático y economía circular (E); compromiso con la sociedad (S); y buen gobierno (G). Esta diversidad pone de manifiesto que no existe una tendencia predominante dentro las estrategias ESG de las compañías españolas. No obstante, cabe destacar que las cuestiones relacionadas con el capital natural o la biodiversidad no están todavía en la agenda de los participantes en esta consulta.

Aspectos ESG que tendrán mayor peso en la agenda corporativa en los próximos tres años



“Se ha producido un binomio indivisible entre sostenibilidad y digitalización que aplica de manera transversal y afecta a todas las áreas de la compañía. De hecho, las empresas que presentan estrategias conjuntas ya están maximizando los beneficios de la digitalización para de verdad conseguir ser más sostenibles. A nivel institucional y público, cada vez hay más voces que respaldan este binomio, como la ONU con los ODS de desarrollo sostenible o la Unión Europea con la Agenda 2030 o el EU Green Deal, por citar solo algunos ejemplos.

Esta visión introduce la variable ESG como vertebradora para transformar las organizaciones, pero apalancándose en lo que se puede conseguir gracias a la digitalización y la tecnología. De este modo, el CIO y el área de IT y digital se convierten en aliados para asegurar que las funciones críticas de la compañía incorporan las cuestiones sostenibles en sus procesos y operaciones”.

Ana Peñuela

Socia de Technology Enablement de KPMG en España

A la hora de valorar los retos a los que se enfrenta su compañía en materia de sostenibilidad y ESG a medio plazo, las opiniones que expresan los encuestados son más homogéneas. Para la mitad de los encuestados (50%), la integración de estos factores en la cultura de la compañía es uno de esos desafíos.

Los empresarios son conscientes de que el éxito de su estrategia en el ámbito ESG está determinado por el compromiso del equipo directivo y los profesionales con estos objetivos. Al tratarse de

un aspecto transversal, todas las funciones críticas de la compañía deben tener una agenda ESG que quede reflejada en las políticas, procesos, controles e incentivos que vinculan a sus profesionales. Este aspecto aún presenta un amplio margen de desarrollo, tal y como demuestra el hecho de que solo tres de cada diez encuestados (30%) aseguran que el modelo retributivo de su compañía recoge el cumplimiento de indicadores y métricas ligados a los objetivos sobre ESG y sostenibilidad de la organización.

“El desempeño de una compañía en materia ESG se vuelve cada más relevante a la hora de atraer y fidelizar el talento, especialmente en un mercado de trabajo tan competitivo como el actual. Sin duda, el área de recursos humanos juega un rol crítico en impulsar la estrategia ESG y en conseguir que los esfuerzos en sostenibilidad se integren en la cultura, en los valores y en las formas de trabajo de la organización. Para ello, hay dos ámbitos en los que el director de personas debe actuar prioritariamente: en primer lugar, trabajar con el equipo de dirección para inculcar los principios ESG en los comportamientos y el *mindset* de los líderes. En segundo lugar, desarrollar el talento y las *skills* ESG de manera transversal en la compañía, invirtiendo en formación y aprendizaje para disponer de las capacidades necesarias y, adicionalmente, introducir el ADN ESG en las políticas de gestión de personas, en la propuesta de valor al empleado y en la estrategia de *employer branding*, fomentando una cultura inclusiva y con propósito, una plantilla diversa y un entorno de trabajo motivador que atraiga el mejor talento”.

Cristina Hebrero

Socia responsable de People & Change de KPMG en España

Retos en materia de sostenibilidad y ESG para las compañías españolas en los próximos tres años



La complejidad del panorama económico y geopolítico actual se deja sentir también en la opinión de los directivos y empresarios españoles sobre los retos en materia de sostenibilidad y ESG de sus compañías: un 48% destaca la dificultad para definir una estrategia a largo plazo, mientras que un 43% apunta a la necesidad de asegurar el crecimiento y la gestión de la incertidumbre en este momento sin perder de vista el impulso a la inversión sostenible en el medio y largo plazo.

