



Un Mundo de Bien

Negocios, Escuelas de Negocios, Paz

Report of the AACSB International
Peace Through Commerce Task Force



Un Mundo de Bien

Negocios, Escuelas de Negocios, Paz

Informe de AACSB International

Grupo de Trabajo de la Paz a Través del Comercio

AACSB Internacional-
La Asociación para Promover Escuelas de Negocios Colegiadas

777 South Harbour Island Boulevard
Suite 750
Tampa, Florida 33602-5730 USA
Teléfono: +1-813-769-6500
Fax: +1-813-769-6559
www.aacsb.edu

© 2006 AACSB International

Grupo de Trabajo de la Paz a Través del Comercio

Presidencia

Carolyn Y. Woo

Decano, Colegio de Negocios de Mendoza
The University of Notre Dame

Miembros

Richard A. Cosier

Decano y Profesor de Administración de Leeds
Purdue University

Manuel Escudero

Director, Global Compact Networks
United Nations Global Compact Office

John J. Fernández

Presidente y Director Ejecutivo
AACSB International

Timothy Fort

Profesor Linder Gambal de ética de negocios
Escuela de Negocios
George Washington University

Andrea Gasparri

Director Gerencial
Escuela de Administración
SDA Bocconi

Anne Graham

AACSB International

Fenwick Huss

Decano, Colegio de Negocios J. Mack Robinson
Georgia State University

Rita A. Jordan

Coronel, USAF, Jefe de Departamento y Profesor
U.S. Air Force Academy

Robert S. Karam

Presidente

Holy Spirit University Foundation

Georg Kell

Presidente Ejecutivo de Global Compact Office

United Nations Global Compact Office

Joseph E. McCann, III

Decano, Colegio de Negocios John H. Sykes

University of Tampa

Neal P. Mero

Vicepresidente y Director de Apoyo

AACSB International

Mark David Milliron

Vicepresidente, Práctica de Educación

SAS Institute Inc.

Sung Joo Park

Decano, Escuela de Postgrados en Gerencia, Korea

Advanced Institute of Science and Technology KAIST

Niranjan Pati

Decano y Profesor, Escuela de Negocios

Indiana University Kokomo

Prólogo


En marzo de 2005, estaba en Banda Aceh, Indonesia para inspeccionar la reconstrucción de las comunidades devastadas por el tsunami. En medio de la devastación, de alguna forma el espíritu de vida se afirmaba por sí mismo; y nosotros nos centramos en nuevas oportunidades y nuevos comienzos. Inevitablemente, urdidos entre todos estos planes estaban temas de negocios tales como la forma en la que los micro-préstamos podrían hacerse más accesibles, a tasas de interés de mercado en lugar de tasas de usura; cómo podrían expandirse los canales de distribución para la pesca; qué tipos de barcos serían adecuados dados los cambios en la ecología de las costas, y cómo serían financiados y cómo las nuevas casas podrían producir industrias artesanales en la fabricación de ladrillos, carpintería y la industria vidriera.

También se reconoció que, a pesar de toda la destrucción descorazonadora, existía una oportunidad de oro para establecer una sociedad civil en la que los ciudadanos tuvieran más voz sobre las decisiones y gobierno. Antes del tsunami, Banda Aceh era un centro de insurgentes y una zona conflictiva para el gobierno indonesio. Sin embargo, con el objetivo de reconstruir y crear nuevos sustentos, los conflictos y tensiones disminuyeron.

El mayor problema con el que nuestro mundo se enfrenta hoy es el extremismo entre religiones y regiones del mismo. Los conflictos y la intolerancia dominan el terreno común y la mutualidad en discursos públicos. La atención parece centrarse en las diferencias irreconciliables. Como hemos visto, posiciones extremas impelen acciones extremas. La paz es un acuerdo frágil.

Este es el momento de un tipo diferente de diálogo diferente y otro tipo de enfoque que tenga el poder de buscar entendimiento y colaboración. Es el tipo de conversación que AACSB tiene la capacidad y verdaderamente la misión de convocar. Los negocios han sido siempre la plataforma sobre la que los países tratan de resolver temas de forma que puedan comerciar y entablar nuevos modos de beneficiarse. Los países han aprendido a ir más allá de las diferencias del idioma, cultura y política para hacer negocios. Los negocios proporcionan los incentivos más fuertes para centrarse en “lo que puede hacerse” en lugar de “lo que no puede hacerse”. Un mundo de mercancías y un mundo de bien: la diferencia que resulta cuando los negocios se llevan a cabo con integridad, visión, responsabilidad, y gobierno.

