



# SEMANA DE LA SOSTENIBILIDAD

21 al 23 de octubre

Y LA RSE

2025

# **Finanzas sostenibles: banca, inclusión y sostenibilidad**

**Miércoles 22**

**"El momento sostenible:  
lo que avanza y lo que frena"**



Conferencista

**Edgar López**

Director de Expok de México

# El momento sostenible: lo que avanza y lo que frena

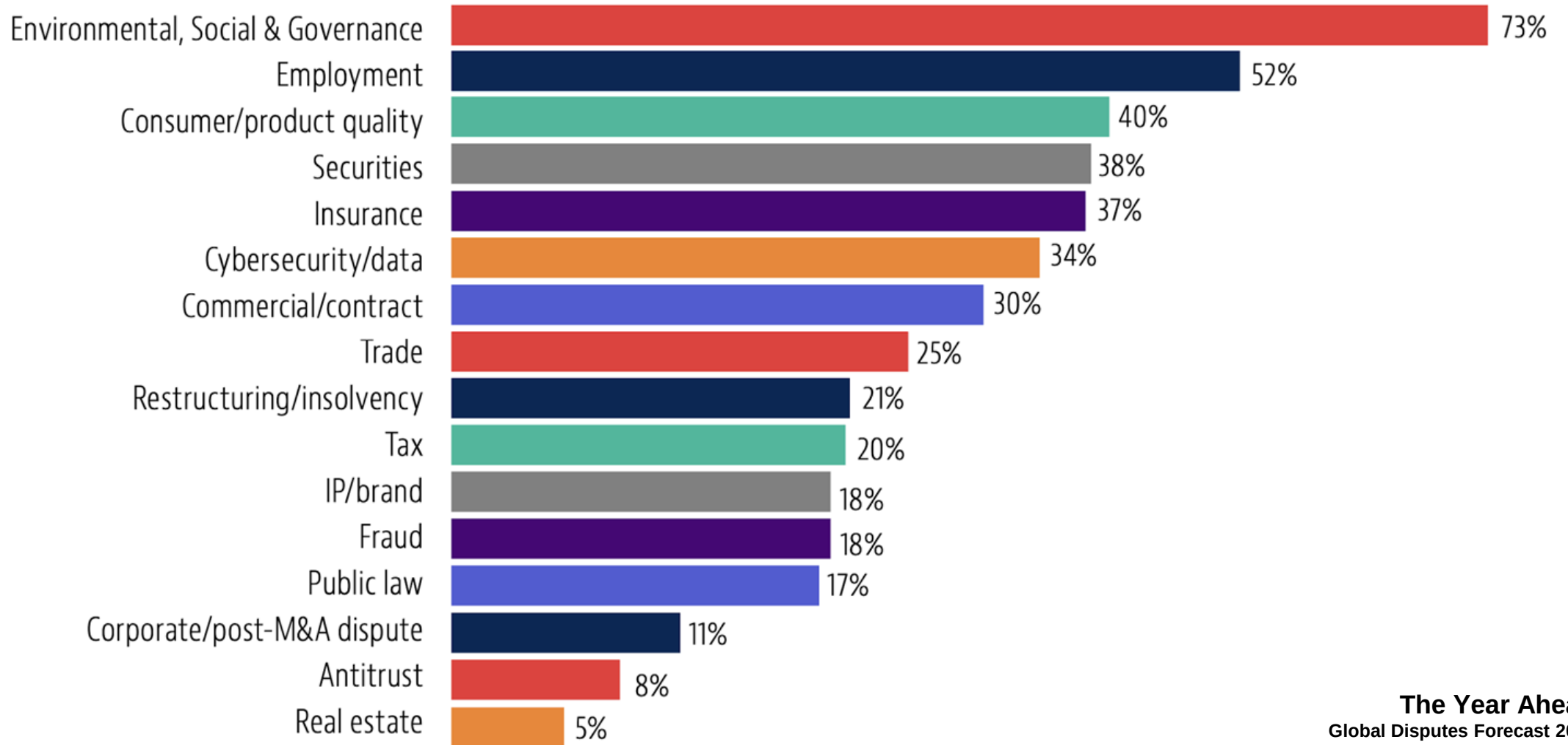
Edgar López Pimentel

**expok**  
Comunicación de  
RSE y Sustentabilidad

**Ocho instituciones financieras,  
distintas prácticas sostenibles.**

**Un mismo propósito:  
generar valor con confianza.**

## What types of disputes present a risk to your organization in 2024?



**The Year Ahead**  
Global Disputes Forecast 2024

# What types of disputes present a risk to your organization in 2024?

(Breakdown of ESG risk)

