

Resumen Ejecutivo¹

Una Visión de la Investigación Responsable en los Negocios y la Gestión

15 de noviembre, 2017

Por los Miembros Fundadores de la Comunidad para la Investigación Responsable en los Negocios y la Gestión²

INTRODUCCIÓN

Este informe presenta una visión de las escuelas de negocios y académicos de todo el mundo que han transformado con éxito su investigación hacia la ciencia responsable, produciendo conocimiento creíble que en última instancia sea útil para abordar los problemas principales tanto de las empresas como la sociedad. Esta visión se basa en la creencia de que los negocios pueden ser una fuerza para el bien, cuando están informados por el conocimiento de la investigación responsable. La investigación es la base de la educación y la práctica empresarial. Sin embargo, a veces, la investigación llevada a cabo por las escuelas de negocios ha sido criticada por su debilidad y poca relevancia. La investigación responsable garantiza la producción de conocimiento creíble que puede ser utilizada para informar políticas gubernamentales progresivas y para promover prácticas empresariales y de gestión positivas. Consiste en siete principios que deben guiar la investigación; cuatro se centran principalmente en la utilidad del conocimiento y tres en la credibilidad del conocimiento. Termina con un llamado a acciones para transformar la investigación empresarial y de gestión hacia el logro de las aspiraciones de la humanidad para un mundo mejor.

VISIÓN 2030

En 2030, las escuelas de administración y negocios en todo el mundo son ampliamente admiradas por sus contribuciones al bienestar social. Las becas empresariales y de gestión han sido fundamentales para resolver los desafíos de la sociedad, como, por ejemplo, el logro de Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. La investigación es oportuna y de vanguardia y el resultado es conocimiento bien fundamentado sobre problemas acuciantes. Tanto las escuelas como los académicos están comprometidos con los principios de la investigación responsable, que están integrados en el plan de estudios básico de la educación doctoral y dan forma a la educación de los estudiantes en todos los niveles. Los resultados de la investigación responsable se enseñan ampliamente en el aula, educando a los estudiantes como líderes responsables en sus respectivas profesiones.

La investigación ha ayudado a estudiantes, organizaciones y comunidades de todo tipo a desarrollar sistemas efectivos que conducen tanto a un desempeño económico alto y responsable, como a grandes innovaciones, un bienestar positivo de los empleados y los

¹ El contenido de este resumen ejecutivo está basado en el documento de posición, *A Vision of Responsible Research in Business and Management: Striving for Useful and Credible Knowledge* (CRRBM, 2017).

² Los miembros fundadores de la Comunidad para la investigación Responsable en los Negocios y la Gestión es un grupo de 28 académicos del mundo dedicado al avance de la ciencia responsable en los negocios y la gestión. Sus nombres figuran al final de este documento. Contactar directamente con: atsui@nd.edu.

clientes, un entorno natural próspero y comunidades fuertes. Muchas escuelas se han centrado en áreas de investigación y centros de excelencia en sus respectivas áreas de especialización. Los estándares de excelencia están en sintonía con las condiciones locales y las necesidades de las comunidades circundantes; las escuelas en diferentes partes del mundo han seguido diferentes caminos para alcanzar la excelencia. Muchas escuelas han aportado valiosos conocimientos para apoyar las más altas aspiraciones de la humanidad dentro de los límites planetarios, incluida la mitigación de la pobreza; acceso a la comida, agua limpia y educación; consumo y uso sostenible de los recursos naturales; mayor igualdad de género y social; inclusión; creciente prosperidad; distribución equitativa de la riqueza; y un sector financiero responsable y resistente. Los líderes empresariales y los funcionarios del gobierno son invitados frecuentes en las escuelas de administración y negocios, buscan asesoramiento sobre políticas y ofrecen apoyo para la investigación sobre cuestiones que necesitan comprensión. La investigación empresarial y de gestión es un modelo de "ciencia responsable" después de una importante transformación que comenzó en 2017.

LOS PRINCIPIOS DE LA CIENCIA RESPONSABLE³

Los miembros del ecosistema de la investigación incluyen muchas partes interesadas, entre ellos, líderes universitarios y escolares, académicos, editores de revistas, ejecutivos de negocios, financiadores, agencias de acreditación, estudiantes y ex alumnos, y la sociedad en general (como contribuyentes y beneficiarios de la educación empresarial responsable y prácticas organizacionales). La investigación responsable depende de un ecosistema que respalde, reconozca y recompense, de manera coordinada, los siguientes siete principios.

Principio 1: Al servicio de la sociedad: el desarrollo de conocimientos que beneficien a las empresas y a la sociedad en general, a nivel local y mundial, con el objetivo final de crear un mundo mejor.

Principio 2: La participación de las partes interesadas: investigación que involucre a las diferentes partes interesadas en el proceso de investigación, sin comprometer la independencia de la investigación.

Principio 3: El impacto sobre los grupos de interés: para una investigación que tenga un impacto en los diversos interesados, especialmente en la investigación que contribuye a mejores negocios y a un mundo mejor.

Principio 4: Valorar las contribuciones tanto básicas como aplicadas: Contribuciones tanto en el dominio teórico para crear conocimientos fundamentales como en dominios aplicados para abordar cuestiones acuciantes y actuales.

Principio 5: Valorar la pluralidad y la colaboración multidisciplinaria: Diversidad en temas de investigación, métodos, formas de investigación, tipos de investigación y colaboración interdisciplinaria para reflejar la pluralidad y complejidad de los negocios y los problemas sociales.

