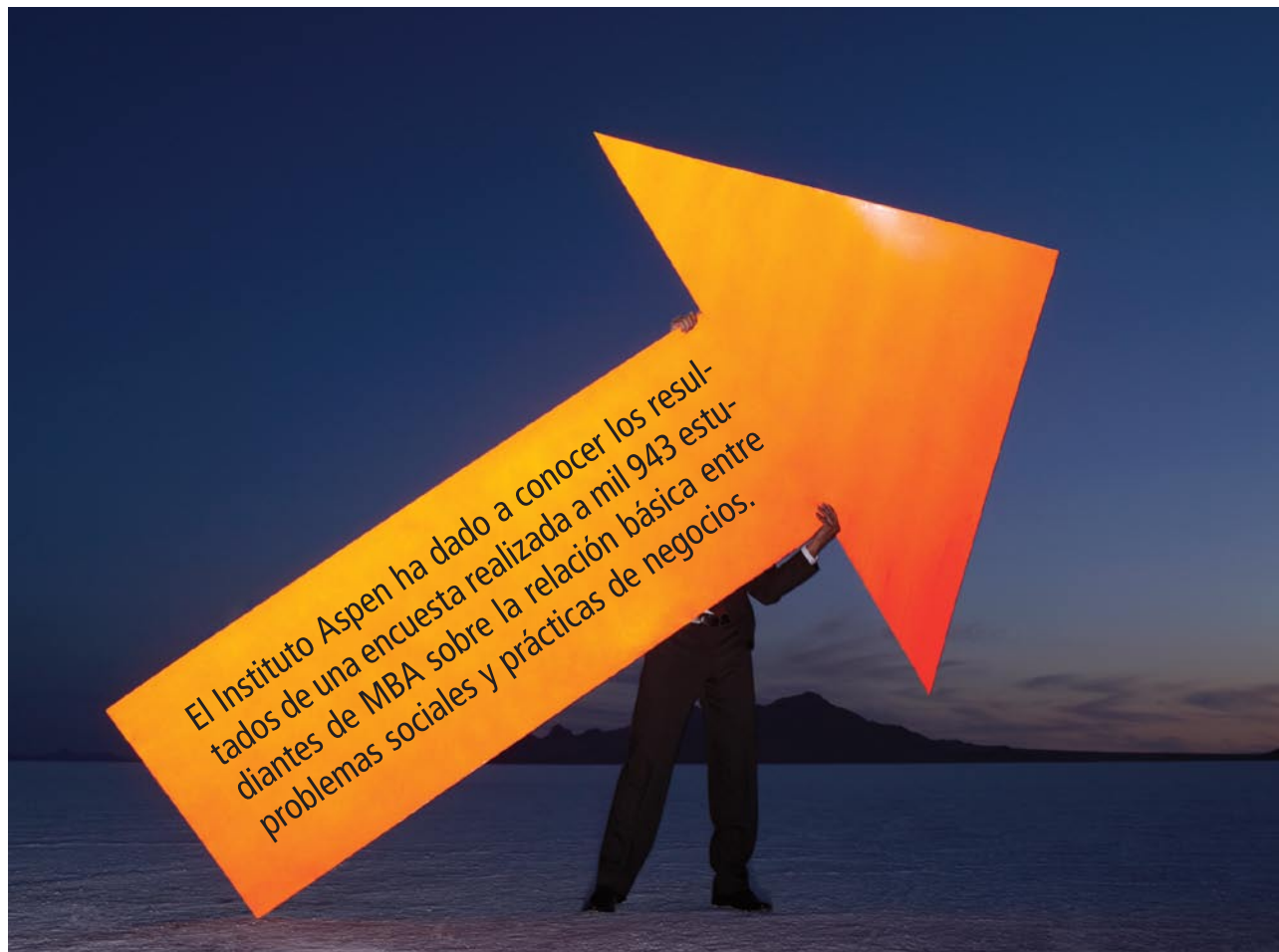


Negocios y sociedad

¿Qué piensan los estudiantes de MBA?

Por Curtis C. Verschoor.*



El Instituto Aspen ha dado a conocer los resultados de una encuesta realizada a mil 943 estudiantes de MBA sobre la relación básica entre problemas sociales y prácticas de negocios.

Generalmente, se cree que la actitud de los estudiantes de la Maestría en Administración de Negocios (MBA, por sus siglas en inglés) respecto a la relación básica entre problemas sociales y prácticas de negocios es muy parecida al pensamiento de Milton Friedman, defensor del libre mercado y Premio Nobel de Economía. Friedman subrayaba las ventajas del mercado y las desventajas de la intervención del gobierno, y que el objetivo especial de una compañía debería ser maximizar su rentabilidad.

