

entrevista

Lima puede ser el hub educativo latinoamericano

IE -Instituto de Empresas de España- es una de las escuelas de negocio más importante del mundo. Su decano, Santiago Iñiguez, estuvo en Lima y visitó **Gestión**. Conversamos sobre crisis y educación, y remarcó la necesidad de que los empresarios vuelvan a las aulas.

RICARDO MONTERO

Europa inició en 1999 un proceso para integrar su educación superior. ¿Cuánto han avanzado?
La armonización de los sistemas universitarios ya es una realidad en Europa. Es más, países como Australia e India, que no integran la UE, se han adherido al proceso.

¿Y de América Latina?
No conozco si en América Latina están en un proceso de reforma parecido.

¿Estamos por debajo en formación universitaria?
Eso no lo creo. En América Latina existen muy importantes universidades y escuelas de negocios, y se realizan encuentros académicos de mucha relevancia. Por ejemplo, el próximo 25 de marzo organizaremos acá, en Lima, el "Global Alumni Forum", una conferencia que reunirá a ex alumnos y amigos del IE de todo el mundo.

Lima será un centro académico mundial...
Mire, yo creo que Lima puede ser el hub educativo no solo de la región andina, sino de toda Latinoamérica.

¿Por qué cree eso?
Porque Lima ha ganado en

atractivo, seguridad, concentración económica y estabilidad política. Son una serie de condiciones que podrían llevar a que en diez años se convierta en sede educativa internacional.

¿Qué falta?
Más proyección externa, debe hacer un mejor marketing. Pero también se deben mejorar aspectos de logística, como el fortalecimiento del aeropuerto. Hay que tener en cuenta, además, que su ubicación geográfica puede hacer de Lima el hub de las comunicaciones de la región, desplazando a cualquier otra capital, incluso a Santiago.

¿Darán nuestras universidades la talla?
Ustedes tienen la universidad más antigua de América y al menos tres escuelas de negocios que están entre las primeras del continente. Lo que está claro es que yo veo a Lima convirtiéndose en un centro empresarial y educativo para todo el continente.

Escuelas y crisis. ¿Qué papel han cumplido las escuelas de negocio en este periodo de crisis?
Las escuelas de negocios han jugado un papel muy positivo. En el caso de las españolas, debo decir que han estado formando a los líderes



CAROLINA URRÁ

Santiago Iñiguez afirma que desde el exterior se ve al Perú con más optimismo de como lo ven los propios peruanos.

Identikit

Nombre: Santiago Iñiguez de Onzoño.
Nacionalidad: Española.
Cargo: Decano de IE Business School.
Especialidad: Doctor en leyes y MBA por IE Business School.
Experiencia: Consultor de gestión y de control de calidad y desarrollo de la educación. Miembro de las Juntas Directivas de Centrum - Universidad Católica.

que han internacionalizado a las grandes corporaciones de mi país hasta convertir las multinacionales.

¿Qué cree que ha fallado?
Creo que la ciencia de la dirección de empresas o la ciencia financiera, si así se les puede llamar, están en una fase muy inicial. Los economistas han

aprendido mucho de estas crisis, pero también tenemos que desarrollar instrumentos financieros para analizar el concepto de riesgo más pormenorizadamente. También necesitamos saber cómo interactúan los agentes económicos cuando se produce una crisis, para preparar a los stakeholders, de manera que todos los jugado-

res, autoridades, banqueros, empresarios, agencias de riesgo, etc., tengan suficiente formación. Deben volver a la escuela de vez en cuando, porque un máster no basta para toda la vida.

¿Los empresarios deben volver a la escuela?

Es fundamental, porque alguien que se graduó hace 20 años necesita conocer nuevas técnicas y las nuevas tecnologías. Hemos aprendido de esta crisis que hace falta actualizar los conocimientos, yo diría cada cinco años o quizá en menos tiempo.

Es un buen titular: los empresarios deben volver a la escuela...

