



UNIVERSIDAD **UDLA**
DE LAS AMÉRICAS PUEBLA

HACIA UNA AMÉRICA LATINA MÁS UNIDA E INTEGRADA

CLADEA 2008

XLIII Asamblea Anual del Consejo Latinoamericano
de Escuelas de Administración

Del 22 al 25 de Octubre



“El Papel de las Escuelas de Negocios en la Responsabilidad Social y Ética de las Organizaciones”

Por: Miguel Angel Axtle Ortiz*

Hemos dejado muy atrás la frontera en la que se debía convencer y explicar por qué es necesario y de suma importancia, enseñar preceptos de ética sobre el mundo de los negocios y de responsabilidad social, en las escuelas de administración.

Resumo sólo algunos de los beneficios de las organizaciones que los ejercen:

Financieros.- Derivados de la eficiencia y productividad de colaboradores que se saben cuidados y que participan en una organización que genera dinero, como debe de ser y de los que se ven favorecidos/as, pero que también genera beneficios sociales que a diferencia de los económicos son integradores y no se disminuyen cuando se comparten. Al contrario, generan más riqueza social y como resultado permiten acrecentar el capital económico.

Intangibles.- Se incrementan algunos de los activos intangibles más valiosos de las organizaciones. Se tratan del nombre de la organización, su reputación e imagen. Estos elementos del capital intelectual de las organizaciones, generan altos beneficios.

Escándalos financieros corporativos de un pasado no muy lejano catalizaron la investigación y desarrollo en la academia en diversas prácticas de gobierno corporativo, herramientas de control y códigos de ética, así como su implementación en las organizaciones.

Se enseña sobre la innegable benéfica repercusión derivada del bien hacer y del bien actuar, es más, del deber ser y deber actuar de los miembros de las organizaciones, al ejercer la responsabilidad social y ética.

Pero el enseñar, no implica aprender. El aprender sólo se da en el hacer y ejercer. Se suele escuchar que la Universidad es formadora. Nada más equivocado. La Universidad es sólo uno de los espacios donde el individuo se forma. Uno de los derechos y obligaciones fundamentales, irrenunciables e intransferibles del ser humano es formar-SE día a día como hombre o mujer.

La crisis económica mundial actual, no es más que el resultado de la falta de ética de los operadores financieros, muchos de ellos graduados de encumbradas “Business Schools”

Pregunto:¿Qué está faltando? ¿Las Universidades y sus Escuelas de Negocios son corresponsables? La responsabilidad implica obligación. Son corresponsables cuando no hacen disponibles preceptos de ética y de responsabilidad social. Pero cuando sí lo hacen, la volición de ejercerlos sólo se encuentra en el profesionista.

Posibles respuestas se encuentran en los orígenes. Me referiré a dos. El individuo y la universidad como origen.

El individuo como origen

El individuo como origen esta presente en el ejercicio de prácticas de responsabilidad social y éticas, pues ellas sólo se dan por querer ejercerlas, más allá del deber. Si se debe hacer algo y no se quiere hacer, no hay más. A menos que exista un motivo de orden superior o bien una sanción que empuje o arrastre lo suficiente y aún así existirá la elección de evadir o responsabilizarse de las consecuencias.

Así el individuo es origen de la elección del bien ser y del bien actuar. ¿Qué puede hacer la academia al respecto? Seleccionar mejor a sus estudiantes. ¿Qué más? Ofrecer la enseñanza de valores y virtudes que puedan llegar al estudiante y detonar su deber ser y su querer ser ético y socialmente responsable.

Es una cadena de retos que debe iniciar desde adentro del individuo. Adentro de los administradores que hagan posible cuidar a quienes están dentro de la organización, buscando mejorar su calidad de vida que no necesariamente está vinculada a la retribución económica, tanto de los trabajadores y de los proveedores; de sus familias, que es un tema que trata la responsabilidad social-familiar; así como de las comunidades donde se encuentran y al mismo tiempo proteger el ambiente y generar desarrollo económico.

