

# ¿Crean valor las humanidades?



—por CLAUDIO PIZARRO—

**P**ara crecer al 5% en forma sostenible es clave incorporar una mirada amplia en el proceso de toma de decisiones y eso es, precisamente, lo que las humanidades aportan.

Días atrás me preguntaban: ¿Existen datos o evidencia científica que respalden que las humanidades contribuyen a la creación de valor económico? La respuesta no es sencilla, porque medir ese impacto no es trivial. Aun así, mi respuesta es tajante: el aporte es enorme.

Como seres humanos somos animales sociales y el valor económico es el resultado de nuestras interacciones. En el pasado esas interacciones eran de primer orden, o sea, simples, ya que la creación de valor dependía de interacciones lineales y predecibles. Hoy, en cambio, las interacciones son de segundo, tercer y hasta de cuarto orden, donde la complejidad crece exponencialmente y, por lo tanto, impredecibles. El cambio climático, la revolución digital y la crisis de la democracia hacen todo más difícil.

En este contexto, hace unos días un empresario agrícola que exporta toda su producción señalaba: “Sin construcción de un tejido social en la empresa no es posible construir ventaja competitiva, porque se trata de competir por la preferencia de canales y consumidores, a partir de todo lo que representa el producto. Los mercados desarrollados premian el relato detrás de tu producto”.

Otra historia ilustra el punto: “Hace casi 20 años, en la Patagonia, una empresa fue comprada por nuevos inversionistas. La compañía entregaba implementos rudimentarios a sus trabajadores para operar en condiciones de 20º bajo cero en invierno: botas de caucho, un overol y chaqueta de mezclilla; todo muy básico para el clima de la zona. Los implementos solían ser robados y vendidos en la ciudad. Cuando los nuevos dueños asumieron, cambiaron radicalmente este enfoque. Entregaron parkas

largas de pluma, overoles térmicos y botas con forro, todo diseñado para el frío. Ante la preocupación del encargado de bodega por posibles robos, el nuevo gerente general respondió: “Eso es justo lo que esperamos: que la comunidad use nuestra ropa con nuestro logo, para que se identifiquen con la empresa y la sientan suya”. Era una empresa que quería ser parte de la comunidad. Con los años, todos querían trabajar en ella y, tiempo después, ya no hubo robos ni venta de prendas (todos tenían una). La empresa sabía que su rol no era solo generar utilidades, sino que ser parte de una comunidad”.

El libro recién publicado “Economía Humanista”, de Joseph Ramos, refuerza lo arriba indicado. También la reciente charla “¿Por qué importan las humanidades?”, de Carlos Peña, a lo que se suma el premio internacional recibido por segundo año consecutivo por CMPC en materia de sostenibilidad. Es posible y necesario crear valor económico, ambiental y social en el largo plazo, sin que haya contradicción entre estas tres dimensiones.

No nos equivoquemos, si aspiramos a un crecimiento sostenible del 5%, primero construyamos acuerdos de vida en común, de convivencia en torno a un proyecto país que nos convoque, comprometa y movilice como comunidad. Esto exige humanizar el país, las empresas, nuestra familia y a nosotros mismos.

Por esto es que iniciativas como Encuentro x Chile son tan valiosas.

Partamos poniendo a las humanidades en el centro, porque no basta con ciencia, tecnología y economía. El desafío que impone la inteligencia artificial es de humanidad, de cómo usarla a favor de las personas. Sin duda, la historia de la humanidad de los últimos 130 años así lo demuestra.

*Profesor adjunto de Ingeniería Industrial en la Universidad de Chile y managing partner en CIS Consultores.*