

Ciudades Sostenibles *2017*



ORGANIZAN:

CIENTÍFICA
UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR



La Sostenibilidad de la Empresa y la Competitividad

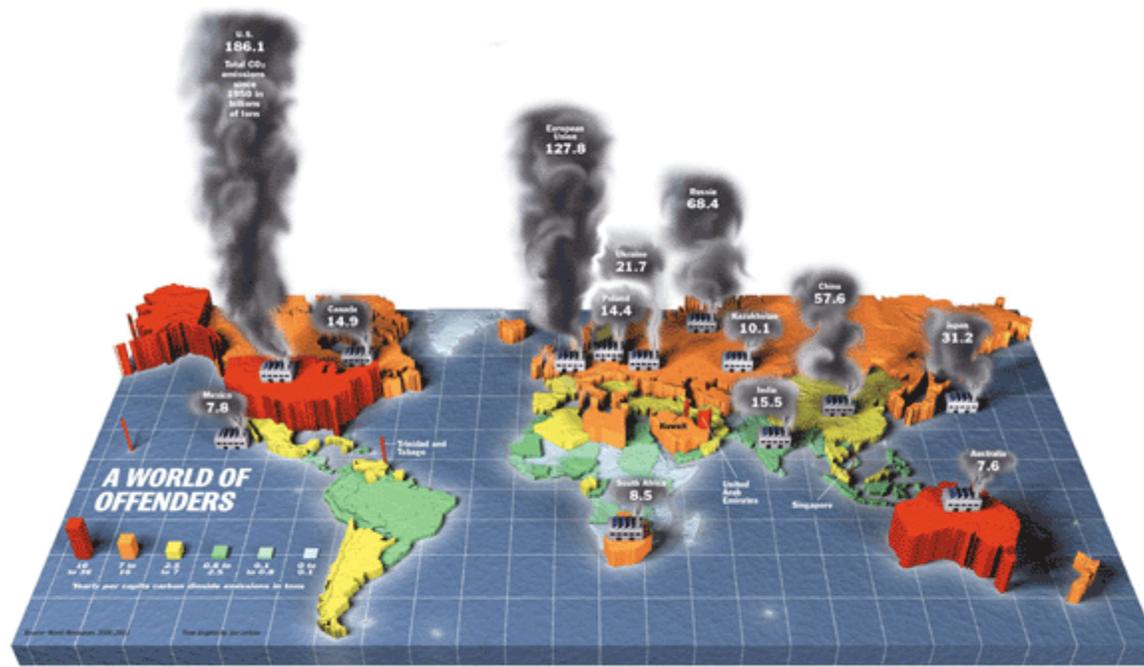
PHD©. Ms, MBA Remy Balarezo

Lima, Marzo, 2017

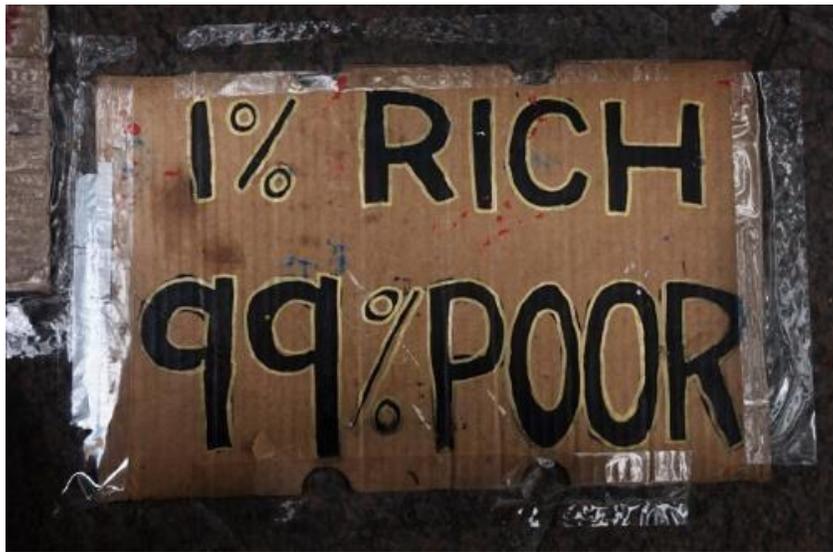