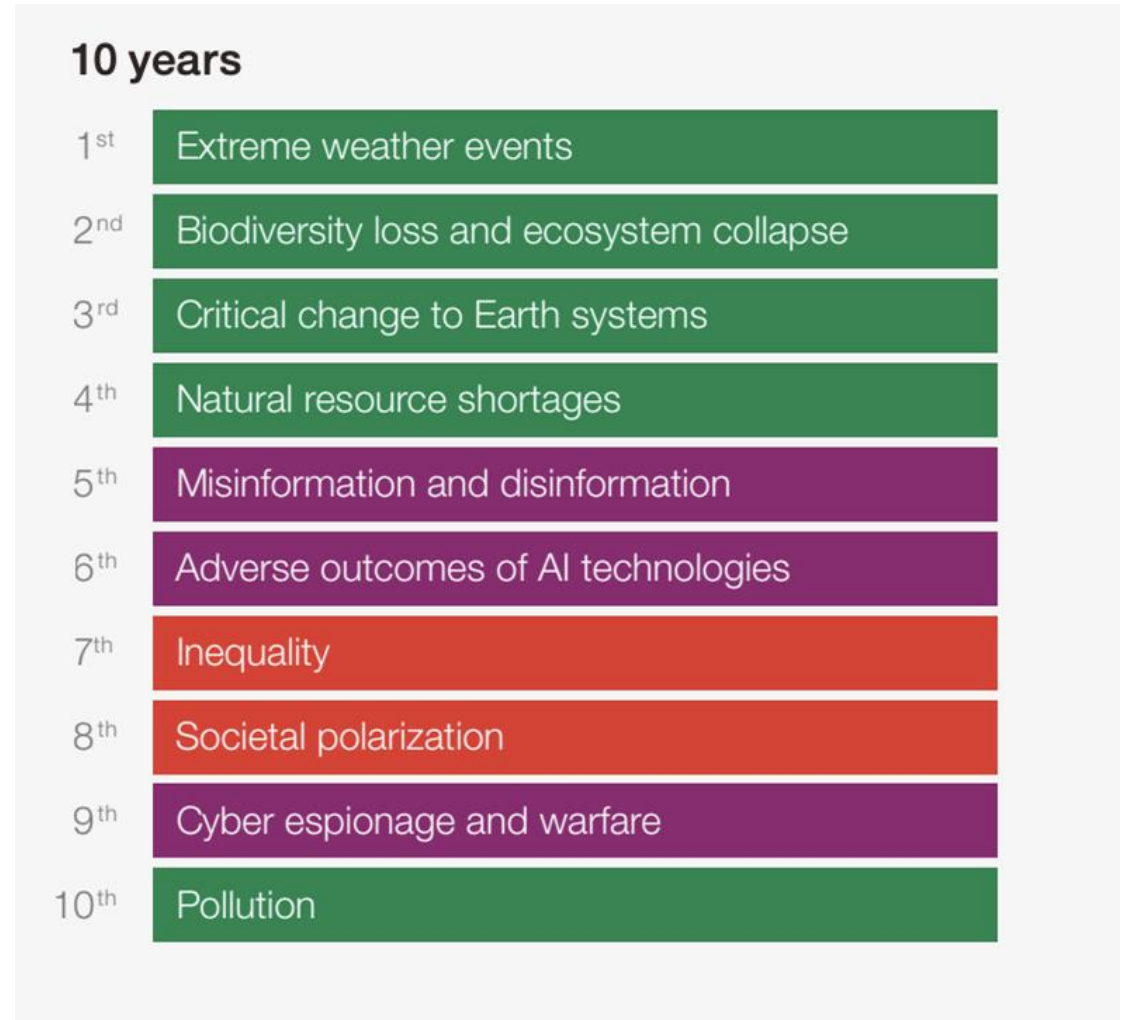




# Largo plazo: Diferenciadores sostenibles que aseguran relevancia

**Riesgos:** Ignorar las expectativas de consumidores más conscientes y las presiones del cambio climático podría significar la pérdida de relevancia y competitividad.

**Oportunidades:** Adoptar la sostenibilidad como parte esencial del modelo de negocio asegura una relación duradera con los consumidores y permite adaptarse a los cambios del mercado.



**El momento  
sostenible**

# Ya no es pronóstico del tiempo, es pronóstico del PIB.

El jitomate subió 28% el año pasado: no fue el mercado, fue la sequía.

Hoy, la SHCP incluye los riesgos climáticos en sus Criterios de Política Económica.

Sequías y huracanes ya son riesgos **que frenan el crecimiento, cuestan dinero y están asegurados.**

Si el gobierno ya los **mapea y asegura**, las empresas deben hacer lo mismo.

Porque anticipar y mitigar riesgos climáticos **no es filantropía, es estrategia de negocio.**

Más vale impermeabilizar a tiempo... que pagar por las goteras.



# Ya no es ESG. Es inversión responsable.

La sostenibilidad llegó a la oficina del CFO.

Hoy, riesgo es riesgo, largo plazo es largo plazo, y rentabilidad es rentabilidad.

Menos narrativa, más estrategia.

Cuando la sostenibilidad se vincula al rendimiento financiero, a la gestión de riesgos y a la consistencia operativa, deja de ser discurso y se convierte en disciplina.

No todas las olas valen la pena, pero esta —la ola financiera— hay que saber surfearla.





# Ya no es activismo. Es gestión de coherencia.

Morgan Stanley apostó fuerte por la diversidad, equidad e inclusión.

