

ESG ha muerto, larga vida a la sostenibilidad

La salida de Estados Unidos del Acuerdo de París marcó un nuevo capítulo en la política ambiental global. Con el regreso de Donald Trump a la Casa Blanca, el discurso sobre sostenibilidad quedó relegado a un segundo plano en el ámbito gubernamental. A esto se sumó la decisión de Francia de retrasar la implementación de directrices ambientales, una señal de que el impulso regulatorio de los últimos años estaba perdiendo fuerza. Muchos analistas y empresarios interpretaron estos acontecimientos como el fin de los criterios ESG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza). Sin embargo, la realidad es distinta: ESG como etiqueta puede estar en declive, pero la sostenibilidad no ha desaparecido. Al contrario, está evolucionando de una manera más pragmática y menos publicitaria, convirtiéndose en una estrategia de negocio basada en eficiencia, reducción de costos y competitividad a largo plazo.

Las empresas en México están entendiendo esta nueva dinámica. Más allá de informes de responsabilidad social o declaraciones de compromiso, las decisiones estratégicas están siendo impulsadas por necesidades concretas de rentabilidad y estabilidad operativa. En un país donde la crisis hídrica ya ha impactado la industria, la eficiencia en el uso del agua dejó de ser una cuestión de imagen y se convirtió en una prioridad económica. Monterrey, una de las ciudades más afectadas por la escasez en los últimos años, ha visto cómo grandes compañías han tenido que adaptar sus procesos para garantizar su operatividad. Cementeras han invertido en reducir su consumo de agua en la producción de cemento, no por cumplir con estándares ESG, sino porque el acceso a este recurso se ha convertido en un factor de riesgo para su negocio.

El sector energético también refleja esta transformación. En el sur del país, los parques eólicos de Oaxaca continúan en operación con inversiones sostenidas, impulsadas por su competitividad en costos. Las energías renovables han dejado de ser una apuesta ideológica para convertirse en una ventaja financiera. Empresas manufactureras en el norte del país han asegurado contratos a largo plazo con generadores de energía limpia, no por una obligación regulatoria, sino porque representa ahorros significativos en comparación con fuentes convencionales de electricidad. La sostenibilidad, en este caso, no responde a un compromiso ambiental abstracto, sino a una lógica empresarial concreta.

Los resultados de esta transformación ya son visibles en los estados financieros de diversas compañías. Grupo Bimbo, por ejemplo, ha logrado que el 100% de su consumo

energético en México provenga de fuentes renovables, lo que le ha permitido ahorrar aproximadamente 1,500 millones de pesos anuales en costos de electricidad. Por su parte, Grupo Herdez ha reportado una reducción del 18% en sus costos de producción en los últimos cinco años gracias a sus inversiones en eficiencia energética y optimización del uso de materiales. Grupo Coppel, con una inversión de más de 14,000 millones de pesos en infraestructura y logística sostenible, ha demostrado que reducir su impacto ambiental también significa optimizar recursos y mejorar márgenes de rentabilidad.

El mercado financiero tampoco ha sido ajeno a esta transformación. Aunque el discurso público en torno a ESG ha perdido relevancia, los inversionistas siguen apostando por empresas con estrategias de sostenibilidad bien definidas. En los primeros meses del año, compañías tecnológicas como Tesla, Amazon y Alphabet han mostrado incrementos en su valor bursátil, reflejando el interés del capital privado en negocios que gestionan sus riesgos ambientales y optimizan sus operaciones con criterios sostenibles.

Lo que está ocurriendo no es la desaparición de la sostenibilidad, sino su reconfiguración. Durante años, muchas empresas invirtieron en campañas de marketing para posicionarse como líderes en ESG, priorizando la comunicación de sus iniciativas por encima de su impacto real. Hoy, el énfasis ha cambiado. En lugar de destinar recursos a construir narrativas de responsabilidad social, las compañías están enfocándose en acciones concretas que les permitan mejorar su desempeño financiero mientras garantizan su viabilidad a largo plazo.

El posible fin de ESG como tendencia de mercado no significa que la sostenibilidad haya dejado de ser relevante. Por el contrario, su evolución responde a una nueva realidad, donde las empresas ya no pueden depender de incentivos externos o marcos regulatorios favorables para justificar sus estrategias. Ahora, la clave está en entender que la inversión en sostenibilidad es una inversión en competitividad, reducción de costos y mitigación de riesgos operativos.

A pesar de los cambios políticos en Estados Unidos y Europa, la transición hacia modelos de negocio más eficientes y responsables seguirá avanzando, impulsada por la lógica del mercado y las necesidades de adaptación de las empresas. ESG puede haber dejado de ser el término de moda en los foros internacionales, pero la sostenibilidad sigue siendo una prioridad para quienes entienden que, en un mundo de recursos limitados, la eficiencia y la innovación serán la diferencia entre crecer o desaparecer.

Los criterios ESG como etiqueta pueden estar en declive, pero la sostenibilidad no ha desaparecido.