La educación no crea el capital social que se genera en ese ejercicio, pero si lo fortalece y debe promoverlo.

La Universidad como origen

La Universidad de origen y como origen significa que si bien ella no constituye al individuo, si está involucrada y debe estar comprometida en el desarrollo del carácter. Del carácter de la persona en el candidato o aspirante a un grado académico y que se reflejará en el ejercicio del profesionista. ¿Cómo promover el empuje o arrastre hacia el fortalecimiento del carácter entendido como la combinación de voluntad, inteligencia y sensibilidad en las escuelas de negocios de Latinoamérica?

Una forma puede ser mediante el compromiso desde el inicio de los estudios y su refrendo constante a lo largo de sus cursos mediante un código de ética. Firmar compromete, más cuando se hace por convicción y no por obligación. Pero un código de ética sin una acción coercitiva ante el incumplimiento, puede ser sólo un papel más con tinta. La sanción del incumplimiento puede comenzar con la suspensión de todos los derechos de asociación con la institución académica.

Las universidades y escuelas de negocios pueden adoptar los Principios para la Enseñanza Responsable de la Administración, presentados el año pasado en la Global Compact Leaders Summit de las Naciones Unidas por una comisión de 60 decanos y rectores de escuelas de negocios de todo el mundo.

Los principios proveen un marco de referencia para impulsar la responsabilidad social corporativa a través de la incorporación de valores universales en la currícula, la investigación, metodologías de enseñanza y estrategias institucionales.

Los 6 principios son:

Principio 1

Propósito: Desarrollaremos las capacidades de los estudiantes para que sean futuros generadores de valor sostenible para los negocios y la sociedad en general y trabajar por una economía inclusiva y sostenible.

Tarea nada fácil, desarrollar capacidades para generar valor sostenible en los negocios y la sociedad. Se requiere una serie de medidas que contemplan los demás principios.

Principio 2

Valores: Incorporaremos en nuestras actividades académicas y currícula los valores de la responsabilidad social global como las representadas por iniciativas como la Global Compact de las Naciones Unidas.

Una iniciativa para los negocios con el propósito de alinear las operaciones y estrategias de los negocios con áreas correspondientes a los derechos humanos, laborales, de medio ambiente y anticorrupción. Se deben desarrollar, adoptar y monitorear indicadores relativos a estas áreas en las organizaciones.

Principio 3

Método: Crearemos marcos educativos, materiales, procesos y ambientes que permitan el aprendizaje efectivo de experiencias para el liderazgo responsable.

Todo un reto, la creación de ambientes y metodologías para un aprendizaje efectivo y más en el liderazgo que no se puede aprender de la enseñanza, sólo en el ejercicio. Habilitar los espacios para todo el que quiera y pueda ser líder tales como grupos estudiantiles y asociaciones.

Principio 4

Investigación: Desarrollaremos investigación empírica y conceptual que adelante nuestro entendimiento acerca del rol, dinámicas e impacto de las corporaciones en la creación de valor social, ambiental y económico.

Desafortunadamente en Latinoamérica son pocas las instituciones educativas que desarrollan investigación en temas de Management. La adopción de conocimientos ajenos a la cultura y contexto no son respuesta a los problemas latinoamericanos.

Principio 5

Asociación: Interactuaremos con administradores de corporaciones para extender nuestro conocimiento de sus retos en lograr responsabilidad social y ambiental y explorar en conjunto acercamientos efectivos para lograr esos retos.

Afortunadamente cada vez más las escuelas de negocios se vinculan a la empresa y la brecha se acorta, sin embargo falta mucho más por hacer.

Principio 6

Diálogo: Facilitaremos y apoyaremos el diálogo y debate entre educadores, negocios, gobierno, consumidores, medios de comunicación, sociedad civil organizada y otros grupos organizados, involucrados y afectados en temas críticos relacionados a la responsabilidad social global y la sostenibilidad.

