

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo
29/09/2014	EL MERCURIO - (STGO-CHILE)	6	2	CREACION DE VALOR COMPARTIDO, UNA GRAN ESTRATEGIA DE NEGOCIOS PARA CAMBIAR LA RELACION DE LAS EMPRESAS CON SU ENTORNO

CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO, UNA GRAN ESTRATEGIA DE NEGOCIOS PARA CAMBIAR LA RELACIÓN DE LAS EMPRESAS CON SU ENTORNO



PAIS DIGITAL

PELAYO COVARRUBIAS
UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

"Cuando las empresas crean valor compartido, mejoran los resultados sociales fortaleciendo simultáneamente su competitividad".

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título
29/09/2014	EL MERCURIO - (STGO-CHILE)	6	3	CREACION DE VALOR COMPARTIDO, UNA GRAN ESTRATEGIA DE NEGOCIOS PARA CAMBIAR LA RELACION DE LAS EMPRESAS CON SU ENTORNO

Michael Porter nos comenta “que el rápido crecimiento económico y social de Chile en las últimas tres décadas es ampliamente admirado en el mundo”. Según la medición del PIB per cápita, actualmente Chile es el país más rico de Latinoamérica, registrando un impresionante ascenso en comparación con el 9º lugar que ocupó en el *ranking* regional de 1990. Los indicadores sociales han mejorado en casi todos los aspectos, en muchos casos sustancialmente.

Sin embargo, también M. Porter nos alerta que aún persisten importantes desafíos sociales: “Muchos chilenos sufren de falta de acceso a educación, salud y oportunidades económicas, entre otras”.

La teoría de Creación de Valor Compartido, desarrollada por Michael Porter y Mark Kramer, nos ofrece una oportunidad para que las compañías hagan un gran aporte social y por lo tanto que se

vinculen fuertemente a estas materias de desarrollo país, sin tener que sacrificar su posición competitiva; de hecho, cuando las empresas crean valor compartido, mejoran los resultados sociales fortaleciendo simultáneamente su competitividad. Ello se debe a que el éxito de las empresas está vinculado inexorablemente al bienestar económico y social de las comunidades en las cuales operan.

Cuando se vinculan adecuadamente los objetivos centrales del negocio de una empresa a las necesidades sociales, ambas —comunidades y empresas— ven fortalecidas sus ventajas competitivas y sociales. De lo anterior, tenemos muchos

ejemplos muy connotados últimamente en Chile, que por no trabajar juntos empresas y comunidades, finalmente ambos han perdido oportunidades.

Esta semana tendremos en Chile a Mark Kramer, coautor del artículo junto a Michael Porter de Creación de Valor Compartido; quizás esta es una buena oportunidad para luego de un semestre en que hemos estado discutiendo sobre el Chile del futuro, podamos agregar una nueva mirada a nuestra forma de desarrollar los negocios y cómo solucionar problemas sociales.

A través de la aplicación de estas estrategias de negocio, todos los actores del ecosistema tienen espacio, academia, empresa y gobierno, para a través de un trabajo colaborativo entre ellos poder entregar nuevas oportunidades de desarrollo social a empresas, emprendedores, familias y trabajadores.