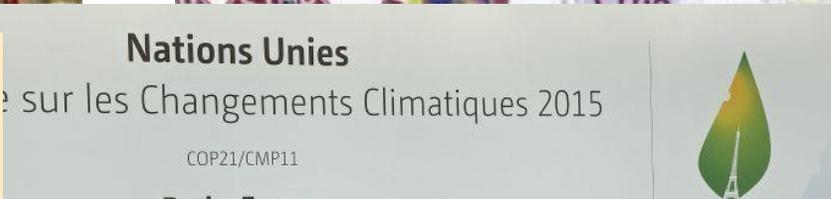
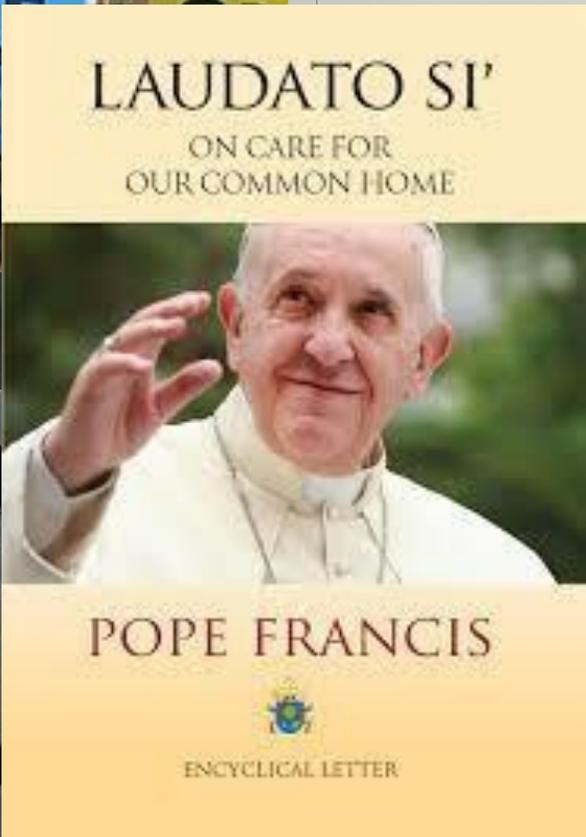
UNIVERSIDAD
DE PIURA











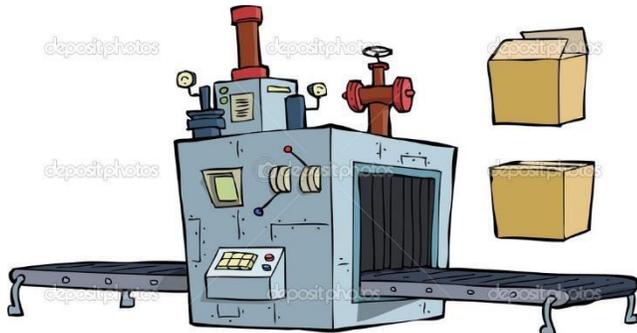
“Lo que te mete en problemas no es lo que sabes, es lo que estas seguro que sabes, pero que simplemente no es así” *Mark Twain*