Como notarán la tarea es amplia. Las Universidades y escuelas de negocios deben no solo facilitar y apoyar, debe buscar generar estos diálogos y debates constantemente. La vida universitaria y la sociedad en general se construyen de esta forma.

Juramento hipocrático en las escuelas de negocios

Pregunto: ¿Es deseable un juramento hipocrático para todas las escuelas de negocios? Jurar implica una afirmación de cumplir bien los deberes de un cargo o función que va a ejercerse poniendo por testigos a la deidad y a sí mismo. Consiste en un rito tradicional en el pasaje o iniciación a la vida profesional. Recordemos el juramento del médico Hipócrates adoptado por Galeno cuyo compromiso era actuar siempre en beneficio del ser humano, y no perjudicarlo. Eso es responsabilidad social y ética.

Recuerdo de la Escuela de Negocios Thunderbird, en Arizona, un documento presentado por primera vez en una conferencia titulada “Management como una verdadera profesión: Un juramento hipocrático para los negocios” en un foro de las Naciones Unidas y la Academy of Management hace 2 años y que forma parte del proceso de admisión, la currícula y la graduación de esta Escuela.

El código de honor, que es un contrato que se firma, compromete a:

Actuar con honestidad e integridad
Respetar los derechos y dignidad de las personas
Luchar por crear sostenibilidad y prosperidad en el mundo
Oponerse a la corrupción y la explotación
Responsabilizarse por las acciones.

En la esperanza de:

Una reputación honorable y conciencia tranquila haciendo la promesa en libertad y por el honor personal.

El honor personal del profesionista debe ser el último bastión como punto fuerte de la defensa contra la falta de responsabilidad social y ética de algunas organizaciones.

Queda en las Universidades y escuelas de negocios el procurar fortalecerlo en sus estudiantes y egresados.

*Miguel Angel Axtle Ortiz forma parte del Claustro Doctoral y es Titular de la Cátedra en Metodología de la Investigación Cualitativa, donde también dirige el desarrollo de publicaciones y conferencias arbitradas en el Doctorado en Administración de la Universidad Anáhuac México Sur. También es profesor de la Maestría en Administración de Empresas (MBA) impartiendo la materia de Creación de Empresas en la misma Universidad. Es revisor y sinodal de exámenes de grado. Dirige investigaciones doctorales sobre Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) y es Secretario General de ASOMEX PROFAM A.C., brindando atención a grupos sociales vulnerables.

Es fundador y director ejecutivo del Peak Performance Coaching Institute. Es Coach Ejecutivo y Empresarial, especialista en Executive Peak Performance Coaching (Alto Desempeño Ejecutivo) y Consultor Internacional.

Es el único Coach que vincula el Coaching Ejecutivo con la ciencia y la alta tecnología de las Neuro y Bio Ciencias Cuantitativas Aplicadas (Neuro y Biofeedback) para medir cuantitativamente el incremento en el rendimiento Neurofisiológico de los ejecutivos.

- Es Doctor en Administración de Empresas, especializado en Capital Intelectual, por la Universidad Anáhuac México Sur
- Master of Business Administration (MBA) de Thunderbird School of Global Management y la EGADE del Tecnológico de Monterrey
- Maestría en Negocios Internacionales en la EGADE del Tecnológico de Monterrey
- Ingeniero Mecánico Administrador por el Tecnológico de Monterrey
- Diplomado en Ingeniería Financiera de la Universidad de las Américas
- Diplomado en Calidad Integral en el Colegio de Graduados en Alta Dirección
- Diplomado Profesor de Inglés en la Universidad Iberoamericana.
- Diplomado en Liderazgo Social para el Fortalecimiento de las Organizaciones de la Sociedad Civil en el Tecnológico de Monterrey
- Especialidad en Neurociencias Cuantitativas Aplicadas por Biofeedback Certification Institute of America
- Especialidad en Coaching Ejecutivo certificado por el Tecnológico de Monterrey

Ha realizado investigación sobre Capital Intelectual en 16 industrias y 8 regiones en el mundo y cuenta con varias publicaciones nacionales e internacionales.