El Valor de la Sostenibilidad para las Empresas: *Una Perspectiva de Alineación de Valor en la Relación Proveedor-Cliente para el Caso Aqualogy*

Carlos Hurtado

PhD. Student

Núria Arimany *UVIC - UCC*
Xavier Ferràs *UVIC - UCC*
Dulcinea Meijide *AGBAR*

UVIC UNIVERSITAT DE VIC

AGAUR Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca

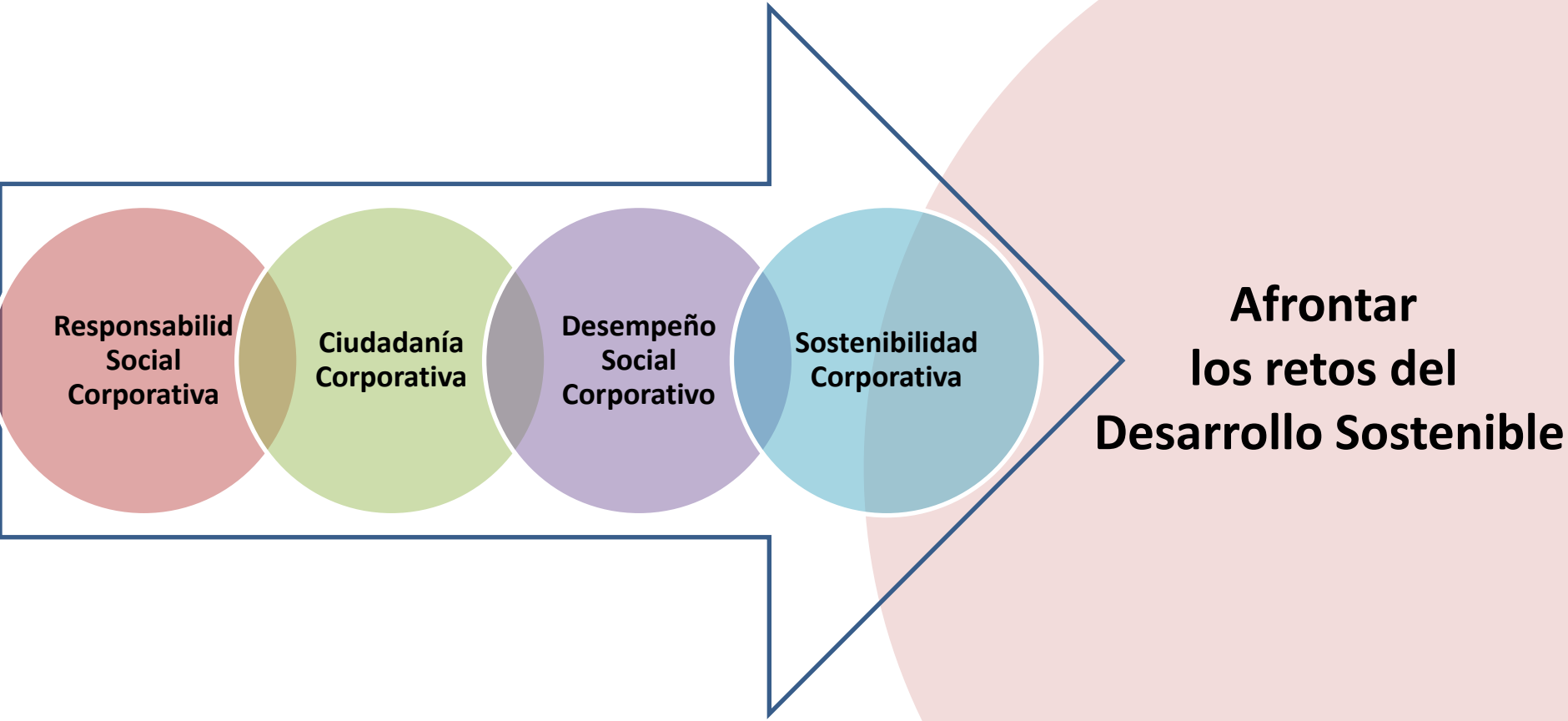
AQUALOGY

Problema - Motivación

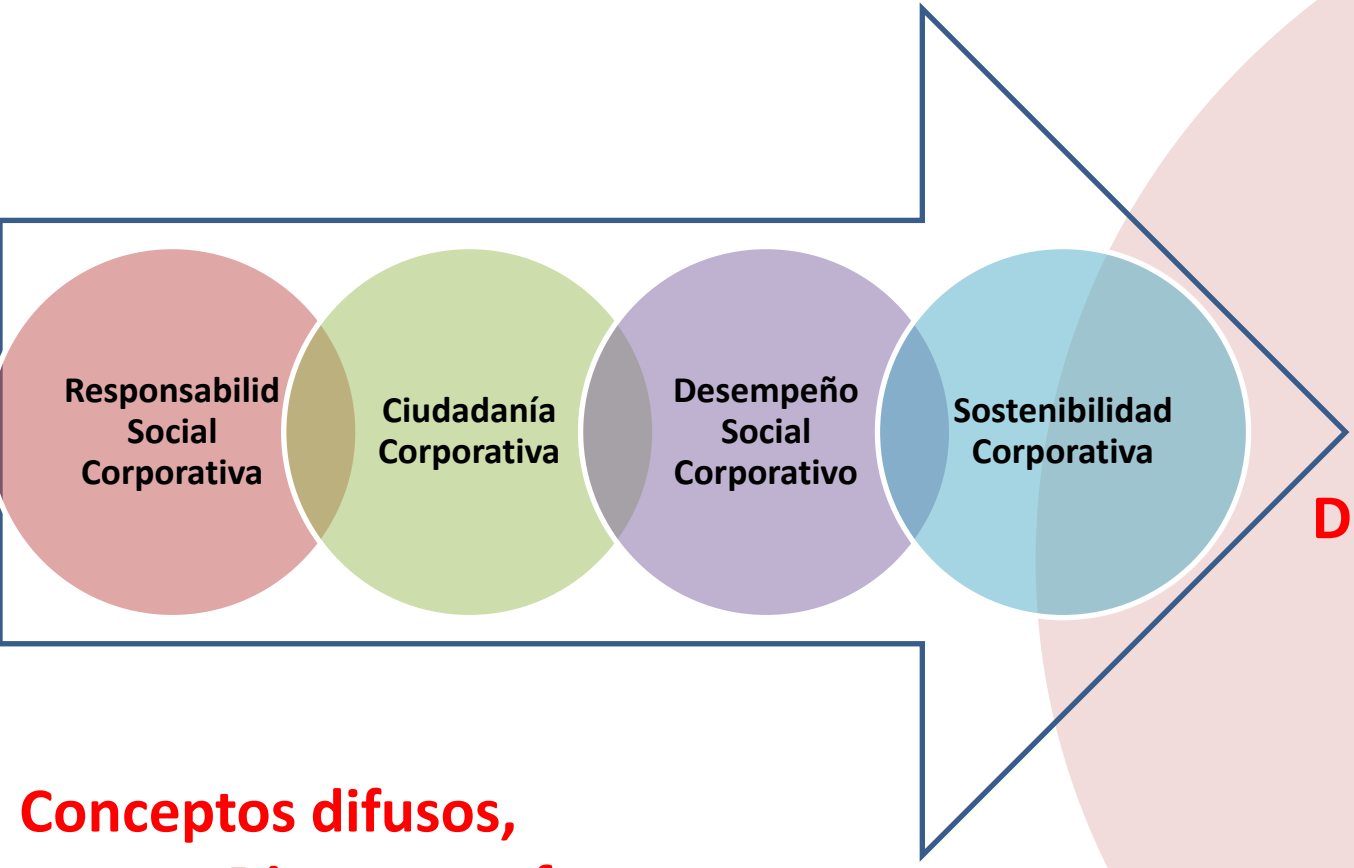
La integración de la sostenibilidad en la corriente principal del negocio continua siendo un reto.