Metas, programas, consultores, discursos.  
Años después, enfrenta demandas y desconfianza.  
No falló por hablar de DEI, falló por no alinear cultura, estructura y propósito.

Ese es el momento sostenible:  
cuando las empresas descubren que no basta con actuar,  
hay que sostener lo que se dice, y hacerlo con coherencia.



# Ya no es sermón. Es gestión de riesgo.

Durante años, Larry Fink y BlackRock fueron los predicadores más influyentes del ESG. Sus cartas anuales, sus discursos y su narrativa marcaron el tono global de la sostenibilidad financiera. Pero la fe también se desgasta. Hoy, tras salir de la iniciativa Net Zero Asset Managers, BlackRock abandona el púlpito y toma un asiento más pragmático. El mensaje sigue siendo cierto —el riesgo climático es riesgo financiero—, pero el tono ha cambiado: menos mística, más métrica.

Este es el momento sostenible:

**cuando incluso los creyentes del capital aprenden que la sostenibilidad ya no se predica... se gestiona.**



# Ya no es boom. Es reacomodo.

El ESG salió del discurso y entró al terreno del riesgo.

Los CEOs moderan su compromiso, las metas se ajustan y las prioridades de corto plazo toman el control.

Mientras tanto, las empresas privadas tienen una oportunidad: asumir el liderazgo que las públicas están dejando libre.

Ya no se trata de cumplir, sino de competir con visión de largo plazo.





# Ya no es moda. Es resiliencia laboral.

En un mundo donde la inteligencia artificial reemplaza tareas, la sostenibilidad crea profesiones.

Mientras unos empleos se automatizan, surgen nuevos roles que gestionan riesgo, valor y propósito.