Además, un 45% señala la integración de estas cuestiones en la cadena de valor, dato que pone de manifiesto que los empresarios son conscientes de la urgencia de involucrar a sus proveedores en sus políticas medioambientales, sociales y de transparencia, mientras que un 44% marca la identificación de oportunidades sostenibles para su oferta comercial, resultado comprensible si se tienen en cuenta las prioridades antes apuntadas en el ámbito ESG.

| Los asuntos ESG en los mapas de riesgos

A primera vista, el impacto de la inflación en la economía y las empresas parece que está relegando los factores relacionados con ESG a una posición poco relevante en los mapas de riesgos: apenas uno de cada diez encuestados (11%) incluye los riesgos climáticos y medioambientales entre los principales riesgos para su organización en el corto plazo.

Sin embargo, es necesario recordar que los riesgos climáticos no se refieren tan sólo a los relacionados con los acontecimientos meteorológicos extremos, sino que tienen que ver también con los impactos regulatorios, tecnológicos, de mercado o reputacionales vinculados al proceso de descarbonización de nuestras economías que vamos a vivir a lo largo de los próximos años y décadas.

Un 36% de los encuestados sitúa los cambios regulatorios entre los principales riesgos para su

negocio (es la opción que registra el segundo porcentaje más alto junto con la volatilidad de los precios y el riesgo de demanda). Entre esos cambios se encuentra la ingente normativa en materia de sostenibilidad (la mayoría, con un origen internacional) que los reguladores han aprobado en los últimos años para impulsar la neutralidad en carbono del tejido productivo español (y europeo). Por tanto, los riesgos relacionados con ESG y la sostenibilidad ocupan una posición más destacada en los planes de negocio de lo que en principio podría parecer.

Solo el

11%



de los encuestados incluye los **riesgos climáticos** entre las **principales amenazas** a las que se enfrenta su organización a corto plazo...

...pero un



36%

destaca los **riesgos regulatorios** en un contexto en el que el **75% de las normas relativas al ámbito ESG llegan en forma de Real Decreto**.

“Cada vez las empresas sienten más presión por identificar, evaluar y gestionar los riesgos ESG. Así lo establecen la nueva directiva europea de información sobre sostenibilidad, la ley de cambio climático y transición energética y la taxonomía europea. Además, los grupos de interés, principalmente inversores y financiadores, están empezando a demandar este tipo de análisis ya que, para ellos, los riesgos ESG de las compañías pasan a ser un riesgo de inversión.

Entre los riesgos ESG que deberán estar más presentes en los planes de negocio de las compañías, los derivados del cambio climático adquirirán un protagonismo especial dado los impactos que ya se están manifestando. Las compañías deberán identificar estos riesgos, tanto físicos como de transición, que afectan a su modelo de negocio, evaluar el impacto económico que tendrán sobre sus estados financieros, definir planes de adaptación y mitigación, incorporarlos al mapa de riesgos estratégico de la compañía y asegurar que su estrategia corporativa es resiliente al cambio climático”.

Germán García

Director de Net Zero Advisory. Sostenibilidad y Buen Gobierno en KPMG en España

La información sobre las cuestiones ESG

Los grupos de interés exigen a las empresas una mayor transparencia y rigor en la información que publican sobre su desempeño en sostenibilidad y ESG. Esto hace de la comunicación un aspecto fundamental en toda estrategia ESG. Sin embargo, los empresarios encuentran dificultades a la hora de trasladar a las audiencias sus objetivos y logros en esta materia.

| La comunicación del desempeño en el ámbito ESG

Ante el mayor escrutinio de los grupos de interés, la comunicación adquiere un papel relevante en la gestión de la sostenibilidad y los asuntos ESG. La reputación, un factor determinante para el crecimiento, depende de la capacidad de la organización para facilitar a reguladores, inversores, proveedores, clientes y ciudadanos la información que demandan de forma transparente, rigurosa y coherente.

Las respuestas que ofrecen los empresarios cuando se les pregunta por los obstáculos que se encuentran cuando quieren comunicar a sus grupos de interés su desempeño ESG evidencian la complejidad de esta tarea. Por un lado, deben responder a las exigencias de la Ley 11/2018 y, por otro, a los estándares y requerimientos adicionales de información que afectan especialmente a las organizaciones de mayor tamaño.

