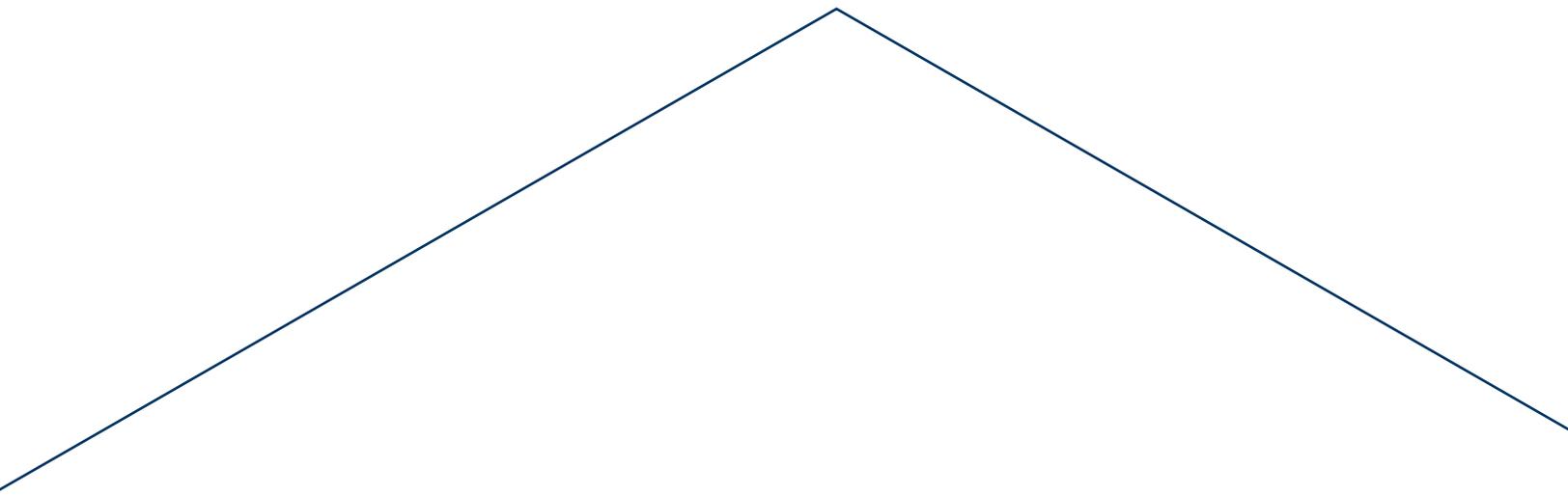


A large, solid blue geometric shape, resembling a stylized 'V' or a corner, occupies the top right portion of the page. It is composed of a vertical line on the right, a horizontal line at the top, and a diagonal line connecting the two.

**Ver, juzgar,
actuar**



Valor económico o compartido: ¿cuál debe crear la empresa?

Dr. Guillermo Díaz

Vicedecano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Introducción

En 1970, el célebre economista Milton Friedman, ganador del Premio Nobel de Economía en 1976, publicó un artículo en el que afirmaba que la responsabilidad de los directivos o gerentes de empresas es aumentar las ganancias, conforme al marco legal y ético (Friedman, 1970). Lo dicho por Friedman no era nuevo en la ciencia económica; en 1838, Cournot postuló que el objetivo de la empresa es maximizar las ganancias (Cournot, 1969).

El modelo de maximización de ganancias es enseñado en cursos de economía en casi todas las universidades del mundo, dado el predominio que tiene la escuela neoclásica en la enseñanza de la economía. De esa cuenta, los profesionales universitarios, cuando llegan a ocupar cargos gerenciales y directivos, conciben que su principal función en la empresa es generar ganancias y, de ser posible, aumentarlas. En busca de dicho objetivo relegan otros, como la armonía social o la sostenibilidad ambiental. Ejemplo de lo anterior en Guatemala son los conflictos sociales surgidos alrededor de la minería e hidroeléctricas, o la oposición que existe en algunos municipios del país al uso de bolsas plásticas, por la contaminación que genera. Desde luego que las ganancias son importantes para las empresas, porque garantizan su sostenibilidad y generan capital para su crecimiento, pero, ¿deben las empresas

tener como objetivo solo la creación de valor económico o ganancias?

