

Seminario internacional

Empresas y crisis humanitarias: dilemas y retos en las fases de prevención, respuesta y reconstrucción.

Madrid, 17 de febrero de 2011

El pasado 17 de febrero, se celebró en Madrid el Seminario internacional 'Empresas y crisis humanitarias: dilemas y retos en las fases de prevención, respuesta y reconstrucción, en el que se presentaron y analizaron experiencias innovadoras de RSE en este tipo de entornos complejos. La jornada estuvo patrocinada por la Fundación ICO y la AECID.

Hasta hace poco se había acordado un papel casi exclusivo a los gobiernos y a las organizaciones de ayuda humanitaria internacional para responder a las situaciones de crisis humanitarias, pero las compañías contribuyen cada vez más, mediante algún tipo de donación, de extensión de su actividad empresarial, de alianza público-privada o de innovación con impacto social a los esfuerzos de la comunidad internacional para paliar las condiciones de las poblaciones afectadas. La reciente implicación del sector privado en el tsunami en Asia, en el terremoto en Haití o en el terremoto y posterior tsunami de Japón, muestra la creciente predisposición de las empresas a implicarse cada vez más en este campo; sin embargo, también evidencia la necesidad de que tanto las empresas como el sector humanitario encuentren un lenguaje común, que les permita definir los momentos y espacios más adecuados para establecer o desarrollar esta relación, trazar sus objetivos, visionar su potencial alcance, definir sus roles y, también, aclarar sus límites y el respeto a unos principios comunes.

¿Cómo coordinar mejor la colaboración de las empresas en las crisis humanitarias? ¿Cuáles son los retos y los dilemas para las empresas, los gobiernos, las ONG y las organizaciones internacionales? ¿Dónde deben establecer las empresas los límites entre la acción humanitaria y el negocio? ¿En qué momentos del proceso se presentan las mayores oportunidades de colaboración? ¿Dónde se presentan las principales dificultades para la acción, la coordinación y la relación entre empresas y ONG? ¿Cómo pueden contribuir las herramientas e indicadores de la RSE a este tipo de estrategias?

Estas y otras preguntas relacionadas fueron planteadas y analizadas a lo largo del Seminario Internacional "Empresas y crisis humanitarias: dilemas y retos en las fases de prevención, respuesta y reconstrucción" que, organizado por el Instituto de Innovación Social de ESADE y la Escola de Cultura de Pau (UAB), se llevó a cabo el 17 de febrero de 2011 en Madrid.

El seminario sacó a la luz varios temas importantes para la gestión global de la RSE en el siglo XXI. El objetivo del seminario era el de analizar las oportunidades y los límites de dicha colaboración y la primera conclusión que se hizo patente fue la necesidad de continuar reflexionando conjuntamente sobre este tema sensible, complejo pero estratégicamente clave para los tiempos en los que vivimos. En este sentido, se mostraron ejemplos de empresas que habían intervenido en crisis humanitarias mediante diferentes tipos de donativos, otras que aportaron su know-how, productos, servicios y personal especializado y otras, finalmente, que habían nacido precisamente para diseñar y producir productos destinados únicamente a este tipo de situaciones. En cualquiera de los casos mencionados, esta contribución empresarial fue valorada como una fuente importante de motivación para los empleados y de innovación.

Fueron muchas las aportaciones que se hicieron, tanto por parte de los ponentes como del numeroso público asistente, pero quizás se podrían dejar algunas ideas sobre la mesa de los muchos debates que se suscitaron. La primera de ellas sería la necesidad de buscar complicidades entre los diferentes actores implicados respetando los ideales de la "acción humanitaria" como marco de trabajo pre-establecido. Esto planteó la cuestión de los límites entre la acción humanitaria y el negocio y de cómo las empresas pueden gestionar internamente estos dos ámbitos. En este sentido se planteó también la necesidad de mejorar la formación sobre estos temas en las empresas, de atender escrupulosamente al contexto cultural local en cualquier actividad que se quiera llevar a cabo y de buscar el "actor óptimo" para conseguir responder de la mejor manera posible a las necesidades que plantean este tipo de situaciones, sea éste público, no gubernamental o privado. Frente a una demanda de ayuda

humanitaria que no cesa de aumentar, las alianzas público-privadas en este ámbito de actuación son especialmente relevantes y las oportunidades de negocio en colaboración con organizaciones internacionales pueden significar un mercado relevante si las empresas adoptan estrategias a largo plazo.

En el mes de septiembre, el Instituto de Innovación Social de ESADE y la Escola de Cultura de Pau (UAB) publicaran un amplio informe que incluirá estudios de caso significativos así como recomendaciones para las empresas que opten por incidir en este tipo de contextos de manera más responsable.

Organizado por:



Con el apoyo de:

