

PERFIL

Mexicano, con maestría en Administración y Dirección de Empresas, experto en consultoría en Responsabilidad Social y Sostenibilidad.

LÍDER Y PIONERO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD

KLAUS GERMAN PHINDER

Director de Desarrollo Corporativo y Responsabilidad Social Empresarial en AB Estudio de Comunicación

✍ Redacción LM 📷 Oscar Agis 🗣 Carlos Cuevas

“Un empresario que se asume como líder debe tener en la mira el tema de responsabilidad social. Si no lo incorpora en su comunicación corporativa se quedará muy corto en lo que quiera transmitir a sus diversas audiencias”, indica Klaus German Phinder, Director de Desarrollo Corporativo y Responsabilidad Social Empresarial en AB Estudio de Comunicación.

EN 2020, y lo que va de 2021, el concepto de responsabilidad social empresarial ha calado en gran parte del mundo, ante la necesidad de mayores respuestas frente a la crisis por la pandemia del COVID-19. Empresas de todos los tamaños han aportado su grano de arena, demostrando que no solo las grandes multinacionales pueden tener estrategias o iniciativas para el beneficio de los colaboradores, proveedores y clientes.

Klaus German considera que todas las compañías pueden aportar de alguna manera a la sostenibilidad en beneficio de sus grupos de interés, ya sea de manera interna o externa.

Ciertamente no todas las empresas pueden aportar valor a las comunidades vulnerables del lugar donde operan, pero al menos sí pueden emplear una estrategia de responsabilidad social que tome en consideración la estabilidad de los empleados y la huella de contaminación de sus operaciones, solo por mencionar un par de ejemplos.

“Empresarios de mucha tradición antes no comunicaban lo que hacían en responsabilidad social. Ahora ven la oportunidad de hacerlo para generar mayor lealtad frente a sus empleados, clientes, para tener un mejor desarrollo de proveedores, una mejor imagen corporativa y realizar mejores alianzas con asociaciones civiles”, afirmó.

Dentro de AB Estudio de Comunicación, Klaus German Phinder se desempeña como asesor, estatega y coordinador para que las empresas se adentren al mundo de la sostenibilidad, empezando con la realización de un diagnóstico sobre el entorno o sociedad donde pretenden impactar positivamente, además de ver de qué manera se pueden establecer relaciones con la sociedad civil y con los diferentes niveles de gobierno.

Así mismo, Klaus acompaña a sus clientes en la realización de sus reportes bajo los estándares internacionales del GRI, de la organización Global Reporting Initiative, con los mejores mensajes e indicadores para transparentar las acciones de sostenibilidad.

La estrategia adecuada

En México el tema de Responsabilidad Social Empresarial va en aumento. Actualmente, señala Klaus German Phinder, son cerca de 2 mil las empresas que tienen el distintivo Empresa Socialmen-

te Responsable (ESR), de las cuales 50% son grandes compañías y el resto pequeñas y medianas empresas.

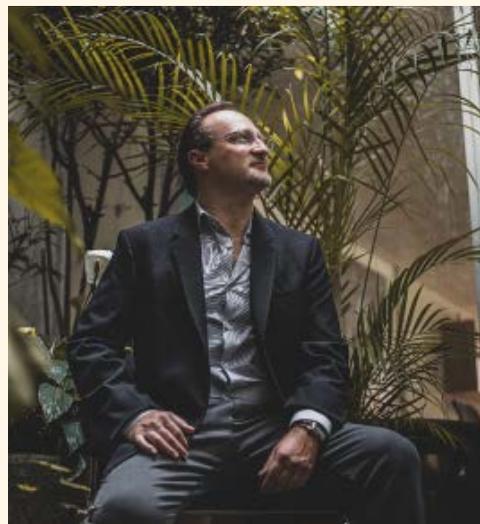
En 2015, los países miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) acordaron seguir la llamada Agenda 2030, con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que pretenden abordar temas como el fin de la pobreza, el hambre, la educación, la inclusión social, la paz global, el cambio climático y otros.

Estos objetivos están establecidos como un marco para que las acciones del sector privado estén alineadas al cumplimiento de éstas. Es decir, sumarse a la estrategia global por el desarrollo integral del mundo es una gran ruta, para cualquier empresa, en su gestión de responsabilidad social y sostenibilidad.

“La forma equivocada de ver este tema es pensar que solo se trata de filantropía, de destinar dinero para algunas causas. Una forma importante de ayudar es a través del voluntariado, sumando a los colaboradores a realizar actividades para ayudar a las comunidades”.

Sobre los beneficios que aporta la responsabilidad social, indica que a medida que la empresa comienza a adoptar este tema a su misión, visión, valores y códigos de ética, la compañía se gestionará mejor.

“Los clientes dejarán de verla como un ente que solo provee un servicio o producto, porque está comprometida con el país. Los proveedores sabrán que la empresa busca que ellos crezcan junto con ella, a los inversionistas podrá hablárseles no solo de rentabilidad y recursos, sino de la buena reputación que ya tiene la empresa frente a la sociedad. A los colaboradores se les motiva para que se involucren con sus familias a ciertas causas, en términos financieros hay interés por consumir los productos o servicios de la empresa y, en términos fiscales, hay beneficios porque muchos de los recursos dedicados a esto son deducibles de impuestos”, concluye. ▀



i UN DATO

Klaus German Phinder también se desempeña como presidente de la revista Ganar-Ganar, y Ganar-Ganar TV por ADN40. Actualmente, funge como asesor para diversas instituciones tanto en el sector público y privado, como Grupo Aries, MCM Telecom, Ayuntamiento de Mérida, Gobierno del Estado de México, Opentec, Hotel Rosas & Xocolate, por mencionar algunos.

www.klausgermanph.com

@klausgermanph

Klaus German Phinder

@klausgermanph

klaus.german@gmail.com

i GANADOR

Este año, la organización WordCob, institución global dedicada a promover el desarrollo empresarial en todo el mundo, reconociendo e impulsando el crecimiento de empresas, otorgó el reconocimiento The Biz Hybrid Business Excellence Award por los más de 20 años de consultor, liderazgo y ser Klaus German Phinder pionero en México en ambos temas (Responsabilidad Social y Sostenibilidad).

PANORAMA ESR EN MÉXICO

- 903 empresas recibieron el distintivo ESR 2021 en la categoría de Grandes Empresas durante el XIV Encuentro Latinoamericano de Empresas Socialmente Responsables.