

4 de diciembre de 2019

EMPRESAS VEN EN SUSTENTABILIDAD UNA ALTERNATIVA PARA SER MÁS EFICIENTES Y COMPETITIVAS

- *El financiamiento de proyectos sustentables será un reto importante en los próximos 5 años para el 41% de las empresas consultadas en México por el reporte Navigator de HSBC.*
- *HSBC México lanza su Crédito Verde, para facilitar a compañías tener métodos sustentables dentro de sus operaciones, más eficiencia en el uso de sus recursos y empatía con sus clientes*

Las empresas en México consideran que ser sustentables les permitirá lograr eficiencias operativas y obtener ventajas competitivas, de acuerdo con la encuesta “Navigator: presente, futuro y cómo hacer negocios”, realizada por HSBC entre 201 compañías en el país.

Las empresas consultadas en México formaron parte de una encuesta desarrollada por HSBC entre líderes de 9,131 compañías de 35 mercados del mundo, entre agosto y septiembre pasados, la cual abordó distintos ángulos relacionados con su visión de negocios en los próximos cinco años, sustentabilidad, uso de tecnología y comercio internacional, principalmente.

La encuesta en México arrojó que la sustentabilidad es un tema presente dentro de la visión de negocios de las empresas por los beneficios con los cuales la relacionan, si bien son las medidas regulatorias un motor fundamental en su adopción.

El 41% de las empresas encuestadas en México señaló que obtener financiamiento para ser sustentables será un gran reto en los siguientes cinco años, porcentaje similar al que observaron otras empresas del mundo consultadas.

Las prioridades de inversión de las empresas mexicanas en los siguientes cinco años son: tecnología, innovación e infraestructura dentro de sus procesos productivos (43%); tecnología para monitorear su cadena de suministro, para tener mayor visibilidad de sus procesos (33%), energía limpia o más eficiente y reducción de desperdicios (29%, cada una de ellas), mejoras en su fuerza laboral, tendientes a buscar una mayor diversidad e inclusión (28%), materiales más amigables con el medio ambiente (25%), entre otros.

Cabe señalar que HSBC México recientemente puso a disposición de sus clientes su Crédito Verde, el cual permitirá a las empresas incorporar métodos sustentables en sus operaciones, mayor eficiencia en el uso de sus recursos y una mayor empatía con sus clientes interesados en participar de acciones a favor del medio ambiente.

Comercio y proteccionismo

De acuerdo con los resultados de Navigator, las empresas consultadas en México perciben al comercio internacional y a la apertura de nuevos mercados como el motor de nuevas oportunidades (90% contra el 79% promedio global), y de más innovación (88% contra 80% global).

Si bien las compañías consultadas en México ven con optimismo el comercio, también señalan que el proteccionismo y los riesgos geopolíticos impactan sus negocios, al traducirse, principalmente, en nuevas medidas regulatorias, tarifas que encarecen sus costos (29% de las respuestas en ambos casos), y una menor competitividad (28%).

El 43% de las empresas mexicanas dicen que han ganado más que perdido como resultado de las políticas proteccionistas del contexto internacional, mientras que el 37% cree que los pros y contras están balanceados.

De acuerdo con las respuestas recibidas, las empresas en México consideran que si bien Estados Unidos y Canadá son sus principales mercados internacionales, algunos otros les han despertado interés, como Japón, Guatemala, El Salvador y Rusia. La región Asia – Pacífico también ha cobrado fuerza, con 16% de las preferencias respecto a un 12% del año previo.

Cabe señalar que las empresas perciben oportunidades en los próximos cinco años, si bien anticipan tener cambios sustanciales en ese periodo (66% respecto al 50% global). El repunte en sus ventas estaría sustentado, de forma externa, en la apertura de nuevos mercados, en tecnologías transformadoras, y en la mejora y disponibilidad de proveedores y materias primas; de forma interna, en la inversión en tecnología, en la introducción de nuevos productos y servicios y en mejorar su productividad.

En general, de los 35 mercados consultados por Navigator, 47% de las empresas consultadas se mostró más optimista en términos generales que en 2018. El 79% espera un incremento en sus ventas en los siguientes 12 meses y la expansión internacional es considerada como su principal fuente de crecimiento.

Más información sobre Navigator: <https://www.business.hsbc.com/navigator>

Acerca de Navigator: Navigator recoge el sentimiento y expectativas de los negocios en el mediano plazo en temas como panorama de negocios, comercio internacional, geopolítica, sustentabilidad, tecnología y bienestar. Fue realizado en 9,131 líderes de empresa de distintas industrias en 35 mercados entre agosto y septiembre de 2019.

Contacto prensa:

Lyssette Bravo
Lizbeth Pasillas

Tel. (52-55) 5721-2888
Tel. (52-55) 5721-3555

lyssette.bravo@hsbc.com.mx
lizbeth.pasillas@hsbc.com.mx

Grupo HSBC

Grupo Financiero HSBC es una de las principales agrupaciones financieras y bancarias de México, con 962 sucursales, 5,621 cajeros automáticos y aproximadamente 16,000 empleados. Para mayor información, consulte nuestra página en www.hsbc.com.mx.

HSBC Holdings plc, la empresa matriz del Grupo HSBC, tiene su sede en Londres. El Grupo presta servicios a clientes de alrededor en 65 países y territorios de Asia, Europa, Norte y América Latina, Medio Oriente y Norte de África. Con activos por US 2,728 millones al 30 de Septiembre de 2019, HSBC es una de las organizaciones bancarias y de servicios financieros más grandes del mundo.