

# SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA: ventaja competitiva

Marta Martín.





**“Dedicated to be not just  
the best IN the world but the best FOR the world”.**

**JOHN ELKINGTON**



"La humanidad, como media,  
necesitaría **1,75 planetas**  
**para satisfacer sus**  
**demandas** de recursos  
naturales"

28 de julio, día de la sobrecapacidad de la tierra,  
WWF Fondo Mundial para la Naturaleza

El **10%** de la población más rica  
concentra el **52% los ingresos y**  
**el 76% de la riqueza del**  
**planeta,,**

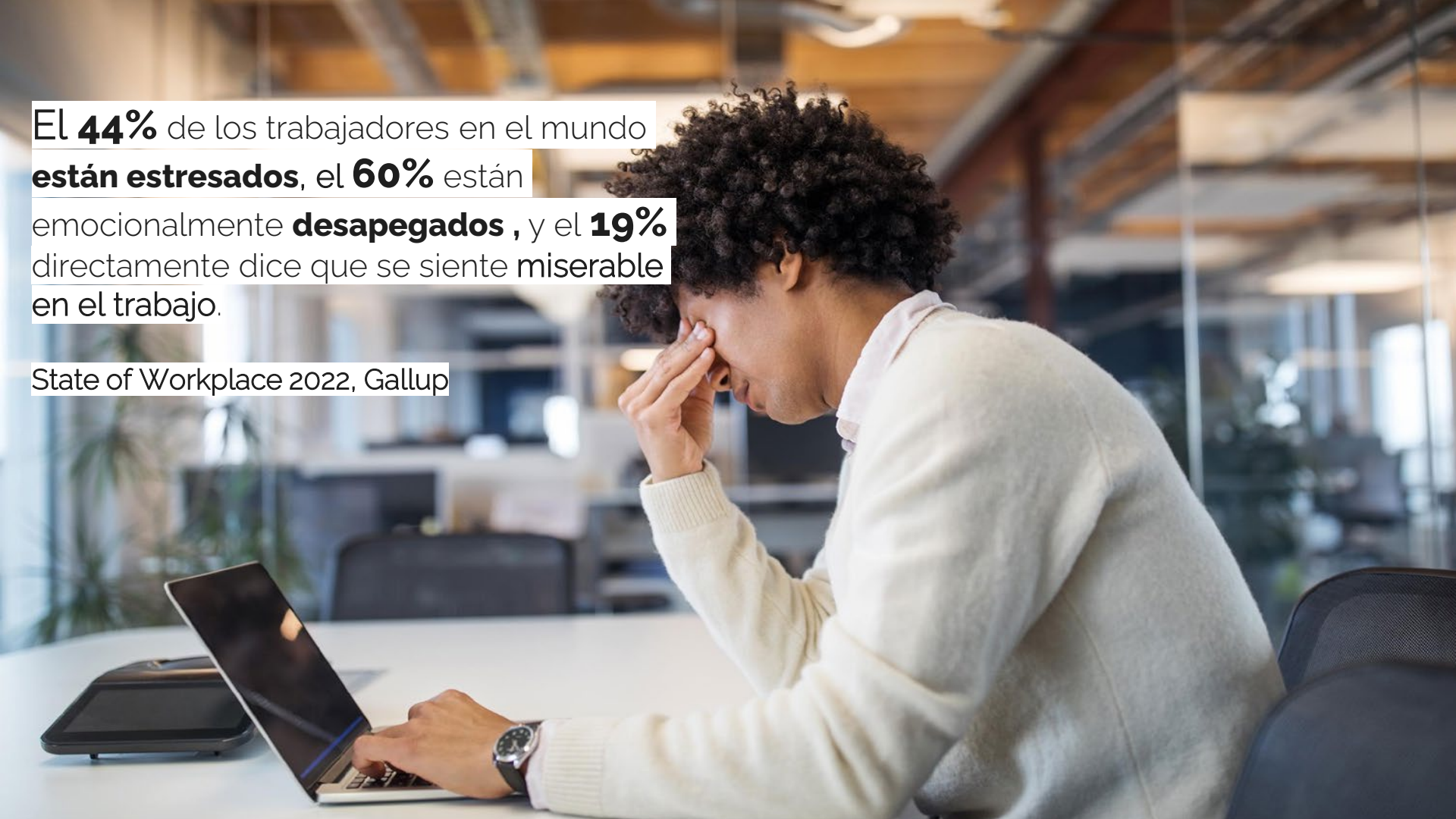
World Inequality Report 2022






El **44%** de los trabajadores en el mundo **están estresados**, el **60%** están emocionalmente **desapegados**, y el **19%** directamente dice que se siente **miserable** en el trabajo.

