



Cadenas de Valor Híbridas: un modelo de responsabilidad social corporativa donde gana la sociedad y la empresa

Cuando una empresa dona computadores a un colegio, la comunidad escolar los recibe de buena gana, aunque inmediatamente supone que la intención que hay detrás del regalo es mejorar la imagen. Y cuando estas acciones son percibidas como marketing, su efecto es adverso. Hace algunos años, Bill Drayton y Valeria Budinich, altos ejecutivos del fondo de inversión en emprendimientos

sociales, Ashoka, integraron la RSC al modelo de negocio y lo denominaron Cadenas de Valor Híbridas. En él, proponen incorporar la colaboración entre emprendedores sociales y empresas para crear y expandir mercados, generando valor económico y social. Ambas partes, según el modelo, tienen fortalezas complementarias.

Un ejemplo es el caso de Colcerámica y Kayrós:



Es una empresa de materiales de construcción



Es una ONG cuya misión es globalizar la riqueza como oportunidad de desarrollo

Ambas organizaciones identificaron un mercado a partir de tres datos:



Un sexto de la población del mundo vive en viviendas precarias



Esa porción equivale a un billón de personas



Su ingreso potencial es de un trillón de dólares

"Viste tu casa", así se denominó el plan, en el que Colcerámica puso los materiales de construcción y el "know how" técnico y de negocios, mientras que Kayrós, reclutó y administró una fuerza de venta femenina

El proyecto generó ingresos para mujeres desempleadas y permitió que Colcerámica incorporara a su modelo de negocios el formato casa-a-casa en poblaciones marginales a las que no tenía acceso. Sus costos de distribución bajaron en un tercio, y así consiguió repartir utilidades a

a las vendedoras. De acuerdo a las últimas cifras, el proyecto había vendido 12 millones de dólares, ayudado a 26 mil familias a mejorar sus condiciones de vida y permitido que alrededor de 300 vendedoras ganaran más de 300 dólares al mes.

Para que la RSC sea creíble, paradójicamente, tiene que involucrar lucro, tal y como lo hizo Colcerámica al generar valor económico y social. Quizás el mundo sería distinto si cada empresa tuviese un emprendimiento como el de la constructora colombiana y Kayrós

Novedades del centro



RIESGO REPUTACIONAL: ¿EN QUÉ ESTÁN LAS EMPRESAS?

Estudio que busca analizar las prácticas de las grandes empresas para manejar el riesgo reputacional e identificar los desafíos pendientes en esta materia.

Para ir al informe, haga click en el siguiente link: [Riesgo Reputacional](#)

¿DESPRESTIGIO EMPRESARIAL? Cómo restaurar la confianza



PABLO HALPERN
FRANCISCA LOBOS

EDICIONES
EL MERCURIO

DESPRESTIGIO EMPRESARIAL ¿CÓMO RESTAURAR LA CONFIANZA?

Ediciones El Mercurio
Disponible en librerías, Amazon e iTunes

Para comprar el libro, haga click en el siguiente link: [Comprar Libro](#)

¡Síguenos en nuestro nuevo LinkedIn!

[Centro Reputación Corporativa ESE Business School](#)



Centro Reputación Corporativa
ESE Business School
www.ese.cl