UNIVERSIDAD
DE PIURA



UNIVERSIDAD
DE PIURA



© Can Stock Photo - csp11308191

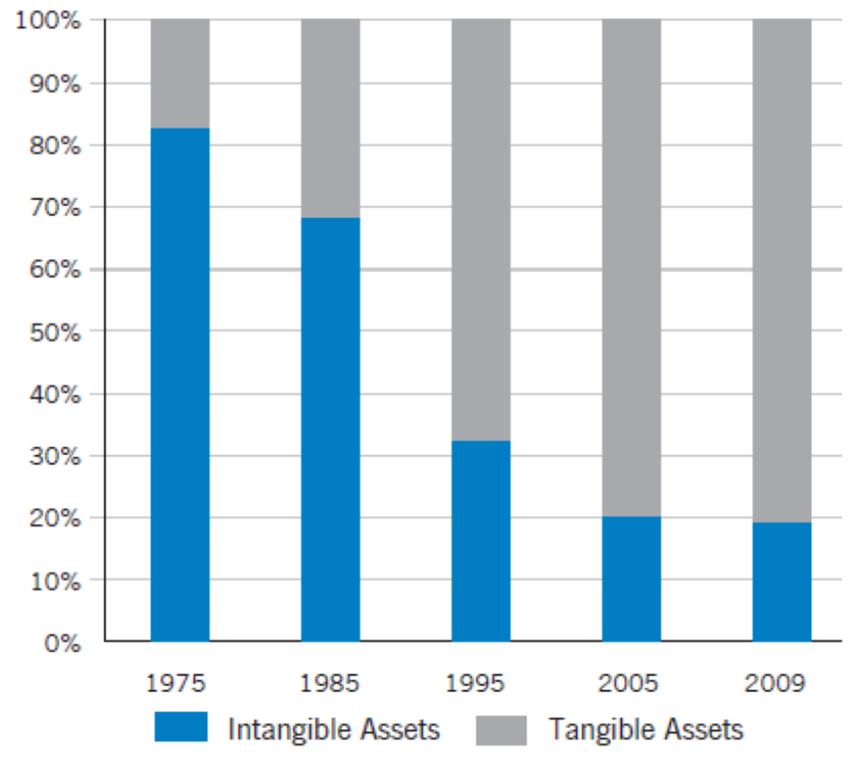


© Can Stock Photo - csp19762519





Figure 1 Components of S&P 500 Market Value



La Sostenibilidad y la Competitividad (I)

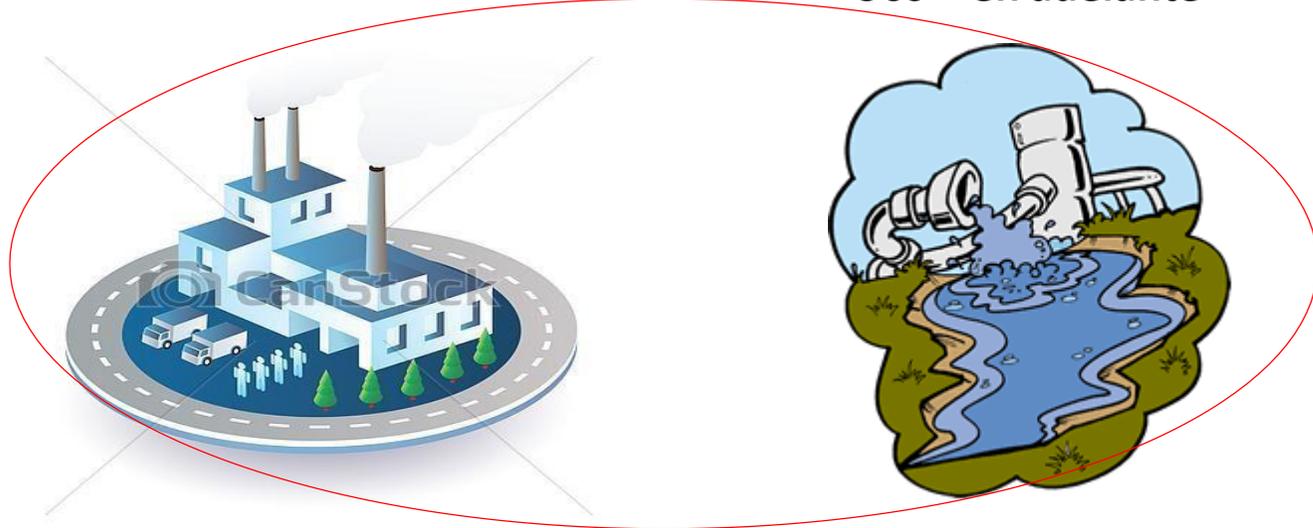
70s - 80s



Friedman: Son externalidades que no deben ser ingresadas a las empresas. La empresa solo busca el beneficio del accionista. (Rentabilidad)

Legislaciones Gubernamentales

90s – en adelante



© Can Stock Photo - csp12274595

WCED, Schidheiny, Hart, Bansal, Shrivistava, Sharma, Russo y Fouts, Freeman, Porter y van der Linde: Se deben de internalizar los costes sociales producto de la actividad de la empresa (MA). La empresa no solo debe beneficiar a los accionistas sino a otros grupos también.