En medio de la disrupción tecnológica, la sostenibilidad no desaparece:

**se profesionaliza.**





# Ya no es departamento. Es dirección.

Durante años, la sostenibilidad ha cambiado de oficina:  
primero fue ambiental, luego social, después comunicacional.  
Hoy, muchas empresas aún la mueven de silla sin decidir dónde realmente debe sentarse.  
El reto no es tener un área ESG,  
sino ubicarla donde influya en las decisiones del negocio.  
La sostenibilidad no necesita más espacio en los reportes,  
sino en la mesa donde se define la estrategia.



**Lo que Avanza...**

# LO QUE AVANZA — Consumo responsable

El consumo responsable avanza, pero no solo por conciencia:  
avanza cuando hay políticas, incentivos y coherencia empresarial.

Las bombas de calor, los autos eléctricos y los productos con atributos ESG nos muestran que la sostenibilidad se elige más cuando también se vuelve accesible.

**El futuro no se compra por convicción, sino cuando conviene hacerlo responsablemente.**



# LO QUE AVANZA — Transparencia y confianza

La sostenibilidad avanza cuando el mercado y la regulación empujan en la misma dirección.

Hoy, el consumidor exige coherencia y el regulador exige evidencia.

Uno presiona desde el deseo de comprar con propósito, el otro desde la obligación de reportar con rigor.

Esa doble fuerza —entre el clic y el compliance— está haciendo madurar a las empresas.

Y lo que surge de esa presión no es fragilidad, sino un nuevo activo estratégico: **la confianza**.





# LO QUE AVANZA — Adaptación e innovación laboral

La sostenibilidad también avanza cuando la regulación obliga a innovar.

La Comer enfrenta nuevas reglas: jornadas más cortas, salarios más altos, derecho a la silla.

Y, en lugar de resistir, ajusta.

Convierte la presión en planeación, el costo en oportunidad, y la norma en estrategia.

No es romanticismo: es pragmatismo sostenible.

Porque cuando el cumplimiento se vuelve innovación, la **sostenibilidad madura**.





# LO QUE AVANZA — De la ética al deber fiduciario

El ESG también avanza, aunque ya no solo hable de parques eólicos.

En Europa, la sostenibilidad financiera incluye armas nucleares como respuesta a un nuevo riesgo: la seguridad.

Puede incomodar, pero también muestra madurez. Porque el ESG, como dijo su creador, **no nació para ser moral**, sino para ser **fiduciario**: gestionar riesgos reales con responsabilidad.

Y cuando la sostenibilidad entra en las decisiones del dinero, **avanza del idealismo al realismo**.



# LO QUE AVANZA — La lucidez sobre el propósito y los límites del ESG

Unilever abandona el propósito de Ben & Jerry's cuando deja de ser rentable.

El Fondo Soberano de Noruega, en cambio, excluye a Caterpillar por coherencia ética.

El mismo principio fiduciario se interpreta distinto: unos lo usan para justificar ganancias, otros para sostener valores.

Así, la sostenibilidad avanza —cuando reconoce sus límites y el costo de mantenerlos.





# LO QUE AVANZA — Responsabilidad dura

Mercado Libre presiona; Amazon coopera.

Una hace lobby contra impuestos al e-commerce; la otra construye alianzas con el Congreso para digitalizar PyMEs.

Distintas tácticas, una misma lógica: proteger su ecosistema y asegurar legitimidad.

