

Reunión Anual de la Asociación Internacional de Escuelas de Negocios Jesuitas

Autor: José Manuel Rodríguez Carrasco

La XI reunión anual de la Asociación Internacional de Escuelas de Negocios Jesuitas (IAJBS) se celebró este año en UNISINOS (Universidade do Vale do Rio os Sinos) en Sao Leopoldo, Brasil. El tema de la reunión de ese año giró en torno a “La sociedad del conocimiento: Un nuevo desafío para las escuelas de negocios jesuitas”. Esta reunión anual, a la que asisten principalmente los decanos de las escuelas de negocios y otros profesores que dictan conferencias y seminarios sobre el tema general anual, responde al objetivo de las Asociación que como aparece en su página web está comprometida con la comprensión y la mejora de la educación para el mundo de los negocios, con el objetivo de aportar un marco de cooperación, diálogo e intercambio de valores comunes.

No cabe duda, como dijo Roberto Horta, el actual presidente de la IAJBS, que las potencialidades de una red de universidades, como lo es la red de Escuelas de Negocios Jesuitas, que tiene un alcance mundial, son enormes. Hasta el momento actual los Foros Anuales anteriores se han constituido en la expresión más clara de la cooperación e intercambio de sus miembros, pero las potencialidades de colaboración y de acciones conjuntas es muy superior a lo que se ha hecho hasta el presente.

La IAJBS abre sin duda un abanico muy amplio de posibilidades de cooperación entre escuelas y facultades de administración y economía. Si los grupos internacionales de empresas se multiplican rápidamente para adaptarse a un mercado mundial, parece coherente que las Escuelas de Negocios Jesuitas no permanezcan centradas en entusiasmos locales sino que se abran, unas a otras, para formar hombres y mujeres para los demás en la comunidad del mundo del siglo XXI.

La estructura de estas reuniones, que se desarrolló a lo largo de tres días, tuvo la forma de cuatro sesiones plenarias y varios seminarios de trabajo. Los títulos de las sesiones plenarias fueron:

- Desde el conocimiento a la sabiduría: Desafíos estratégicos de una educación de los negocios global.
- La sociedad del conocimiento: Una aproximación ética.
- El modo japonés de creación de conocimiento.
- La sociedad basada en el conocimiento: Pautas e implicaciones.

Los seminarios y sesiones de trabajo tuvieron como temas los siguientes:

- El papel estratégico de los negocios.
- Conocimiento, tecnología y producción.
- Diseños organizativos para la promoción de la creación del conocimiento.
- Investigación y enseñanza: El eslabón necesario.

Por parte de la Universidad Pontificia Comillas se presentaron dos comunicaciones, una “El conocimiento como agente de cambio organizativo y estratégico” y la otra “Los contenidos en la economía de la información”.

La primera comunicación tuvo como ponentes a Paloma Bilbao Calabuig y José Manuel Rodríguez Carrasco; Se puso de relieve la compleja relación entre los conceptos de cambio, conocimiento, estrategia y organización. El punto de partida de esta posible relación comienza con la consideración de la dimensión estratégica del conocimiento y la distinción dentro de éste del conocimiento explícito y tácito y cómo se va transformando y transmitiendo el conocimiento en el seno de la empresa.

El cambio en la empresa se considera desde varios puntos de vista. El cambio dramático, que es impuesto por los niveles superiores de la jerarquía organizativa; El cambio sistemático, que se genera de forma lateral y afecta al nivel intermedio de la empresa; El cambio orgánico que emerge de los niveles organizativos inferiores y produce el rejuvenecimiento de la empresa. Estos tres tipos de cambio interactúan dinámicamente, aportando cada uno la fuerza necesaria para llevar a cabo el proceso de implantación de la estrategia.

La organización, y particularmente la organización conocida como organización ambidextra, pone al servicio de este cambio los agentes y las herramientas necesarias para que se produzca la implantación del cambio.

La segunda comunicación presentada por la Universidad Pontificia Comillas, “La economía de la información”, tiene como autor a Bernardo Hernández González. En lo que se conoce como la nueva economía de la información rigen las mismas leyes de la economía que se han explicado en los manuales clásicos durante años; lo único que cambia es la tecnología y los nuevos elementos que incorpora.

Como primer elemento de esta economía de la información ha de destacarse la información misma. La información es un bien económico costoso de producir pero barato de reproducir, tiene un alto componente de costes fijos en comparación con los variables y su política de precios debe fijarse en función del valor creado para el consumidor y no de sus costes de producción.

El desarrollo de las economías de información se realiza por medio de las economías de red. Esto es, las economías derivadas de las redes naturales y sociales. Por otro lado, los avances tecnológicos que han multiplicado exponencialmente la creación de

redes sociales a través de las que puede intercambiarse la información digital, han creado un buen número de nuevos vínculos como el correo electrónico y el teléfono móvil.

Esta situación de economía de la información, tecnología y redes, ha alumbrado nuevos modelos de negocio que han demostrado ser sostenibles en el tiempo y capaces de generar enormes beneficios. El entendimiento de las implicaciones de la nueva economía de la información es lo que explica que entre los fabricantes de automóviles General Motors, Ford y Daimler-Chrysler se de trabajo a más de un millón de personas y los mercados financieros valoren conjuntamente estas empresas en una cifra cercana a los setenta y cuatro mil millones de dólares, mientras que una sola empresa como Microsoft, basada en la nueva economía de la información y que emplea a cincuenta y siete mil personas es valorada por los mercados financieros en casi cuatrocientos mil millones de dólares.

Otros mensajes que se transmitieron durante esta reunión anual de la IAJBS se pueden encontrar en su página web. Aquí finalmente se destacaría la idea que recalcó el presidente de UNISINOS ante el tema de la sociedad del conocimiento: “Centrarse en el conocedor”. Puesto que el conocimiento proviene del ser humano, es acumulado por el ser humano y su último beneficiario es el ser humano.