



Radiografía de directorios por la acción climática 2024



Claudio Muñoz

Presidente de Chapter Zero Chile

Los directores de empresas tenemos la responsabilidad de liderar los esfuerzos para abordar los desafíos climáticos y maximizar las oportunidades que surgen de la transición hacia un mundo más sostenible. Es imperativo que entendamos completamente en qué medida nuestros directorios están comprometidos con las estrategias de sostenibilidad y cómo se reflejan en el presupuesto corporativo. Debemos asegurarnos de que nuestras iniciativas de sustentabilidad incluyan acciones climáticas concretas y financiables. Esto no solo es una cuestión de responsabilidad, sino también de ventaja competitiva y resiliencia a largo plazo.

Para lograrlo, desde Chapter Zero hemos construido una plataforma de formación, diálogo y reflexión dirigida a directores y directoras de empresas, con el objetivo de aumentar nuestra comprensión de las temáticas climáticas y los riesgos y oportunidades para las empresas. La información y el aprendizaje con pares, es un aporte para el rol del director que es tomar decisiones informadas y estratégicas en este nuevo contexto.

Además, debemos garantizar la integración de los lineamientos climáticos en las empresas de manera integral. Esto implica no solo el liderazgo del directorio, sino también la conexión y colaboración con las otras áreas de la organización, de forma que existan políticas y sistemas como nos mandata el World Economic Forum a través de los 8 Principios para una gobernanza climática eficaz.

Un aspecto fundamental es entender dónde estamos para seguir avanzando. Por eso

estamos orgullosos de haber realizado junto a EY y el Instituto de Directores de Chile, esta primera “Radiografía de directorios por la acción climática 2024” un estudio donde hemos explorado los avances y desafíos de los directores de las empresas en Chile frente al cambio climático.

Les invito a seguir compartiendo espacios que nos permitan abordar de mejor forma el liderazgo del directorio hacia un futuro más sostenible en los negocios y en su relación con las personas y el planeta.

Macarena Navarrete

Social Principal EY

El directorio de una empresa juega un papel crucial en el establecimiento de las políticas y estrategias de la organización. Cuando el problema del cambio climático se incorpora en estas decisiones de alto nivel, se pueden lograr transformaciones significativas que generan beneficios a escala empresarial e incluso más allá, en esta emergencia que nos concierne a todos.

El liderazgo en temas de cambio climático puede entregarle a la empresa una serie de ventajas competitivas. Algunas de estas son, licencia social para operar, mayor lealtad de los clientes, crecimiento del mercado y beneficios financieros a largo plazo. Asimismo, trabajar en estrategias sustentables puede resultar en una mayor eficiencia operacional, ya que a menudo se traduce en la reducción de costos.

La evidencia también sugiere que las empresas que tienen en cuenta los aspectos medioambientales suelen obtener un mejor rendimiento financiero. Los inversores prestan cada vez más atención a los factores Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ESG), y las empresas con una sólida gestión del cambio climático son más atractivas para ellos.

Es por esto que en EY nos planteamos como objetivo construir un mejor mundo de negocios y lo hacemos través de una serie de iniciativas centradas en la sustentabilidad. Este estudio junto con Chapter Zero y el Instituto de Directores de Chile (IdDC), forma parte del conocimiento y herramientas que entregamos a la comunidad empresarial, para aumentar la concientización y acelerar las acciones en esta materia que es tan urgente para todos.

A través del análisis de las respuestas que nos proveyeron 161 directores, levantamos brechas entre el estado actual de la gobernanza climática y el deseado, permitiendo identificar potenciales medidas que pueden tomar las organizaciones para alcanzar sus objetivos.

Sabemos que el camino de la sustentabilidad representa un esfuerzo significativo, pero a medida que enfrentamos uno de los mayores desafíos de nuestra historia como humanidad, estas acciones son más importantes que nunca.

En EY también estamos comprometidos con la reducción de nuestra huella de carbono. Hemos establecido la ambiciosa meta de ser neutral en carbono en 2025 a través de una combinación de mitigación, eficiencia energética y adquisición de energía renovable.

Esperamos que esta “Radiografía de directorios por la acción climática 2024” sea un aporte para todas las empresas en Chile y, en especial, para sus gobiernos corporativos.

Estamos convencidos de que cuando el directorio de una empresa asume un rol activo en la gobernanza climática, puede ayudar a garantizar el éxito a largo plazo de la organización, y al mismo tiempo, contribuir a los esfuerzos globales.

Fadua Gajardo

Directora ejecutiva Instituto de Directores de Chile

Hoy los gobiernos corporativos se encuentran inmersos en un escenario de transformación y disrupción sin precedentes. Las olas de cambios tecnológicos, sociales y económicos han desencadenado una nueva realidad empresarial, donde la supervivencia y el éxito dependen de la capacidad de surfear la coyuntura con agilidad, anticipación y adaptación.

Y en medio de esta vorágine de transformaciones, la emergencia climática emerge como uno de los principales desafíos que los directorios empresariales deben abordar con urgencia. La ceguera ante los riesgos climáticos no solo amenaza la sostenibilidad ambiental, sino también la supervivencia misma de las empresas. La necesidad de adoptar medidas concretas para mitigar el impacto ambiental y adaptar las operaciones empresariales se convierte en una prioridad ineludible para cualquier directorio comprometido con la sociedad y la viabilidad a largo plazo de las compañías.

En este contexto, agradecemos a EY y Chapter Zero Chile por el trabajo conjunto para realizar la primera "Radiografía de directorios por la acción climática". Este informe representa un hito importante en nuestros esfuerzos por impulsar la sostenibilidad y la acción climática en el ámbito empresarial. Nuestro principal objetivo es brindar orientación y motivación para que los directorios impulsen el cambio hacia una correcta gobernanza climática. Estamos seguros de que este informe proporcionará *insights* valiosos que inspirarán acciones concretas para avanzar hacia un futuro más sostenible.

Contenidos

Introducción	06
Sobre Chapter Zero	07
Sobre EY	07
Sobre el Instituto de Directores de Chile	07
Acerca de la encuesta	08
Dimensión 1: Estrategia organizacional en relación con el cambio climático	09
Dimensión 2: Gestión del riesgo	20
Dimensión 3: Reportabilidad y divulgación	28
Conclusión	37
Anexo: Caracterización muestral	39

Introducción

La “Radiografía Directores por la Acción Climática 2024” es un estudio realizado en conjunto por Chapter Zero Chile, EY y el Instituto de Directores de Chile (IdDC), institución que hospeda la iniciativa global en Chile.

El levantamiento de la información se realizó en base a un modelo de madurez de gobernanza climática de EY. La convocatoria para participar del estudio abarcó a miembros de directorios de empresas de diversos sectores productivos que son parte de la Red Chapter Zero Chile y de la Red Alumni del IdDC.

El estudio procura, por primera vez, recoger la visión de los encuestados sobre su grado de entendimiento, acción y prácticas de los directores de las empresas chilenas o que operan en el país, sobre el convencimiento y estrategias de integración de iniciativas de clima en sus negocios.

El cambio climático es uno de los temas más apremiantes de nuestro tiempo, y su influencia en el entorno empresarial es innegable. La preocupación por sus efectos, como el aumento de las temperaturas globales, eventos climáticos extremos y la escasez de recursos naturales, han llevado a un enfoque creciente en la integración de estrategias de sostenibilidad en el mundo corporativo.

En este contexto, la función de los directorios de empresas adquiere una relevancia fundamental, ya que tienen un papel crucial en la supervisión y toma de decisiones que impactan tanto en el desempeño financiero como en la sostenibilidad ambiental y social de la organización y su entorno.

A través de esta iniciativa, analizamos las dimensiones, ejes y prácticas de sostenibilidad corporativa de los directores encuestados. Los resultados nos permiten obtener una fotografía inicial que da cuenta de los avances, pero también de las brechas en la gobernanza corporativa relativa al clima en las compañías del país.

Finalmente, desplegamos una serie de conclusiones respecto de ámbitos en los que los directorios tienen oportunidades de mejora para profundizar su estrategia, implementar medidas de mitigación, adaptación, y hacer que sus empresas sean más resilientes ante los desafíos del cambio climático.

El papel de los directorios de empresas en la gestión de la sustentabilidad es vital, y este estudio profundiza en aspectos claves necesarios para que las organizaciones sean líderes en la lucha contra el cambio climático y, al mismo tiempo, generen beneficios sostenibles a largo plazo.

Sobre Chapter Zero

Chapter Zero es una iniciativa global presente en más de 71 países que moviliza a los directores alrededor del mundo para que lideren, promuevan y aborden la emergencia climática en los negocios. Nace el 2019 bajo el alero de la Universidad de Cambridge impulsado por Climate Governance Initiative en colaboración con el World Economic Forum.

Su objetivo es generar comunidad de directores y directoras de empresas entregándoles conocimiento, competencias y herramientas para conformar una red articulada a través de la cual puedan impulsar la gobernanza climática en los directorios donde se desenvuelven, esto en línea para cumplir con el objetivo de una economía de cero emisiones de carbono antes del 2050.

La iniciativa se instauró en Chile en 2021, impulsada por el Instituto de Directores de Chile, EY y la Bolsa de Santiago, donde a la fecha se han sumado más de 130 miembros, directores y directoras de empresas que quieren ser líderes de la acción climática.

Sobre EY

EY existe para construir un mejor mundo de negocios, ayudando a crear valor a largo plazo para los clientes, las personas y la sociedad, y construir confianza en los mercados de capital.

Mediante el uso de los datos y la tecnología, los diversos equipos de EY en más de 150 países brindan confianza a través de la seguridad y ayudan a los clientes a crecer, transformarse y operar.

Trabajando en auditoría, consultoría, leyes, estrategia, impuestos y transacciones, los equipos de EY formulan mejores preguntas para encontrar nuevas respuestas a los complejos problemas que enfrenta nuestro mundo hoy.

Sobre el Instituto de Directores de Chile

El Instituto de Directores de Chile es una de las principales organizaciones de gobierno corporativo en Chile. Es referente al generar y difundir conocimiento sobre las mejores prácticas para directorios, con lo cual incide en diversos agentes de mercado. Contribuye en el desempeño sostenible de las organizaciones y, en consecuencia, a una mejor sociedad.

Acerca de la encuesta

Las compañías buscan crear valor para sus diferentes grupos de interés como clientes, colaboradores, proveedores, accionistas y las comunidades donde están insertas, al mismo tiempo en que mejoran su desempeño en aspectos ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza).

El estudio: “Radiografía de directorios por la acción climática 2024” se enfoca en los directores de empresas que, son quienes deben liderar e inspirar al resto de la organización a tomar medidas efectivas en relación con las acciones climáticas de la compañía.