State of Workplace 2022, Gallup





EL MODELO ECONÓMICO, SOCIAL Y  
MEDIOAMBIENTAL ACTUAL  
**NO ES SOSTENIBLE**

A close-up photograph of a pair of hands, one from a person with a yellow sleeve and the other from a person with a brown sleeve, gently cupping a small green seedling with several leaves. The seedling is growing out of a mound of dark brown soil. The background is a soft, out-of-focus light gray.

Habilidad para **satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras** garantizando el equilibrio o entre el **crecimiento económico, el respeto al medio ambiente y el bienestar social.**

# CAPITALISMO Y LIBERTAD

MILTON  
FRIEDMAN



**"The bussines  
of bussines is  
bussines"**

**Milton Friedman, 1970**

**I always go back to that social contract of our company with the world around us. You can't exist if all you are doing is benefiting yourself".**

**Satia Nadiella, 2020**



# UN NUEVO MODELO DE HACER NEGOCIOS

- El **propósito** de las empresas está cambiando: las **compañías desean contribuir al mundo.**
- Buscan beneficio **económico+impacto social.**
- Las empresas deben **generar valor hacia todos sus grupos de interés**

The New York Times

## *Shareholder Value Is No Longer Everything, Top C.E.O.s Say*

Chief executives from the Business Roundtable, including the leaders of Apple and JPMorgan Chase, argued that companies must also invest in employees and deliver value to customers.



...ntaba con un buen amigo la declaración de la Business Roundtable de 19 de marzo, para los  
...sesaron solo con la declaración de la Business Roundtable de 19 de marzo, para los

He la  
priva

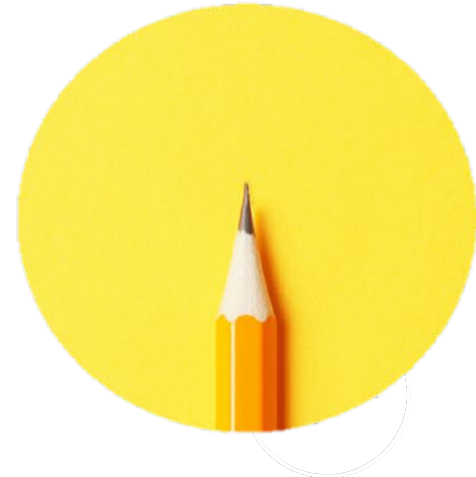
# ¿QUIÉNES SON LOS GRUPOS DE INTERÉS?



Los grupos de interés exigen y valoran aquellas organizaciones que adoptan estrategias de negocio basadas en la **Triple Cuenta de Resultados-Triple Bottom Line (TBL)** de John Elkington.

1. **Rentables** | **Profit**
2. con **impacto positivo en el bienestar social** | **People**
3. que **respetan nuestro planeta** | **Planet.**

Transformar nuestra forma de vivir, de relacionarnos y de hacer negocios hacia **modelos sostenibles**.



# DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD I ESG

## (EL TRIPLE RESULTADO/TRIPLE BOTTOM LINE)\*

*\* John Elkington, 1994*

### MEDIO AMBIENTAL.



**Minimizar** el impacto negativo y **generar valor** al medio ambiente y biodiversidad.

- Emisiones: CO2
- Gestión de residuos
- Agua
- Circularidad

### SOCIAL



Generación de **valor social** derivado de la **actividad empresarial** en los distintos **grupos de interés**.