La misión de AACSB International es “avanzar la calidad de la educación por todo el mundo a través de acreditación y el liderazgo del pensamiento.” Estamos llamados a tener pensamientos que son importantes, pensamientos con impacto, pensamientos que retan a nuestros estudiantes, nuestras universidades y negocios para alcanzar el máximo el potencial a tope. Si nuestros pensamientos no reconocen cómo los negocios alientan sociedades pacíficas, entonces habremos pasado de largo el problema más crítico de la próxima generación y el bien que debiéramos haber contribuido.



Los miembros de AACSB Internacional abarcan escuelas de negocios en todas las regiones del mundo y provienen de todos los antecedentes étnicos y religiosos. Nuestras reuniones ofrecen valiosos foros para el intercambio de ideas y coaliciones constructivas para formar sueños y desarrollar la gente joven que cree en ellos. Nuestros miembros han continuado demostrando una capacidad increíble para acomodar diversas culturas, valores y prácticas y dejar que esas diferencias nos enseñen a ser mejores educadores a medida que nos globalizamos.

En este espíritu, mientras me retiraba de mis puestos de oficial en AACSB Internacional en 2005, pedí la indulgencia de la dirección de AACSB, John Fernández, Anne Graham., y consocios de la junta que pensarán en estos pensamientos – que los negocios son cruciales para la paz y que AACSB es crucial para dar a conocer este mensaje. Estoy profundamente agradecido por su indulgencia y por el entusiasmo e inspiración de los miembros del equipo Paz a Través del Comercio (Peace Through Commerce) que fueron nombrados: Andrea Gasparri, Fenwick Huss, Georg Kell, Niranján Pati, Richard A. Cosier, Rita A. Jordan, Sung Joo Park, Timothy Fort, Mark David Milliron, Joseph E. McCann, III, Robert S. Karam, Manuel Escudero; y miembros del personal Dan LeClair y Neal P. Mero.

Juntos, me han ayudado a creer que nosotros, educadores y líderes de la educación de negocios, no estamos simplemente pontificando y retorciéndonos las manos; que reconocemos lo que está en juego y lo que ofrecemos. Un reciente informe* de las Naciones Unidas sobre el futuro advertía que “...es cada vez más claro que la humanidad tiene los recursos para tratar sus retos globales; lo que está menos claro es cuánta sabiduría, buena voluntad e inteligencia se centrarán en estos retos.” Nosotros intervenimos con la buena voluntad, inteligencia y sabiduría con las que podemos contribuir en servicio de nuestros estudiantes y la profesión que moldeamos.

Carolyn Y. Woo, Directora

Grupo de Trabajo de AACSB Internacional de la Paz a Través del Comercio

*2004 *Estado del Futuro (State of the Future)*, Proyecto Millenium, Consejo Americano para la Universidad de las Naciones Unidas.

Un Mundo de Bien

Negocios, Escuelas de Negocios, Paz

El traer la paz al planeta no ha sido nunca el propósito de los negocios o de las escuelas de negocios. Al mismo tiempo, líderes considerados en ambos terrenos han reconocido desde hace mucho tiempo que mientras ambas entidades vayan logrando sus objetivos, también tienen el potencial de convertirse en fuerzas poderosas y positivas para el bien por todo el mundo. En un momento y en un mundo de violencia y conflictos devastadores, no es sorprendente que haya escalado el interés en el concepto de paz a través del comercio.

Si bien las discusiones acerca de la co-dependencia entre negocios y la sociedad puede que no aparezcan en la mayoría de los programas de salas de juntas, en alguna parte se están haciendo las conexiones. Los temas no son acerca de filantropía – donde la generosidad de los negocios ha sido a menudo extraordinaria – o acerca de hacer el “caso de negocio” para la responsabilidad social corporativa (CSR). El punto fundamental parece ser que casi todas las personas dedicadas al comercio prefieren un ambiente pacífico en el que llevar a cabo sus negocios, y esos negocios tienen el poder y la responsabilidad de devolver a las sociedades que permiten su éxito.

Como en el mundo corporativo, las escuelas de negocios son impulsadas por el logro de sus misiones; y si bien es verdad que no existen dos misiones iguales, ellas generalmente se enfocan a producir ejecutivos que sean competentes en manejar los negocios y cómo generar ganancias y beneficios. Estas metas dan en el blanco, naturalmente; pero la educación ejecutiva debiera ofrecer también a los estudiantes oportunidades para explorar los aspectos filosóficos, no financieros subyacentes de los negocios. Al integrar estos conceptos en las experiencias educativas de los estudiantes, las escuelas pueden producir más líderes globalmente conscientes y elevar el nivel de entendimiento –e incluso las perspectivas para la paz.

Puesto que existe obviamente más que una tenue conexión entre los negocios, las escuelas de negocios y la paz, el tema es de interés particular para los miembros de AACSB International. Como líder global en educación de dirección, AACSB International ha tomado el compromiso de articular los aspectos de esta ecuación y de permitir y estimular a escuelas de negocios a encontrar la intersección donde su misión y los esfuerzos de paz coinciden.