Principio 6: Una metodología sólida: Para una investigación que implementa métodos y procesos científicos sólidos en dominios tanto cuantitativos como cualitativos o tanto teóricos como empíricos.

Principio 7: La difusión general: Diversas formas de difusión del conocimiento que promueven colectivamente el conocimiento y la práctica básicos.

³ Las palabras "investigación" y "ciencia" son sinónimos en este documento.

LA CIENCIA PARA MEJORAR LOS NEGOCIOS Y PARA UN MUNDO MEJOR

Nuestro mundo enfrenta tensiones desafiantes: económicas, políticas, tecnológicas, sociales y ambientales. Los 195 estados miembros de las Naciones Unidas se han comprometido a poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar la prosperidad en los próximos 15 años.⁴ La Academia Nacional de Ingeniería alienta a la profesión a cumplir con 14 grandes desafíos en las áreas de educación, inteligencia artificial, salud, agua potable, energía, infraestructura urbana o seguridad en el ciberespacio.⁵ Los líderes en el gobierno, las empresas y las sociedades civiles han identificado una miríada de desafíos similares. La investigación empresarial y de gestión puede contribuir en gran medida a superar estos desafíos, descubriendo procesos y sistemas para mejorar el trabajo colectivo a nivel organizacional y nacional, en áreas como el uso responsable de recursos financieros, métodos de contabilidad para evaluar los impactos sociales, productos y servicios innovadores para el fondo de la pirámide, comercialización sostenible y cadena de suministro, logística para llegar a las regiones actualmente inaccesibles y atención tanto a la creación de riqueza como a la distribución de la riqueza, por nombrar algunos. Para realizar Visión 2030, se requerirán acciones concurrentes y coordinadas en todos los grupos de las partes interesadas y relevantes, con el objetivo común de valorar una erudición rigurosa que aborde desafíos importantes y produzca conocimiento procesable. Hacemos un llamamiento a la acción de cada uno de los grupos de las partes interesadas para apoyar los siete principios y para servir como pioneros en la investigación responsable. La ciencia en los negocios y la gestión puede cumplir con sus obligaciones y desarrollar su potencial a través de la investigación responsable que humildemente proponemos.

⁴ <http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

⁵ <http://www.engineeringchallenges.org/challenges.aspx>

Autores

Los 28 miembros fundadores de la Comunidad para la Investigación responsable in los Negocios y la Gestión (Por orden alfabético)

1. Rashad Abdel-Khalik (contabilidad), University of Illinois, Urbana-Champaign, U.S.A.;
2. Franklin Allen (finanzas), Imperial College, U.K.;
3. Mats Alvesson (gestión), Lund University, Sweden;
4. Mary Jo Bitner (marketing), Arizona State University, U.S.A.;
5. Ingmar Bjorkman (decano, gestión), Aalto University, Finland;
6. Hongbin Cai (decano, economica aplicada), Hong Kong University, China;
7. Gerald F. Davis (gestión), University of Michigan, U.S.A.;
8. Thomas Dyllick (gestión de sostenibilidad), University of St. Gallen, Switzerland;
9. Gerald George (dean, entrepreneurship), Singapore Management University, Singapore;
10. William Glick (management), Rice University, U.S.A.;
11. *Jonas Haertle (jefe), United Nations Global Compact PRME;
12. Ulrich Hommel (finanzas), EBS business school, Germany;
13. *Dan LeClair (vicepresidente ejecutivo), AACSB, U.S.A.;
14. Xiongwen Lu (decano, marketing), Fudan University, China;
15. Peter McKiernan (estrategia), University of Strathclyde, Scotland;
16. Katrin Muff (gestión sostenibilidad), Business School Lausanne, Switzerland;
17. Serguei Netessine (gestión de operaciones), University of Pennsylvania, U.S.A.;
18. Maureen O'Hara (finanzas), Cornell University, U.S.A.;
19. *Claire Preisser (director asociado), Aspen Institute Business & Society Program, U.S.A.;
20. David Reibstein (marketing), University of Pennsylvania, U.S.A.;
21. Ira Solomon (decano, contabilidad), Tulane University, U.S.A.;
22. Chris Tang (gestión de operaciones), University of California, Los Angeles, U.S.A.;
23. Howard Thomas (estrategia), Singapore Management University, Singapore;
24. **Anne S. Tsui (gestión), University of Notre Dame, U.S.A.;
25. *Matthew Wood (director de operaciones), EFMD, Belgium
26. Xiaobo Wu (iniciativa empresarial), Zhejiang University, China;
27. Bernard Yeung (decano, estrategia), National University of Singapore, Singapore;
28. Sri Zaheer (decano iniciativa empresarial), University of Minnesota, U.S.A.

* Patrocinadores institucionales

** Autora correspondiente (atsui@nd.edu)

Co-firmantes

85 académicos superiores y líderes, representantes de múltiples disciplinas de negocios (incluyendo 30 líderes de escuelas, universidad y de negocios) de 75 instituciones en 21 países, aportaron ideas valiosas que han mejorado significadamente el documento durante el período de seis meses de consultación: abril de 2017 a septiembre de 2017. Los nombres y afiliaciones de la lista completa de co-firmantes se encuentra en la página de “Apoyadores” en el sitio web de RRBNetwork.