En la siguiente encuesta, se analizan los resultados de las 161 respuestas obtenidas entre el 5 de diciembre del 2023 y el 22 de enero de enero de 2024.

La encuesta se basa en un modelo de madurez que se estructura en tres dimensiones que abarcan los aspectos más relevantes del gobierno corporativo de las empresas en este tema: la estrategia organizacional en relación con el cambio climático, la gestión del riesgo; y la reportabilidad y divulgación.

En algunas preguntas se hace referencia a las respuestas de la encuesta Global Impact Report de enero 2024, Climate Governance Initiative (CGI) realizada por Chapter Zero, para entregar un punto de vista y comparativa internacional respecto de los resultados de Chile.

Dimensión 1:
Estrategia
organizacional
en relación
con el cambio
climático



La primera dimensión aborda las bases que cimentan el accionar de los directorios, su conformación y elaboración de la estrategia desde el punto de vista de las temáticas de acción climática. Es decir, busca analizar si el directorio cuenta con una estructura, capacidades y herramientas necesarias para abordar de manera efectiva aspectos de sustentabilidad y cambio climático, así como la relevancia que le otorga a estos.

En este sentido, revisa aspectos relativos a la existencia de áreas dedicadas a la sustentabilidad en la empresa y comités especializados en los directorios, que permitan analizar adecuadamente estos temas, la inclusión de presupuesto y estrategias corporativas en estas áreas y que deriven en acciones concretas.

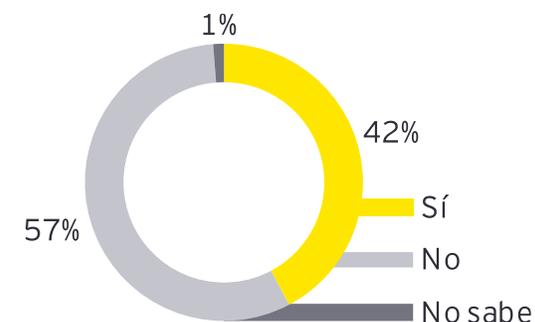
Se evalúa el conocimiento y experiencia de sus miembros y se contrasta con la formación que reciben en temas climáticos. Además, se consulta sobre la consideración del impacto del cambio climático en la toma de decisiones y la prioridad que otorgan a la acción climática. Complementariamente, se analiza la inclusión de metas de clima en las evaluaciones de desempeño del directorio y los indicadores utilizados en el modelo de incentivos para los ejecutivos.

Áreas exclusivas de sustentabilidad en las empresas

El 42% de los encuestados indica que su empresa cuenta con un área dedicada, exclusivamente, a la sustentabilidad y que aborda temáticas de cambio climático. Por otra parte, el 57% de los encuestados señala que su empresa no cuenta con un área dedicada.

Figura 1:

¿Cuenta la empresa con una unidad/área que se dedique exclusivamente a la sustentabilidad y que aborda temáticas de cambio climático?

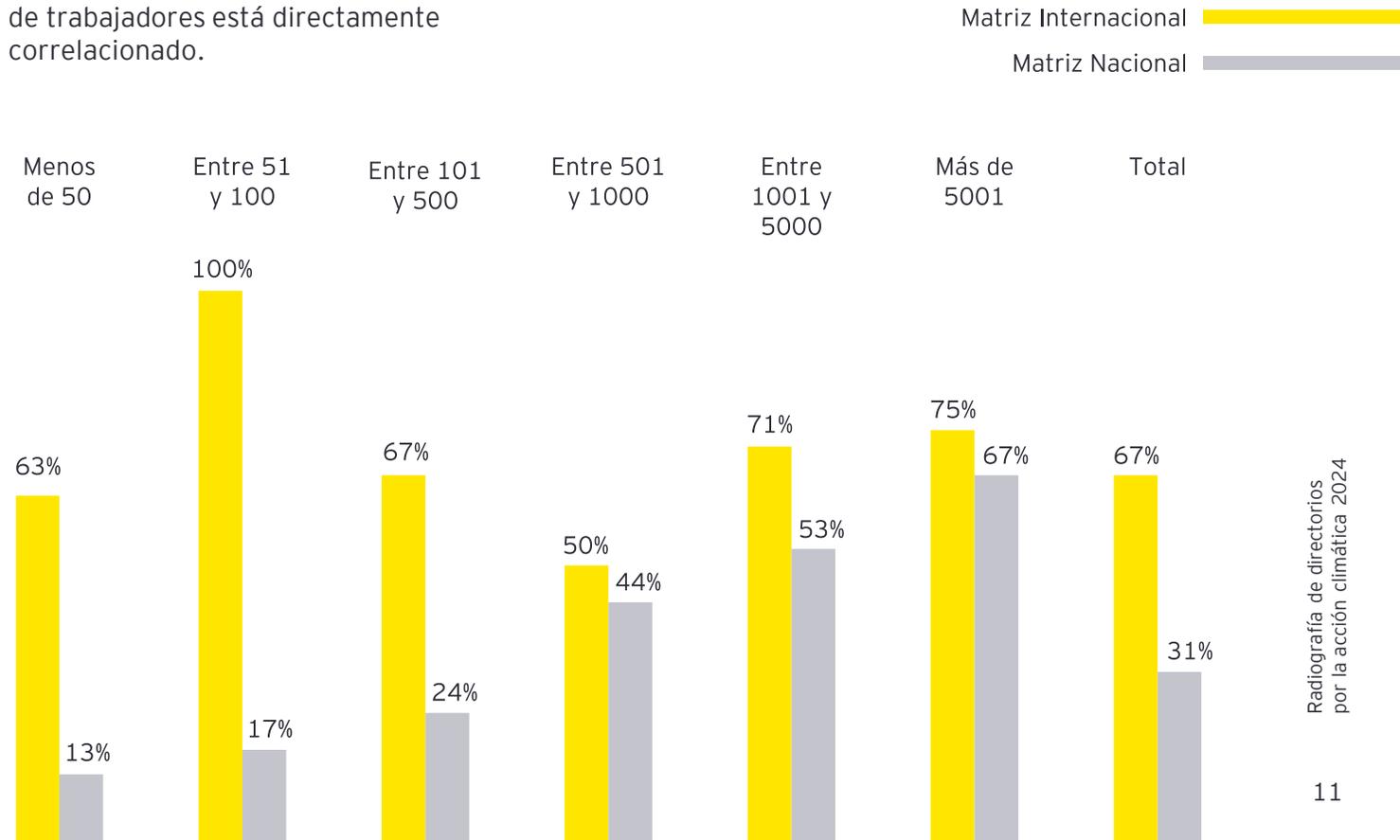


Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

Asimismo, el 67% de las empresas con matriz internacional cuentan con un área dedicada, mientras que solo un 31% de las nacionales lo hacen. Respecto a las empresas con matriz internacional, el número de colaboradores no tiene mayor correlación con contar con un área dedicada. Por el contrario, respecto a las empresas con matriz nacional, el número de trabajadores está directamente correlacionado.

Figura 2:

% Empresas con área dedicada por origen de la matriz y nº de trabajadores



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

Se identifica una brecha en la formación de áreas dedicadas, específicamente, a la sustentabilidad en algunas empresas, lo cual podría indicar un nivel inferior de madurez en dichas empresas. Siguiendo las mejores prácticas internacionales, la mayoría de las empresas ya cuentan con un área, exclusivamente, dedicada a la sustentabilidad, que se puede enfocar en identificar y gestionar los riesgos ambientales, desarrollar estrategias, asegurar la coordinación interna en políticas de sostenibilidad, y garantizar el cumplimiento normativo. Esta unidad trabajará en línea con los objetivos de la empresa y contribuirá a su misión general, mientras ayuda a la organización a ser parte de la solución al cambio climático.

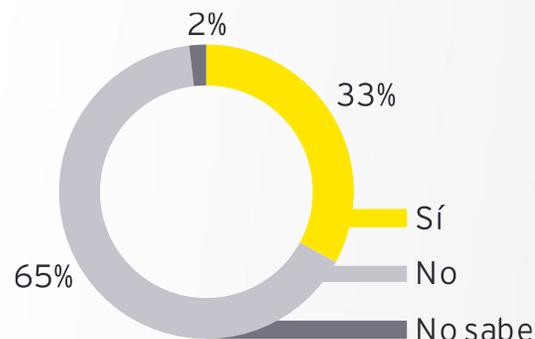
Comités del directorio

El 33% de los encuestados indica que el directorio de su empresa cuenta con un comité dirigido a analizar aspectos de sustentabilidad y cambio climático. Por el contrario, el 65% señala que su empresa no cuenta con un comité.

En comparación con la encuesta Global Impact Report de enero 2024, Climate Governance Initiative (CGI) realizada por Chapter Zero, se da cuenta de una brecha en el directorio respecto a cambio climático. En este sentido, la encuesta a nivel mundial reveló que solo el 15% de los encuestados indicó que el directorio de su empresa no cuenta con un comité dirigido a analizar aspectos de sustentabilidad y cambio climático (reporte CGI, p. 27).

Figura 3:

¿Cuenta el directorio con un comité dirigido a analizar aspectos de sustentabilidad y cambio climático?

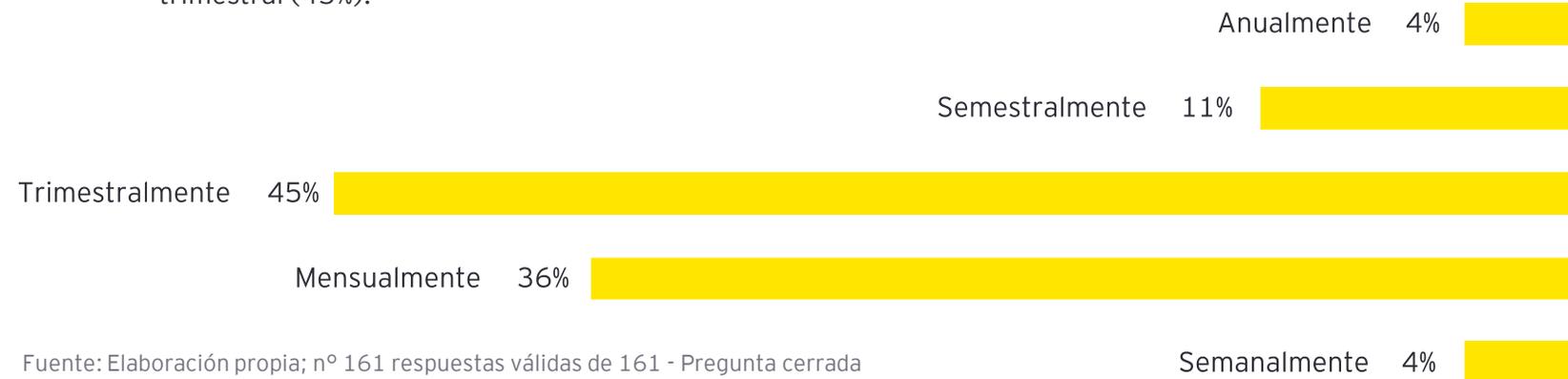


Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

De las empresas que sí cuentan con un comité dirigido a analizar aspectos de sustentabilidad y cambio climático, la mayoría (81%), indica que el directorio se reúne con esta unidad/área de cambio climático de forma mensual (36%) o trimestral (45%).