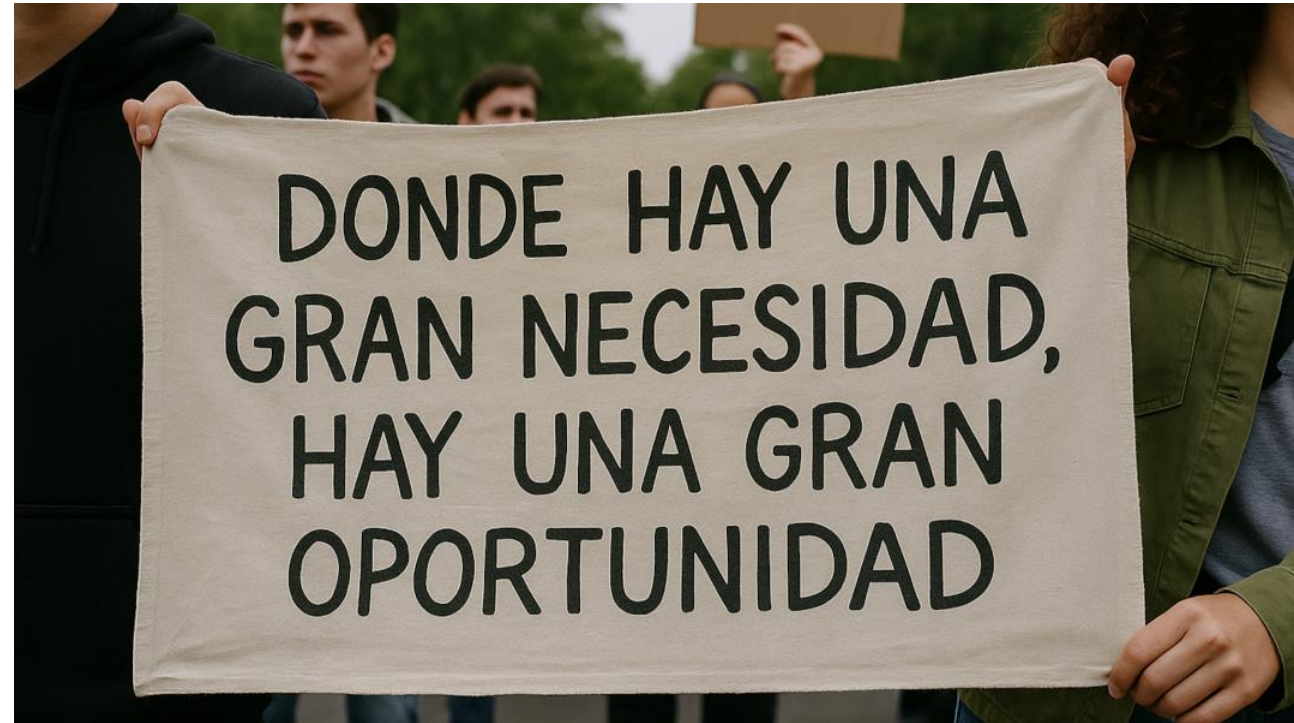
Hoy, la sostenibilidad también se ejerce con poder y cálculo.

**Responsabilidad con intereses incluidos...**



# LO QUE AVANZA — ESG SE CONSOLIDA

- Los inversionistas **no se retiran, se refinan.**
- La regulación **avanza sin pausa** y fija nuevos estándares globales.
- Las empresas **pasan del discurso a la integración.**
- ESG deja de ser reputación: **se convierte en gestión estratégica.**



**El ESG no retrocede: se profesionaliza.**

**Lo que frena...**



# LO QUE FRENA — LA SOSTENIBILIDAD SALE DE LA AGENDA CEO

La sostenibilidad no perdió relevancia, perdió prioridad.

Los CEOs han desplazado el tema por la IA, la inflación y la incertidumbre global.

El ESG pasó de estrategia a cumplimiento, de visión a reporte.

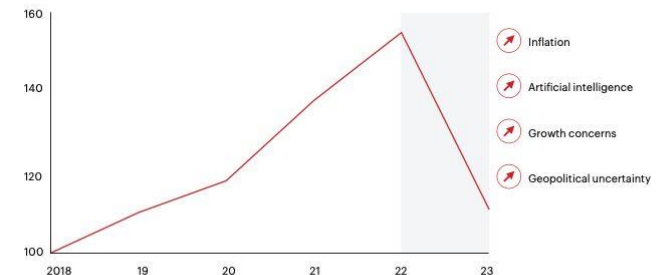
El entusiasmo se convirtió en fatiga y la comprensión en confusión.

