

Soledad Teixidó, presidenta ejecutiva de PROhumana

“Una empresa socialmente responsable es aquella en la que la rentabilidad se entiende de manera integral”

Contar con una gestión sustentable no es un tema estático, sino que es un proceso en constante desarrollo que se va adaptando y readecuando a la realidad y necesidad de cada empresa y/o sociedad

La organización con una trayectoria de 17 años promoviendo una cultura de responsabilidad social empresarial y ciudadana en pos de un Desarrollo Humano Sustentable de forma integral, define el valor compartido como ser y hacer empresa. Soledad Teixidó, presidenta ejecutiva de PROhumana, nos habló en esta entrevista de dichos aspectos, las herramientas que utilizan para que ello sea impronta en las empresas y cómo benefician estas acciones a la sociedad que integramos.

-¿De qué manera promueven el Valor Compartido para que exista en las empresas como actitud e impronta?

-Lo que PROhumana promueve no es sólo valor compartido —entendido como el beneficio que una empresa genera con una política en RSE tanto para ella, como para el público de interés a quien va dirigida (consumidores, comunidad, etc.)—, sino que promueve una manera de ser y hacer empresa de forma integral y consistente con lo anteriormente dicho, ya que no se debe sólo ser sustentable en un

aspecto de la RSE, sino que ésta debe abarcar todos los ámbitos de acción de la empresa, para así lograr un real cambio cultural, siendo rentable y sostenible en el tiempo.

-¿Qué aristas destacaría de la evolución que ha tenido la RSE a Valor Compartido?

-No creemos que la RSE haya evolucionado hacia el Valor Compartido u otro término específico, el cual mañana puede cambiar y ser otro.

Las temáticas que la responsabilidad social sustentable abarca, han evolucionado en los últimos años. Contar con una gestión sustentable no es un tema estático, sino que es un proceso en constante desarrollo que se va adaptando y readecuando a la realidad y necesidad de cada empresa y/o sociedad.

La RSE busca contar con empresas responsables socialmente, que a su vez generan sociedades sustentables, ya que son parte fundamental de su crecimiento y desarrollo, al igual que lo es el sector público, por lo que no sólo la empresa debe ser responsable socialmente, sino que el Estado, las organizaciones de la sociedad



Soledad Teixidó, presidenta ejecutiva de PROhumana

civil, los ciudadanos y todos lo que creamos sociedad.

-¿Qué elementos distinguirían a una empresa socialmente responsable y a la RSE como tal?

Una empresa socialmente responsable es aquella en la que la rentabilidad se entiende de manera integral, en donde adquieren la misma relevancia los aspectos sociales, ambientales y económicos, es decir, que se gestiona de forma integral. La sustentabilidad corporativa está asociada a cifras positivas en resultados econó-

micos, pero además está estrechamente ligada a la reducción de los impactos negativos sobre el medioambiente, y a la forma de relación que la empresa establece con la comunidad.

El Modelo de Gestión RSE PROhumana, se aproxima a la RSE de las empresas considerando las actuaciones sociales, ambientales y económicas que tiene una organización, pero a partir de la inclusión de dimensiones más exhaustivas, que permiten analizar en mayor detalle la gestión de las empresas.

Valor compartido, una expresión del sentido social



Victor Flores Dañobeytia
Director ejecutivo Hogar de Cristo Sede Antofagasta

Durante las últimas seis décadas, el concepto de responsabilidad social empresarial ha pasado de ser un simple marco conceptual elaborado en el ámbito académico a convertirse en un conjunto de políticas y prácticas insertas en la gestión empresarial. Además, ha contribuido al desarrollo de otros cuerpos teóricos, como los relativos al capital reputacional y al principio del valor compartido.

Subyace en estos diversos conceptos la pregunta sobre la existencia de una vinculación entre los fines tradicionales de una organización empresarial y el impacto en la comunidad donde desarrolla su actividad, de los medios que se emplean para lograrlos.

Pese a que en su época no se hablaba de responsabilidad social empresarial, San Alberto Hurtado define contundentemente el tema cuando nos habla del sentido social como “aquella aptitud para percibir y ejecutar prontamente, como por instinto, en las situaciones concretas en que nos encontramos, aquella que sirve mejor al bien común”, agregando que “quien tiene sentido social, comprende perfectamente que todas sus acciones repercuten en los demás hombres, que les producen alegría y dolor y comprende, por tanto, el valor solemne del menor de sus actos”.

La cabal comprensión de estas afirmaciones le confiere sustento ético a la responsabilidad social empresarial, pues las acciones de una empresa repercuten no solo en los márgenes de ganancia, sino en sus proveedores, clientes, trabajadores, en la comunidad y en su entorno.

En nuestra Región, diversas empresas se han querido hacer parte en la superación de la pobreza, a través del apoyo prestado a diferentes programas del Hogar de Cristo, contribuyendo a su financiamiento o mediante experiencias de voluntariado corporativo. Tenemos la convicción de que ambas acciones contribuyen a ampliar horizontes y son enriquecedoras tanto para quien da como para quien recibe. Es de esperar que cada vez haya más voces y brazos dispuestos a sumarse en favor de nuestros hermanos más vulnerables.

Valor Compartido: Un puente entre el progreso económico y el progreso social

El concepto de valor compartido, desarrollado por Porter y Kramer, está centrado en la conexión entre progreso económico y social, y se centra en tres claves principales:

- La reinención de productos y mercados.
 - La redefinición de la productividad en la cadena de valor.
 - El desarrollo de clústeres donde se inserta la empresa.
- Cada compañía debe evaluar sus decisiones y oportunidades desde la lógica de la creación de valor, lo que redundará en círculos virtuosos de innovación y crecimiento para las empresas, además de mayores beneficios para la sociedad. La creación de valor compartido reconoce las necesidades de la sociedad y que el daño hacia la misma puede crear costos significativos para las empresas en materia energética o manejo de materias primas. Es por ello que las compañías deben innovar en tecnologías en su cadena de valor y crear nuevas formas para gestionar su negocio que aumenten sus niveles de productividad, logrando penetrar en una mayor cantidad de mercados y diferenciarse de su competencia.