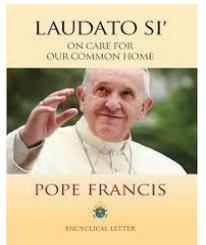
Ventaja Competitiva y “Triple Bottom Line”

La Sostenibilidad y la Competitividad (II)

✓ **TRADICIONALMENTE:** ¿ Porqué las Empresas se Vuelve Sostenibles?

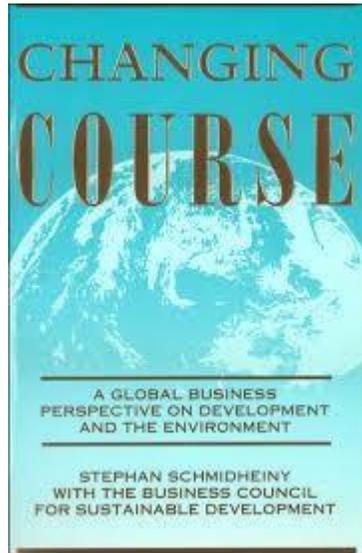
✓ Presión Leyes/Regulaciones (Auto –Impuesto: Trade Off)

✓ Motivos éticos con valores de CEO, Líder, trabajadores, inversores



La Sostenibilidad y la Competitividad (III)

- ✓ Impulsos importantes para considerar el medioambiente en el management.



Schmidheiny (1993): A partir de la Cumbre de Rio (1992) una agenda común para el MA por parte de los empresarios



Comisión Acuña
"Desarrollo (1987)

Brundtland:
término "Sostenible"

Desde la Academia del Management: Es rentable ser Medioambientalmente Responsable:

- ✓ Porter y van der Linde (1995) (HBR)
- ✓ Hart (1995) (AOMR)



La Ecoeficiencia es posible gracias a las Innovaciones Medioambientales



La Sostenibilidad y la Competitividad (IV)

✓ Idea Calve:

- ✓ Puede (y debe) existir una **UNIÓN (FIT): Medio Ambiente, Sociedad, Economía y Negocio.**
- ✓ La EMPRESA es el agente económico con mayor capacidad para lograr el desarrollo sostenible.
- ✓ Clave para el negocio.
- ✓ OPORTUNIDAD más que una obligación.

La Sostenibilidad y la Competitividad (V)

✓ Desde un punto estático: Merma la rentabilidad, es un impuesto Medioambiente



✓ VERLO COMO OPORTUNIDAD ventaja sobre otras empresas (Verlo “y”)



✓ INNOVACIÓN SOSTENIBLE: nuevos modelos de negocio, nuevos productos nuevos procesos.