No es el contexto lo que frena, sino la miopía.



Figure 1: CEOs' prioritization of sustainability has declined sharply

Importance of sustainability according to CEOs, indexed to 2018



Note: Based on separate CEO surveys  
Sources: IBM, Gartner, PwC, KPMG, Bain analysis

# LO QUE FRENA — REPORTES SIN CONFIANZA

Los informes de sostenibilidad nacieron para rendir cuentas, pero terminaron sirviendo para quedar bien.

De Recursos Humanos pasaron a Comunicación, de Comunicación a Finanzas... y en el camino perdieron credibilidad.

Hoy, hasta los CFOs dudan de sus propios datos.



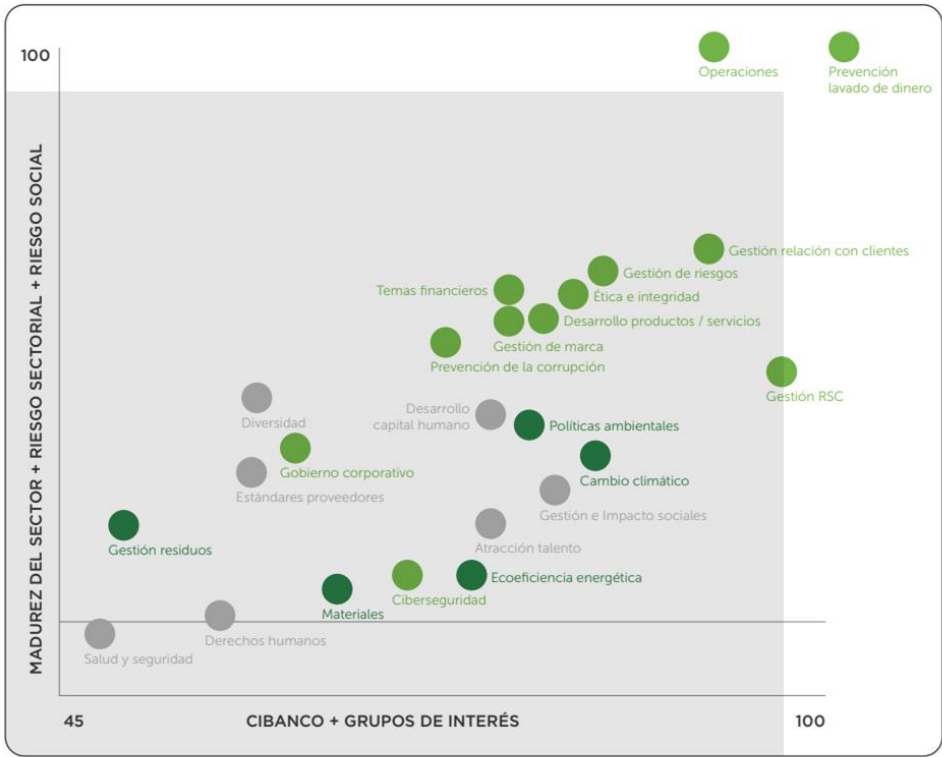
# LO QUE FRENA — LA MATERIALIDAD POR ENCARGO

CIBanco declaró que el lavado de dinero era su tema más material.

Lo reportó. Lo certificó. Lo presumió.

Y aun así, fue señalado por lavado de dinero. El mapa existía, pero no la gestión.

Porque la materialidad no se encarga: se entiende, se vive y se sostiene.



○ / Informe de Sustentabilidad 2023

### SISTEMA DE PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO (PLD)

3,065 colaboradores, con el apoyo de la ABM, cumplieron con su proceso de certificación en PLD, lo que significó cerca de 8,630 horas de formación en dicha materia, 13% más que el año anterior.