(Bocken et al., 2016; Dyllick & Muff, 2016; Rana et al., 2017)

ACCID
VII
CONGRÉS
8 i 9 de juny de 2017, IESE Business School


Responsabilid Social Corporativa
Ciudadanía Corporativa
Desempeño Social Corporativo
Sostenibilidad Corporativa
Afrontar los retos del Desarrollo Sostenible

(Stigson, 2003; Schwartz & Carroll, 2008; Bolis et al., 2014)



Afrontar los retos del Desarrollo Sostenible

Conceptos difusos,
Diversos enfoques,
Marcos de referencia específicos.

Stigson, (2003) Expresidente del consejo empresarial mundial para el DS

"No existe una definición única de lo que significa la RSC, pues generalmente ésta depende de la cultura, la religión o tradición de cada sociedad, por lo tanto no existe una talla única, en tal sentido, es necesario diseñar una para cada caso o circunstancia en particular".

Bonini & Görner (2011)

"No hay una única manera de crear valor a partir de la sostenibilidad, por lo que, saber dónde están las mayores oportunidades de creación de valor en una industria y donde se encuentran los riesgos y las barreras, puede servir de guía para el desarrollo de estrategias de sostenibilidad".

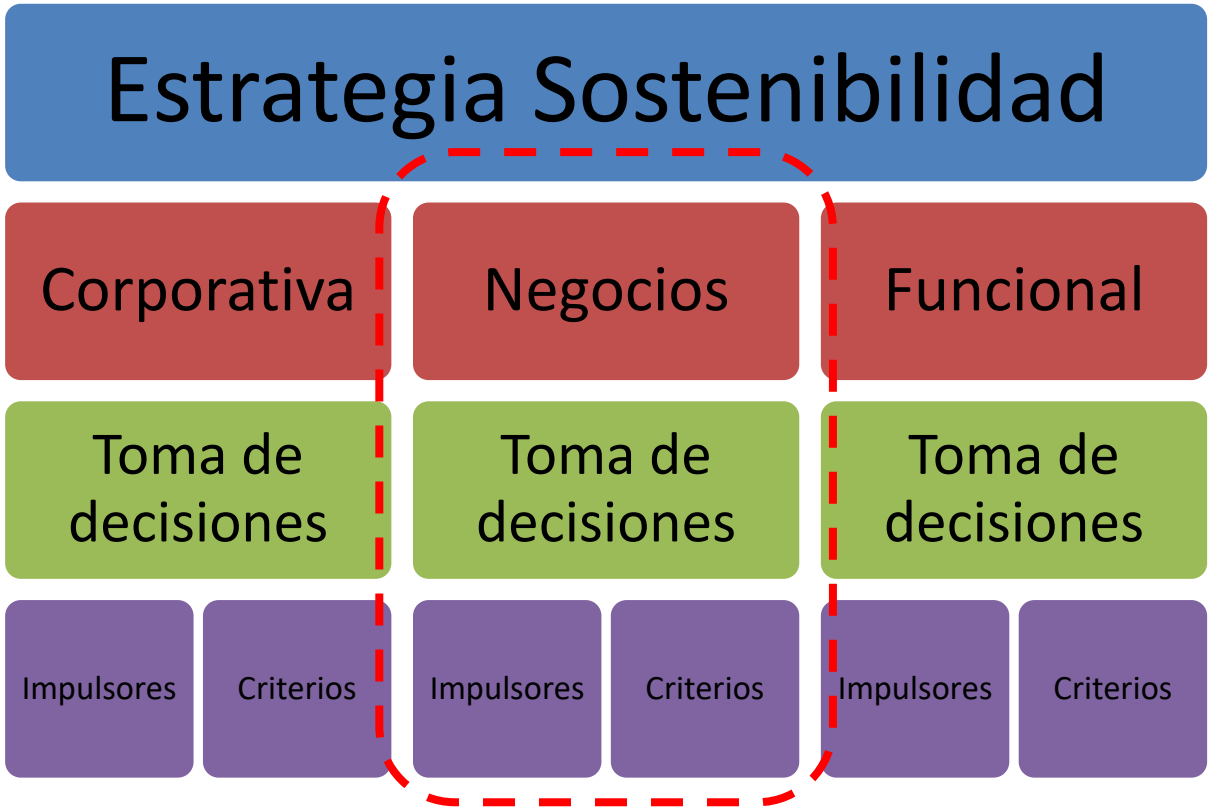
Objetivo

Determinar un conjunto común de asuntos relacionados con la sostenibilidad, como conductores de valor relevantes en el contexto del negocio.

