

RSE con enfoque humanista

Las empresas ahora les dan voz a las comunidades con las que tienen relación.

“Las actuaciones de las empresas no solo deben ser responsables con las comunidades con las que tienen algún tipo de relación, sino que deben ser legítimas”, señala Ernest von Kimakowitz, profesor internacional de la Universidad de St. Gallen Suiza, experto en responsabilidad Social Corporativa y Director de la Red Humanistic Management invitado por la Universidad EAN para hablar de la gerencia humanística en las compañías.

Según el experto, la Responsabilidad Social Empresarial toca de forma más integral a las organizaciones y se mete en el quehacer de estas.

Para el caso colombiano, el experto señala que el vuelco de la gerencia humanista está en que la

Ernest von Kimakowitz, profesor internacional de la Universidad de St. Gallen Suiza, experto en responsabilidad Social Corporativa y Director de la Red Humanistic Management.



empresa acepte que en sus procesos de transformación afecta el entorno y que es necesario minimizar ese impacto y acceder a métodos que le permi-

tan compensar los efectos causados.

Cuando las empresas asimilan esa realidad, su diálogo con quienes se relaciona tanto interna como

externamente, sus *stakeholders*, surge la verdadera comunicación, en la cual la empresa trabaja en mecanismos que realmente dignifiquen a los demás

actores y logra una mayor rentabilidad de sus procesos.

De hecho, durante sus charlas en la EAN, el experto indicó que las empresas también deben que tener un propósito y un significado que las hace ser sólidas. En medio de esta realidad, hay que advertir que el sector privado es dinámico y de entrada no solo cumple con las normas sino que tiene prácticas que en muchos casos superan las regulaciones vigentes.

LA SOCIEDAD HABLA

Una parte del impulso hacia la RSE ética es darles voz a las comunidades y escucharlas.

La tendencia mundial está mostrando que o se es de vanguardia y se escucha a las comunidades o la sociedad civil se manifiesta, generalmente como reacción a algo que no está bien hecho, y los costos son mucho mayores para las industrias.

Hoy, la presión de la sociedad civil sobre las compañías les obliga a realizar cambios, pero el ideal es que las empresas no arries-

guen su reputación y sus ingresos en esperar a que una reacción social desate una cadena de situaciones que puede incluso acabar con la empresa; para citar un caso, el reciente accidente de BP en el Golfo de México.

LAS EMPRESAS TAMBIÉN DEBEN

tener un propósito y un significado que las hace ser sólidas.