Figura 4:

¿Con qué frecuencia se reúne el directorio con esta unidad/área del cambio climático?



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

Contar con un comité a nivel de directorio es clave para garantizar que los asuntos de sustentabilidad y cambio climático sean considerados seriamente en la toma de decisiones estratégicas de la empresa. Esto para definir la visión y estrategia de la empresa en términos de sustentabilidad y cambio climático, supervisar la correcta

implementación de las políticas de sustentabilidad, asegurarse de que la empresa cumpla con las regulaciones pertinentes, y fomentar la consciencia y comprensión en toda la organización, entre otros aspectos relevantes.

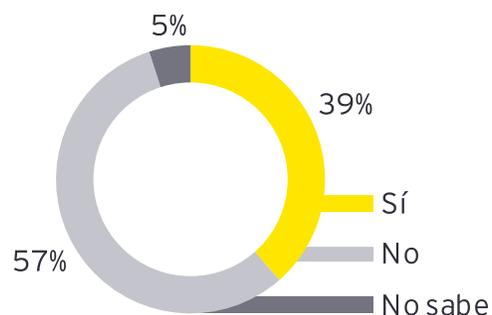
Presupuesto y estrategia corporativa

El 39% de los encuestados indica que su empresa cuenta con un presupuesto definido para abordar iniciativas de sustentabilidad que incluyan acciones climáticas. Sin embargo, el 57% indica que no cuentan con un presupuesto definido.

Un presupuesto definido posibilita una planificación y ejecución efectiva de la estrategia y proyectos. Permite a las empresas asignar recursos adecuados para lograr sus objetivos de sostenibilidad.

Figura 5:

¿Existe un presupuesto definido para abordar iniciativas de sustentabilidad que incluyan acciones climáticas?

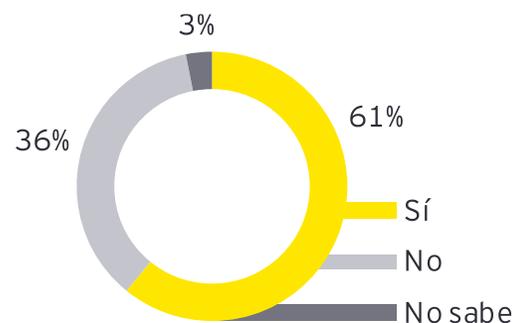


Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

La mayor parte de los encuestados (61%), indica que la estrategia corporativa de su empresa incluye temáticas de acción climática. Sin embargo, sólo el 55% de ellos cuenta con un presupuesto definido.

Figura 6:

¿Su estrategia corporativa incluye temáticas de acción climática?



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

Analizando al 61% que respondió que su estrategia corporativa incluye temáticas de acción climática, se observa que:

- ▶ Para 44% de ellos, la acción climática más relevante de su empresa son los “Objetivos de neutralidad de carbono”, esto en línea con que Chile, es una de las pocas naciones en desarrollo que se comprometió a la neutralidad del carbono para 2050 en el Acuerdo de París, Chile está demostrando liderazgo climático.
- ▶ Le siguen la “Eficiencia energética y energías renovables” (23%) y “Gestión de residuos y economía circular” (19%).
- ▶ Luego, en relación con la evaluación de la incorporación de temáticas de acción climáticas en la estrategia corporativa, el 47% de los encuestados evalúa de manera eficiente la incorporación de temáticas de acción climáticas en la estrategia corporativa.

Figura 7:

En su opinión, ¿podría nombrar la acción climática más relevante?

Fuente: Elaboración propia; 98 respuestas válidas de 98 - Pregunta abierta

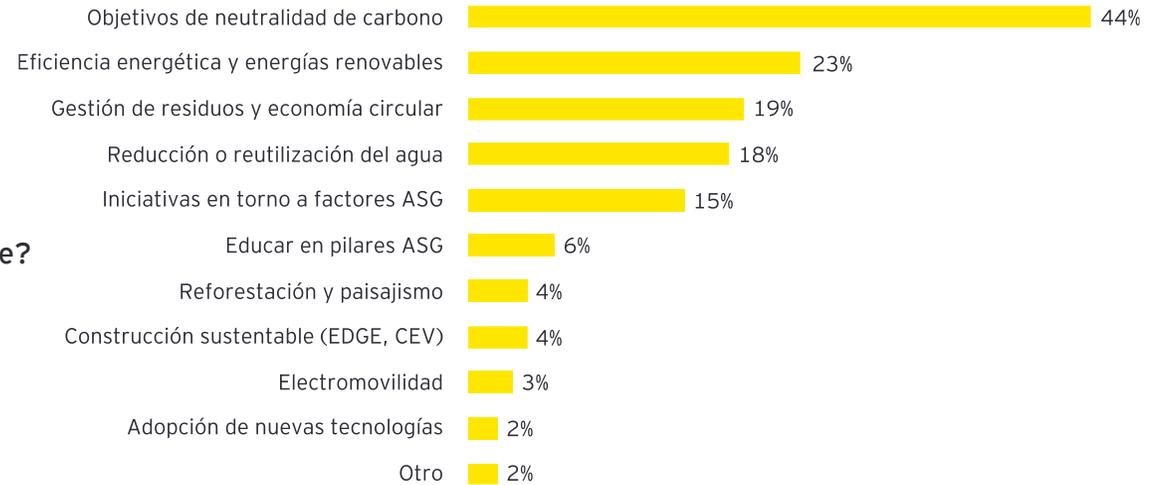
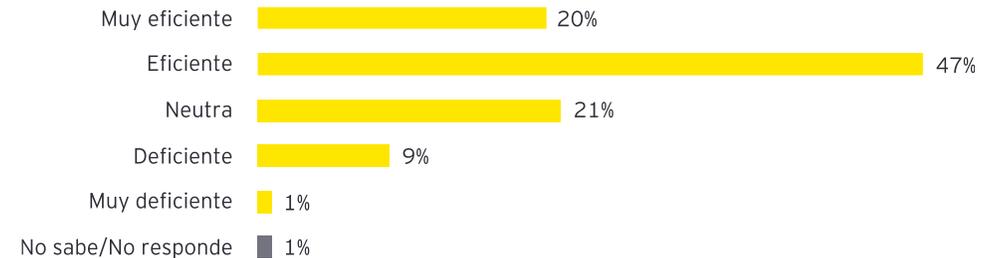


Figura 8:

¿Cómo evaluaría la incorporación de temáticas de acción climática en la estrategia corporativa?

Fuente: Elaboración propia; 98 respuestas válidas de 98 - Pregunta abierta

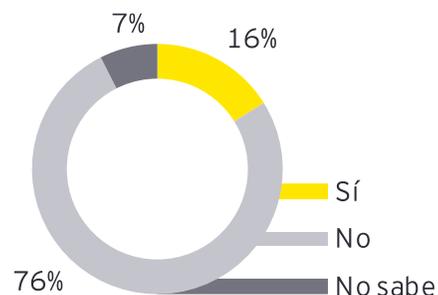


Capacitaciones dirigidas al directorio

El 76% de los encuestados indica que su empresa no cuenta con un plan o programa de capacitaciones dirigidos al directorio respecto a temáticas climáticas. Por otra parte, solo el 16% las incorpora.

Figura 9:

¿Cuentan con un plan o programa de capacitaciones dirigidos al directorio respecto a temáticas climáticas?

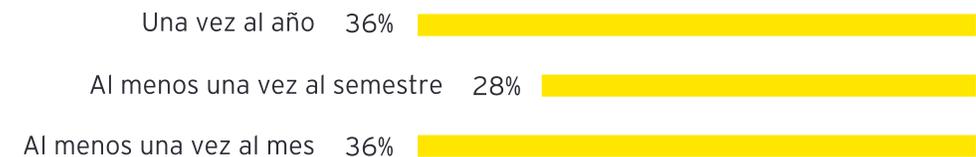


Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

El 36% de los encuestados señala que participa al menos una vez al mes en capacitaciones en temáticas de acciones climáticas.

Figura 10:

¿Con qué frecuencia usted participa en capacitaciones temáticas de acciones climáticas?



Fuente: Elaboración propia; 26 respuestas válidas de 26 - Pregunta cerrada

Si bien 55% de los encuestados dice que los directores tienen conocimiento o experiencia en asuntos climáticos, no hay plan de formación establecido. Más de tres cuartos indica que su empresa no cuenta con un plan o programa de capacitaciones para el directorio en temas climáticos.

En los resultados de Global Impact Report de enero 2024, una de las barreras para la acción climática es precisamente la falta de conocimiento representada en un 40% ocupando el segundo lugar, luego de la primera barrera que identifican que es la falta de priorización en asuntos climáticos.

Toma de decisiones y prioridad de la acción climática

El 42% de los encuestados señala que el directorio considera “siempre” o “casi siempre” el impacto del cambio climático en la toma de decisiones. Mientras que, el 35% de los encuestados indica que su empresa “en ocasiones” considera el impacto del cambio climático en la toma de decisiones.

Figura 11:

¿El directorio de su empresa, considera el impacto del cambio climático en la toma de decisiones?



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

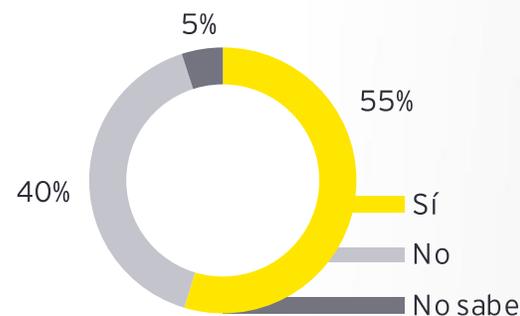
Conocimiento de los directores o de la empresa sobre cambio climático

El 55% de los encuestados indica que la estructura del directorio cuenta con directores con conocimiento o experiencia en temas de cambio climático/sostenibilidad.