LOS NEGOCIOS: Un noble papel en la sociedad

En el curso de hacer lo que hacen mejor, que es construir y mantener empresas prósperas, los negocios también tienen el potencial de alentar la estabilidad económica por todo el mundo. Puede trascender gobiernos, religiones y otras instituciones en promover la cooperación, confianza y tolerancia internacional. Cuando las personas y las organizaciones hacen negocios, normalmente encuentran formas de “hacer que las cosas funcionen”, independientemente de las diferencias personales y culturales. Las posibilidades de generar ganancias pueden inspirar la colaboración entre extraños, y a veces incluso entre aquellos que pudieran haberse considerado como enemigos. Una vez que las personas trabajan juntas y aprenden que las personas son esencialmente las mismas, independientemente de sus antecedentes, el hacer la guerra es probable que se convierta en una opción mucho menos atractiva que la de ganar dinero.

Los efectos mediadores del comercio han sido promulgados por Montesquieu, Adam Smith y otros que argumentan que el comercio y el espíritu del capitalismo destruyen el monoteísmo cultural y social, hacen frente a las violentas pasiones de la guerra y del poder político abusivo, y destruyen fanatismo e intolerancia. “El comercio cura los prejuicios destructivos”, declaró Montesquieu. “Pule y apacigua costumbres bárbaras. El efecto natural del comercio es conducir a la paz.”¹

Estos temas son regularmente afirmados por intelectuales y líderes del siglo veinte con una visión mundial. El economista de desarrollo Albert Hirschman mantiene que “La gente de negocios son muy efectivos en ser prácticos. Son transigentes y tolerantes de otros puntos de vista por naturaleza. Hacen maniobras para vender y producir un producto.”² Los escritos del extraordinario experto y Nobelista Friedrich August Hayek, quien fue un gran campeón de los mercados libres, están inundados con el tema “el comercio promueve la paz.”

Líderes de negocios en diversas industrias están de acuerdo. Richard J. Roberts de New England Biolabs, que ganó el Premio Nóbel de 1993 por Fisiología o Medicina, habla acerca de la ciencia, comercio y paz de un modo sencillo. “Discutiré enérgicamente que el comercio es una buena cosa. Tiende a promover la paz, no la guerra.... Practicando la ciencia y siendo consciente de las posibilidades comerciales, creo que se puede promover la causa de la paz. Finalmente, si todos somos ciudadanos de un mundo en el que la lógica y la razón de la ciencia prevalecen y existe suficiente comercio para asegurar prosperidad, las probabilidades de que ese mundo sea pacífico aumentarán grandemente.”³

Las escuelas de negocios pueden ayudar proporcionando experiencias educativas que la próxima generación de líderes integrará en su propia consciencia de dirección y filosofías.

Lord John Browne, jefe ejecutivo del grupo BP basado en Londres, dijo recientemente que cuando habla a estudiantes, el mensaje que siempre quiere transmitir es “cuán importantes son los negocios son para la sociedad, cómo los negocios hacen el bien, y cómo los líderes de negocios son buenos, teniendo en cuenta todos los factores.” Aunque admite que la gente no siempre “confía instintivamente en ejecutivos o negocios”, él les pide que recuerden que “los negocios tienen un papel muy noble en la sociedad.” Añadió, “Los negocios, al ser grandes integradores, pueden resolver algunos de los mayores problemas del mundo. El noble fin de los negocios es participar y a menudo conducir a soluciones de algunos de los problemas más profundos del mundo.”⁴

Judith Samuelson del Aspen Institute repitió los comentarios de Browne en una presentación de junta de conferencias. Ella dijo, “El hecho es que al final son los negocios – negocios grandes, audaces, hambrientos por beneficios, y con miras globales, quienes descubrirán las soluciones a nuestros problemas más complejos como sociedad. No sucederá aisladamente – sucederá en colaboración con el gobierno o debido al empuje del tercer sector, que funciona como asesores, guardianes y cada vez más como socios. Pero más frecuentemente, espero que el cambio sea originado por los negocios, porque son los negocios quienes tienen los recursos, el talento, la habilidad de resolver problemas, los sistemas de distribución, y cada vez más, la motivación de actuar...”⁵

Desgraciadamente los negocios no son siempre nobles. Las corporaciones que explotan o abusan culturas crean resentimiento y violencia y a menudo alimentan y apoyan la corrupción en gobiernos. Solamente compañías éticas que participan constructivamente en las comunidades donde trabajan, promueven la calidad de vida, el verdadero desarrollo económico, y la paz.