Contexto Especifico

AQUALOGY

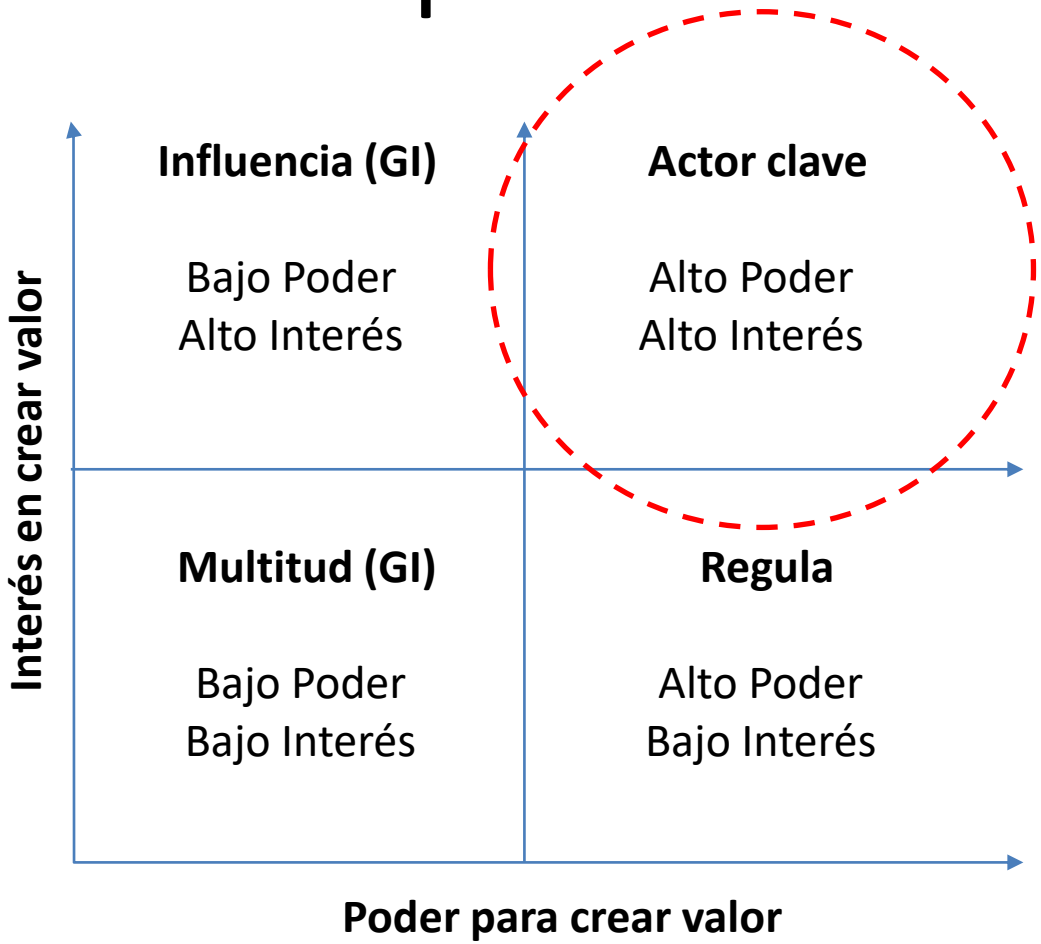
Sector Industrial del Agua



Contexto Especifico

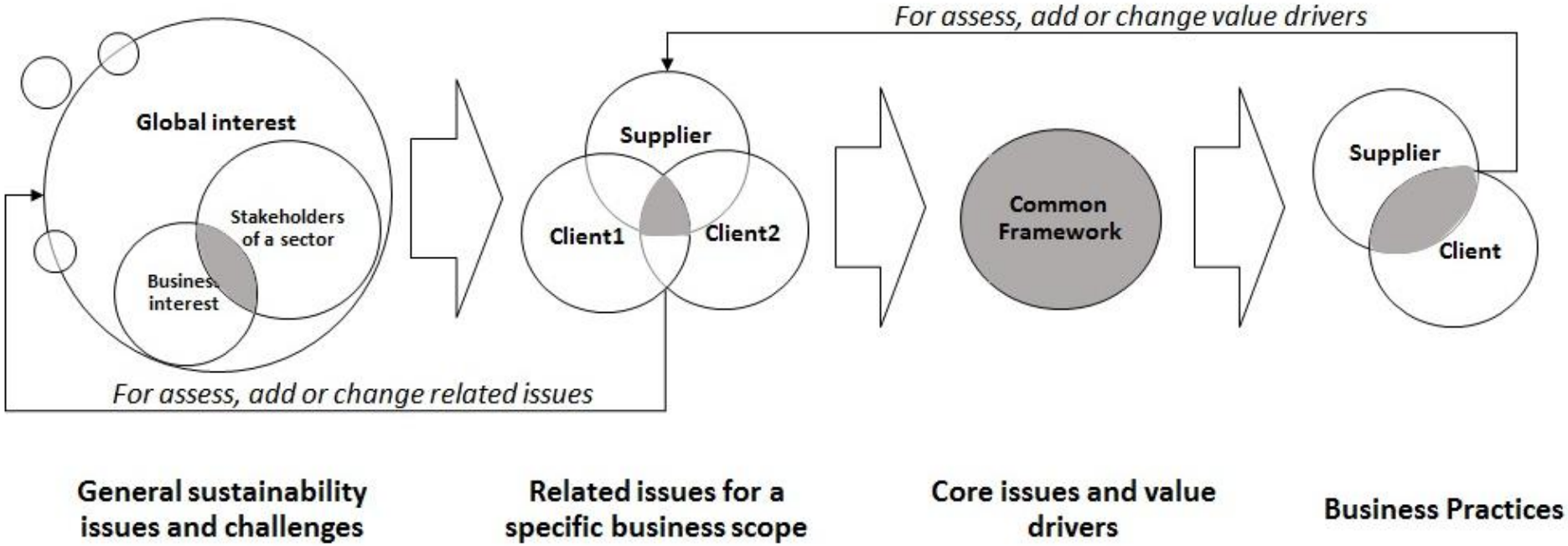
AQUALOGY

Sector Industrial del Agua



Red de Interés-Poder en la gestión. (Eden and Ackerman, 2013, p.126)

Metodología



Metodología

Proceso			Técnica
1	Colección de temas	Identificar una gama más amplia de temas de sostenibilidad	Revisión Documental
2	Selección de temas	Aspectos relacionados con el ámbito empresarial	Grupo de enfoque Entrevista
3	Especificación	Cuestiones relevantes en el negocio principal	Taller-grupo de focal
4	Determinación de conductores	Temas centrales y controladores en el negocio principal	Discusión-grupo focal

