

# SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA: ventaja competitiva

Marta Martín.



A photograph showing a person from the waist down, wearing blue jeans and brown boots, standing on a paved surface. A large, white, triangular arrow points directly at the viewer from the ground. The background consists of a textured, light-colored asphalt or concrete surface.

**“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



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

# CAPITALISMO Y LIBERTAD

## MILTON FRIEDMAN

**“The business  
of business is  
business”**

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**

## *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.



El presidente de Amazon, Jeff Bezos, y el presidente de JPMorgan Chase, Jamie Dimon, se unieron con un buen amigo la declaración de la Business Roundtable de 19 de marzo, para los que sostienen que la priorización económica es una priorización sin ánimo de lucro, como

# ¿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: CO<sub>2</sub>
- Gestión de residuos
- Agua
- Circularidad



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

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



**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**

**3**

## **Creación de valor financiero.**

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

**2**

## **Relación con los stakeholders.**

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

**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**

## DESEMPEÑO FINANCIERO

Rentabilidad  
Riesgos financieros  
Desempeño vs competencia

## INNOVACIÓN

Visión de futuro  
Crecimiento constante  
Riesgos controlados

## INTEGRIDAD

Buen gobierno  
Ética  
Transparencia y Rendición de cuentas

7



OFERTA  
COMERCIAL  
EXCELENTE

2

ALINEACIÓN  
PROPÓSITO y  
TALENTO

3

## SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA

- Creación de valor
- Preventiva. ESG

5

4

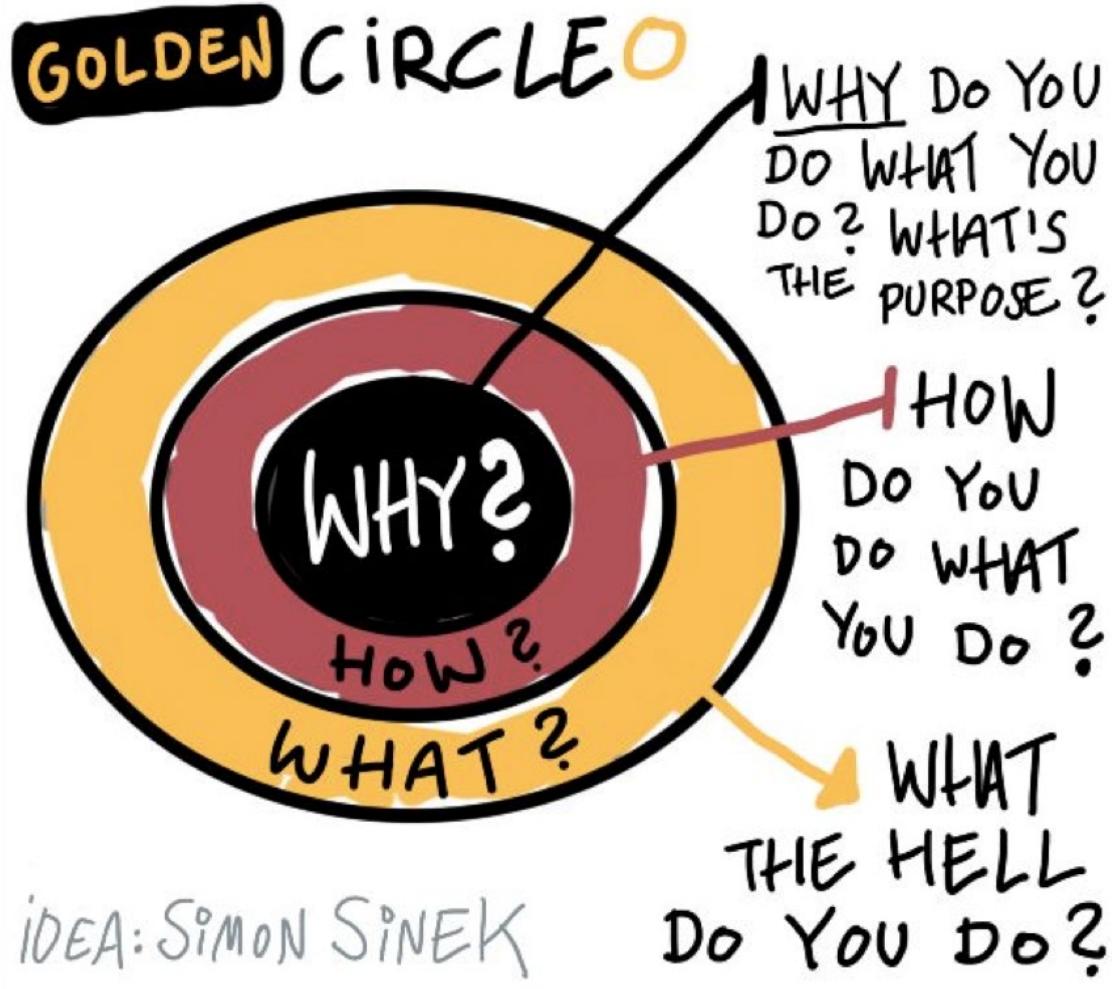
## VISIÓN Y LIDERAZGO

- Innovación: futuro
- Calidad humana y técnica
- Valores
- Empatía y escucha activa

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

(CORPORATE EXCELLENCE 2023)







"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.

## **LOS STAKEHOLDERS EXIGEN QUE LAS EMPRESAS RINDAN CUENTAS**

**56**  
**%**

**58**  
**%**

**55**  
**%**

Compraran o apoyaran marcas de acuerdo con sus creencias y valores

Eligen un lugar de trabajo basandose en sus creencias y valores

Invierten con base en sus creencias y valores

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

**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

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

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



Se desploma en bolsa

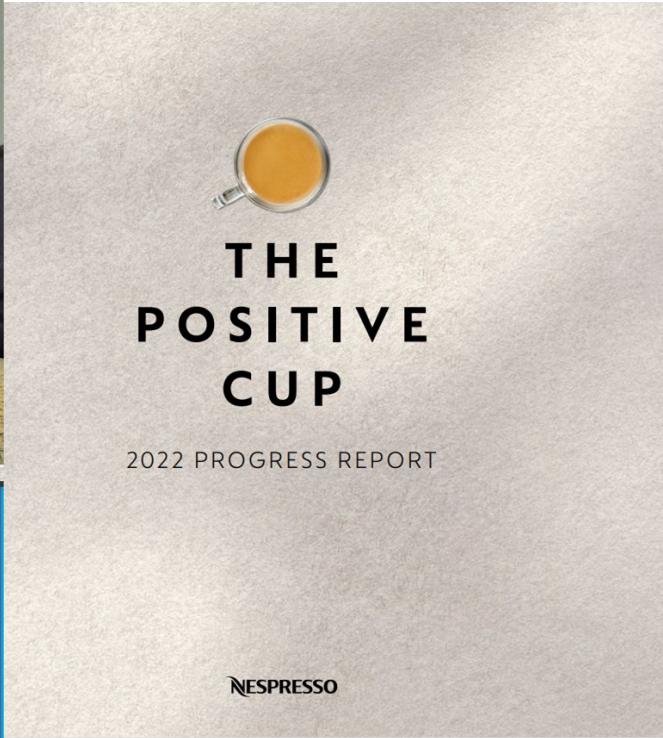
## El consejero delegado de DWS dimite por un presunto caso de 'greenwashing'

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

## Prohiben anuncios de HSBC por greenwashing climático

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

CULTURA SOSTENIBLE

LIDERAZGO Y  
SOSTENIBILIDAD

HOJA DE RUTA GESTIÓN ESG

PROGRAMAS DE IMPACTO TBL

COMUNICACIÓN

Programas internos ESG

AMPLIFICACIÓN DIGITAL

Programa Gestión de la cadena  
de valor

CERTIFICACIONES, RATINGS, RANKINGS

!gracias!