La nueva directiva europea de información sobre sostenibilidad, que entrará en vigor progresivamente en función del tamaño de la compañía a partir del ejercicio fiscal 2024, introduce exigencias notables sobre la gestión y comunicación de los impactos ESG del negocio. Esta nueva directiva recoge algo más de 1.000 requerimientos de información.

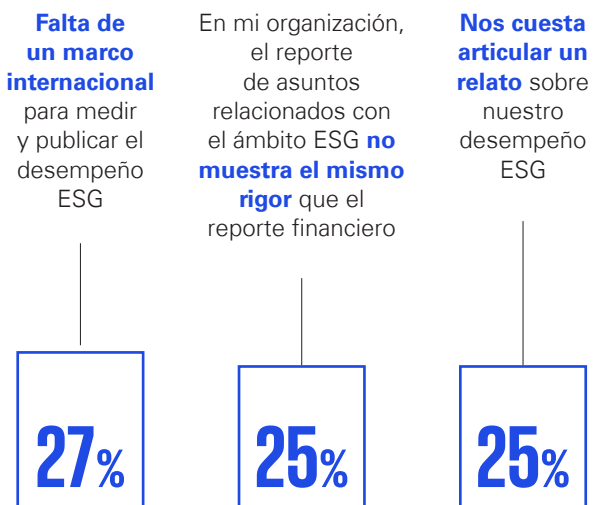
En este contexto, un 27% de los encuestados considera que el mayor obstáculo al que se enfrentan para comunicar su desempeño en el ámbito ESG es la falta de un marco internacional para medirlo y publicarlo.

“La transparencia sobre las cuestiones ESG no es una mera cuestión de cumplimiento, incluso teniendo en cuenta que la mayor parte de la regulación asociada a la sostenibilidad incluye alguna obligación de divulgación o reporte. Se trata de una *conditio sine qua non* para la generación de confianza y reputación, algo sin lo que difícilmente las organizaciones alcanzarán el éxito que persiguen, y que exige una mirada estratégica sobre qué contar, cuándo, a quién y con qué tono. El relato corporativo, las narrativas, las evidencias y los argumentarios adquieren una relevancia máxima en una época en la que el *greenwashing* preocupa a quienes emiten la información y a quienes la reciben. El silencio no es una opción, pero las organizaciones pueden necesitar capacidades nuevas para comunicar un tema que no es para nada sencillo”.

Jerusalem Hernández

Socia de Sostenibilidad y Buen Gobierno de KPMG en España

Obstáculos que encuentran las empresas para comunicar su desempeño en el ámbito ESG



Por su parte, un 25% de los participantes en el sondeo Perspectivas España 2023 apunta a que en su organización el reporte de asuntos relacionados con el ámbito ESG no muestra el mismo rigor que el reporte financiero. A tenor de estos datos, es necesario que los directivos adquieran conciencia sobre los beneficios de integrar aspectos financieros y no financieros en la información corporativa. Esta integración posibilita el intercambio de conocimiento de los expertos implicados, lo que redundará en una mejora de la calidad de la información reportada.

Para otro 25% de los directivos que han respondido a la encuesta, el mayor obstáculo es la dificultad para articular un relato sobre su desempeño ESG. A este respecto, hay que recordar que la sostenibilidad y los asuntos ESG deberían estar integradas en la narrativa de la compañía, que traslada a los grupos de interés tanto el propósito como los compromisos y el desempeño real de la empresa y, por lo tanto, constituye una herramienta clave para posicionar a la organización y generar confianza. Sin embargo, dos de cada cinco encuestados no confirman que sus organizaciones cuentan con objetivos e indicadores concretos en sus estrategias ESG, lo que pone de manifiesto la necesidad de seguir avanzando en este aspecto.