Los negocios también pueden espolear otras situaciones y preguntas preocupantes. En los EE.UU. por ejemplo, muchos observadores se preocupan acerca del crecimiento del descomunal complejo militar/industrial. Algunos cínicos dicen que mientras los beneficios de la guerra, tales como el actual conflicto en el Oriente Medio, permanezcan alrededor del 25%, la guerra continuará. La buena noticia es que los productos y servicios civiles, que representan el 96% de la comunidad de negocios internacional, tienen un interés invertido en estabilidad y paz.⁶

Ni siquiera los más firmes defensores de la paz a través del comercio sugieren que debiera pedirse a los negocios que mitiguen su foco esencial, porque de otro modo perderían su poder para el bien; pero lo que sería apropiado es que los negocios reconozcan y cumplan sus papeles y responsabilidades sociales, no solamente para ser buenos ciudadanos globales, sino también porque es en su mejor interés. Las escuelas de negocios pueden ayudar proporcionando experiencias educativas que la próxima generación de líderes integrará en su propia consciencia de dirección y filosofías.

ESCUELAS DE NEGOCIOS: Alcance global

El interés en el concepto de la paz a través del comercio parece ser importante dentro de la comunidad global de escuelas de negocios. La idea de que, mientras las escuelas se centran en sus misiones únicas, puede que tengan que jugar un papel en la paz, está intrigando a muchos. De todos modos, pocas escuelas han integrado sistemática y consistentemente este tema en sus planes de estudios. El reconocimiento de AACSB, ampliamente considerado como la “norma de oro” mundial para las escuelas de negocios, requiere que las escuelas de negocios muestren cómo se está enseñando ética; y los temas relacionados con la paz a menudo son una extensión de esa cobertura.

Una encuesta reciente de AACSB de las escuelas miembros reveló una amplia gama de actividades actuales que los decanos estimaron conllevaba una “dimensión de paz”. Las respuestas describían un núcleo de iniciativas centralizadas y formales en algunas universidades, además de esfuerzos colectivos e individuales de decanos, otros administradores, profesores y estudiantes en escuelas por todo el mundo. Corporaciones, ONGs (Organizaciones no gubernativas), IGOs y otras organizaciones han participado a veces directa o indirectamente en estos esfuerzos.

Liderazgo administrativo

Ejemplos de iniciativas de amplio alcance que emanan de la oficina del decano o de la estructura administrativa de la universidad, se reportaron en la encuesta de AACSB, desde el establecimiento de centros que se centran en el papel de los negocios en la sociedad a proyectos donde equipos de profesores de la escuela de negocios y estudiantes ayudan a reconstruir comunidades devastadas por la guerra. Las escuelas llevan a cabo conferencias y foros que atraen a la comunidad de las escuelas de negocios, representantes de corporaciones, ONGs, IGOs, y otros para discusiones, estrategias y establecimiento de contactos acerca de temas relacionados con la paz. Ellos ofrecen becas para estudiantes de otros países como un elemento en los esfuerzos de incrementar diversidad y exposición a perspectivas globales. También organizan competiciones de escuelas de negocios que ponen énfasis en la responsabilidad social. En adición, forman asociaciones entre escuelas de muchas regiones diferentes del mundo y ayudan en el establecimiento de escuelas de negocios en países donde no existen – todo con la idea de que ambos resultados tangibles, tales como una nueva escuela de negocios en un país en vías de desarrollo, y el proceso que hace que la gente participe a través de fronteras geográficas y culturales, puedan ser impulsores de la paz.

El Centro de Negocios como Agente de Beneficio del Mundo en la Weatherhead School of Management en Case Western Reserve University de Cleveland, Ohio, es un ejemplo de una nueva ambiciosa iniciativa que se centra en el papel constructivo de los negocios en la sociedad. De acuerdo a sus directores la “escuela dentro de la escuela”, reforzará la investigación y el plan de estudios en formas que expondrán a los futuros líderes de negocios a conceptos de sostenibilidad y responsabilidad social y “abrirá líneas de

pensamiento acerca de formas en las que los líderes de negocios pueden afectar el proceso de paz en el mundo.”

Uno de los primeros proyectos del Centro fue desarrollar World Inquiry (Investigación Mundial) una búsqueda mundial basada en Internet de historias de negocios que buscan realizar un beneficio y mejorar el mundo. Las mejores de estas historias ya se han convertido en la base para la creación de casos de negocios; colocación de historias en vídeo digital en Internet; generación de material para historias en los medios de comunicación; y desarrollo de documentales y mini-documentales completos que pueden usarse en las clases.

Varias de las historias de World Inquiry describen situaciones donde negocios y gentes de negocios han servido como agentes de paz. Una historia memorable nos cuenta acerca de la creación de una micro-empresa en Ruanda para acercar mujeres Hutu y Tutsi en los negocios. Otra se centra en Peaceworks, una compañía de alimentación especial norteamericana que requiere que todos sus productos contengan ingredientes de ambos lados de la línea divisoria israelí/palestina.

