



¿Porqué las empresas deben ser sostenibles?

Guía para integrar la sostenibilidad en las empresas



Gift of the United States Government



Porqué las empresas deben ser sostenibles?

1. Reducir costos
2. Responder a las demandas de los consumidores
3. Mitigar riesgos conocidos y nuevos como el cambio climático tecnológicos y comunicacionales
4. Liderar temas ambientales y sociales
5. Incentivos fiscales y recursos financieros más baratos
6. Retener empelados y atraer nuevos talentos
7. Reputación de la marca y publicidad
8. Recursos naturales limitados
9. Competitividad
10. Nuevas oportunidades de ingresos



Según McKinsey:

- La principal razón para implementar una agenda de sostenibilidad es para mejorar la alineación entre las prácticas de la empresa y sus objetivos, misiones y valores.
- La segunda, es construir, mantener y mejorar la reputación.
- La tercera, cumplir con las expectativas de los clientes y atraer nuevos talentos y motivar y retener empleados.



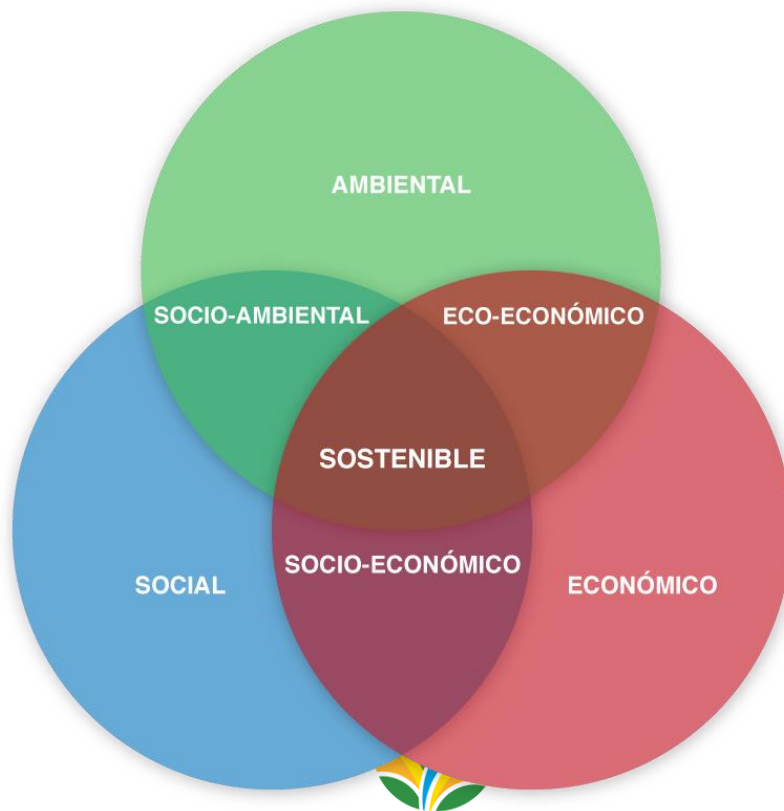
Porqué las empresas deben ser sostenibles?

El funcionamiento de los modelos de negocio y su relación con los productos, procesos y partes interesadas influye en la capacidad de una empresa en prosperar en el futuro y en el nivel de impacto en las personas y en el planeta.

Los modelos de negocios que adoptan la sostenibilidad como un eje estratégico, crean valor ambiental, social y económico y fomentan la longevidad de la empresa.



Los tres pilares de la sostenibilidad



Porqué las empresas deben ser sostenibles?

	Global 100	MSCI ACWI
Edad promedio de la empresas	87 años	63 años
Desde febrero de 2005 hasta diciembre de 2018, el retorno neto fue 9% mayor	127,35%	118,27%
Rango promedio del sueldo del CEO vs los trabajadores	76:1	140:1
Pagan 2% más de impuestos	18%	16%
La productividad del carbono es casi un 50% mayor	\$238k/ton de CO ₂ e	\$157k/ton de CO ₂ e
Derivan mucho más de sus ingresos por bienes y servicios limpios (impacto verde o social)	26%	9%
Tienen 8% más de mujeres en la alta gerencia	27%	19%
Los ingresos de los ejecutivos asociados a medidas sustentables es casi tres veces mayor	58%	19%



Qué caracteriza a las 10 más sostenibles?