| La información corporativa y sus usuarios

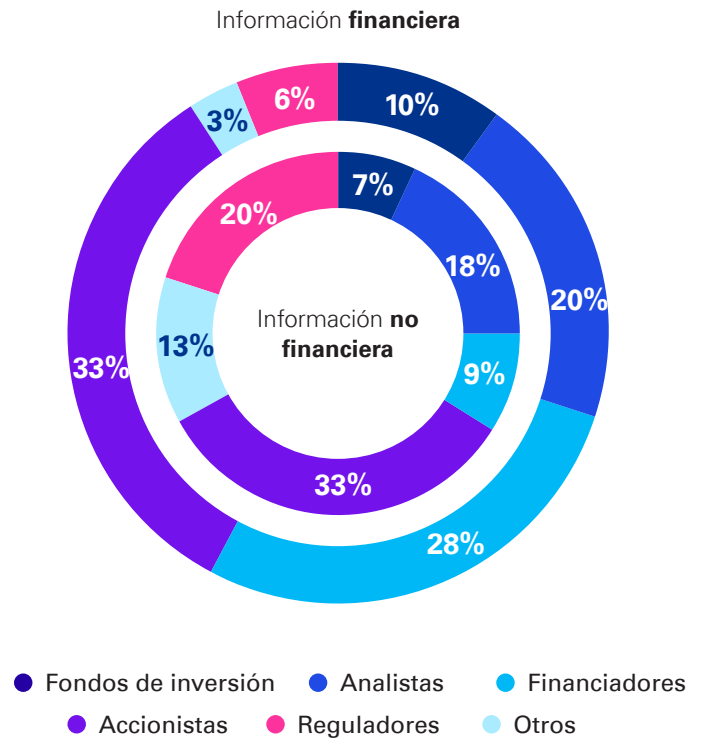
Para los empresarios encuestados, la información financiera y no financiera atraen a diferentes grupos de interés. Para uno de cada tres encuestados (33%), los accionistas son los principales usuarios tanto de la información financiera como de la información no financiera.

Sin embargo, mientras un 28% considera que el principal usuario de la información financiera son los financiadores, solo un 9% señala a este grupo de interés como principal usuario de la información no financiera.

Asimismo, uno de cada cinco encuestados (20%) cree que el principal usuario de la información no financiera son los reguladores, colectivo que solo un 6% de los participantes en el sondeo apunta como principal usuario de la información financiera.

Estos datos redundan en la necesidad de aplicar los mismos criterios de elaboración, rigor y transparencia en ambos tipos de información, lo que exige contar con expertos en su verificación.

¿Quién es el principal usuario de la información financiera de la compañía? ¿Y de la no financiera?



“Dar respuesta a la creciente demanda de inversores, financiadores y otros grupos de interés sobre el desempeño en materia de sostenibilidad supone un gran reto para las empresas, que deben afrontar con determinación una transformación en distintos niveles para ofrecer una información y una narrativa clara, transparente y consistente tanto con la información financiera como con los valores y visión que la empresa traslada al mercado. La regulación debe ayudar con la fijación de un marco y estándares que faciliten la labor de las empresas, así como de los verificadores de la información y las métricas no financieras.

La encuesta refleja el reconocimiento de los directivos sobre la necesidad de avanzar en el rigor y la calidad de los datos en aspectos ESG, que conformarán una parte relevante de la información corporativa sobre la que los agentes de los mercados toman sus decisiones”.

Bernardo Ruecker
Socio responsable de Accounting Advisory
Services de KPMG en España

Sobre este informe

Este informe está basado en las respuestas que aportaron los 1.116 participantes a las preguntas sobre sostenibilidad y ESG recogidas en la encuesta Perspectivas España 2023, que se realizó entre diciembre de 2022 y febrero de 2023.

Contacto

Ramón Pueyo

**Socio responsable de Sostenibilidad y Buen
Gobierno de KPMG en España**

rpueyo@kpmg.es

Tel: +34 91 456 34 00

www.kpmg.es



La información aquí contenida es de carácter general y no va dirigida a facilitar los datos o circunstancias concretas de personas o entidades. Si bien procuramos que la información que ofrecemos sea exacta y actual, no podemos garantizar que siga siéndolo en el futuro o en el momento en que se tenga acceso a la misma. Por tal motivo, cualquier iniciativa que pueda tomarse utilizando tal información como referencia, debe ir precedida de una exhaustiva verificación de su realidad y exactitud, así como del pertinente asesoramiento profesional.

© 2023 KPMG, S.A., sociedad anónima española y firma miembro de la organización global de KPMG de firmas miembro independientes afiliadas a KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía. Todos los derechos reservados.

KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía.