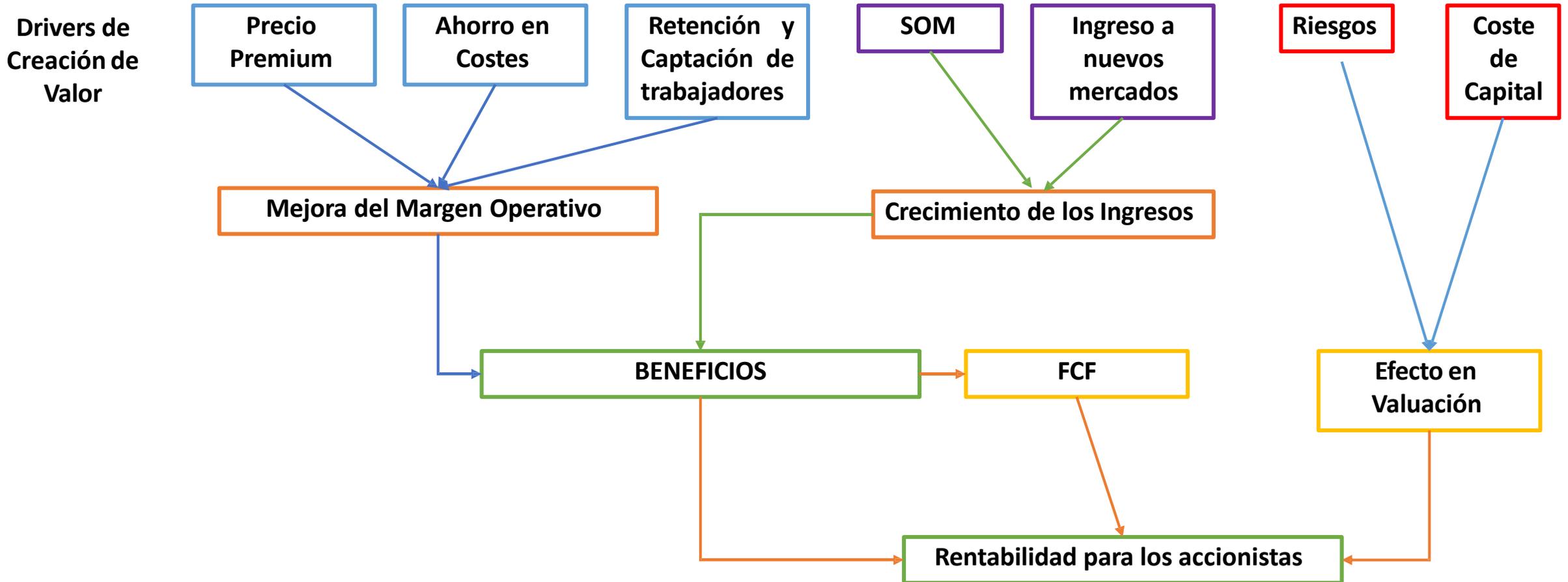


La Sostenibilidad y la Competitividad (VI)

- ✓ De acuerdo al estudio de CEOs de Mckinsey Global Survey Report (2014): (3,344 CEOs a nivel mundial)
 - ✓ 43% Alinear el desarrollo sostenible a la estrategia de negocio, misión y visión.
 - ✓ 36% el desarrollo sostenible dentro de los 3 temas prioritarios
 - ✓ 13% El desarrollo sostenible es lo más importante

- ✓ El estudio del MIT Sloan & BCG (2016): Global Executive on Corporate Sustainability (3000 directivos en más de 100 países):
 - ✓ 75% de los directivos de empresas de inversión consideran que el resultado de sostenibilidad es muy importante a la hora de tomar decisiones de inversión.
 - ✓ Sólo el 60% de los ejecutivos de las empresas que cotizan en bolsa consideran que el resultado de sostenibilidad es importante en las decisiones de los inversores.
 - ✓ 75% de los directivos consideran que la sostenibilidad mejoró los ingresos e eficiencia operativa de las empresas, siendo motivos importantes para invertir en la empresa. 60% de estos cree que se redujo el riesgo de la empresa y se redujo el coste de capital.
 - ✓ 50% de los inversionistas indican que NO invertirían en una empresa que tenga un resultado de sostenibilidad pobre/malo. 60% de los consejos de dirección desinvertirían en empresas que tengan una pobre huella de sostenibilidad.
 - ✓ 54% de las ocasiones en las reuniones generales de accionistas se tocan temas de sostenibilidad.
 - ✓ 90% de los respondientes indican que una estrategia de sostenibilidad es esencial para mantenerse competitivo y solo el 25% declaran que su empresa a realizado el business- case.
 - ✓ 74% de los inversores creen que el resultado de sostenibilidad es más importante que hace 3 años.

