



## 2021: COVID-19 Impulsa la apuesta de las empresas por la sostenibilidad

Monitor de Sostenibilidad – abril 2021

2020 fue un año de resiliencia para Guatemala. Su economía cayó un 1,5%, siendo una de las menos afectadas de la región, pero el COVID-19 impactó fuertemente los indicadores de pobreza. Las empresas sufrieron incrementos de costos en sus operaciones, pero del lado positivo, la pandemia obligó a una rápida digitalización y adaptación a la nueva normalidad, situándolas en un mejor plano para los retos que se avecinan.

Las encuestas de tendencias de consumo post pandemia señalan que los temas “salud y sostenibilidad” han ganado peso. **Euromonitor** sitúa como tendencia #1 “Reconstruyendo para Mejorar”, donde los consumidores darán preferencia a empresas con propósito que respalde el “triple balance” (personas, planeta y ganancias); y el 69 % de los profesionales anticipan un consumidor más preocupado por la sostenibilidad que antes del COVID. En el **Consumer Insights Survey** que PWC realiza a más de 23 mil consumidores en 27 países, 43% de los encuestados espera que las marcas sean responsables del impacto medioambiental de sus productos.

Las empresas debemos tener mayor conciencia sobre el interés de las nuevas generaciones y claridad sobre su propósito para surfear exitosamente en la nueva normalidad, trabajando bien la RSE y la sostenibilidad, que hoy se convierte en prioridad como valor estratégico.

### Ni Eco-históricos ni “green-washers”: Check list para asegurar que mi estrategia de sostenibilidad está bien concebida:

- ✓ Materializa acciones que repercuten en eficiencia de costos y mayor productividad, haciendo la empresa mas rentable
- ✓ Disminuye riesgos sociales y ambientales, haciendo la empresa menos vulnerable
- ✓ Optimiza el uso de agua, energía, insumos y materias primas, haciendo la producción mas eficiente
- ✓ Idealmente, elimina los desechos, dándole un ciclo de vida completo al producto



Extraído de artículo de Karen Rosales, revista Forbes  
<https://forbescentroamerica.com/2021/04/21/la-sostenibilidad-y-la-eficiencia-elementos-diferenciadores/>

### 2021: Acciones para una oferta exportable sostenible

En el 2020 iniciamos la implementación de la estrategia de sostenibilidad como herramienta de competitividad y diferenciación de los mercados, y trabajamos en 3 grandes proyectos: la Política de Derechos Humanos y Empresa para el Sector Exportador; el Programa de Ética y Transparencia; y el primer Reporte de Sostenibilidad GRI de Agexport, siendo la primera cámara empresarial en elaborarlo (visite: <https://export.com.gt/sostenibilidad-agexport> para ver los documentos).

**Aspiramos a que las exportaciones guatemaltecas sean reconocidas globalmente por su alta calidad y precio, pero también por su producción responsable.**

La estrategia tiene dos dimensiones: lo que hacemos internamente en la institución para ser congruentes con lo que promovemos y el trabajo que realizamos con los asociados. En el 2021, queremos concentrar el trabajo con los asociados y para ello se conformó un **Comité de Sostenibilidad**, bajo la conducción de Connie de Paiz, que identificará tendencias y temas estratégicos que los sectores deben conocer, así como acciones y proyectos para apoyar a las empresas asociadas en la materia.

### ¿Cómo saber cómo esta mi empresa? ¡SustentUp es la herramienta!

Para comprender mejor donde están sus brechas y fortalezas en los temas, en el mes de mayo Agexport pondrá a disposición, con acceso gratuito, la herramienta **SustentUp**, que es un autodiagnóstico de sostenibilidad en 4 dimensiones: políticas, indicadores, ciclo de vida y manejo de proveedores. Además de darle una visión 360, recibirá recomendaciones sobre como mejorar. Los invitamos a aprovechar esta oportunidad de recibir asesoría gratuita personalizada para su negocio y aprovechar las ventajas económicas y operacionales que la sostenibilidad puede traer a sus exportaciones.