



AGENTE DE CAMBIO

Con su experiencia como consultora y antes como banquera, Gema Sacristán impulsa estrategias ESG en las empresas.

POR: Rosalía Lara

FOTO: CORTESÍA



ema Sacristán descubrió el poder para impactar de forma positiva en el mundo en su experiencia como banquera. Luego de su paso por Santander, BBVA y Mitsubishi, en Madrid, Nueva York y Londres, llegó al Banco Interamericano de Desarrollo (BID) gracias a un programa en el que la banca privada cede, por un periodo corto, a algunas de las personas que trabajan en la empresa. Ahí se enfrentó, por primera vez, a una visión del sistema financiero que iba más allá de la rentabilidad. “Aprendí que podía generar impacto social y medioambiental, además de económico, y vi una oportunidad en las finanzas como eje de transformación”, comenta.

Primero se hizo responsable del negocio de fondos de inversión, luego le extendieron la estancia un año más y en el momento que iba a salir, su jefa, que era la responsable de la división de mercados financieros, se fue. Sacristán tomó la decisión de dejar BBVA y aplicar para esa posición. Y así, un lapso que inicialmente iba a ser de dos años, se convirtió en 15, en los que fue responsable de la división de mercados financieros, directora general de BID Invest y miembro del Comité de Inversión de BID Lab. En ese periodo, el organismo invirtió alrededor de 50,000 millones de dólares en iniciativas con impacto.

Su paso por el BID la transformó. El impacto dejó de ser una meta profesional y se convirtió en una filosofía de vida que la lleva a colaborar en diversas fundaciones y eventos para promover este tipo de inversiones. “Cuando tienes la suerte de trabajar en algo que te gusta, que te apasiona y además generas, o al menos ayudas a generar impacto positivo, siempre es un honor. No se puede tener más suerte”, dice.

Tras cerrar su ciclo en el BID, se propuso tomar un respiro con la idea de ir a Camboya, Kenia, Chiapas y la India, pero su parada en México cambió los planes. Después de participar en el Foro Latinoamericano de Inversión de Impacto (FLII), se quedó una temporada en el país y finalmente decidió establecerse. “Nunca había vivido en América Latina. Y vi que este era un gran país para terminar mi carrera”, afirma.

Tras considerar otras opciones, el año pasado se unió a Deloitte. Desde ahí trabaja en iniciativas como WorldClimate, con la que la consultora busca ser carbono neutral en 2040, y ya redujo 76% sus emisiones de alcance 1 y



2 desde 2019. O con WorldClass, con la que la firma se comprometió a mejorar la vida de más de un millón de personas a través de la educación y el emprendimiento y con herramientas para acceder a mejores empleos. Al cierre del año fiscal 2025, ya habían impactado a 735.000 personas.

Como socia líder de Sostenibilidad y Sector Público de Deloitte Spanish Latin America, acompaña a las empresas en el desarrollo e integración de estrategias ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) en sus modelos de negocio. “La sostenibilidad es un viaje de transformación, un maratón que implica revisar la forma en la que las organizaciones se entienden a sí mismas y cómo crean valor”, asegura.

Sacristán ha sido testigo y agente de cambio de cómo las empresas dejan de ver la sostenibilidad como un gasto o una carga regulatoria a entenderla como parte central del negocio. Aunque admite que muchas comienzan el camino por cumplir la regulación mínima.

Para la directiva, hay tres tipos de empresas: las que buscan mitigar riesgos, las que quieren ahorrar costos y las que ya ven la sostenibilidad como una palanca de innovación y generación de valor. Estas son las que logran resultados concretos. El “mundo ideal”, asegura, es aquel donde la sostenibilidad no está en un depar-

CREAR VALOR. Gema Sacristán señala que algunas empresas que empezaron por regulación ahora ven oportunidades de generar negocio.

tamento aislado ni tiene su propia estrategia, sino que es parte central del negocio.

Las amenazas del cambio climático, las exigencias de consumidores más informados y los riesgos regulatorios no son escenarios futuros, sino realidades presentes. “Las empresas que no lo integren no van a subsistir, pero no por eslogan, sino porque no van a saber manejar sus riesgos, no atraerán talento, no podrán competir”, advierte.

El ‘Informe de riesgos globales’, elaborado anualmente por el WEF, con Marsh McLennan y Zurich Insurance Group, coincide y señala que los riesgos ambientales y sociales son los más relevantes a largo plazo para las compañías, encabezados por eventos extremos relacionados con el clima y la pérdida de biodiversidad. Por eso, Sacristán insiste en que los líderes empresariales deben entender que la sostenibilidad es un tema de negocios.

“Hay cambios que ya están ocurriendo. La gente joven toma menos alcohol, come menos carne. Entonces, ¿sigo invirtiendo en lo mismo o adapto mi negocio? Es en ese tipo de cosas en el cual se debe estar atento”, señala.

UN CAMBIO DESDE ADENTRO

Sacristán insiste en que la transformación no puede ser parcial. Requiere liderazgo, gobernanza robusta, métricas claras y una cultura organizacional que entienda la sostenibilidad como ventaja competitiva. “Me entusiasma ver cómo algunas empresas que empezaron solo por regulación ahora están viendo oportunidades y creando nuevos productos. Es el cambio que buscamos”, asegura.

Desde su posición, la directiva trata de cambiar mentalidades, demostrar que la sostenibilidad no es un lujo y que quienes quieran perdurar tendrán que hacer del impacto su propio modelo de negocio. “He utilizado mi carrera para generar impacto positivo y contribuir a dejar un mundo mejor. Es mi pasión, pero también es mi forma de vida”, precisa.



LA SOSTENIBILIDAD ES UN MARATÓN QUE IMPLICA REVISAR CÓMO CREAR VALOR.