2019	2018	Empresa	Sector	GRI	CDP
1	66	Chr. Hansen Holding A/S	Alimentos u otros agentes químicos	2015-2018 (no GRI)	
2	47	Kering SA	Ropa y accesorios	2014-2017	A (CC)
3	2	Neste Corporation	Refinerías de petróleo	2010-2017	A (CC)
4	70	Ørsted	Potencia al por mayor	2007-2019	
5	53	GlaxoSmithKline plc	Biofármacos	2004-2018	
6	-	Prologis, Inc.	Fideicomisos de Inversión Inmobiliaria	2007-2018	
7	95	Umicore	Productos primarios de metales	2006-2018	
8	49	Banco do Brasil S.A.	Banco	2007-2019	
9	46	Shinhan Financial Group Co.	Banco	2006-2016	A (CC)
10	74	Taiwan Semiconductor	Equipos semiconductor	2008-2017	

Qué les preocupa?

Según el CDP:

El 53% de las 6.937 empresas que reportan sobre cambio climático al CDP, identificó riesgos inherentes relacionados con el clima con potencial impacto financiero o estratégico importante en su negocio, donde priman los de transición.

Aquellas que identificaron este tipo de riesgos, se centran en los cambios legales y de políticas, siendo el más frecuente el aumento de los precios de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).



Qué les preocupa?

El 25% de las empresas que identificó riesgos de transición no identificó riesgos importantes de mercado, reputación o tecnología relacionados con el clima.

- El foco son los posibles riesgos que pudiesen afectar sus operaciones directas y los riesgos no informados que pudiesen afectar sus cadenas de suministro y clientes...

El cambio climático se percibe como disruptivo de la cadena de suministro...

No se observa preocupación por el planeta...



Qué les preocupa?

...la potencial implicancia económica de los riesgos financieros de las 500 mayores empresas del mundo alcanzaría 970 billones de dólares (o 970 mil millones).

- De estos, aproximadamente 250 billones de dólares (250 mil millones) están vinculados al deterioro o abandono (stranded asset) de activos como resultado de los riesgos tanto de transición como físicos.



Qué les preocupa?

El 51% de las compañías identificó oportunidades que podrían tener un impacto sustantivo o estratégico en su negocio:

- La mayoría están vinculadas a nuevos productos y servicios que afectan tanto al cliente como a las partes operativas directas de la cadena de suministro.
- La eficiencia de los recursos y las fuentes de energía alternativas son los ahorradores de dinero identificados con mayor frecuencia.
- 225 de las 500 empresas más grandes del mundo informaron que las oportunidades relacionadas con el clima representan impactos financieros potenciales por más de 2,1 trillones (2,1 billones) de dólares. La mayor parte se debe al aumento en los ingresos debido a la demanda de productos y servicios de bajas emisiones, así como a la posibilidad de una mejor posición competitiva frente a las cambiantes preferencias de los consumidores.



Elementos clave para implementar un modelo de negocios sostenible



1. Repensar el propósito de la empresa
2. Ética en la tecnología
3. Transparencia en la cadena de suministro
4. Reportar de manera inteligente (no por obligación)
5. Es la hora del cambio climático
6. El área de finanzas es un amigo
7. El futuro del trabajo y el bienestar de los empleados
8. Modelos de negocio impulsados por la misión
9. Las empresas liderando la sostenibilidad



1. Repensar el propósito de la empresa

- ¿La empresa ha definido el valor que aporta a la sociedad y la ambición declarada se condice con la realidad?
- ¿La estrategia, cartera de productos, cultura y programas comunitarios se alinean con sus derechos, responsabilidades y aspiraciones?
- ¿Cómo está cambiando su comportamiento? La forma de actuar es crucial. Nuevos propósitos requieren cambios de comportamiento internos y en la cadena de valor, y todos participan del valor creado.



2. Ética en la tecnología

- La ética en la tecnología es un desafío para toda la empresa. ¿Tiene una comprensión holística de los problemas materiales que surgen del uso interno o externa de tecnología?
- ¿Se han establecido mecanismos para garantizar que la tecnología se administre de manera responsable y sea utilizada de manera estratégica para maximizar el valor empresarial y social?
- Dada la creciente conciencia social de las cuestiones relacionadas con la tecnología, ¿puede la empresa comunicar claramente los pasos que está tomando para abordar su uso y crear un impacto positivo?



3. Transparencia en la cadena de suministro

- ¿Su cadena de suministro es proactiva y colaborativa?
- ¿Sabe qué datos quieren que se publiquen sus partes interesadas clave y cómo desean recibirlos?
- No trabajar aisladamente. ¿Se han establecido las asociaciones adecuadas y de alto impacto necesarias para construir una cadena de suministro sostenible y transparente?