El economista Michael Porter considera que las empresas deben trascender la visión de valor económico, centrada en las ganancias en el corto plazo. A partir de este enfoque, las empresas realizan acciones, como la deslocalización de la producción a países con más bajos salarios, o contaminación y depredación de recursos naturales, que les generan rechazo por parte de la sociedad. En consecuencia, considera que las empresas son vistas como causa de problemas sociales y ambientales. Para superar tal situación, propone la creación de valor compartido (Porter y Kramer, 2011). En los siguientes párrafos se describe dicha propuesta.

¿Qué es valor compartido y cómo se crea?

«Valor compartido» comprende el valor económico, social y ambiental. Es creado a través de acciones que aumentan la competitividad de la empresa, a la vez que mejoran las condiciones sociales y ambientales de la comunidad donde funciona la empresa (Porter y Kramer, 2011).

Según sus autores, la creación de valor compartido busca superar la estrecha visión que predomina en el mundo de los negocios y que es de corto plazo, centrada en la creación de ganancias. En tal sentido, afirman que el propósito de la empresa debe ser redefinido a la creación de valor ambiental y social, en adición a la creación de valor económico.

En la perspectiva de Porter y Kramer (2011), las empresas en el modelo capitalista actual se enfocan en la satisfacción de necesidades comerciales, y ceden a gobiernos y organizaciones no gubernamentales los problemas sociales. La responsabilidad social corporativa no se considera una solución a los problemas sociales, sino una acción para mejorar la reputación de las empresas. Al respecto es conveniente

esbozar la diferencia entre responsabilidad social corporativa y creación de valor compartido. La primera es concebida en la norma ISO 26000 como la responsabilidad de la empresa por los impactos de sus acciones y actividades sobre la sociedad y el ambiente (Acción RSE, 2012). La Comisión Europea se refiere a la responsabilidad social corporativa como la responsabilidad de la empresa por su impacto en la sociedad (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico [OCDE], 2011). La creación de valor compartido son acciones de las empresas para generar valor económico y social, lo que implica lograr éxito económico y progreso social.

Las formas de crear valor compartido son: nuevos mercados y productos, redefinir la productividad de la cadena de valor y crear *cluster* (Porter y Kramer, 2011). Conviene indicar que los autores no resaltan alguna de las formas sobre las otras.

En la primera forma de creación de nuevos mercados y productos, los citados autores destacan el caso de microcrédito, que constituye un préstamo de bajo monto otorgado a personas con bajos ingresos, de preferencia para fines productivos; por ejemplo, el microcrédito otorgado por Unilever en India a propietarios de pequeños comercios que distribuyen productos de dicha empresa. El microcrédito es un buen ejemplo en Guatemala de creación de valor social: una investigación sobre el tema reveló que quienes reciben microcrédito declararon tener una mejor alimentación que quienes no reciben (Díaz, 2013).

En la forma de redefinir la productividad de la cadena de valor, Porter y Kramer (2011) describen cómo Nestlé rediseñó su abastecimiento de café para su producto Nespresso, a través de la capacitación a productores de café a pequeña escala de África. La compra de café a dichos productores permitió a ellos mejorar sus fuentes de ingreso y a Nestlé garantizar la compra de café en la calidad requerida para su producto.

En el caso de creación de *cluster*, los autores referidos mencionan el caso de Walmart, que realiza la práctica de comprar a agricultores locales frutas, verduras y legumbres que distribuye en los supermercados. Esta práctica es observable en Guatemala en el *cluster* de turismo creado alrededor del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada (Irtra) de Retalhuleu. Una investigación realizada al respecto evidencia que en los municipios cercanos al complejo recreativo, la tasa de pobreza es menor que la de otros municipios del departamento (Díaz, 2015). El derrame económico del turismo local contribuye a la creación de valor social.

El sitio web sobre finanzas de Yahoo publicó en 2018 historias de creación de valor compartido que ameritan mencionarse. La primera es sobre la reducción del peso de revistas que leen los pasajeros que viajan en los aviones de United (Arias, 2018). Dicha acción implicó para la empresa creación de valor económico y valor ambiental, por el aumento de ganancias y menor contaminación por la emisión de CO², al reducir el consumo de combustible. Por su parte, Coca-Cola lanzó el año pasado la campaña «Por un mundo sin residuos», que pretende lograr en 2030 recoger y reciclar los envases de lata y botella que vende (Moye, 2018). Esta política permitirá a la empresa abastecerse de insumos para su producción a menor costo (valor económico), a la vez que contribuye a reducir la contaminación (valor ambiental) y crea fuentes de trabajo por la recolección de los envases (valor social).