A nivel mundial (CGI) el porcentaje es mucho mayor mostrando la brecha que existe en relación con Chile. Solo el 12% de los participantes indica que la experiencia en cambio climático/sostenibilidad no es una consideración para la composición del directorio.

Figura 12:

¿Cuenta en la estructura del directorio con directores con conocimiento o experiencia en temas de cambio climático/sostenibilidad?

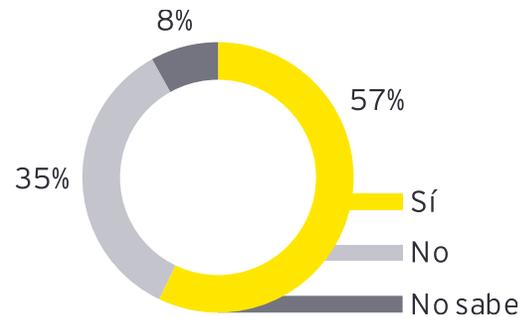


Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

El 57% de los encuestados señala que se sensibiliza a otras áreas respecto a las temáticas de cambio climático.

Figura 13:

Respecto a la integración de los lineamientos climáticos en la empresa, ¿sensibilizan a otras áreas respecto a las temáticas de cambio climático?



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

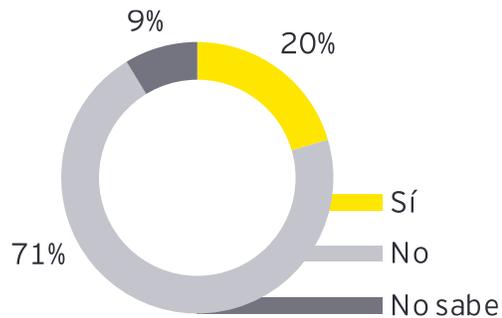
Con el cambio climático y la sostenibilidad cada vez más centrales para la normativa y las expectativas de los stakeholders, la sensibilización sobre el cambio climático puede permitir a las diferentes áreas desarrollar e implementar estrategias más eficaces. Cuando todas las áreas entienden la importancia del cambio climático en la organización, es más probable que acepten la responsabilidad de ayudar a mitigarlo y adaptarse a él. Esto puede resultar en un mayor compromiso y a la implementación de prácticas e iniciativas concretas que generen impacto positivo en el entorno.

Evaluaciones de desempeño

La mayoría de los encuestados (71%) señala que, dentro de las evaluaciones de desempeño del directorio a sus ejecutivos, no se consideran los resultados de las metas y objetivos en torno a temáticas de cambio climático. Mientras que, un 20% señala que sí se consideran.

Figura 14:

Dentro de las evaluaciones de desempeño del directorio a sus ejecutivos, ¿se consideran los resultados de las metas y objetivos en torno a temáticas de cambio climático?



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

Los indicadores más relevantes respecto a los objetivos y metas en cambio climático que integran en el modelo de incentivos de los ejecutivos son las "Iniciativas en torno a factores ASG" (47%), seguido de los "Objetivos de neutralidad de carbono" (28%) y el "Plan estratégico" (22%).

Figura 15:

¿Qué indicadores respecto a los objetivos y metas en cambio climático integran en el modelo de incentivos de los ejecutivos



Fuente: Elaboración propia; 32 respuestas válidas de 33 - Pregunta abierta

Pese a que el 61% afirma que su estrategia incluye temáticas sobre el clima, el 71% dice que no evalúa en el desempeño, las metas y objetivos de los miembros del directorio ni de sus ejecutivos en torno a temáticas de cambio climático.

Dimensión 2: Gestión del riesgo



La segunda dimensión del estudio se centra en la madurez de la supervisión de la gestión del riesgo, uno de los roles más importantes del directorio, en este caso asociado al cambio climático.

Se explora como sus miembros asumen la responsabilidad en este ámbito, con especial atención a diferencias entre empresas, según su alcance nacional o internacional y el número de colaboradores. Se indaga sobre la información proporcionada al directorio respecto a los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático, y cómo se evalúa la gestión de éstos y sus impactos.

En cuanto a las acciones derivadas de una supervisión y gestión de riesgo eficaz, se pregunta sobre la implementación de medidas concretas para reforzar la resiliencia de la organización con iniciativas de mitigación -como energías renovables y eficiencia energética-, y de adaptación, -como reforestación o cambio en el uso del suelo-, así como los principales desafíos asociados con estas acciones.

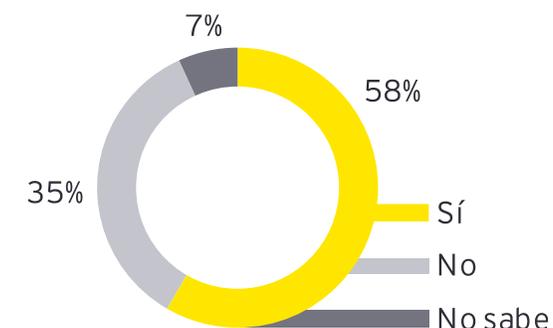
Responsabilidad asociada a riesgos y oportunidades

Siguiendo con la dimensión 2, enfocada en la gestión del riesgo, el 58% de los encuestados indican que el directorio considera que la responsabilidad asociada a los riesgos y oportunidades en cambio climático es parte de su rol.

Nuevamente existe una brecha con las prácticas a nivel mundial. De acuerdo con el reporte CGI, el 87% de los encuestados indica que el directorio considera que la responsabilidad asociada a los riesgos y oportunidades en cambio climático es parte de su rol. En esta línea, el 90% afirma que es responsabilidad del directorio influir en la organización en materia de acción climática y, por último, el 93% considera que los directores pueden influir en la organización en materia de acción climática (reporte CGI, p. 21-32).

Figura 16:

¿El directorio considera como parte de su rol la responsabilidad asociada a los riesgos y oportunidades en cambio climático?



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

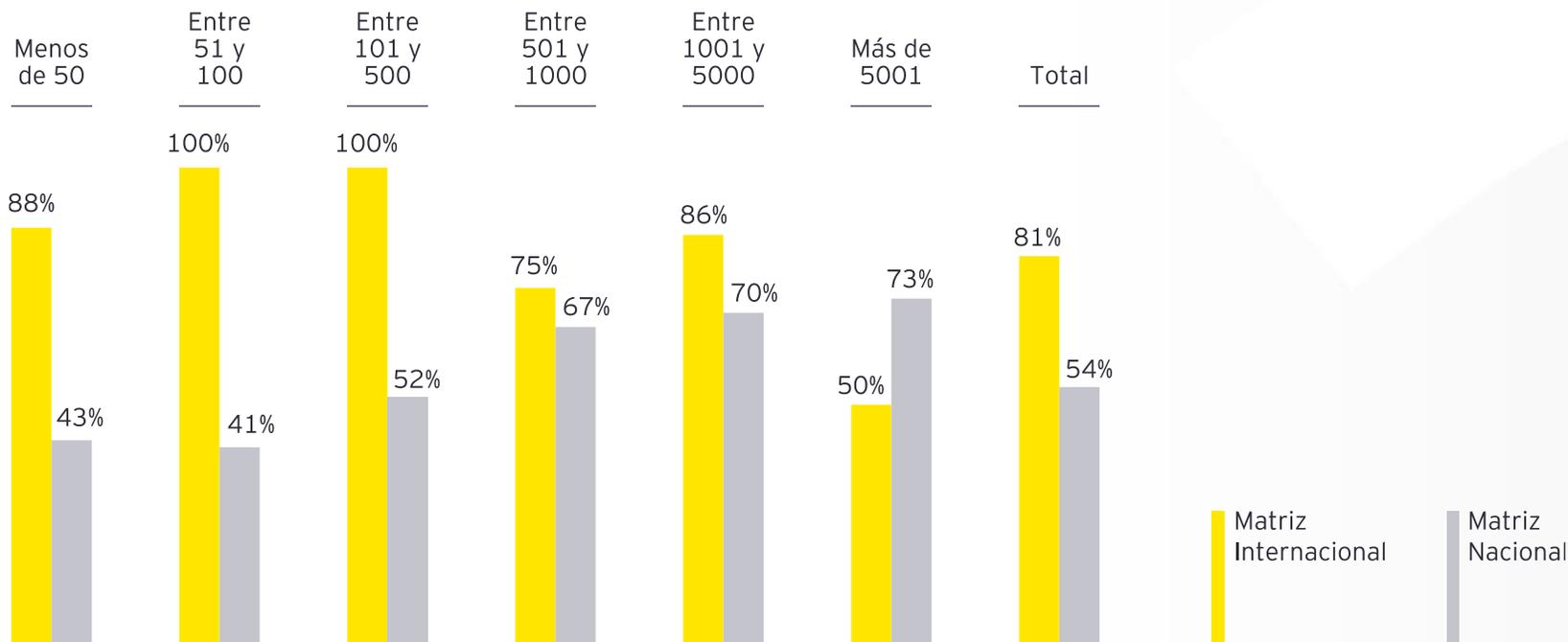
Un resultado similar arroja cuando se analiza los resultados de Chile en relación con el origen de las empresas, el 81% de las organizaciones con matriz internacional considera que la responsabilidad asociada a los riesgos y oportunidades en cambio climático es parte de su rol, mientras que solo un 54% de las nacionales lo incluyen.

Respecto a las empresas con matriz internacional, el número de colaboradores no tiene mayor correlación con la consideración de la responsabilidad como parte de su rol. Por el contrario, respecto a las empresas con matriz nacional, el número de trabajadores está directamente correlacionado.

Se evidencia que es imperante fortalecer el enfoque de riesgo en las organizaciones, especialmente, en las locales. Lo que se desprende del resultado es que los directorios con jerarquías corporativas internacionales tienen un rol más activo de responsabilidad asociados a riesgo temas climáticos que a nivel local.

Figura 17:

% Empresas en las que el directorio considera como parte de su rol la responsabilidad asociada a los riesgos y oportunidades en cambio climático por origen de la matriz y nº de colaboradores



Fuente: Elaboración propia; nº 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

Información y gestión de riesgos y oportunidades

El 40% de los encuestados señala que “pocas veces” se mantiene informado al directorio sobre los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático para su negocio.

El 39% de los encuestados evalúa de manera “regular” la gestión de riesgos, impactos y oportunidades asociadas al cambio climático. Mientras que, quienes la califican como “muy buena” y “buena” son el 38%. En tanto, los encuestados que la consideran “mala” y “muy mala” son el 17%.

Figura 18:

¿Se mantiene informado al directorio sobre los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático para su negocio?

Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

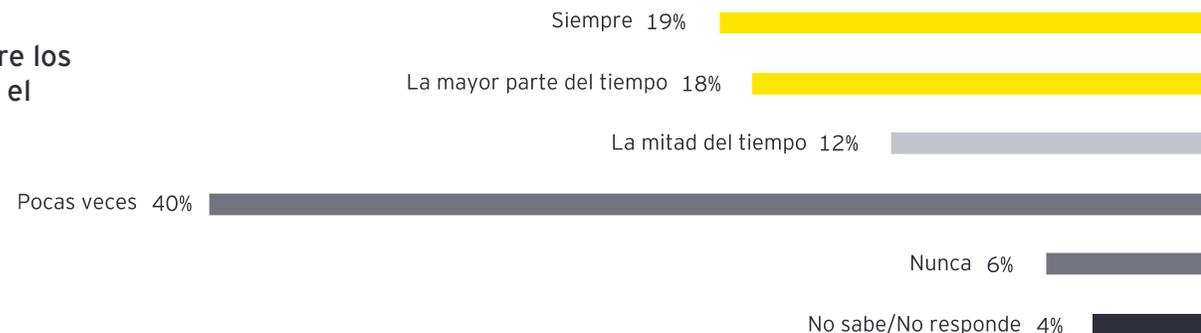
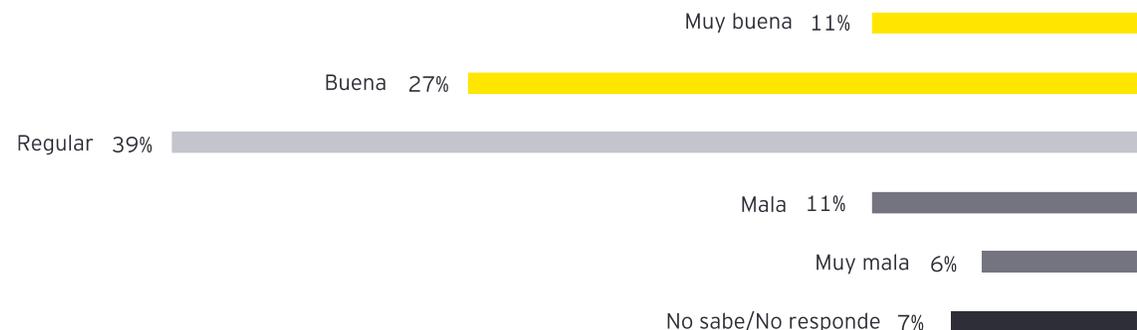


Figura 19:

¿Cómo evaluaría la gestión de riesgos, impactos y oportunidades asociadas a cambio climático?

Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada



Para gestionar los riesgos de manera proactiva, se recomienda habilitar instancias periódicas de identificación, evaluación y priorización de los riesgos. Una vez identificados los riesgos, la compañía debe desarrollar una estrategia que incluya para la mitigación y adaptación al cambio climático y debido a que las amenazas y oportunidades asociadas a este ámbito están en

constante evolución, es vital monitorear continuamente los riesgos y ajustar las estrategias en consecuencia.

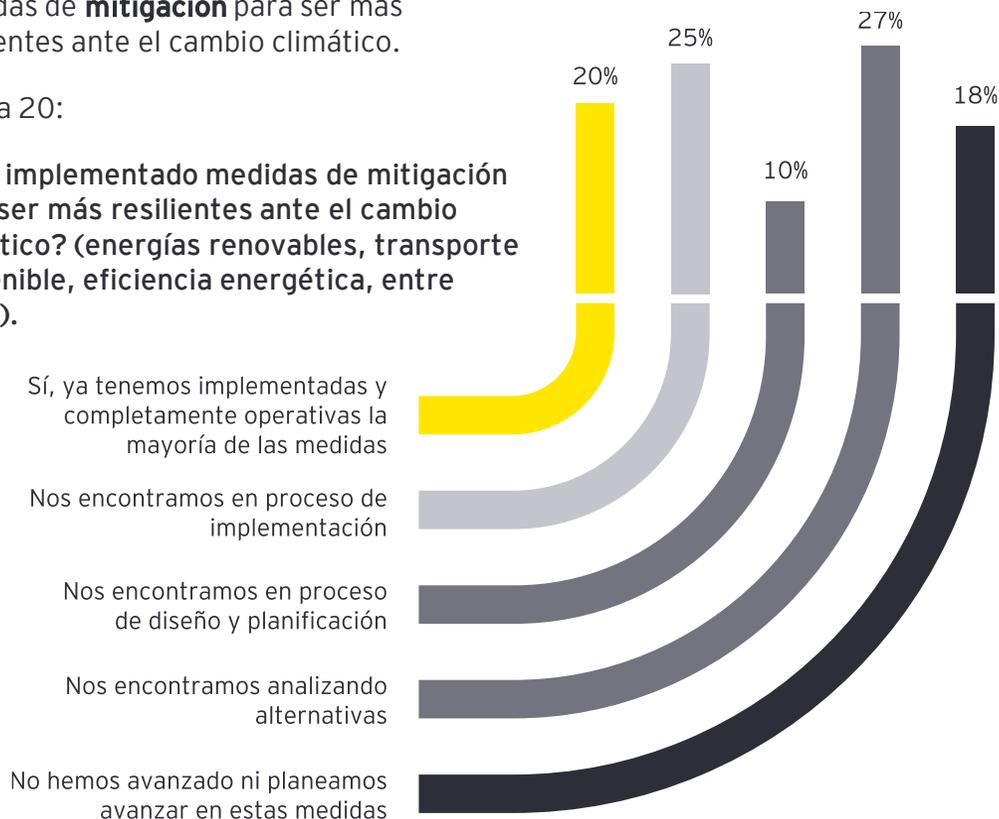
Por último, también se debe fortalecer la reportabilidad y toma de decisiones basados en este análisis de riesgos permanente.

Medidas de mitigación

El 82% de los encuestados está al menos analizando alternativas para implementar medidas de **mitigación** para ser más resilientes ante el cambio climático.

Figura 20:

¿Han implementado medidas de mitigación para ser más resilientes ante el cambio climático? (energías renovables, transporte sostenible, eficiencia energética, entre otros).

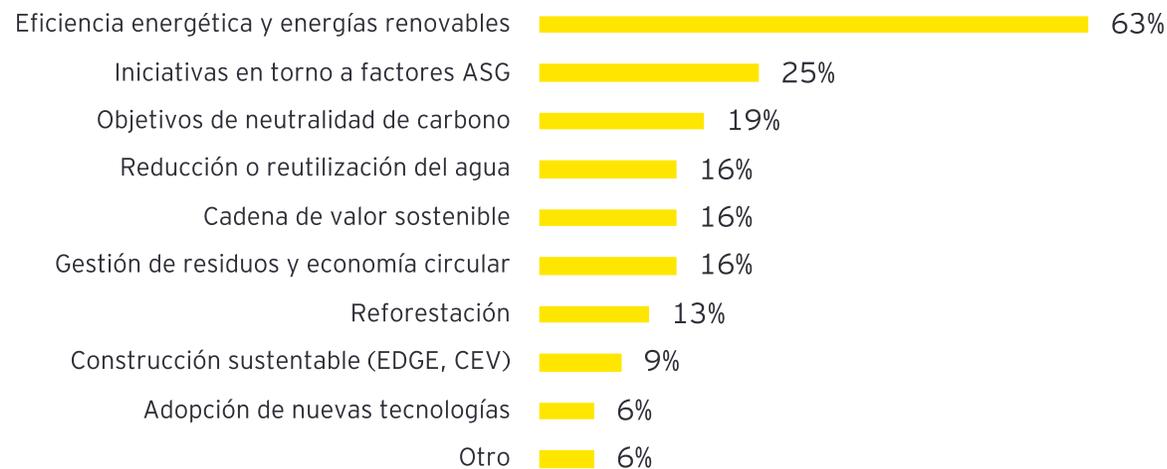


Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

En cuanto que, quienes ya han implementado medidas de mitigación para ser más resilientes ante el cambio climático (20%), señalan que las principales medidas que han implementado son la "Eficiencia energética y energías renovables" (63%), seguido por las "Iniciativas en torno a factores ASG" (25%).

Figura 21:

¿Cuáles son las principales medidas que han implementado?



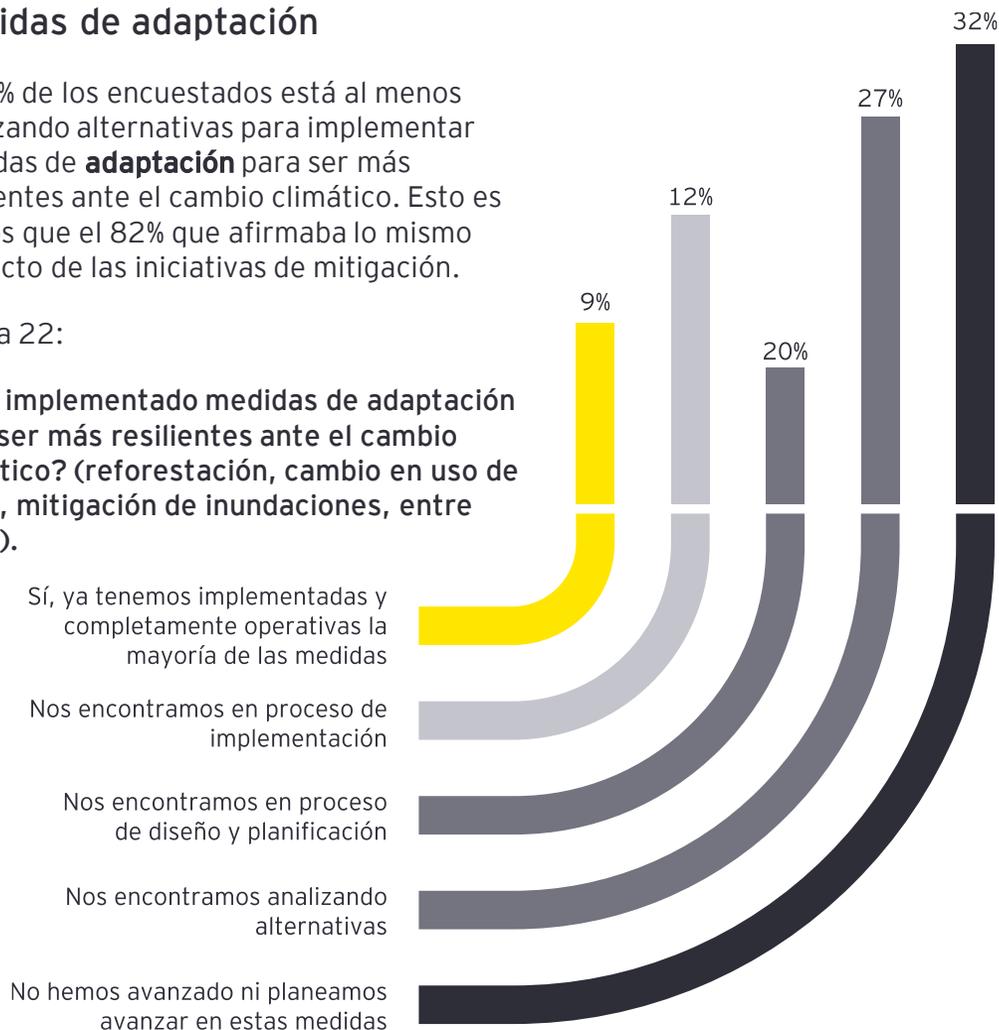
Fuente: Elaboración propia; 32 respuestas válidas de 33 - Pregunta cerrada

Medidas de adaptación

El 68% de los encuestados está al menos analizando alternativas para implementar medidas de **adaptación** para ser más resilientes ante el cambio climático. Esto es menos que el 82% que afirmaba lo mismo respecto de las iniciativas de mitigación.