El liderazgo de los decanos y otros administradores está ayudando a establecer la proposición de que los negocios necesitan paz para prosperar y negocios prósperos promueven la paz.

Los líderes de los centros planean “usar medios de comunicación nuevos y tradicionales para acelerar el movimiento del sector de negocios hacia un momento clave de cambio en el liderazgo de los negocios que beneficiará a la humanidad y al mundo.”

Otra importante iniciativa para la paz, “Thunderbird for Good”, ha sido lanzada en Garvin, la Escuela de Gerencia Internacional en la universidad de Thunderbird. “Thunderbird for Good” apoya la educación de dirección en áreas del mundo donde las condiciones económicas y políticas hacen difícil el comenzar o hacer crecer un negocio. El proyecto surgió mediante el éxito del Proyecto Artemio, que trajo 15 mujeres de Afganistán a la ciudad universitaria Thunderbird para asistir a clases sobre espíritu empresarial, comunicaciones, establecimiento de contactos y habilidades de presentación. “Thunderbird for Good” está canalizando voluntarios de la facultad, de personal, estudiantes y alumnos, así como fondos de organizaciones externas y donantes privados, en el programa. El liderazgo de la escuela ve el programa como una forma de abordar algunos de los temas más importantes del mundo a través de la educación de dirección.⁷

Muchos decanos como Ned Hill de la Universidad Brigham Young y Joe McCann de la Universidad de Tampa, están envueltos personalmente en proyectos con una dimensión de paz. Hill es co-presidente del Consejo de Instituciones Educativas para el Microcredit Summit Campaign, una organización mundial que busca sacar a las familias más pobres del mundo fuera de la pobreza a través de la microempresa. Está convencido que “ayudando a las familias a proveerse económicamente por sí mismas es una de las mejores formas de mejorar sus vidas y aumentar las posibilidades de paz en sus comunidades y en el mundo.”

La Iniciativa para Desarrollo Global, una organización basada en los Estados Unidos con la que Joe McCann está afiliado, está envuelta en un proyecto similar. La alianza de negocios y líderes cívicos de IGD están comprometidos a la premisa de que eliminando la pobreza global extrema puede ayudar a crear un mundo más pacífico y realzar las oportunidades de comercio.

El liderazgo de los decanos y otros administradores está ayudando a establecer la proposición de que los negocios necesitan paz para prosperar y negocios prósperos promueven la paz. Un número alentador de profesores y alumnos están siguiendo el ejemplo.

Participación del profesorado

Puesto que la mayoría de las escuelas de negocios no obligan la integración de temas y actividades relacionados con la paz en el plan de estudios, el profesorado que este abierto al concepto adopta diferentes enfoques para trabajar con los estudiantes. En muchos

casos, una meta común es simplemente asegurar que los estudiantes no solamente aprenden los requisitos técnicos o las habilidades profesionales sino que también se les brinde oportunidades para considerar las responsabilidades sociales de la dirección dentro del contexto de su campo.

Muchos miembros de la facultad han realizado su propia “consciencia de paz global” a través de la participación en programas de intercambio de la facultad, trabajo con grupos de estudiantes mientras viajan, misiones en otros países y tareas especiales de “buena voluntad”, tales como ayudar a organizar una operación para la recogida de hojas que recaudó dinero para la República de Níger azotada por la sequía o para ayudar a los campesinos de Haití a construir una panadería.

En muchas escuelas, miembros de la facultad y sus clases se han impresionado de la orientación de los estudiantes hacia temas relacionados con la paz. Los profesores trabajan regularmente con equipos de estudiantes que crean pequeñas empresas y/o participan en competencias y consultorías, y las prioridades de los estudiantes ayudan a asegurar que muchos de estos tipos de proyectos asuman aspectos sociales o de paz.

Algunos programas de escuelas de negocios ponen énfasis en la responsabilidad social corporativa y la empresa sostenible – y la paz a menudo se convierte en un elemento integral. Un número importante de profesores contemplan estos temas sociales como fuerzas impulsoras de los negocios en las próximas décadas. Enseñan cursos individuales sobre estas materias y ocupan a estudiantes en proyectos tales como investigación y prácticas con compañías socialmente responsables.

Otros miembros de la facultad adoptan enfoques instructivos menos convencionales. Por ejemplo, profesores de la Escuela de Dirección de Róterdam en la Universidad Erasmus de Holanda, exhortan a los estudiantes a que desarrollen sus propias creencias acerca de los fines de los negocios a través de diarios y otros métodos de autodescubrimiento. “Oradores nativos” que puedan discutir directamente el impacto que corporaciones transnacionales han tenido en sus comunidades, son invitados a visitar clases de la escuela de negocios para hablar con los estudiantes.

John L. Graham., profesor de negocios internacionales en la Escuela de Negocios Paul Merage, University of California, Irvine (UCI) y también el director del Centro para la Creación de Paz entre Ciudadanos (Center for Citizen Peacebuilding), está en la vanguardia de la facultad involucrado en iniciativas de paz. Sus equipos UCI trabajando con la Universidad de Ulster, se han centrado en reconstruir comunidades que han sido diezmadas por la guerra, particularmente en el Norte de Irlanda. Los equipos de estudiantes desarrollan planes de negocios para negocios comerciales irlandeses y empresas sociales. Graham cree que cualquier escuela de negocios puede promover la paz en cualquier región y que estos programas enseñan a los estudiantes ética de negocios “en la forma más dramática posible.” Mantiene que si los estudiantes hacen un buen trabajo, entonces las empresas en las comunidades destrozadas por la guerra sobrevivirán y prosperarán; y los estudiantes aprenderán no solamente acerca de negocios internacionales, sino también acerca de ética empresarial.⁸

El profesorado está también involucrado cada vez más en la investigación y escritura de temas acerca de paz/negocios. Aunque una parte importante de este trabajo es una extensión de otros temas centrales, parte del mismo está directamente enfocado hacia el enlace paz/negocios. *Teaching Peace (Enseñando Paz)* una antología cros-disciplinaria publicada por la Universidad Bluffton en Ohio, es uno de varios proyectos de la escuela relacionados con la paz.

En la Escuela de Negocios de George Washington University en Washington. D.C. Timothy Fort, el profesor Lindner-Gambal de ética de negocios, está entre los que han publicado extensamente en esta área. Su trabajo incluye un libro reciente, *Responsabilidad Corporativa del Siglo XXI: Paz a través del Comercio por Administración Total de Integridad*. En su anterior permanencia en la Universidad de Michigan, Fort colaboró con su colega Cindy Schipani en varias publicaciones y actividades relacionadas con la paz, incluyendo tres conferencias.

No todos los profesores están ansiosos de expandir sus estilos de enseñanza y contenido para incluir más que el estrecho núcleo de contenido disciplinario. La buena noticia es que muchos ya lo hacen y que una multitud de fuerzas emergentes y sistemas de apoyo pueden ayudar a asegurar más.

Participación de los estudiantes

Es probable que los estudiantes de escuelas de negocios es probable que sean los ciudadanos más globalizados del mundo. Se ha convertido casi en una práctica estándar para los estudiantes el pasar algún tiempo en otros países como parte del trabajo del curso. Las experiencias de trabajo pueden ser con corporaciones multinacionales o con pequeños negocios y en ambientes que incluyen la cooperación con ONGs e IGOs. En la mayoría de los casos, se exhorta a los estudiantes a que aprendan todo lo que puedan acerca de las culturas de los países que visitan. A menudo toman clases en escuelas de negocios en diferentes países, frecuentemente trabajando en equipos compuestos de individuos de diferentes antecedentes. Tales experiencias dan a los estudiantes un entendimiento más rico y más completo de los negocios globales así como oportunidades de conocer y trabajar con gente en culturas diferentes.

El interés de los estudiantes en el concepto de paz a través del comercio se evidencia de varias formas. Mientras que muchas de sus actividades son generadas por las escuelas y sus profesores, los estudiantes a veces toman la iniciativa por sí mismos. Tres estudiantes que ganaron la Stanford Social Venture Competition, desarrollaron un plan de negocios con el objetivo final de terminar la violencia entre los israelitas y los palestinos. Los tres estudiantes eran improbables aliados: un judío americano de Beverly Hills, California; un israelita americano cuya tía murió en un ataque terrorista en Israel; y un palestino que pasó tiempo en una prisión en Israel y perdió un primo en un ataque israelita.

“Nunca dudes que un pequeño grupo de ciudadanos serios y comprometidos puede cambiar el mundo; ciertamente, es lo único que lo ha cambiado.” Margaret Mead

Los estudiantes desarrollaron Jazoor Microfinance para proporcionar entrenamiento sobre negocios y pequeños préstamos a jóvenes palestinos para ayudarles a empezar sus propios negocios – y, para hacer menos probable que se unieran a grupos extremistas. Jazoor, que significa “raíces” en árabe ganó el primer premio y \$ 7.500 dólares en el Stanford Challenge y fue finalista en una competición Goldman Sachs. Para ilustrar el espíritu detrás de Jazoor, los socios a veces citan a Margaret Mead: “Nunca dudes que un pequeño grupo de ciudadanos serios y comprometidos puedan cambiar el mundo; ciertamente, es lo único que lo ha cambiado.”⁹