4. Reportar de manera inteligente (y no por obligación)

- ¿Ha realizado un análisis de materialidad para reconocer los temas y los públicos a los cuales le interesa y/o debe informar?
- ¿Sabe qué le importa a cada una de sus audiencias y está informando en consecuencia?
- ¿Los informes unidireccionales han dado paso a un diálogo bidireccional que utiliza múltiples formatos?
- ¿Su informe de sostenibilidad transmite la historia de la empresa y refleja cómo esta efectivamente se gestiona?
- ¿Ha definido mecanismos de respuestas a los comentarios que recibe la publicación? ¿Los evalúa?



5. Es la hora del cambio climático

- El directorio y/o la alta gerencia necesitan conocer y comprender los riesgos materiales y las oportunidades del cambio climático. ¿Se están comunicando claramente estos riesgos y oportunidades a los inversionistas y partes interesadas más amplias?
- ¿Ha contemplado su aporte a los compromisos asumidos por el país en la NDC?
- ¿Están hablando y liderando el camino? ¿Cómo puede usar las recomendaciones de TCFD como una oportunidad para iniciar un diálogo con inversionistas, reguladores y otras partes interesadas?
- De la teoría a la práctica. Reconocer el problema y esbozar planes futuros para enfrentarlo ya no es suficiente. ¿Las partes interesadas pueden ver cambios reales en la forma en que opera la empresa?



6. El área de finanzas es un amigo

- Navegar por los estándares: ¿Ha usado indicadores de ASG y de reportes, y los ha priorizado de acuerdo con su contexto?
- Explorar oportunidades. ¿Las formas en que trata la información de ASG y de los programas innovadores de sustentabilidad han ayudado a atraer inversionistas que buscan inversiones a largo plazo?
- ¿Se está diferenciando a través de una narrativa que atrae a nuevas audiencias interesadas en el desempeño financiero a largo plazo y en los riesgos y oportunidades de ASG?



7. El futuro del trabajo y el bienestar de los empleados

- El trabajo significativo atrae y retiene el talento. ¿Su propósito corporativo de calidad de vida es significativo y auténtico? ¿Fomenta el intercambio de valor que su empresa ofrece a sus empleados?
- ¿Ha definido y comunicado claramente sus obligaciones a su contratistas y mano de obra independiente? La expectativa actual es que las empresas vayan más allá de cumplir con los requisitos mínimos legalmente obligatorios y no fomenten la precarización del trabajo.
- ¿Ha definido el modelo de costeo, la forma de remunerar y controlar el trabajo remoto?
- Observar la cultura de la empresa es más crítico cuando los empleados ya no están unidos y comparten el espacio físico. ¿Cómo estás apoyando o piensa enfrentar los desafíos culturales y emocionales del trabajo remoto?



8. Modelos de negocio impulsados por la misión

- ¿Su negocio está cumpliendo con las cada vez más altas expectativas de las partes interesadas de que las empresas sean responsables y sostenibles?
- ¿Cómo podría un modelo o certificación basado en la misión ayudarlo a impulsar la creación de valor a largo plazo?
- ¿Existe una asociación público-privada innovadora que pueda ayudar a evolucionar su modelo de negocio?



9. Las empresas liderando la sostenibilidad

- ¿Cuál es el alcance de su responsabilidad y aspiración de involucrarse? ¿Ha considerado sumarse a iniciativas globales/locales para medir sus avances y aportar al debate? Escuche las expectativas de sus audiencias clave.
- ¿Cómo pueden ser más eficaces sus capacidades y recursos clave? Identifique la brecha de necesidad donde realmente puede hacer una diferencia.
- ¿Con quién necesita trabajar para aumentar su participación? El cambio no se puede hacer solo. Los enfoques de colaboración con alianzas novedosas suelen ser cada vez más frecuentes.



Pasos para implementar un modelo de negocios sostenible



1. Definir la materialidad
2. Identificar problemas clave y controladores
3. Elaborar la estrategia
4. Establecer el gobierno y las responsabilidades
5. Establecer objetivos, metas y el plan de acción
6. Monitorear, reportar y evaluar





#SomosResCA

 centroamericaresiliente.org

 ResilienteCA

 ResilienteCA

Muchas gracias!

Heloisa Schneider

Consultora ResCA / The Nature Conservancy

heloisa.schneider@gmail.com