Figura 22:

¿Han implementado medidas de adaptación para ser más resilientes ante el cambio climático? (reforestación, cambio en uso de suelo, mitigación de inundaciones, entre otros).



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

De quienes ya han implementado medidas de adaptación ante el cambio climático (12%), indica que las principales medidas que han implementado son la "Reducción o reutilización del agua" (50%) y la "Eficiencia energética y energías renovables" (45%).

Figura 23:

¿Cuáles son las principales medidas que han implementado?



Fuente: Elaboración propia; 20 respuestas válidas de 20 - Pregunta abierta

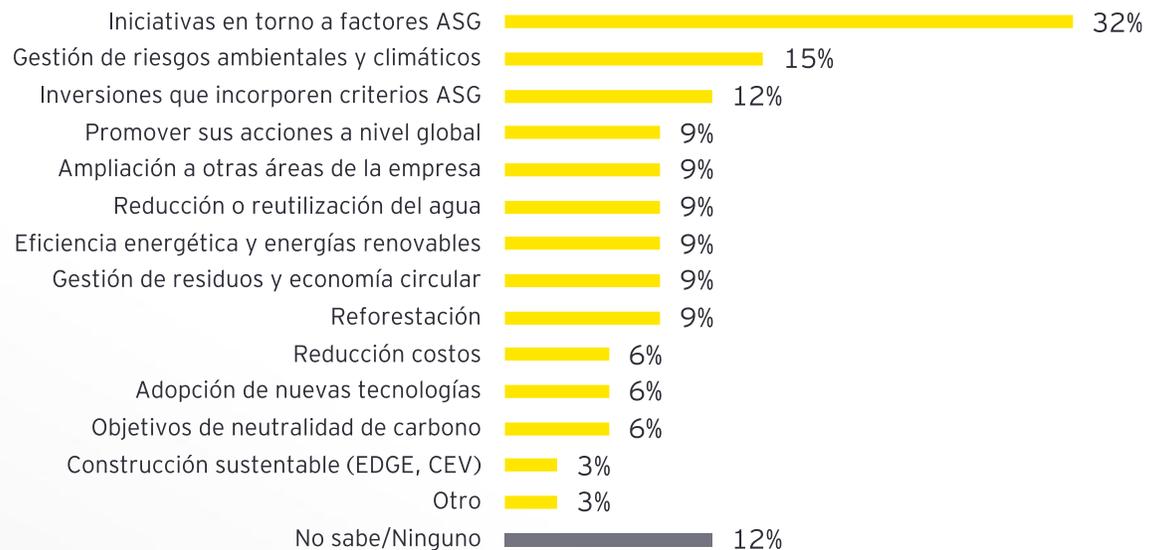
Es vital que las empresas se comprometan a implementar medidas de mitigación y de adaptación, no solo por responsabilidad social y ambiental, sino también por razones económicas y de sostenibilidad del negocio en el largo plazo. Esto se debe a razones como el cumplimiento de regulaciones, la reducción de costos operativos a través de la eficiencia energética, mejorar la reputación de la marca, disminuir riesgos ambientales y financieros, impulsar la innovación y la competitividad, y el acceso a financiamiento debido a políticas de sostenibilidad.

Desafíos que consideran para ser más resilientes

Respecto de quienes ya implementaron medidas de mitigación y/o adaptación para ser más resilientes ante el cambio climático, los principales desafíos que observan son las "Iniciativas en torno a factores ASG" (32%), luego la "Gestión de riesgos ambientales y climáticos" (15%) y las "Inversiones que incorporen criterios ASG" (12%).

Figura 24:

En caso de que ya hayan implementado medidas de mitigación y/o adaptación para ser más resilientes ante el cambio climático (respuesta "Sí" a alguna de las 2 preguntas anteriores): ¿Cuáles serían los desafíos que consideran?



Fuente: Elaboración propia; 34 respuestas válidas - Pregunta abierta

Dimensión 3: Reportabilidad y divulgación

La tercera dimensión del estudio se enfoca en la reportabilidad y divulgación enfocados en temas climáticos y de ASG. Es decir, cómo los gobiernos corporativos están cumpliendo con garantizar que la información no financiera se recopile, se revise y se divulgue de manera precisa y transparente. Esto con el objeto de que los stakeholders tengan una imagen clara y completa de la empresa y puedan tomar decisiones informadas.

En esta sección se indaga sobre si las organizaciones informan, tanto interna como externamente, sobre estos aspectos, y cómo lo hacen a través de diferentes medios o instancias de comunicación. Se consulta qué marcos y estándares siguen las empresas y, en caso de no estar alineadas, si han considerado los posibles riesgos de no reportar bajo ningún marco regulatorio.

A nivel de las posibles mayores exigencias del mercado respecto de información ASG, se pregunta si han enfrentado solicitudes de fuentes de financiamiento y si se han beneficiado de incentivos disponibles. Respecto a la cadena de valor, se consulta si han aumentado los requisitos relativos a estos factores a los proveedores o si han cambiado los requerimientos de los clientes hacia ellos.

Finalmente, se indaga sobre las acciones más exitosas lideradas por el directorio en relación con el clima hasta la fecha.

Reportabilidad de manera interna y externa

Menos del 50% de los encuestados, el 47%, indica que sus empresas u organizaciones sí informan a sus stakeholders internos los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio y riesgos climático.

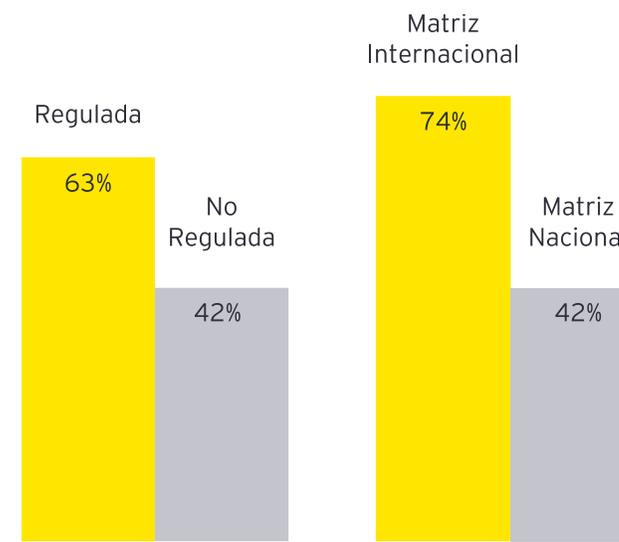
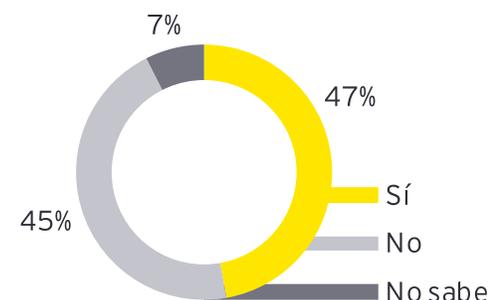
Se evidencia una brecha entre las empresas reguladas y obligadas a reportar y las que no lo son. Mientras el 63% de las primeras informan de manera interna los riesgos y oportunidades, el 42% de las segundas lo hace.

Lo mismo pasa respecto del origen de las compañías. El 74% de las organizaciones con matriz internacional informan de manera interna los riesgos y oportunidades, en tanto, el 42% de las empresas nacionales tienen esta iniciativa.

Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

Figura 25 y 26:

¿Informan de manera interna de los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio y riesgos climáticos?



Quienes comunican a sus stakeholders externos los riesgos y oportunidades relacionados al clima alcanzan el 35% de los encuestados.

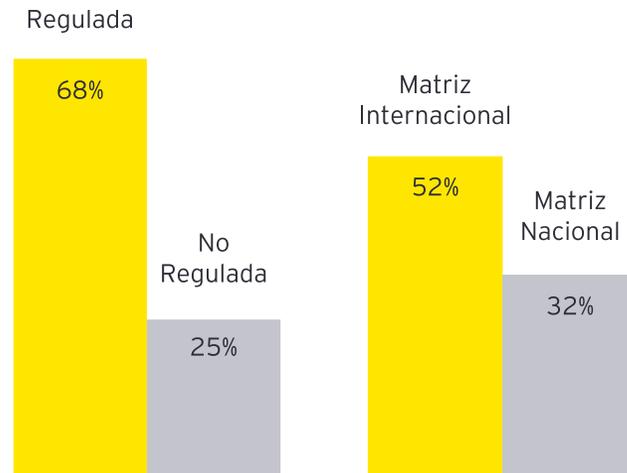
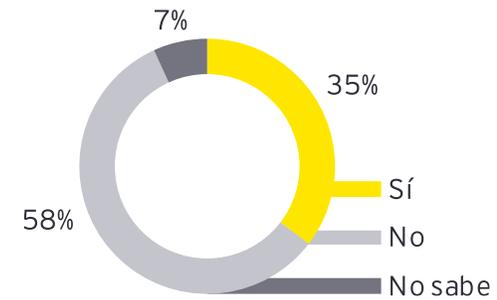
Nuevamente es mayor el porcentaje de empresas reguladas que reporta (68%), que las reguladas que también lo hacen (25%).

Por su lado, el 52% de las empresas con matriz internacional informan de manera externa los riesgos y oportunidades, mientras que el 32% de las compañías nacionales encuestadas tiene la misma iniciativa.

De acuerdo con el reporte CGI, a nivel global 40% de los encuestados indica que su empresa cuenta con un reporte de clima (reporte CGI, p. 23).