Los estudiantes en el Colegio de Negocios Charlton de la Universidad de Massachussets-Darmouth han participado en pequeños negocios desarrollados por otros, principalmente en áreas subdesarrolladas. Trabajando a través de la Asociación Internacional de Negocios de la escuela y bajo la tutela de miembros de la facultad en varias disciplinas, los estudiantes no solamente aprenden y practican directamente las construcciones fundamentales de negocios sino que también ven el impacto de sus esfuerzos en las comunidades. Un extenso proyecto implicó a Fairloom, una empresa benéfica de mujeres brasileñas dedicada a hacer encajes. Los estudiantes de las clases de marketing y sistemas de información hicieron de Fairloom el corazón de sus cursos basados en proyectos. Desarrollaron planes de negocios, enseñaron principios de negocios, construyeron un estudio de producción, ayudaron a recaudar fondos, crearon conceptos de marketing, actualizaron la página de Internet de Fairloom, y desarrollaron capacidades de e-commerce (Comercio en Internet). Muchos estudiantes informaron que tales experiencias ofrecen lecciones profundas y duraderas.

En el Colegio Mendoza de la University of Notre Dame, un grupo de estudiantes desarrolló aún otro tipo de proyecto relacionado con la paz, una página en Internet “La juventud en la educación de la paz”. La página está basada en el concepto que las creencias religiosas debería ser un catalizador poderoso para la paz en lugar de la violencia. El equipo busca promover entendimiento y alfabetismo inter-religioso a través del desarrollo de un plan de estudios y una red de expertos por todo el mundo.

Pero, aun cuando muchos estudiantes parecen comprometidos a los conceptos de responsabilidad social, no todos hacen la conexión paz/comercio. Perspectivas algo diversas se reflejan en una encuesta informal llevada a cabo por 2 candidatos Wharton . El estudio compuesto por más de que encuestó por más de 2.100 estudiantes MBA en 50 programas de posgrados en los Estados Unidos, indicó que el 92% de los encuestados creían que la responsabilidad social corporativa es importante. Ochenta y cuatro por ciento estuvieron de acuerdo que cada compañía debería dedicarse a prácticas CSR; y 83% acordaron que si recibieran 2 ofertas de trabajo, escogerían trabajar para la compañía con mejor reputación CSR, incluso si el salario fuera menor. Al mismo tiempo, los estudiantes indicaron que individuos, en lugar de negocios, gobierno, o grupos benéficos, son los responsables de resolver los problemas sociales, y que CSR permanece como un factor secundario en la toma de sus decisiones económicas.¹⁰

La pasión de los estudiantes por la paz y por hacer las cosas correctas y las implicaciones para una nueva generación de liderazgo ético corporativo, son alentadoras. Parece probable que si se les da a los estudiantes más oportunidades de explorar y reflexionar en la finalidad fundamental de los negocios dentro del contexto de su experiencia educativa, su “fuerza para el bien” puede que se haga incluso mayor.

Dirección y apoyo de metas comunes

Al avanzar el conocimiento del nexo paz/comercio entre escuelas de negocios, AACSB Internacional, como líder global en educación de dirección, puede influenciar sus fuerzas en varias áreas. Las recomendaciones específicas del Equipo Paz a través del Comercio se centran en cinco áreas clave:

- 1. Becas** – Alentando erudición a investigación que examina el enlace entre negocios y paz y los papeles, contribuciones, y el impacto potencial de las escuelas de negocios en esta área.
- 2. Proyectos de Colaboración** – Creación de relaciones con otras organizaciones que ya están involucradas en el reforzamiento del concepto de la paz.
- 3. Utilización de las Estructuras de AACSB** – Influnciar programas educativos, canales de comunicación, y otros recursos para agrupar a aquellos con un interés compartido en este tema.
- 4. Plan de Estudios** – Exhortar a las escuelas de negocios para que integren los conceptos de paz en el plan de estudios proporcionando plataformas que faciliten el intercambio de ideas y demuestren las mejores prácticas.
- 5. Sector Privado** – Crear estrategias específicas para asegurar conexiones y comunicación entre la comunidad de negocios y las escuelas de negocios alrededor del tema de la paz.

El implementar estas recomendaciones apoyará y realzará los esfuerzos para considerar e integrar los conceptos de paz en los asuntos de las escuelas de negocios. Los miembros de AACSB, que incluyen escuelas líderes de negocios en regiones del mundo desarrollado, están marcados por un espíritu de respeto y mutualidad. Las escuelas están unidas en un esfuerzo común para avanzar la educación de dirección alrededor del mundo. Los administradores, profesores, y estudiantes de cada puesto global encuentran formas de superar diferencias y alcanzar metas comunes. Si esas mismas actitudes y fortalezas pueden de alguna forma ser transferidas en el logro de la paz, el resultado podría ser un mundo de bien.

Notas de pie de página

¹ Charles Montesquieu, *El Espíritu de las Leyes* (Cambridge: Cambridge University Press, 1989 {1748}), p. 338.