**PROCESO DE ALTA:** Durante este primer taller los presentes y nuevos son sometidos a un escrutinio exhaustivo en busca de sanciones locales y globales, así como en listas internacionales. En caso de encontrar una coincidencia positiva, se rechaza la relación comercial. Además, se asigna un grado de riesgo a los clientes, aquellos con un alto riesgo se someten a una diligencia reforzada para obtener más información y documentación.

**PROCESO DE TRANSACCIÓN (EN LÍNEA):** Antes de ejecutar cualquier operación con compromiso internacional, se realizan verificaciones previas. En caso de detectar algún patrón inusual, la operación se detiene y se analiza. Si se confirma la irregularidad, la operación no se ejecuta.

**PROCESO POST TRANSACCIONAL:** Mensualmente, nuestro sistema de monitoreo genera alertas sobre las operaciones de los clientes para detectar cualquier anomalía en su comportamiento. Los casos pertinentes se escalan para un análisis más detallado, preparando documentación para reportarlos como operaciones riesgosas en un plazo de 24 horas a presentarlos al Comité de Comunicación y Control (CCC).

El Sistema de Prevención de Lavado de Dinero monitorea todas las operaciones realizadas por los clientes en los procesos de alta, transaccional y post transaccional.

Contamos con un **Botón Anónimo**, disponible en nuestra intranet, con la finalidad de que el personal pueda reportar por este medio cualquier comportamiento inusual. Los casos reportados son analizados mediante el proceso descrito anteriormente y, en caso de ser necesario, se ejecuta el proceso de escalamiento al CCC, bloqueo y/o cancelación, y se reporta a la autoridad.

Adicionalmente, de manera mensual se ejecuta un proceso de **localidad** para identificar si algún cliente o persona relacionada se encuentra dentro de alguna lista de programa de sanciones locales o globales, o bien, en listas internacionales. En caso de confirmar alguna coincidencia, se escalan las acciones y, de ser necesario, se bloquea/cancela la relación comercial, y se realiza el reporte correspondiente a la autoridad.

Tenemos una política de **tolerancia cero** hacia la corrupción, definida en nuestro **Código de Ética y Conducta**. Esto incluye estar regulado si pagas considerables a funcionarios, así como recibir incentivos que comprometan el cumplimiento de regulaciones internas. Nuestra Dirección de Cumplimiento gestiona y evalúa los riesgos asociados, y todo el personal debe declarar cualquier vínculo con personas políticamente expuestas. Ofrecemos canales de comunicación directa con el Oficial de Cumplimiento y respaldamos estos procesos con políticas internas.

**EN 2023, NO SE REPORTARON DENUNCIAS RELACIONADAS.**



# LO QUE FRENA — CEOS QUE HABLAN, PERO NO LIDERAN

A los CEOs les encanta hablar de sostenibilidad. En foros, entrevistas o LinkedIn, el tema fluye fácil. Pero cuando toca decidir, el discurso se congela.

ESG se vuelve un hashtag, no una estrategia.

Hablan de propósito, pero gestionan con miedo.

Hablan de impacto, pero miden reputación. Porque decir “sostenibilidad” vende; liderarla... cuesta.





# LO QUE FRENA — EL MIEDO A COMUNICAR

“Si comunicamos, mal. Si no comunicamos, también.”  
**miedo reputacional.**

El *greenwashing* distorsiona la realidad.  
El *greenhushing* la oculta.  
**dos extremos que erosionan confianza.**

“Más exageración genera más miedo; más miedo, más silencios.”  
**círculo vicioso** que paraliza la comunicación.

Cuando todos callan, **el ruido lo hace la desconfianza.**



**Lo que el mundo necesita no son más empresas responsables después del daño, sino menos empresas que tengan que serlo por haberlo causado.**

**La sostenibilidad madura cuando la responsabilidad deja de ser defensa y se vuelve convicción.**

# Gracias

[edgar.lopez@expok.com.mx](mailto:edgar.lopez@expok.com.mx)