



Empresas de América Latina adoptan el valor compartido y el propósito corporativo

LAURA AMAYA, SANDRA MEDRANO

En mayo de este año, la [Shared Value Initiative](#) de FSG organizó su novena conferencia anual, el Shared Value Leadership Summit, en Boston, EEUU. El Summit reúne una amplia gama de líderes ejecutivos y profesionales para reflexionar sobre cómo avanzar el concepto del valor compartido a nivel mundial. El Summit de este año se enfocó en cómo realizar la promesa del propósito. ¿Cómo pueden las empresas crear un propósito significativo y auténtico que genere un cambio positivo en el mundo y al mismo tiempo impulse el crecimiento y los retornos de negocio para las empresas?

En FSG, hemos estado pensando sobre este tema recientemente. Hemos observado que consumidores, accionistas y empleados exigen cada vez más que las empresas tomen un rol activo en abordar diferentes retos sociales, tal como la desigualdad, la falta de oportunidades de empleo y crecimiento para la fuerza laboral, o la baja calidad y el alto costo de la educación. Muchos concuerdan que las empresas tienen herramientas únicas (capacidad para llegar a escala, recursos, influencia) que las diferencian de otros actores y las posicionan para abordar los problemas sociales de formas en que otros actores no pueden hacerlo. Un propósito corporativo ayuda a las empresas a catalizar el cambio social usando su posicionamiento único. Al observar empresas alrededor del mundo, vemos que aquellas que lideran con un propósito [significativo, auténtico, rentable y serio](#) producen mejores resultados para el negocio y a la misma vez impulsan cambios significativos en sus comunidades locales y globales.

En el Summit de este año, América Latina se destacó en las discusiones sobre el valor compartido y el propósito corporativo. Como parte de una creciente red de líderes de valor compartido en América Latina, FSG recibió a tres delegaciones de líderes empresariales de Perú, Brasil, y Colombia, quienes conformaron casi el 20 por ciento de los todos los participantes del Summit. Incluyendo a estas delegaciones, cerca de 40 ejecutivos

y líderes de valor compartido de la región nos acompañaron para explorar formas de avanzar el concepto en sus respectivos países.

A lo largo de América Latina, las empresas están comenzando a tomar un papel crítico en la sociedad que va más allá de sus actividades habituales, como crear empleos o pagar impuestos. En muchos contextos, las empresas han llenado vacíos en términos de desarrollo social cuando otros actores, incluido el gobierno, han carecido habilidad y capacidad para efectuar cambios. Adoptar un propósito corporativo ayuda a que las empresas optimicen su rol en la sociedad. Un ejemplo claro es el del grupo peruano Intercorp. Su presidente, Carlos Rodríguez-Pastor, habló sobre el camino que [Intercorp](#) ha tomado en asumir su papel como un líder de valor compartido en Perú.

En el Summit, Carlos Rodríguez-Pastor compartió cómo Intercorp está cumpliendo su propósito de “lograr que Perú se convierta en un país desarrollado” a través de inversiones de valor compartido en educación, salud e infraestructura. Entre varios ejemplos, Rodríguez-Pastor habló sobre Innova Schools, una red de colegios privados que se centra en el diseño de currículos y la infraestructura escolar de alta calidad. A través de su modelo de negocio, Innova Schools ha mejorado significativamente los resultados educativos de la clase media en Perú. Los estudiantes de Innova Schools no sólo reportan puntajes significativamente más altos que el promedio en exámenes nacionales de matemáticas y lectura, sino que también pasan a cursar educación universitaria de alta calidad. Algunos estudiantes incluso han obtenido becas a prestigiosas universidades a nivel mundial, como lo son las universidades de Harvard y Princeton. Desde un punto de vista comercial, Innova School ha generado más de US\$38 millones en ingresos para financiar el desarrollo de nuevos colegios y estimular el crecimiento del portafolio de negocios de Intercorp. <La presentación completa de Carlos Rodríguez-Pastor se encuentra [aquí](#).>

La energía que se ha generado en torno al valor compartido y al propósito corporativo en América Latina es evidente, y el éxito de Intercorp en Perú inspiró directamente a los asistentes al Summit de la región. A través del valor compartido, las empresas pueden impulsar el cambio social significativo dentro de su propio contexto y a la vez lograr mayor crecimiento y mejores retornos para su negocio.

Tan sólo unas semanas después del evento, los participantes de Perú están forjando alianzas para ampliar el diálogo en torno al propósito y crear una lista de empresas peruanas líderes en valor compartido, inspirada en la lista “[Change the World](#)” que desarrolla la revista Fortune con el apoyo de FSG. Los representantes de Brasil se han comprometido a formalizar la red local de valor compartido, conectándose con la [Rede Brasil do Pacto Global](#), una iniciativa de la ONU. Los ejecutivos colombianos se

sintieron tan inspirados que muchos están comenzando a construir prácticas de valor compartido en sus empresas, con el apoyo de la [ANDI](#) (Asociación Nacional de Industria), quien ayudó a organizar la delegación del país en el Summit.

En FSG, vemos las grandes oportunidades que diferentes empresas latinoamericanas tienen para impulsar cambio real y significativo a los problemas más críticos que afectan a sus países a través de soluciones empresariales escalables y sostenibles. Nos entusiasma ver a más y más líderes aprovechar el poder de la empresa, el espíritu de colaboración y el compromiso al propósito corporativo para avanzar en este trabajo. Durante los próximos meses, estaremos compartiendo una serie de blogs en español relacionados con este tema en nuestro sitio web de [FSG en América Latina](#). Esperamos continuar aprendiendo más sobre empresas en la región que están adoptando el concepto de valor compartido y estamos dispuestos a apoyar a nuestros colegas en su aprendizaje. Si tienen ejemplos de cómo integrar un propósito corporativo auténtico y cómo crear valor compartido en América Latina, no duden en contactarnos.

[Aprende más sobre los servicios de valor compartido que ofrece FSG \(en inglés\) >](#)

[Lee otros artículos sobre el propósito corporativo \(en inglés\) >](#)