

Anexo Resumen CDCA-211/2015

Título del trabajo:

Aplicación de estrategias de creación de valor compartido en una compañía de logística internacional

Nombre y apellido del alumno: Joaquín Ignacio Migliore

Nombre y apellido del tutor: Raúl Ortiz

Correo electrónico del alumno: joaquin.migliore@hotmail.com

Palabras clave: Valor Compartido y Responsabilidad Social Empresaria

Resumen:

El objetivo del trabajo fue presentar una propuesta de acción acompañada de un balance social para equilibrar los recursos y experticia únicos de la compañía estudiada creando así valor económico al crear valor social, convirtiendo a las acciones de desarrollo social en integrales para el posicionamiento competitivo y la obtención de resultados corporativos satisfactorios de largo plazo.

En última instancia, se buscó generar conciencia en la organización acerca de las cuestiones mencionadas y contribuir a la profesionalización gerencial de la misma. Se integraron los conceptos de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) y de Creación de Valor Compartido (CVC) aplicados al caso de una compañía real de logística internacional.

En primer lugar, se estudió a la compañía en cuestiones de RSE, diagnosticando su situación actual y detectando oportunidades para construir valor compartido. Luego se buscó rediseñar la estrategia y metas del negocio de acuerdo al modelo presentado por Porter incluyendo las dimensiones “Adentro hacia afuera” y “Afuera hacia adentro” para la creación de Valor Compartido. Se utilizó como vínculo de conexión directo entre RSE clásica (Reactiva) y la Creación de Valor Compartido, a enfoques de RSE estratégica más amplios y de largo plazo.

Más adelante, se desarrolló una herramienta de medición objetiva y cuantitativa de indicadores (en base a la estrategia de creación de valor compartido previamente definida) y por último se establecieron herramientas de comunicación con los grupos de interés que rodean a la compañía estudiada.

Se utilizaron como métodos de obtención de información principalmente la observación directa del funcionamiento de la compañía y entrevistas a directores y gerentes.

Los resultados en el incremento del número de operaciones aduaneras de la compañía demuestran indicios de mejoras en la posición competitiva y potencialmente la creación de valor social.