- Talento
- Igualdad y diversidad
- Compras responsables
- Accesibilidad
- Comunidad

### ECONÓMICA



**Gobernanza:** organización ética, responsable respetuosa y transparente.

- Seguridad
- Instalaciones
- Integridad
- Transparencia y cumplimiento
- Control económico



# La sostenibilidad exige atención urgente por parte de las empresas

*\*John Elkington, 1994*



1

## Regulación.

**Marco legal** emergente.

Incumplimiento de regulación: **sanción, costo legal, productividad, cierre operaciones, reputación**

2

## Relación con los stakeholders.

- **Buen desempeño:** confianza, lealtad, productividad, reputación
- **Mal desempeño:** impacto en la reputación y en la línea de resultados operativos.

3

## Creación de valor financiero.

- Mejora de **ingresos ordinarios**
- **Reducción de costos**
  - Optimización de procesos
  - Innovación
  - Cumplimiento regulación

4

## Compromiso social y moral.

La sostenibilidad **minimiza el impacto social y medioambiental** y contribuye a que la empresa vaya más allá y genera valor.

# IMPACTO DE LA GESTIÓN ACTIVA DE LA SOSTENIBILIDAD



## Reputación

La sostenibilidad facilita las **siete dimensiones** de la **reputación de impacto**.

El **propósito** es el punto de partida de los modelos sostenibles.

## Talento

El **talento actual** quiere ser parte del **cambio**.

**compromiso y productividad**

## Innovación

La **innovación sostenible** lleva al verdadero balance entre propósito y rentabilidad empresarial

## Rentabilidad

Conocer impacto en los distintos criterios ESG y contar con un plan de acción permite **anticiparnos a riesgos reputacionales** o en materia de **regulación**.

**ventaja competitiva**



LAS COMPAÑÍAS CON **PROPÓSITO**  
MEJORAN ENTRE UN **40% Y UN 83% SU**  
**REPUTACIÓN CON SUS GRUPOS DE**  
**INTERÉS.**

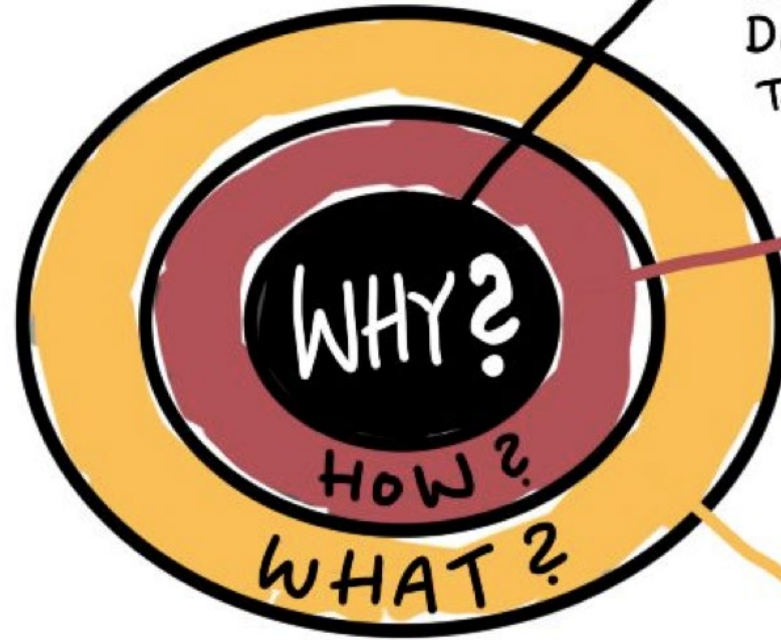
*(CORPORATE EXCELLENCE 2023)*







# GOLDEN CIRCLE



WHY DO YOU  
DO WHAT YOU  
DO? WHAT'S  
THE PURPOSE?

HOW  
DO YOU  
DO WHAT  
YOU DO?

WHAT  
THE HELL  
DO YOU DO?

IDEA: SIMON SINEK



"ORGANIZAR LA INFORMACIÓN DEL MUNDO Y HACERLA UNIVERSALMENTE ACCESIBLE Y ÚTIL"



"DAR A LAS PERSONAS EL PODER DE COMPARTIR Y HACER EL MUNDO MÁS ABIERTO Y CONECTADO".



"LLEVAR INSPIRACIÓN E INNOVACIÓN A CADA ATLETA EN EL MUNDO. SI TIENES UN CUERPO, ERES UN ATLETA".