Para entender mejor este problema, el Instituto Aspen, organización internacional no lucrativa dedicada a la promoción del liderazgo brillante y el diálogo abierto, realizó hace poco una encuesta con mil 943 estudiantes de MBA en 15 renombradas escuelas de negocios, casi todas en EU.

Una encuesta similar se había realizado hace cinco años. Los resultados del reciente estudio revelan cambios en la forma como tratan este tema los programas de estudios de negocios y el efecto en las actitudes de los estudiantes.

El 26% dijo que le interesa una carrera con una firma que ofrezca el potencial de hacer una contribución positiva a la sociedad.

Nueva visión

El estudio *Liderazgo, ¿hacia dónde?* muestra que los estudiantes de negocios tienen un concepto más amplio de las principales responsabilidades de una compañía. Además de las funciones típicas de satisfacción del cliente y de maximizar rendimientos para los accionistas, son más los alumnos que también creen que una responsabilidad principal de los negocios es “crear valor para las comunidades donde operan”. Y el 26% de los participantes dijo que le interesa una carrera con una compañía que ofrezca el potencial de hacer una contribución positiva a la sociedad, porcentaje más alto que el 15% de hace cinco años.

La definición de los participantes de una corporación *bien manejada* equivale razonablemente a cómo creen los estudiantes que las firmas cumplen sus principales responsabilidades hacia las partes interesadas. En consistencia con resultados anteriores, este estudio encontró que casi todos los participantes creen que es muy importante contratar y conservar a gente excepcional.

Se listan muy de cerca otros cinco aspectos: brindar un excelente servicio a clientes, producir productos y servicios de alta calidad, operar de acuerdo con sus valores y un fuerte código de ética, y tener operaciones eficientes y flexibles. Entre el 70% y el 80% de los estudiantes indicó que estos cinco factores son muy importantes en su evaluación de un futuro empleador. Sin embargo, pese a las recientes discusiones ambientales sobre el peligro del calentamiento global, los estudiantes clasificaron casi al final de la lista la importancia de políticas ambientales progresistas en una compañía.

Consideraciones desde el aula

Según el estudio, a los estudiantes de MBA aún les falta vincular una buena ciudadanía corporativa con resultados operativos más fuertes. Una abrumadora mayoría dice que el principal beneficio que obtienen las compañías por cumplir sus responsabilidades sociales es una mejor imagen pública y reputación. Aproximadamente, el 40% menciona otros beneficios: una fuerza de trabajo más satisfecha y productiva, mayor lealtad de clientes, una comunidad más fuerte y saludable, y viabilidad de largo plazo en el mercado. Muy pocos parecen darse cuenta que estos resultados deberán dar como resultado directos menores costos de operación y mayores ingresos, es decir, mayor rentabilidad. Como en encuestas anteriores, los estudiantes confirmaron que

les causaría mucha tensión y les gustaría evitar un conflicto por diferencias entre sus valores personales y los valores de la compañía para la que trabajen. Sin embargo, sólo el 45% manifestaría sus objeciones o las reportaría a un superior.

En una falta de conexión con el pensamiento, sólo la mitad de los participantes actuales cree que su integridad personal figura de manera importante en la evaluación que los reclutadores corporativos hacen de ellos como empleados potenciales. Asimismo, más de la mitad cree que los reclutadores dan poco o nulo valor a lo que un candidato pueda comprender sobre los actuales problemas sociopolíticos.

Otros resultados que se reportan en el estudio de Aspen implican la importancia de las diferencias en actitudes reportadas entre los candidatos masculinos y femeninos. Generalmente, las mujeres dan más valor al papel que los negocios deben desempeñar en la creación y mantenimiento de una comunidad y sociedad saludables. Por su parte, para los estudiantes varones esta preocupación aumenta al avanzar las mujeres en el programa.

El potencial de contribuir a la sociedad a través del propio trabajo, como un factor para decidir si se acepta o no la oferta laboral, es más importante a los MBA de hoy que hace cinco años: el 26 *versus* el 15%. Las mujeres reportan una importancia más alta en este tema: el 33% dice que es muy trascendental, en comparación con el 22% de los hombres. Las prácticas ambientales responsables tienen más valor para ellas (el 38%) en comparación con ellos (el 28%).

En cuanto a la estructura de una corporación *bien manejada*, el 83% de las mujeres asegura la importancia de que una compañía se adhiera a sus valores y tenga un fuerte código de ética, a diferencia del 75% de hombres. El 41% de ellas hace menos énfasis en los altos rendimientos para los accionistas (*versus* el 51% de ellos) y también se inclina menos a pensar que su educación en negocios le esté preparando muy efectivamente para manejar conflictos de valores (el 35% contra el 47%, respectivamente). Mientras más se aproximan a la fecha de graduación, ambos géneros se muestran menos satisfechos sobre este aspecto de su educación. Es interesante que los hombres comienzan sintiéndose mejor preparados para manejar conflictos, pero terminan casi igual de insatisfechos que sus colegas mujeres respecto a los logros de sus estudios.▶▶

Los resultados de la encuesta señalan oportunidades y retos para las corporaciones. Las compañías deberán darse cuenta de lo importante que es la reputación ética de un futuro empleador. Más del 60% de todos los participantes considera este factor en su decisión de empleo.