Resultados

		Economic	Social	Environmental	Others
1	**Documentary research**				
1.1	GRI, 2012	208	725	612	67
1.2	Materiality Reports				
1.2.1	*FCC*	1	9	6	
1.2.2	*Veolia*	6	5	8	
1.2.3	*Acciona*	5	9	4	
1.2.4	*Suez Spain*	9	15	6	
1.3	Literature Review	15	14	10	0
	Total	244	777	646	67
	Clustering by context	**69**	**221**	**188**	
2	**Focus group - Interview**				
	Laddering questions	22	65	37	0
3	**Focus group - Workshop**				
	Questionnaire	12	33	16	0
4	**Focus group - Discussion**				
	Final set	**8**	**8**	**8**	0

Resultados

Expectativas Dimensión Económica

	Conductores de Valor	A	B	C
1	Mejora de la competencia y la eficacia	x	x	
2	Gastos y gestión de costes	x	x	x
3	Rendimiento de la producción		x	
4	Desempeño económico	x		x
5	Innovación y conocimientos tecnológicos (incremental)	x		
6	Capacidades de creación y adaptación		x	x
7	Gestión conocimiento (incremental)			x
8	Eficiencia de los recursos (incremental)	x		x

Expectativas Dimensión Social

	Conductores de valor	A	B	C
1	Ámbito laboral (riesgo y salud)	x		
2	Calidad y seguridad (incremental)	x		x
3	Cumplimiento y comportamiento transparente			
4	Relaciones estratégicas a largo plazo	x		x
5	Disponibilidad de información y comunicaciones	x	x	x
6	Competencias, talento y capacidades		x	x
7	Calidad del empleo (incremental)	x		x
8	Servicio en red (Cluster)	x	x	x

Deloitte 2016	Black & Veatch 2016	AWWA 2015
A	B	C

Resultados

Expectativas Dimensión Ambiental

	Conductores de valor	A	B	C
1	Cumplimiento de compromisos		x	x
2	Gestión de residuos	x		
3	Tratamiento de aguas residuales	x	x	x
4	Pérdida y subutilización de recursos.		x	x
5	Dependencia de fuentes de materias primas	x		
6	Economía circular (incremental)	x	x	
7	Protección de ecosistemas			x
8	Gestión de energía		x	x

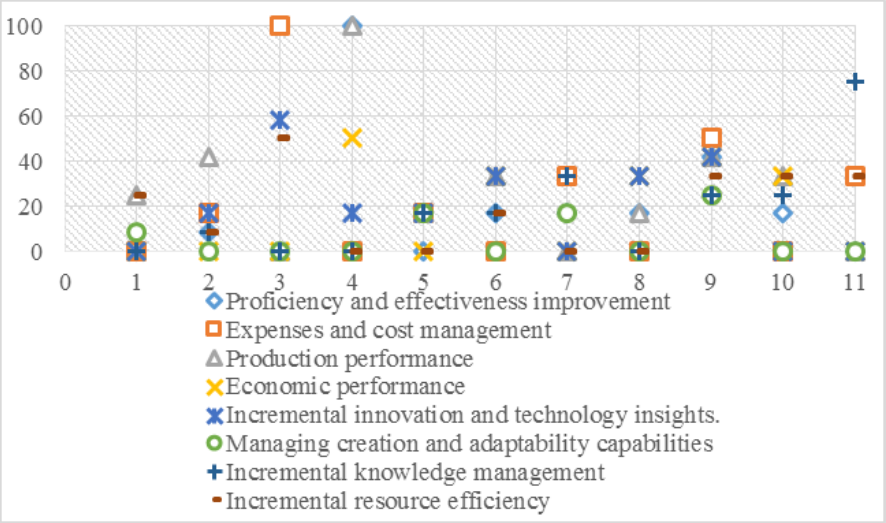
Deloitte 2016	Black & Veatch 2016	AWWA 2015
A	B	C

Caso Aqualogy

Objetivos:

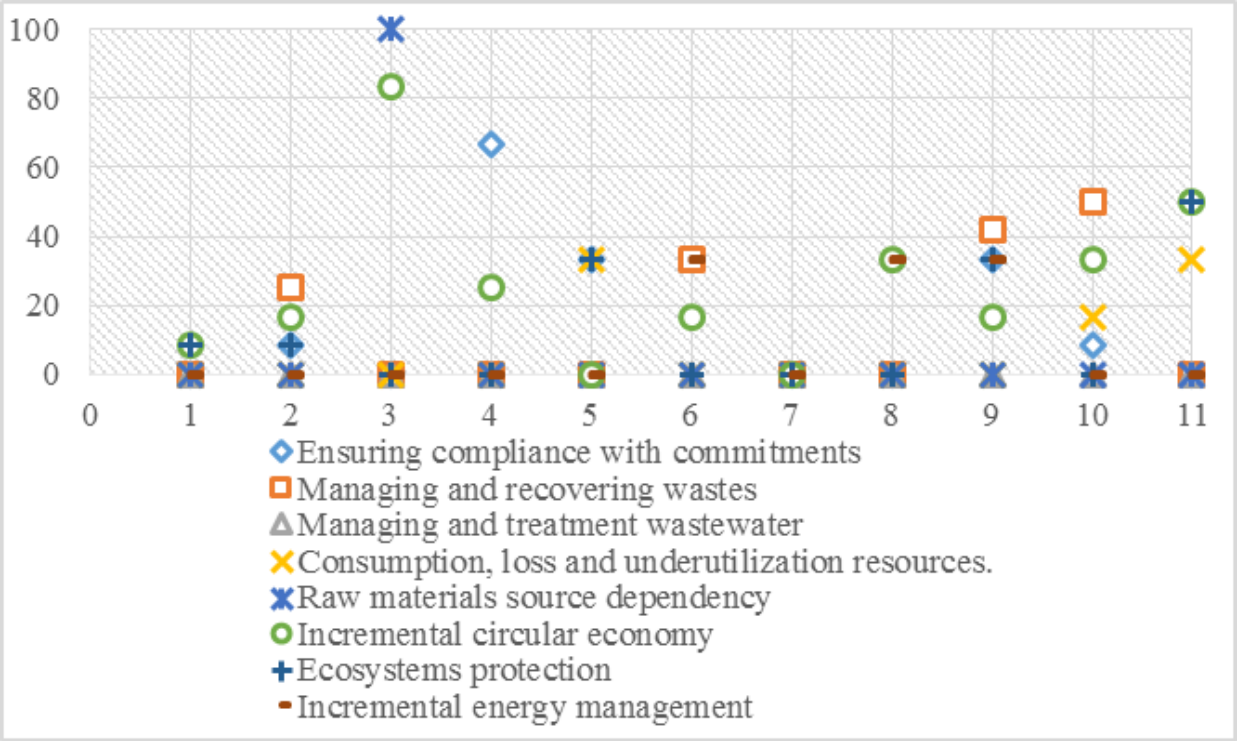
1. Identificar cuánto están incrustados los valores de sostenibilidad en el portafolio de Aqualogy.
2. Conocer la percepción del valor interna en cuanto a la capacidad de las soluciones para crear valor en torno a los retos de sostenibilidad.
3. Destacar la importancia del marco de valores en el desarrollo de negocios y así abordar el desafío de incorporarlos en las relaciones comerciales.

Percepción de la Dimensión Económica



Percepción de la Dimensión Social

Percepción de la Dimensión Ambiental



Conclusión

- La falta de comprensión “sostenibilidad” y marcos de referencia es la causa de discordancias de valor.
- Centrarse en un contexto da mayor claridad: Sector de la industria del agua.
- Un conjunto común de asuntos relevantes para un sector particular (marco de comprensión)
- Se reducen las disonancias de percepción de valor en la relación proveedor-cliente.

Conclusión

Con una retroalimentación de intereses y percepciones de valor, permite rediseñar estrategias y propuestas de valor para llenar las brechas de valor en los modelos de negocio.

Gracias