STARBUCKS®

"INSPIRAR Y NUTRIR EL ESPÍRITU HUMANO: UNA PERSONA, UNA TAZA Y UNA COMUNIDAD A LA VEZ".



CREAR UN MEJOR DÍA A DÍA PARA LA MAYORÍA DE LAS PERSONAS.

## Edelman Trust Barometer 2022

### LOS STAKEHOLDERS EXIGEN QUE LAS EMPRESAS RINDAN CUENTAS

56  
%

Comprarán o  
apoyarán  
marcas de  
acuerdo con  
sus creencias y  
valores

58  
%

Eligen un lugar  
de trabajo  
basándose en  
sus creencias y  
valores

55  
%

Invierten con  
base en sus  
creencias y  
valores

LA OPCIÓN PARA UN **CONSUMIDOR Y/O**  
**CIUDADANO** CADA VEZ MÁS **CONSCIENTE**



BlackRock

## Sostenibilidad, el nuevo estándar de BlackRock para invertir

EL PAÍS

Estar donde estés

UN PROYECTO

### La sostenibilidad, estrategia rentable para las empresas

Las compañías exploran las oportunidades de negocio derivadas de comprometerse con los ODS de Naciones Unidas, mientras que los inversores comprueban la rentabilidad de añadir criterios extra financieros en sus decisiones

MAYOR Y MEJOR ACCESO A  
FINANCIAMIENTO.

# GESTIÓN NO AUTÉNTICA DE LA SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA

La **creciente regulación** cada vez pone más difícil las **prácticas de greenwashing**

Las **denuncias por difundir prácticas aparentemente sostenibles** son cada vez más recurrentes y el impacto en las empresas va más allá de la reputación

## Multa millonaria a un popular fabricante de cápsulas de café por mentir sobre el reciclaje

Prohíben anuncios de HSBC por greenwashing climático

H&M, acusada de greenwashing: las etiquetas sobre su impacto ambiental incluyen información falsa

- H&M utilizan el Índice Higg para calcular la puntuación
- Dan pie a pensar que son más sostenibles que otras prendas

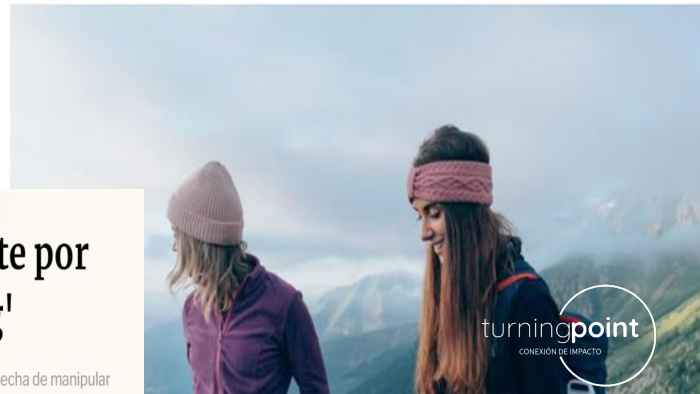


Se desploma en bolsa

## El consejero delegado de DWS dimite por un presunto caso de 'greenwashing'

La fiscalía alemana registró las oficinas de la gestora de Deutsche Bank en Fráncfort por sospecha de manipular

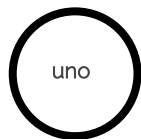
Decathlon corregirá sus declaraciones sostenibles tras ser acusado de greenwashing







# ruta "HACIA LA SOSTENIBILIDAD DE IMPACTO"



ESTRATEGIA



ACCIÓN



REPUTACIÓN

**PLAN DE  
SOSTENIBILIDAD  
CORPORATIVA**

**PROPÓSITO  
CORPORATIVO**

**HOJA DE RUTA GESTIÓN ESG**

**CULTURA SOSTENIBLE**

**PROGRAMAS DE IMPACTO TBL**

Programas internos ESG

Programa Gestión de la cadena  
de valor

**CERTIFICACIONES, RATINGS, RANKINGS**

**LIDERAZGO Y  
SOSTENIBILIDAD**

**COMUNICACIÓN**

**AMPLIFICACIÓN DIGITAL**

!gracias!