

BAJO LA LUPA

MICHAEL SPOOR
CEO de Ocho Sur



Nuevo paradigma empresarial para la selva peruana

Demos la bienvenida al siguiente nivel de madurez de nuestras corporaciones como creadores de valor para nuestro planeta y toda su gente.

El 19 de agosto del 2019 se realizó un evento emblemático, la Business Roundtable, compuesta por directores ejecutivos que lideran muchas de las principales corporaciones del mundo que emplean a más de 20 millones de personas y cuyos ingresos combinados superan a todos los países, excepto China y Estados Unidos, lo que cambió la definición del propósito de una corporación.

Antes, el propósito de una compañía era servir a sus accionistas. Ahora, se reconoce que el propósito real es crear valor para todas las partes interesadas (aquellos que están compro-

metidos, involucrados, impactados y/o beneficiados por la empresa). Solo se requirió el cambio de una palabra para reconocer el propósito fundamental e incluir a las personas marginadas, ignoradas y olvidadas en todas partes.

Desde 1602, cuando la Compañía Holandesa de las Indias Orientales por primera vez vendió acciones de propiedad al público, el objetivo era claro: generar ganancias para los accionistas. En los años transcurridos desde entonces, las corporaciones se han convertido en seres muy parecidos a las personas que las crearon.

Las corporaciones pueden demandar y ser demandadas como las personas, pagan impuestos, tienen reputación, imagen y redes sociales. Algunas han manejado este estatus sabiamente y han creado culturas de apoyo y recompensas. Muchas son pilares de sus comunidades, lideran iniciativas filantrópicas y aportan liderazgo, propósito y eficiencia a las actividades cívicas, pero durante más de cuatro siglos se ha aceptado en gran medida que el propósito de una corporación es generar ganancias financieras para sus propietarios.

Recientemente, las corporaciones están cambiando debido que los jóvenes, millennial y generación Z lo demandan en sus hábitos de compra.

Esta ola que está invadiendo tanto a los países completamente desarrollados como a los países en desarrollo nos está trayendo líderes políticos basados, en algunos casos, en su compromiso de ayudar a impulsar esta transición. Las empresas líderes ahora reconocen que sus responsabilidades principales se extienden mucho más allá de sus estados financieros. La rentabilidad social debe identificarse, medirse y mejorarse con la importancia que antes se daba únicamen-

“
El cuidado del medio ambiente y la biodiversidad debe estar por encima del puro afán de lucro”.

te a las métricas financieras. Hoy en día, el cuidado del medio ambiente y la biodiversidad debe estar por encima del puro afán de lucro.

Algunas empresas ya han venido defendiendo estas ideas durante años. En Ocho Sur, una empresa de palma en Ucayali, estos conceptos han sido fundamentales para generar nuestra identidad desde que nos constituimos en el 2016. Desde entonces, hemos internalizado activamente estas ideas pioneras enmarcadas

profundamente en nuestra esencia. Si bien contamos con solo 15 accionistas, durante los primeros cinco años de existencia hemos identificado a más de 20,000 stakeholders, y ese número sigue creciendo. Ocho Sur está trayendo un nuevo paradigma de negocios a la selva peruana.

Este cambio fundamental de un enfoque estrecho en las ganancias financieras a un mandato más amplio de impacto en nuestro planeta y su gente es necesario, apropiado y está cobrando impulso. La empresa para la que trabaja mi hija mayor (generación millennial) fue creada hace 10 años exclusivamente para ayudar a otras organizaciones a desarrollarse y generar impactos positivos. Han calificado a este nuevo sector de la economía como “Impacto como servicio”. Hace muy poco fueron adquiridas por tres cuartos de billón de dólares. Queda muy claro que lo que consideramos valioso está cambiando.

¡Estos son tiempos emocionantes! Demos la bienvenida al siguiente nivel de madurez de nuestras corporaciones como creadores de valor para nuestro planeta y toda su gente. Unase a nosotros en este viaje.

Las opiniones vertidas en esta columna son de exclusiva responsabilidad del autor.

RADAR EMPRESARIAL

BENEFICENCIA DE LIMA

Nuevo arrendatario para la Plaza de Acho

** Tras un prolongado concurso, la Beneficencia de Lima anunció que ya cuenta con un nuevo arrendatario para la Plaza de Toros de Acho para el periodo 2023-2028. Se trata del Consorcio América Taurina (CAT), representado por Juan Antonio Roca Rey Allison.

Fue en mayo que se dio a conocer la convocatoria para la adjudicación y, según el cronograma establecido, el próximo 7 de julio será la firma del contrato con el postor ganador, el cual asegura la realización de la Feria Taurina del Señor de los Milagros 2023.



Vienen nuevas corridas de toros.

Desde la Beneficencia indicaron que los ingresos del arrendamiento de la Plaza de Toros de Acho serán destinados a seguir mejorando la calidad de los programas sociales que financia la Sociedad de Beneficencia de Lima Metropolitana, como lo son el Puericultorio Pérez Araníbar, el Hogar Canevaro, entre otros, además de otros proyectos en cartera.

CENTRO COMERCIAL

Avanzan con obra de Intercorp

** Tal como anunciamos (Gestión 28.02.2023), el proyecto de Intercorp de llevar un centro comercial en la esquina de la avenida Angamos y la avenida Gálvez Barnechea, donde hoy opera un Plaza Vea, avanza.

Así, el alcalde del distrito, Marco Álvarez, indicó que el actual supermercado se demolerá para dar paso al mall, el cual tendrá conceptos ancla, una tienda de mejoramiento del hogar, un supermercado y oficinas administrativas y estacionamientos subterráneos.

En su momento, el burgo-maestro anunció que el monto de inversión total ascenderá a S/ 700 millones.

BILLETAS ELECTRÓNICAS

1 de cada tres

peruanos cuenta con una y la usa de manera habitual.



Según el Estudio de Inclusión Financiera y Digitalización realizado por IPSOS y Credicorp, esa cifra casi dobla la reportada el año pasado.

GRUPO CATARÍ SEGURO DE GANAR

Sigue la puja por el Manchester United

** (Bloomberg) El grupo catari, encabezado por el jeque Jassim Bin Hamad Al Thani, está cada vez más seguro de haber ganado la puja por el Manchester United Plc., después de frustrar una oferta rival del multimillonario británico Jim Ratcliffe, a medida que la venta del club de fútbol se prolonga hasta los cruciales meses de verano.

La transacción se ha visto acosada por retrasos, con ofertas que no cumplían las expectativas de la familia Glazer, divisiones entre los propietarios sobre si vender o no y temores de litigios por parte de los accionistas mino-



Venta esperada.

ritarios, dijeron personas con conocimiento del asunto. La venta del Manchester United ha enfrentado a grandes alianzas de ricos y Wall Street en una batalla por poseer uno de los activos de percursos más conocidos del mundo.