Figura 27 y 28:

¿Informan de manera externa de los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio y riesgos climáticos?



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

Proveer información sobre riesgos y oportunidades climáticas de manera externa permite a los inversionistas, clientes y otras partes interesadas tomar decisiones informadas.

Los inversionistas, en particular, están cada vez más interesados en entender cómo las empresas gestionan los riesgos relacionados con el clima y cómo se anticipan a escenarios futuros. Además, la divulgación de riesgos climáticos se está volviendo obligatoria en algunos países. Aquellas empresas que reportan pueden obtener una ventaja competitiva, ya que pueden ser vistas como líderes en sostenibilidad y adaptación al clima.

Divulgar información sobre la organización, no debiera estar restringida solo a empresas reguladas y mandatadas a hacerlo, debiera ser visto como una buena práctica corporativa mantener informado a los diversos grupos relacionados.

Respecto de cómo comunican manera externa de los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio y riesgos climáticos, los encuestados apuntan mayoritariamente a "Informes y corporativos y de sostenibilidad" (53%), muy por detrás están las "Redes sociales" (16%), enseguida "Prensa" (15%) y

"Eventos y comunicaciones externas (13%).

Figura 29:

En caso de que informen de manera externa de los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio y riesgos climáticos (respuesta "Sí" a la pregunta anterior): ¿A través de qué medios o instancias comunican de manera externa lo asociado al cambio y riesgo climático?

Teniendo en cuenta el creciente interés de diferentes stakeholders, se sugiere la ampliación de los canales de difusión de temas relacionados con la sostenibilidad y el cambio climático. Para asegurar una comunicación efectiva, un buen mapa de stakeholders es una forma efectiva para definir medios y frecuencia de llegar a los grupos de interés.



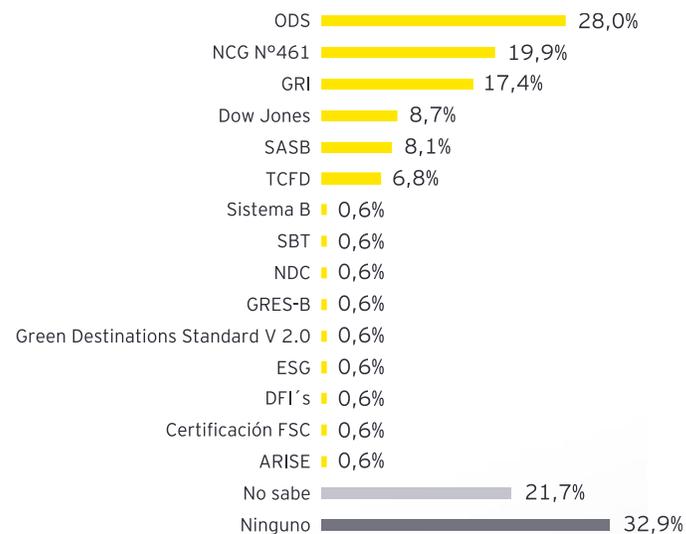
Fuente: Elaboración propia; 55 respuestas válidas de 57 - Pregunta abierta

Marcos y/o estándares regulatorios

A continuación, en relación con los marcos y/o estándares regulatorios a los cuales se alinea la empresa del encuestado, el 62.8% de los encuestados señala que su empresa se alinea algún marco o estándar regulatorio. Mientras que el 33.5% de los encuestados señala que su empresa no se alinea a ningún marco.

Figura 30:

¿A cuáles marcos y/o estándares se alinea su empresa?



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

De aquellas empresas que no se alinean, solo el 25% ha considerado cuáles serían los posibles riesgos que implica para su empresa no reportar bajo ninguno de los marcos.

Figura 31:

¿Ha considerado cuáles serían los posibles riesgos que implica para su empresa no reportar bajo ninguno de los marcos antes mencionados?



Fuente: Elaboración propia; 52 respuestas válidas de 53 - Pregunta abierta

Los marcos o estándares regulatorios desempeñan un papel crucial en el mundo empresarial y en la toma de decisiones informadas, proporcionan una estructura y guía para la gestión, así como para la divulgación no financiera de las organizaciones. Permiten la transparencia y la comparabilidad, lo que conlleva a construir confianza con los stakeholders. Además, facilitan a los inversionistas y otras partes interesadas evaluar los riesgos y oportunidades que pueden afectar la sostenibilidad y la rentabilidad del negocio.

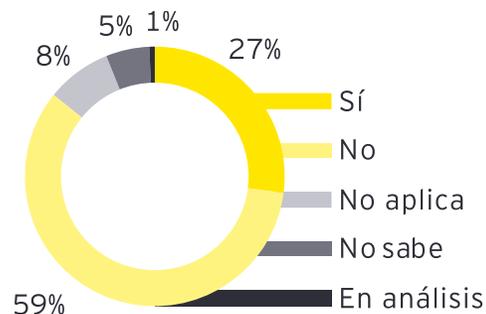
Por lo mismo, para garantizar un desempeño óptimo, es altamente recomendable alinearse a estándares y frameworks que permitan asegurar la correcta gestión en temas de sostenibilidad y cambio climático. Cabe mencionar que algunos de estos estándares, dependiendo la industria, son obligatorios.

Fuentes de financiamiento

Respecto a quienes se han visto enfrentado a solicitud de fuentes de financiamiento, el 27% de los encuestados afirma que han aumentado las exigencias frente a solicitudes de fuentes de financiamiento, mientras que el 59% de los encuestados niega que han aumentado las exigencias frente a solicitudes de fuentes de financiamiento.

Figura 32:

En caso de haberse visto enfrentado a solicitud de fuentes de financiamiento, en su experiencia, ¿han aumentado las exigencias? ¿Se ha visto beneficiado por algún incentivo disponible?



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

De los 17 encuestados que respondieron que sí se han visto beneficiados por algún incentivo disponible frente a solicitudes de financiamiento, los principales beneficios que señalaron que han recibido ellos u otras empresas cercanas son:

- ▶ Beneficios en emisión de bonos verdes
- ▶ Beneficios en créditos verdes
- ▶ Créditos hipotecarios con tasas preferenciales para edificios y viviendas certificadas "verdes"
- ▶ Apoyo estatal en perfeccionamiento del sistema de riego
- ▶ Beneficios en fondos CORFO

Figura 33:

En caso de haberse visto enfrentado a solicitud de fuentes de financiamiento, en su experiencia, ¿han aumentado las exigencias? ¿Se ha visto beneficiado por algún incentivo disponible?



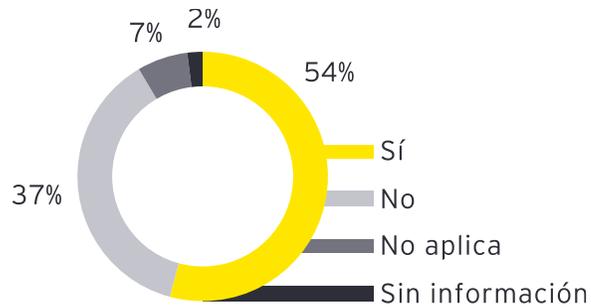
Fuente: Elaboración propia; 17 respuestas

Exigencias y requerimientos de los clientes

El 54% de los encuestados respondió que sí han aumentado las exigencias que realizan a sus proveedores o han aumentado los requerimientos que les realizan sus clientes.

Figura 34:

Respecto a la cadena de valor, ¿han aumentado las exigencias que realizan a sus proveedores o han cambiado los requerimientos que les realizan a ustedes sus clientes?



Fuente: Elaboración propia

La cadena de suministro sostenible es un habilitador para generar valor a largo plazo, por lo que se recomienda tomar acción en el corto plazo para abordar estos desafíos. El aumento de exigencias ASG a proveedores, no solo reflejan la creciente

preocupación de las empresas por estos criterios, sino que también son una respuesta a la creciente demanda de los consumidores y los inversionistas por la sostenibilidad.

Fortalecer la cadena de suministro en aspectos de sostenibilidad permitirá potenciar la reducción de riesgos operacionales, disminuir los impactos y potenciar el cumplimiento de objetivos de la organización.

Figura 35:

Menciones sobre requerimientos o exigencias específicas



Fuente: Elaboración propia; 153 respuestas válidas - Pregunta abierta

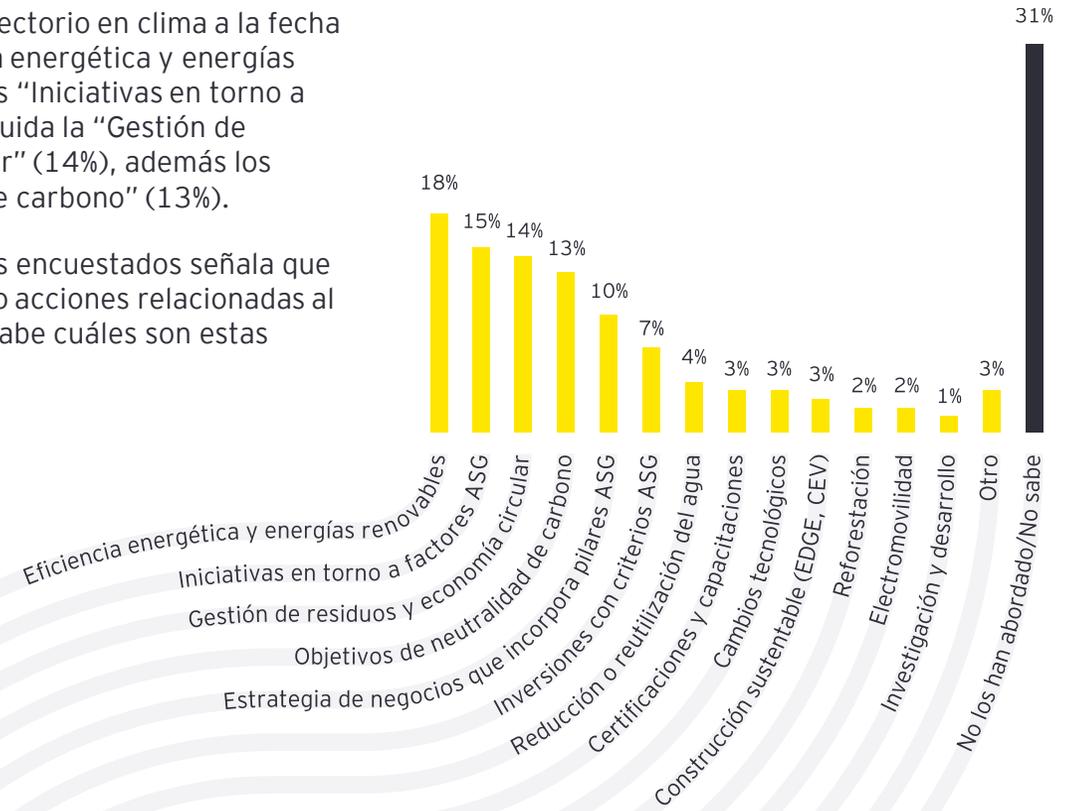
Acciones exitosas lideradas por el directorio

De acuerdo con los encuestados las acciones más exitosas lideradas por el directorio en clima a la fecha corresponden la "Eficiencia energética y energías renovables" (18%), luego las "Iniciativas en torno a factores ASG" (15%), enseguida la "Gestión de residuos y economía circular" (14%), además los "Objetivos de neutralidad de carbono" (13%).