De la teoría a la práctica

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Rafael Landívar decidió adherirse a la teoría de creación de valor compartido. Para el efecto, en 2018 se inició el programa «Cero papel» en los cursos de Contabilidad. En la práctica, dicho programa consistió en implementar una aplicación, llamada Sisconta, para realizar los ejercicios que se practican en dichos cursos, eliminando el uso de papel. Se pretende extender esta experiencia a otros cursos, motivando en los docentes reducir al mínimo el uso de papel y utilizar, en sustitución, medios digitales para la entrega de trabajos o evaluaciones académicas. La línea de base ya se elaboró para medir el ahorro en el consumo de papel en la facultad. Con esta iniciativa, la facultad contribuye a crear valor económico y ambiental en la universidad.

Conclusión

Las empresas deben trascender la visión de generar solo valor económico. La responsabilidad social de las empresas es más que generar ganancias, pues también deben tener como objetivo la creación de valor social y ambiental. El valor social permite a la empresa impactar en la comunidad donde funciona, mientras el valor ambiental permite realizar sus operaciones en armonía con la naturaleza. En ambos casos, se obtienen ganancias de forma sustentable.

Referencias

Acción RSE. (ed.). (2012). *Creación de valor compartido*. Santiago de Chile: Acción.

Arias, M. (2018). *La medida con la que United Airline ha ahorrado una cantidad considerable de dinero*. Recuperado de <https://es-us.deportes.yahoo.com/noticias/la-medida-con-la-que-united-airlines-ha-ahorrado-una-cantidad-considerable-de-gasolina-y-dinero-134828579.html>

Cournot, A. (1969). *Investigaciones acerca de los principios matemáticos de la teoría de las riquezas*. Madrid: Alianza.

Díaz, G. (2013). Microcrédito: Pequeño préstamo con gran impacto. *Revista Académica ECO*, (9), 51-58.

____ (2015). Turismo y desarrollo local. *Revista Académica ECO*, (13), 55-66.

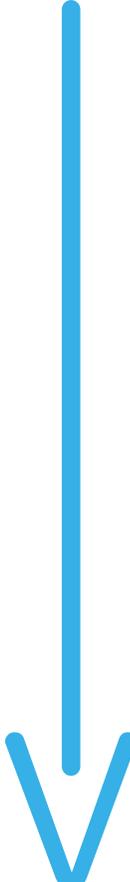
Friedman, M. (13 de septiembre de 1970). La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios. *The New York Times Magazine*, pp. 1-7.

Moye, J. (2018). *Un mundo sin residuos: Coca-Cola anuncia ambicioso objetivo en empaques sostenibles*. Recuperado de <https://journey.coca-cola.com/historias/un-mundo-sin-residuos-coca-cola-anuncia-ambicioso-objetivo-en-em>

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE). (2011). *Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales*. Recuperado de <http://www.oecd.org/daf/inv/mne/MNEguidelinesESPANOL.pdf>

Porter, M. y Kramer, M. (2011). La creación de valor compartido. *Harvard Business Review*, 89(1), 1-18.





Conectividad y movilidad peatonal en barrancos de Guatemala

Valorización del paso peatonal en el interior del barranco Las Guacamayas, que comunica las colonias residenciales Primero de Julio y El Milagro, en el municipio de Mixco, Guatemala

Mgtr. Manfredo J. Corado López

Director de Arquitectura, Facultad de Arquitectura y Diseño
Universidad Rafael Landívar

La iniciativa nace de la alianza entre la Universidad Rafael Landívar (URL), la Fundación Ciudad Emergente (Chile) y la Fundación Crecer (Guatemala) en el marco del proyecto «Ciudades compartidas para el desarrollo sostenible» del Fondo Chile (Ciudad Emergente, 2018). Se busca una transferencia de conocimiento multipaís (Chile-Guatemala) en tácticas urbanas y herramientas de medición para el desarrollo social y protección medioambiental, con especial énfasis en tres de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas: ciudades y comunidades sostenibles, acciones por el clima y ciudades justas e inclusivas.

