

# Formación de gerentes con responsabilidad social, reto de las escuelas de negocios

Rodríguez Batres, Axel

2015-03-20

---

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/628>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

## Formación de gerentes con responsabilidad social, reto de las escuelas de negocios



Por Axel Rodríguez Batres<sup>1</sup> y María Soledad Martínez Kasten<sup>2</sup>

Actualmente nadie se atrevería a cuestionar que las empresas deben asumir un comportamiento socialmente responsable, dado el rol que juegan en las sociedades como actores centrales en la generación de riqueza. Sin embargo, hablar de la responsabilidad social de las empresas exige una clarificación conceptual, debido a que en la actualidad ha adquirido connotaciones y significados diversos. A raíz del Pacto Mundial emitido por la ONU en 1999, se difundió a nivel global el compromiso ético que las empresas de todos los países deben asumir en cuatro ejes fundamentales: Derechos Humanos, Trabajo, Medio ambiente y Lucha contra la corrupción, como parte integrante de sus estrategias y de su funcionamiento. El propósito de esta propuesta consistió en articular la actividad empresarial con valores de respeto a la sociedad y de cuidado al medio ambiente. Este Pacto Mundial fue muy significativo en esta materia, ya que colocó en la agenda de los países pertenecientes a la ONU la responsabilidad de asumir buenas prácticas empresariales.

En este marco, buen número de empresas han obtenido la certificación como empresas de responsabilidad. Sin embargo, existen diversas críticas al respecto ya que obtener una certificación con el sello de RSE no necesariamente es garantía de un compromiso o comportamiento ético, como tampoco lo es el hecho de contar con un departamento de responsabilidad social, códigos de ética, normas, etc., que han proliferado en los últimos años, “no porque pongamos un departamento de ética de la empresa habrá ética en la empresa” (Cortina, 2004). En tal sentido, el concepto de responsabilidad social va más allá del solo hecho de demostrar el cumplimiento de esos cuatro principios.

---

<sup>1</sup> Director del Departamento de Negocios de la Universidad Iberoamericana Puebla, Ph.D en Valoración de Activos.

<sup>2</sup> Profesora Investigadora del Departamento de Negocios de la Universidad Iberoamericana Puebla, Doctorante en Administración Pública.

Adela Cortina (2004) sostiene que la responsabilidad social es una de las dimensiones de la ética, no al revés. Esta autora (1998) define la ética como un tipo de saber que se orienta a la acción, un tipo de saber práctico que expresa un *modo de ser, un ethos*. Por tanto, los principios para la responsabilidad social “no deberían ser teóricos, sino fundamentalmente pragmáticos, es decir, que las empresas se comprometan a ponerlos en práctica y se vea cómo realmente vivir de acuerdo con esos principios y convencer mediante la acción” (2004). En tal sentido, su preocupación es que las empresas desarrollen los hábitos, el carácter, un modo de ser ético que se exprese en todas sus acciones y decisiones.

El entorno actual de globalización ha ido mostrando una serie de casos no solo de falta de responsabilidad social en las empresas, sino de una flagrante falta de ética en sus comportamientos y acciones que no solo afectan o desacreditan a las propias empresas sino a la sociedad en su conjunto. Por lo que una pregunta que nos debemos hacer ahora es: ¿Donde debe de iniciar la responsabilidad social? Y la respuesta que proponemos, es desde las propias escuelas de negocios.

Durante muchos años en las escuelas de negocios hemos enseñado a los alumnos a que deben ser los líderes, pero este liderazgo debe tener ciertas orientaciones para que cuando estén al frente de las organizaciones se conviertan en verdaderos agentes de cambio con responsabilidad social. Y que no solo busquen la certificación en responsabilidad social porque como un mecanismo de proyección a la empresa que asegure mayores ventas y utilidades para la misma; es decir, la responsabilidad social no es solo un tema de certificación y de rentabilidad.

Por lo que uno de los retos de las escuelas de negocios debería ser la formación de gerentes con una visión ética y responsable de la sociedad, es decir, personas que se encuentren orientadas hacia el desarrollo de las capacidades de la comunidad a la que pertenece, que cuenten con habilidades de concertación, aptitudes para la gestión interorganizacional, actitud de aprendizaje permanente ante una realidad que se transforma de manera acelerada y con una clara vocación de servicio.

Preparar a este tipo de gerentes requiere de un trabajo sistemático que inicia con el contacto con la realidad, ya que los valores se aprenden a través de la práctica más que de nociones teóricas. Como señala Kolvenbach, “Cuando la experiencia directa toca el corazón, la mente se puede sentir desafiada a cambiar.[...]Nuestros estudiantes a lo largo de su formación, tienen que dejar entrar en sus vidas la realidad perturbadora de este mundo, de tal manera que aprendan a sentirlo, a pensarlo críticamente, a responder a sus sufrimientos y a comprometerse con él de forma constructiva (2000). En otras palabras, el solo conocimiento no basta para ser frente a los agudos problemas económicos y sociales a los que hoy se ven enfrentados las empresas y sus tomadores de decisiones.

Los gerentes deberán de asumir que la ética se genera cuando la empresa sabe que sus acciones y decisiones debe tomarlas atendiendo a valores y que su actuación no solo la implica a ella como organización, sino a la sociedad toda. Como afirma Amartya Sen “La tarea de la empresa no es solamente generar riqueza material interna y externa, sino también ayudar a crear una sociedad decente” (2003) y como también sostiene Castells (2003) en un mundo como actual con crecientes turbulencias económicas, con un clima de incertidumbre creciente y con altos niveles de desigualdad y violencia, la ética en los negocios es una obligación y debe formar parte de la actividad consustancial de la empresa y no se puede hacer negocio sin incluir un sentido de responsabilidad social.

Tomando en cuenta este contexto y los debates ante las crisis del mundo actual, la valoración de la responsabilidad social de las empresas y de sus gerentes debe estar medida en función de su compromiso real con la sociedad, actuando “con un espíritu de discernimiento” y con compromiso en temas transversales como son con la paz, los derechos humanos, la interculturalidad, el medio ambiente y la equidad de género entre otros.