Por otra parte, el 31% de los encuestados señala que el directorio no ha abordado acciones relacionadas al cambio climático o que no sabe cuáles son estas acciones.

Figura 36:

¿Cuáles han sido las acciones más exitosas lideradas por el directorio en clima a la fecha?



Conclusión

Las respuestas proporcionadas por los 161 directores que participaron en la encuesta “Radiografía de directorios por la acción climática 2024” nos muestran una imagen mixta del estado de avance de la gobernanza climática en Chile.

Por un lado, vemos una consciencia clara de la importancia del cambio climático y de la sustentabilidad en las organizaciones, pero por otro, se evidencian brechas estructurales que dificultan la eficacia de la gestión de estos aspectos. Adicionalmente, identificamos un desarrollo mayor de las buenas prácticas relacionadas con temas ASG en las compañías con matrices internacionales que en las locales.

Como principales puntos positivos se observa que las empresas están mostrando progresos significativos en sus esfuerzos para abordar el cambio climático a nivel del directorio. La mayoría de ellas tiene ya una estrategia establecida e iniciativas concretas en marcha.

Están evaluando y aplicando medidas de mitigación y adaptación para hacer frente a los desafíos climáticos y mejorar su resiliencia. Además, han intensificado las demandas a sus proveedores, exigiendo prácticas más respetuosas con el medioambiente.

Las empresas tienen consciencia de que el mercado está exigiendo cada vez más acciones para enfrentar el cambio climático y que espera que se proporcione una mayor transparencia sobre las acciones que se están llevando a cabo. A su vez, ellas mismas están aumentando las demandas relativas a temas ASG que les hacen a sus partes interesadas, incorporando estas directrices en la cadena de valor.

Entre las medidas más destacadas reportadas por las empresas se incluyen esfuerzos para lograr la neutralidad de carbono, la mejora de la eficiencia energética y la adopción de energías renovables, así como iniciativas para la reducción o reutilización del agua.

Sin embargo, la encuesta evidencia que todavía hay mucho camino por recorrer y que hay importantes desafíos, los que, por otra parte, pueden ser considerados como importantes oportunidades para avanzar en términos de gobernanza climática.

Se observa una brecha en cuanto a la estructura de la gobernanza, con una carencia de comités dedicados a la sustentabilidad a nivel de directorio y áreas especializadas en la empresa, así como de presupuesto definido. La existencia de tales órganos permite un mejor análisis y accionar respecto de las oportunidades y riesgos ASG.

empresa no cuenta con un plan o programa de capacitaciones para el directorio al respecto.

Por otro lado, 58% de los directores consideran que los temas Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ASG) forman parte de su responsabilidad, lo que es bajo en relación con el 87% alcanzado por la encuesta Climate Governance Initiative (CGI) y lejos del 90% de los directores en el mundo que cree que el directorio tiene la responsabilidad en influir en la dirección organizacional en relación con la acción climática. Esto se condice con que, a nivel local, el 35% de los encuestados que indica que su empresa solo “en ocasiones” considera el impacto del cambio climático en la toma de decisiones. Adicionalmente, casi la mitad (46%) indica que pocas veces o nunca se mantiene informado al directorio sobre los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático para su negocio y el 39% evalúa como regular su gestión en estos temas. Y es crítico no pensar solo en mitigación, como lo demuestra la encuesta, sino aumentar la consciencia por mirar escenarios futuros distintos o adversos, para dibujar en el presente rutas de transformación para la adaptación de los negocios.

Otro desafío tiene que ver con la divulgación de aspecto nos financieros. La encuesta refleja que hay pocas empresas reportando externamente, pese a que los directores están conscientes de que el mercado está aumentando sus exigencias de información para acceso a financiamiento o inversión. Asimismo, se evidencia la necesidad

comunicarse más y mejor con los stakeholders, usando de diversos canales para llegar con información relevante a más partes interesadas.

Existe la necesidad de progresar en la divulgación y reportabilidad de la información comunicada, tanto externa como internamente, de forma que sea comparable y entendible para el mercado y las otras partes interesadas. Por lo mismo, toma relevancia el hecho que la mayoría de las empresas no ha analizado o no percibe riesgos en relación con la falta de alineación a un marco o estándar regulatorio.

Todo lo anterior da cuenta de que existe una importante oportunidad para que los directorios en Chile, especialmente, para que aquellos que no cuentan con matrices internacionales, hagan suyos los temas climáticos y, por lo tanto, promuevan la creación de estructuras de gobernanza, incentivos adecuados y la información necesaria para lograr una supervisión de riesgos y de identificación de oportunidades que permitan una mejor toma de decisiones.

Un directorio que considere e incorpore la sustentabilidad y el cambio climático de manera integral y estructural posiciona mejor a su organización para enfrentar los desafíos y mantenerla vigente en el largo plazo, demostrando su compromiso con sus stakeholders y aportando valor a un mundo que requiere de la colaboración de todos los actores y donde el sector privado es un agente relevante.

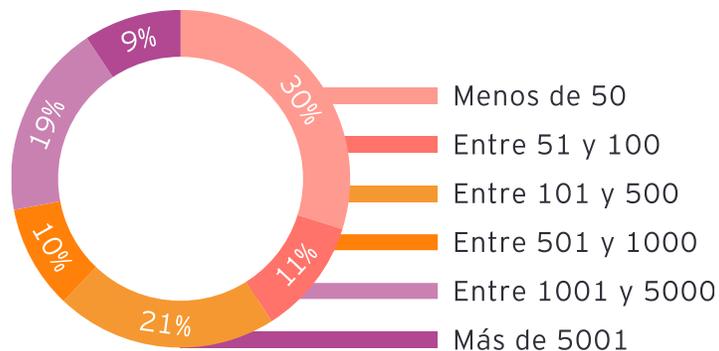
Asimismo, existe una oportunidad de mejora respecto del conocimiento de los directores en el ámbito climático y sustentabilidad. Si bien un 55% de los encuestados afirman que su directorio cuenta con miembros con experiencia y comprensión de temas climáticos, no hay planes de formación establecidos: el 76% indica que su

Anexo: Caracterización muestral

De acuerdo con las 161 respuestas obtenidas, en cuanto a la caracterización muestral de los encuestados, el 30% de ellos trabajan en empresas que tienen menos de 50 trabajadores.

Figura 37:

Número de colaboradores en las empresas de los encuestados



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

El 11.8% trabaja en el sector “Minero y metalúrgico”, seguido por “servicios profesionales” (11.2%), luego “servicios financieros” y “comercio y productos de consumo” con 9.9% cada uno.

Figura 38:

Porcentaje de empresas según sector



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta abierta

La mayor parte de los encuestados (68%) trabajan en empresas privadas, de los cuales el 38% trabajan en empresas privadas de socios y el 30% en empresas privadas de carácter familiar. Mientras que, el 14% trabaja en empresas abiertas, seguido del 13% que trabaja en una fundación, corporación o fundación constituida sin fines de lucro y, por último, solo el 5% de los encuestados pertenece al sector público.

Figura 39:

¿Cuál descripción se encaja mejor con el directorio de la empresa u organización que ha definido para responder esta encuesta?

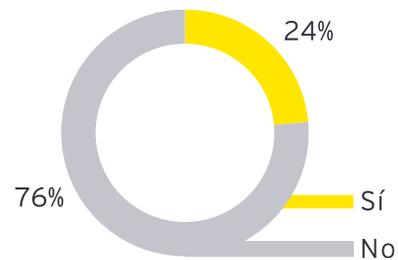


Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

La mayor parte de los encuestados (76%) trabaja en empresas no reguladas por la CMF y el 24% trabaja en empresas que sí están reguladas.

Figura 40:

La empresa está regulada por la CMF

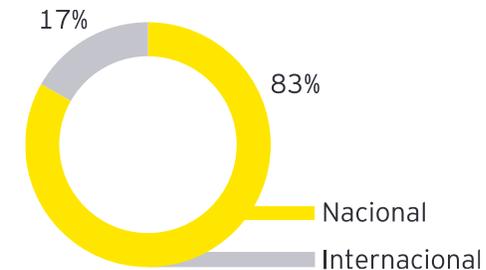


Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

La mayor parte de los encuestados (83%) trabaja en empresas con matriz nacional. Por otra parte, el 17% trabaja en empresas con matriz internacional.

Figura 41:

Origen de la empresa matriz



Fuente: Elaboración propia; n° 161 respuestas válidas de 161 - Pregunta cerrada

EY | Construyendo un mejor mundo de negocios

EY existe para construir un mejor mundo de negocios, ayudando a crear valor a largo plazo para los clientes, las personas y la sociedad, y construir confianza en los mercados de capital.

Mediante el uso de los datos y la tecnología, los diversos equipos de EY en más de 150 países brindan confianza a través de la seguridad y ayudan a los clientes a crecer, transformarse y operar.

Trabajando en auditoría, consultoría, leyes, estrategia, impuestos y transacciones, los equipos de EY formulan mejores preguntas para encontrar nuevas respuestas a los complejos problemas que enfrenta nuestro mundo hoy.

EY hace referencia a la organización internacional y podría referirse a una o varias de las empresas de Ernst & Young Global Limited y cada una de ellas es una persona jurídica independiente. Ernst & Young Global Limited es una sociedad británica de responsabilidad limitada (company limited by guarantee) y no presta servicios a clientes. La información sobre cómo EY recopila y utiliza los datos personales y una descripción de los derechos que tienen las personas según la legislación de protección de datos están disponibles en ey.com/privacy. Las firmas miembro de EY no ejercen la abogacía donde lo prohíban las leyes locales. Para obtener más información sobre nuestra organización, visite ey.com.

© 2024 EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesoría Limitada.
Todos los derechos reservados.

ED None

Este material se ha preparado únicamente con fines informativos generales y no debe considerarse como asesoramiento contable, fiscal, legal o profesional. Consulte a sus asesores para obtener consejos específicos.