(Risas) A los buenos CEO yo los veo que vuelven a la escuela. En el IE reunimos una o dos veces al mes a los presidentes de las empresas más importantes de España en torno a un profesor, y me asombra ver que todos toman notas y hacen preguntas. Los buenos presidentes de empresas siguen leyendo, siguen estudiando y siguen aprendiendo.

Hay un aspecto que preocupa, el ético. ¿Cuánta capacidad ética tenemos para evitar circunstancias como la que estamos pasando?

Los casos de corrupción o de estafa en el sistema financiero son patologías, son excepciones. Ahora, este es un asunto que involucra a todos, porque nadie puede decir que no tiene un margen de responsabilidad por estas crisis.

rse

Kety Jáuregui
Universidad
ESAN



Sistemas de gestión de RSE

La adopción de alguno de los sistemas y normas de gestión de responsabilidad social dependerá de una decisión alineada con la misión, visión, valores o filosofía de la empresa. Entre las normas internacionales tenemos: SA 8000, SGE-21, AA 1000, OHSAS 18000, ISO 14000 y próxima a lanzarse la norma ISO 26000.

La SA 8000, creada por Social Accountability International (SAI), promueve mejores condiciones laborales, sobre la base de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, convención y recomendaciones de la OIT, la convención de Naciones Unidas sobre Derechos del Niño y convención de Naciones Unidas sobre eliminación de discriminación a la mujer.

La SGE-21 evalúa la gestión ética y social en relación a nueve grupos: alta dirección, clientes, proveedores, trabajadores, entorno social, entorno ambiental, inversores, competencia y administraciones públicas. Fue creada por Fonética.

La AA 1000 es un estándar de aseguramiento que ayuda a construir enfoques efectivos para relacionarse con grupos de interés. Desarrollada por Accountability.

La norma ISO 26000 será una guía que brindará lineamientos respecto de temas sociales y ambientales para cumplir compromisos con todos los grupos de interés. A diferencia de las anteriores, no es certificable, por el momento, pero brinda sólidos lineamientos para organizar todo el sistema de gestión de RSE a la estrategia de la empresa.

marketing personal

¿Creatividad es trabajar sin restricciones?

Las empresas claman por una cultura de innovación, pero es importante generar un marco bajo el cual se puedan crear ideas novedosas, señala Mauricio Bock, director de Drumming Up.

Perú es el país de la creatividad y muchas organizaciones nacen de ideas novedosas que marcan la diferencia y se destacan logrando penetración internacional como los restaurantes de Gastón Acurio. Bien manejada es un grito de competitividad, las empresas buscan innovar para demarcarse y exigen de sus talentos poseer esa chispa para solucionar desafíos y lograr mejoras.

Mal manejada, la exigencia por la creatividad puede generar retrasos en los proyectos, obteniendo un impacto inverso a lo esperado y como consecuencia poner en riesgo los objetivos de la organización.

Ser creativo no significa desprenderse de las reglas de los negocios o filosofar sin límites. Es ser proactivo, visionando claramente los retos de la organización para aportar

soluciones concretas a las necesidades del negocio y de los clientes.

Se debe cultivar la creatividad entregando a los trabajadores pautas concretas y herramientas bajo las cuales los talentos podrán actuar. Para ello requieren.

1. Factor tiempo: la limitante de la creatividad es el tiempo. Una meta es un objetivo

con fecha de caducidad. Para lograr cumplir con los plazos se debe gestionar cada etapa de la creatividad.

2. Presupuesto: es uno de los factores a tomar en cuenta desde el inicio de los proyectos para respetar costos y enfocarse en las soluciones factibles que permitirán un retorno de inversión.

3. Enfoque: Es integrar la misión de la organización y su visión a los proyectos. El riesgo de no tenerlos presentes sería desvirtuar la razón de ser de

la empresa y confundir a sus clientes en su expertise.

4. Trabajo en equipo: no se trata de trabajar en laboratorio, el experto es su cliente, fortalezca su visión liderando equipos multidisciplinarios e integrando las capacidades de todos.

5. Sustentar: tome en consideración la voz del cliente y haga un benchmark contra sus competidores. Innovar es entender las necesidades de los clientes. Obtenga estudios que confirmarán su posición.