La Sostenibilidad y la Competitividad (VII)



Fuente: Berns et al 2009

La Sostenibilidad, la Competitividad y el Mercado Financiero

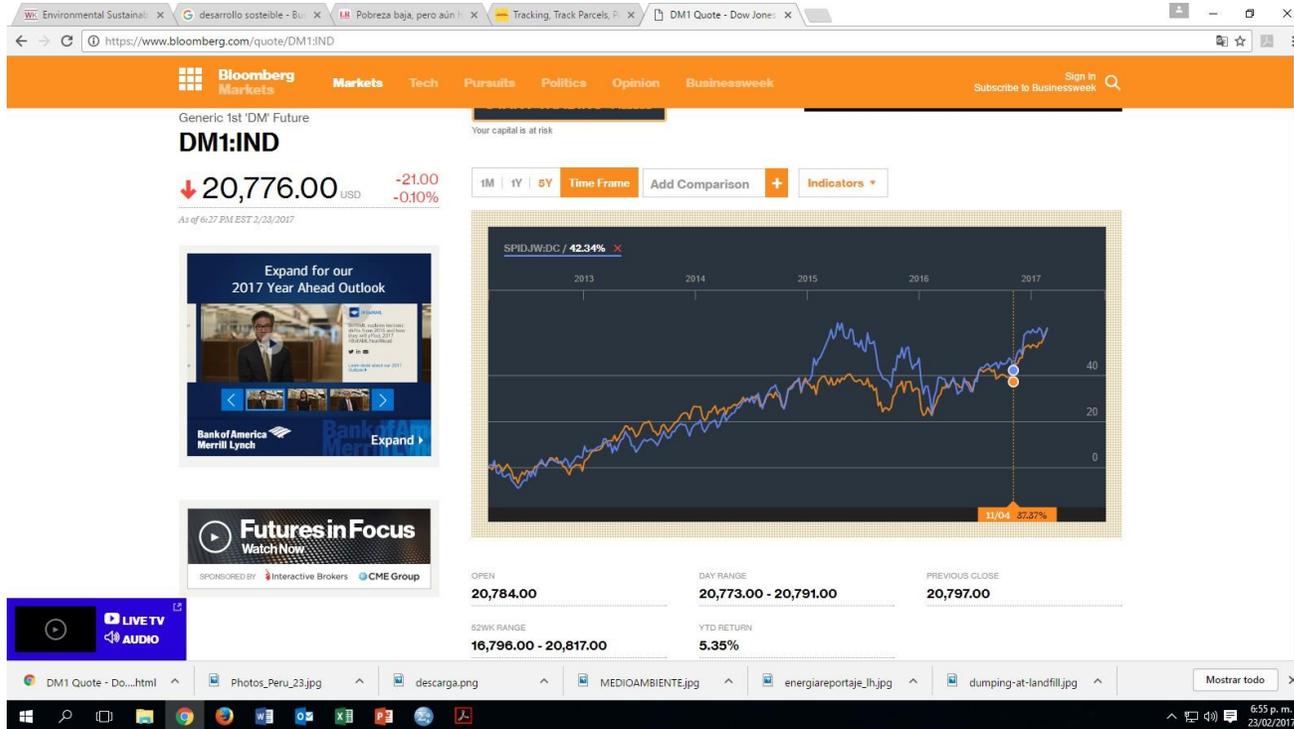


Table 2 Assets under Management by Socially Responsible Investment Funds³¹

	2008 (in billions)	2010 (in billions)
United States	€ 1,917	€ 2,141
Europe	€ 2,665	€ 4,986
All others	€ 381	€ 467
Total	€ 4,963	€ 7,594

La Sostenibilidad y la Competitividad (VIII)

Cambio en el Paradigma: Hoy somos muy conscientes de la manera como gastamos y reportamos el capital económico, pero ignoramos de que manera gastamos y reportamos el capital social y medioambiental que se utiliza en la empresa (Ferding, 2007).