² Albert O. Hirschman, *Las Pasiones y los Intereses*, segunda edición (Princeton: Princeton University Press, 1997), p. 72.

³ Richard J. Roberts, “Divulgación de la Paz a través de la Ciencia y Comercio en Países Desarrollados”, discurso a la Fundación Internacional de la Paz, Bangkok, 5-12 de febrero de 2004.

⁴ Sharon Shinn, “Aceite y Agua”, *BizEd*. Noviembre/Diciembre 2005, p. 18-22.

⁵ Judith Samuelson, “Liderazgo y Valores: Yendo más allá del Debate de Ética.” discurso a Corporate Contributions of the Conference Borrada, 22 de septiembre de 2003.

⁶ Jane Nelson, *El Negocio de la Paz*, (The Prince of Wales Business Leaders Forum, 2000), p.5.

⁷ “La Escuela toma el Papel de Ciudadano Global Seriamente”, *Thunderbird Alumni Magazine*, Otoño de 2005, p. 10.

⁸ Sharon Shinn, “Las Dimensiones de la Paz”, *BizEd*. Mayo/Junio de 2006, p. 24-31.

⁹ Tricia Bisoux, “Un Mundo de Bien”, *BizEd*, Noviembre/Diciembre de 2004, p. 44-45.

¹⁰ Lars Herne y Aniko Szigetvari, candidatos Wharton MBA, estudio informal, Primavera de 1997.

AACSB International
Comité sobre Temas en Educación de Gerencia

Director

Arthur Kraft

Decano y Jefe del Departamento de Negocios y Economía
The George L. Argyros School of Business and Economics
Chapman University

Miembros

Richard A. Cosier

Decano y Profesor Leeds de Administración
Purdue University

Robert B. Duncan

The Eli and Edyth L. Broad Dean
The Eli Broad College of Business
The Eli Broad Graduate School of Management
Michigan State University

Fred Evans

Decano, Colegio de Negocios y Economía
California State University, Northridge

John J. Fernández

Presidente y Director Ejecutivo
AACSB International

Andrea Gasparri

Director Gerente
Escuela de Administración
SDA Bocconi

Yash P. Gupta

Profesor de Información y Operaciones de Gerencia
University of Southern California

Daniel R. LeClair

Vicepresidente y Director Ejecutivo de Conocimientos
AACSB International

Amelia Maurizio

Directora, Alianzas de Educación, Comunicaciones Globales
SAP America, Inc.

Sung Joo Park

Decano, Escuela de Postgrados en Gerencia, Korea
Advanced Institute of Science and Technology KAIST

Andrew J. Policano

Decano, Escuela de Postgrados en Gerencia
University of California, Irvine

David Saunders

Decano, Queen's School of Business
Queen's University

Sharon J. Smoski

Vicepresidente Ayudante
Aprendizaje y Desarrollo
State Farm Insurance Companies

Richard E. Sorensen

Decano, Pamplin College of Business
Virginia Polytechnic Institute and State University

Barry Spicer

Decano, Escuela de Negocios
The University of Auckland

Doyle Z. Williams

Decano Emeritus, Sam M. Walton College of Business
University of Arkansas

Para más información sobre la iniciativa de Paz a través del Comercio, visite la página de Internet de AACSB en www.aacsb.edu

Acerca de AACSB Internacional

La Misión

AACSB Internacional promueve la educación de dirección de calidad por todo el mundo a través de acreditación y liderazgo de ideas.

AACSB Internacional – La Asociación para la promoción de escuelas de negocios colegiadas es una corporación benéfica de instituciones educativas, corporaciones, y otras organizaciones, dedicada a la promoción y mejora de una educación más alta en la administración y dirección de negocios.

Fundada en 1916, AACSB Internacional estableció el primer conjunto de normas de acreditación para escuelas de negocios en 1919. A lo largo de casi 8 décadas, ha sido el líder mundial en establecer y mantener las normas de acreditación de las escuelas de negocios.

Además de acreditar a las escuelas de negocios por todo el mundo, AACSB International es la organización de desarrollo profesional de la comunidad de educación de negocios. Cada año, la asociación lleva a cabo una amplia gama de programas de conferencias y seminarios para profesores y administradores en varios lugares del mundo. La organización también participa en proyectos de investigación y encuestas sobre temas específicos al campo de la educación de dirección y también mantiene relaciones con asociaciones disciplinarias y otros grupos, interaccionando con la comunidad corporativa en una variedad de proyectos e iniciativas, produciendo una variedad de publicaciones e informes especiales sobre tendencias y temas dentro de la educación de dirección.

AACSB International

777 South Harbour Island Boulevard
Suite 750
Tampa, Florida 33602-5730 EE.UU.
www.aacsb.edu