Por lo general, el trabajo corporativo tradicional no se ve como una oportunidad de hacer un impacto positivo en la sociedad. De hecho, las actitudes de los estudiantes hacia las prácticas generales de negocios no son positivas. Sólo el 12% de los estudiantes de MBA está firmemente de acuerdo con que la mayoría de las compañías reporta sus ganancias y utilidades de manera exacta. Un colosal 93% de los estudiantes de negocios coincide muy fuertemente o de algún modo en que los administradores ponen demasiado énfasis en las mediciones del desempeño a corto plazo al tomar las decisiones de negocios.

Visión integral: escasa

Una encuesta nacional de profesionales de Recursos Humanos (RH) muestra que, pese a los muchos beneficios que obtienen las compañías por tener un clima ético, pocas han invertido esfuerzo y recursos para crear y mantener un programa integral de ética y cumplimiento. Investigaciones previas han demostrado la necesidad de un programa que logre los beneficios tangibles de estabilidad de empleados y mayor productividad, apoyo de la comunidad, atracción y retención de clientes, menor costo de capital y beneficios intangibles (por ejemplo, una mejor reputación).

Un nuevo estudio, *El paisaje de la ética en los negocios en Norteamérica*, fue emitido conjuntamente por la Sociedad para la Administración de los Recursos Humanos (SHRM, por sus siglas en inglés) y el Centro de Recursos de Ética (ERC, por sus siglas en inglés). De los 513 profesionales de RH encuestados, sólo el 23% respondió que su organización tiene un programa integral de ética y cumplimiento, y el 7% reportó que en su empresa no existe tal cosa. “Es decepcionante que menos de una cuarta parte de los profesionales de RH indique que sus organizaciones tienen un programa completo de ética y cumplimiento”, dice Patricia Harned, Presidenta de ERC.

La paráfrasis de ERC de los Lineamientos Federales de Sentencias para las Organizaciones muestra seis requisitos para mitigar las multas y penalidades que pueden evaluarse:

1. Normas por escrito de la conducta ética en el lugar de trabajo.
2. Medios por los que un empleado reporta de manera anónima violaciones a las normas éticas.

3. Orientación o entrenamiento sobre conducta ética en el lugar de trabajo.

4. Una oficina específica, línea de teléfono, dirección electrónica o página web donde los empleados puedan obtener asesoría sobre temas relacionados con la ética.

5. Evaluación de conducta ética como parte de las evaluaciones regulares del desempeño.


6. Disciplina a empleados que cometan violaciones éticas.

Resultados adicionales contenidos en el reporte mencionado incluyen el hecho de que sólo el 77% cree que la alta administración se somete al mismo nivel de responsabilidad o rendición de cuentas por violaciones éticas que los supervisores (el 86%) y los empleados no administradores (el 91%). Un muy importante 19% de profesionales de RH reportó sentirse presionado a comprometer las normas de ética de su organización, política de la compañía o ley.

En el lado positivo, el 82% de profesionales de RH dijo reportar las faltas contra la ética cuando las observaba, en comparación con sólo un 61% de empleados que lo hacía. Las faltas de conducta ética más comunes que observan (y presumiblemente reportan) los profesionales de RH son la conducta abusiva o intimidatoria hacia los compañeros y el abuso de los privilegios del Internet.

Una información incidental interesante en este reporte es que la mayoría de los profesionales de RH no sienten pertenecer realmente a la infraestructura ética.

Susan R. Meisinger, Presidenta y Directora Ejecutiva de SHRM, cree que “las organizaciones pueden beneficiarse si invitan a los profesionales especializados a las pláticas iniciales de planeación de programas relativos a la ética”. De otro modo, sólo se les pide que *limpien* las situaciones ocasionadas por las violaciones en este sentido.

Los profesionales de Contabilidad Administrativa necesitan asociarse con sus colegas de RH para asegurarse que su organización sigue manteniendo un clima ético. 

Texto original: “What do MBA Students Think about Business and Society?” (*Strategic Finance*, agosto 2008). Traducción para *Veritas* del Colegio de Contadores Públicos de México por Jorge Abenamar Suárez Arana.

*Curtis C. Verschoor es Profesor Investigador y Asociado en Investigación en DePaul University, Chicago. Recientemente publicó su último libro, *Audit Committee Essentials*. curtisverschoor@sbcglobal.net

Son más los estudiantes que también creen que una responsabilidad principal de los negocios es “crear valor para las comunidades donde operan”.