DEBEMOS BUSCAR SER RENTABLES Y A LA VEZ MEDIOAMBIENTALMENTE RESPONSABLES

**Buzz: La Moda
"Verde"**

VS

**Woody: Lo
establecido, lo
clásico**

H&M



Conclusiones I – Legitimidad y Grupos de Interés

- ✓ Hiatt et al 2009: demostró que factores externos, en este caso movimientos sociales (legitimidad – factores institucionales), pueden cambiar **TOTALMENTE EL TERRENO**, eliminando las empresas existentes y creando nuevas oportunidades a nuevas empresas (Ej: Sociales, Medioambientales).
- ✓ Si las empresas no se alinean a estos factores institucionales (legitimidad) ponen en riesgo acceso a recursos y a su supervivencia.
- ✓ Los movimientos sociales han cambiado políticas y prácticas de muchas empresas o han hecho surgir nuevas empresas.
- ✓ Los movimientos sociales pueden cambiar entornos regulatorios (más rápido y fácil) o la dimensión cognitiva (más lento y largo)
- ✓ De acuerdo a Hiatt y Carlos (2015) los movimientos sociales afectan la probabilidad de aparición de nuevos tipos de organización de tres maneras:
 - ✓ Emprendedores que comparten los mismos valores
 - ✓ Motivando a los consumidores a cambiar su comportamiento de compra.
 - ✓ Llevando/asignando nuevos recursos a estas nuevas actividades.
- ✓ Los movimientos sociales pueden afectar de manera directa o indirecta el fracaso o la creación de nuevas empresas (Hiatt et al, 2009)

Conclusiones (II)

- ✓ Los medioambientalistas (ecologistas), perciben comúnmente la interacción de la empresa con el entorno natural (social) como un juego de “suma cero”; donde siempre pierde la naturaleza y la sociedad (York y Venkataraman, 2010)
- ✓ La visión común: los negocios y nuevos negocios hacen “poco” para asegurar u incrementar la justicia social y medioambiental (York y Venkataraman, 2010)
- ✓ Tradicionalmente se ha buscado mover a las empresas “existentes” hacia una postura más sostenible mediante regulaciones y /o “activismo” (York y Venkataraman, 2010)
- ✓ Los “emprendedores” o “emprendimientos” pueden complementar la efectividad de las empresas en el mercado y las instituciones; pero TAMBIÉN pueden CREAR un nuevo “concepto” en hacer las cosas que no hacen las empresas y las instituciones (York y Venkataraman, 2010)
- ✓ Para lograr la verdadera sostenibilidad: Emprendimiento + Innovación Radical (Shevchenko et al, 2016) + VALORES DEL LÍDER
- ✓ Se debe buscar ser la “Organización Sostenible”: “un tipo distinto de corporación moderna que de manera efectiva y rentable integra los temas medioambientales y sociales en la estrategia” (Ioannou, 2014: 1)

Conclusiones (III)

✓ NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO:

✓ INNOVACIÓN MEDIOAMBIENTAL

✓ REPUTACIÓN + LEGITIMIDAD MEDIOAMBIENTAL (posicionarse en el mercado, clientes pongan en valor)

✓ Deben ir JUNTOS sin 0



**NO SER ECOLOGISTAS ----- CERRAR TODO!!!
SÍ SOSTENIBLES!!!!**

Compartimos la idea de Schmidheiny (1992), QUE LA GRAN CAPACIDAD TECNOLÓGICA Y DE INNOVACIÓN QUE POSEEN LAS EMPRESAS VA A PERMITIR QUE ESTÁS LIDEREN EL CAMINO HACIA EL DESARROLLO SOSTENIBLE, ESPECIALMENTE EN EL PERÚ, CUYA MAYOR RIQUEZA SON LOS RECURSOS NATURALES QUE DEBEN SER EXPLOTADOS DE MANERA SOSTENIBLE; LOGRANDO BENEFICIOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y MEDIOAMBIENATALES.



Foto: Kevin Carter – Premio Pulitzer 1994

**¿Es posible ser rentable,
medioambiental y
socialmente responsable? O
¿Solo es hacer filantropía?**



UNIVERSIDAD
DE PIURA

La Sostenibilidad de la Empresa y la Competitividad

PHD©. Ms, MBA Remy Balarezo

Lima, Marzo, 2017



UNIVERSIDAD
DE PIURA