Al seguir estos objetivos, el curso de Taller de Urbanismo de la Facultad de Arquitectura de la URL planteó comprender el comportamiento de los barrancos como ejes de movilidad peatonal a lo largo de la mancha urbana de la ciudad de Guatemala, para lo cual se utilizaron distintas tácticas urbanas y acciones a corto plazo que buscan llegar a cambios en el largo plazo. Esta metodología innovadora busca incluir a los ciudadanos y obtener información desde los usuarios que permita generar indicadores para una mejor toma de decisiones en la intervención y gestión de estos espacios naturales.

La relevancia de los barrancos como área de estudio se debe a que estos conforman el 42 % del territorio del área metropolitana, y pueden llegar a conformar el cinturón verde metropolitano, razón por la cual surge la necesidad de conocer estos espacios, medirlos y, obtener información, con el fin de tomar decisiones de diseño urbano que valoricen el área, motiven un uso responsable del espacio y colaboren con el mantenimiento y cuidado de los recursos naturales.

El barranco Las Guacamayas tiene una extensión de sesenta hectáreas y constituye una de las áreas verdes más importantes del municipio de Mixco y de la ciudad de Guatemala. También forma parte del Cinturón Ecológico Metropolitano (CEM), el cual busca reducir el deterioro ambiental mediante la recuperación y valoración de los barrancos.

Durante las últimas décadas, estas quebradas naturales, características de todo el territorio de la ciudad, han limitado su crecimiento y expansión sin seguir una planificación urbana. Esta condición en sus bordes ha producido un fuerte impacto en el territorio, ya que han sido utilizados como botaderos de basura y rellenos sanitarios, presentan fuertes problemáticas de contaminación, deforestación e invasión de vivienda formal e informal, lo que provoca fragmentación social y espacial en el área metropolitana.

Parte del área limítrofe del barranco Las Guacamayas colinda con dos colonias residenciales, Primero de Julio y El Milagro, cuyos bordes se encuentran enfrentados y conectados espacialmente a través de senderos que descienden por el barranco y se unen por un puente que cruza el río. Este eje de conectividad peatonal es relevante en el sector ya que los vecinos lo utilizan para moverse y realizar actividades cotidianas, como ir al trabajo o centro educativo. Según mediciones levantadas en trabajo de campo, aproximadamente setecientas personas al día cruzan por el barranco en horario de 6:00 a 18:00 horas.

Los ciudadanos utilizan estos espacios para su movilización cotidiana debido a que acortan el tiempo para llegar a sus destinos. Una persona demora quince minutos en cruzar el barranco a pie; de lo contrario, llegar al otro

extremo toma alrededor de una hora y quince minutos, razón por la cual muchos de los barrancos de la ciudad son utilizados como vías de movilidad alternativa o complementaria para poder desplazarse a sus destinos.

La intervención en el barranco Las Guacamayas comprobó la hipótesis que, a través de (re)valorizar los senderos, los ingresos y el puente de este eje de comunicación, aumenta la percepción de seguridad de los usuarios y por tanto crece el número de personas que cruzan los barrancos, lo que genera la oportunidad para crear conciencia en la comunidad y sensibilizar a los vecinos en cuanto al cuidado, protección y mantenimiento de estos entornos naturales. Esto a la vez permitió obtener información de cómo pueden llegar a componer estos espacios estructuras de movilidad para la ciudad.

Los indicadores de las herramientas de medición utilizadas en las tácticas del 22 de abril de 2018, como el «árbol de ideas», recogieron datos que revelan el potencial de estos espacios. Los resultados demostraron que los vecinos sueñan con barrancos limpios que funcionen como parques y vías de conectividad entre los barrios y la ciudad. Además, revelaron que existe un compromiso de los vecinos con estas áreas y entregaron información que genera directrices de diseño y planificación que pueden colaborar para transformar estos espacios verdes como vías de movilidad sustentable, y de esta manera consolidar espacios de encuentro para los ciudadanos.

Por medio de estas tácticas urbanas en los barrancos, se observa la oportunidad para, de manera ágil, comprender dichos espacios con ayuda de indicadores útiles para diseñar un modelo replicable que pueda transformar a largo plazo los barrancos, y desarrollar una ciudad sostenible, justa, conectada y amigable con el medioambiente.

Referencia

Ciudad Emergente. (27 de mayo de 2018). *Manual de barranqueros*. Recuperado de https://issuu.com/ciudademergente_cem/docs/manual_barranqueros_v4