

Valor compartido.

I.Q. Ericka Vásquez Velásquez

Introducción. Esta teoría, está referida a las empresas, es una invitación a considerar su entorno social, a que la empresa no deje de realizar sus actividades lucrativas, pero adquiera conciencia social de beneficio a su entorno.

Dentro de los elementos para crear valor compartido, podemos mencionar; rediseño de productos o servicios, identificación de nichos nuevos de mercado, y generación de la cadena de valor.

Desarrollo.

Para Michael Porter, es bueno enriquecerse, pero a su vez, estar comprometido con el desarrollo social. No se trata de filantropía, sino de desarrollar una economía que durará a largo plazo, y funciona en conjunto con la sociedad. (Skhev, 2013). Es una mentalidad nueva, para contribuir al crecimiento de la sociedad, e incluso fortalece la imagen de la empresa, pues crea empleos y activa la economía de dónde su alcance geográfico lo permite. Lo cual le brindará a la empresa satisfacción, de buscar el bien común y no sólo el objetivo buscado de enriquecerse, brindará también el beneficio social de crecimiento de la comunidad. Para la empresa, es necesario romper el paradigma, en el que el empresario, busca su propio interés, eligiendo únicamente las actividades lucrativas que le generan utilidad, permaneciendo así en su propio egoísmo, y sólo persiguiendo sus fines. (Rocha, 2013).

Normalmente, la empresa no lo hace sólo, puede ser con ayuda del gobierno o con fundaciones, ubicando los nichos de mercado en los que puede potenciar una actividad de desarrollo económico. El gobierno, en ocasiones, ayuda a la reducción de la pobreza con ayuda de socios, pues existen controles entre gobierno y empresas (socios), para apoyo a la realización de esta estrategia. (Social Wath informe, 2007).

Wal- mart es una delas empresas que opto por esta estrategia, pues al haber preferido proveedores de la localidad, aportó al beneficio económico de la sociedad en la que decidió poner una tienda más.

Para la estrategia de valor compartido, el negocio da la imagen de ser justo, porque la ganancia no es sólo la organización misma, sino que retribuye a la sociedad, es decir, es justa por no buscar sólo su interés económico, sino también en de los demás, en este caso la sociedad. (Mutis)

El valor compartido debería reemplazar a la responsabilidad social empresarial como guía de las inversiones de las empresas en sus comunidades. Pues la estrategia de valor compartido, aprovecha los recursos únicos de una empresa para crear valor económico incorporando valor social. En el siguiente cuadro se muestra un comparativo que (Mutis) propone.

Responsabilidad social empresarial	Valor compartido
Hacer el bien	Beneficio económico y social en relación al costo
Filantropía. (obras de caridad)	Crea la empresa juntamente con la sociedad
Sólo la respuesta externa	Forma parte integral de la comunidad
Sólo busca el alcance de sus utilidades	Así es como maximiza las utilidades.

Lo hace no practicando la caridad, sino aportando y fortaleciendo al entorno social. Esto permite una gran diferenciación entre las empresas puramente lucrativas, pues las que no lo están en el rubro de pensamiento de enriquecerse sin importar la forma, no tienen la imagen, ni el compromiso de la que adoptó valor compartido como estrategia de su organización.

Las empresas de esta forma, retribuyen a la sociedad de la que forman parte, pues apoyan a sectores necesitados, influyendo directa o indirectamente de ellos, por la generación de empleos, con personal contento de estar ahí, e incluso por ser el empleado del mes, como wal-mart lo hace.

No debemos confundir valor compartido con responsabilidad social de la organización, pues no sólo es una caridad o beneficio de navidad, por describirlo de alguna manera, es una tarea comercial que contribuye al enriquecimiento de la sociedad.

Conclusiones

1. Valor compartido es una estrategia de las organizaciones, no obras de caridad social de las organizaciones.
2. La imagen de la empresa hacia la comunidad es fortalecida por esta manera de contribuir en su entorno geográfico y social.
3. En la región, de Veracruz, una de las empresas que ha destacado por compartir valor, es Wal-matr.
4. Todas las empresas tienen fines de lucro, pero valor compartido en una forma de compensar a la sociedad.

Bibliografía:

- Mutis, G. (s.f.). Valor compartido, una estrategia empresarial de alto impacto. *Tendencias*.
- Rocha, H. (2013). *De la responsabilidad empresarial al desarrollo inetegral local*. Buenos Aires: LID Empresarial.
- Skhev, P. (2013). Transformar los negocios para el mundo del mañana. corporación 2020.
- Social Wath informe. (2007). *El perfil social de desarrollo*. Madrid: Icaria.