

Experiencias desde la academia: 10 años de promover el comercio justo y los negocios sustentables

PATRICIA POCOVÍ GARZÓN
ANA PAOLA ALDRETE GONZÁLEZ
LUIS MANUEL MACÍAS LARIOS

*El tejido social con productores y artesanos que buscan el bien común abre las oportunidades a un proceso de intercambio en donde se favorece el Buen Vivir, desde un comercio justo y responsable.
La ética en los negocios se presenta en las decisiones cotidianas y en los principios de los directivos y colaboradores hacia el bien común de todas y todos.
La congruencia en los negocios éticos y sustentables se vive y se aprende*

Resumen: la Escuela de Negocios ITESO trabaja por una economía global justa y solidaria, en la que se desarrollan proyectos de investigación, docencia y vinculación. El presente capítulo describe la experiencia del proyecto de Comercio Justo desarrollado por la Unidad Académica Básica de Mercadotecnia, que tenía como misión crear un programa académico y de difusión para promover entre productores de pequeña escala, comercializadores, consumidores y comunidad universitaria la cultura del comercio justo y solidario, como alternativa frente a los modelos convencionales capitalistas.

Se recupera la experiencia desde la academia, así como el impacto del programa al interior de la universidad, en la formación de vínculos con consumidores solidarios, productores, artesanos y organizaciones sociales y productores, para promover el comercio justo y consumo solidario. A partir de este proyecto, ha sido posible desarrollar materias relacionadas con estos temas, así como publicaciones, que nos han permitido contribuir e impactar en la formación de los jóvenes universitarios sobre la importancia de avanzar hacia un modelo de negocios más ético y sustentable que favorezca el Buen Vivir.

Palabras clave: comercio justo, economía solidaria, experiencia académica, escuela de negocios.

Abstract: ITESO's Business School works to bring about a fair global economy marked by solidarity, through the development of research, teaching and outreach projects. This chapter describes the experience of the Fair Trade project carried out by the Basic Academic Unit in Marketing, which set out to create an academic and communication program to promote the culture of fair trade and solidarity among small-scale producers, traders, consumers and the university community, as an alternative to conventional capitalist models. The experience is examined from an academic perspective, and its impact on the university is assessed, as well as its effectiveness in forming ties among supportive consumers, producers, craftspeople and social organizations, and in promoting fair trade and solidarity-based consumption. This project has served as a platform for developing courses and publications that look at these issues, which have had an impact in terms of teaching university students about the importance of moving toward a more ethical and sustainable business model that fosters Good Living.

Key words: fair trade, solidarity economy, academic experience, business school.

¿POR QUÉ UN PROYECTO DE COMERCIO JUSTO DESDE UNA UNIVERSIDAD JESUITA?

El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), como parte de las universidades jesuitas, promueve desde su misión el diálogo con organizaciones sociales que favorezcan la transformación de los sistemas e instituciones encaminados a la construcción de una sociedad más justa y humana. Esta misión se vive a través de sus orientaciones fundamentales, especialmente cuando se trata del compromiso social (ITESO, 2003).

En la Unidad Académica Básica de Mercadotecnia se buscaba tener una visión social del área que fuera fiel a la misión de la universidad. En 2008, con los nuevos cambios en la manera de llevar a cabo el servicio social de las y los estudiantes, se presenta la oportunidad de desarrollar un Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) relacionado con los temas de comercio justo y consumo responsable. Esto ayudó a abrir el diálogo para desarrollar el proyecto de comercio alternativo e incorporar más adelante en la licenciatura de Mercadotecnia otras materias en las que se integraron de manera intencionada los temas de comercio justo y solidario, economía social, responsabilidad social y consumo responsable, entre otros.

¿Por qué el comercio justo? El comercio justo nace en los países más vulnerables del sur de nuestro planeta y se presenta como una posibilidad para mejorar la vida de productores, artesanas y artesanos menos favorecidos, así como la de sus familias y comunidades. Es un sistema de comercialización certificado que facilita la entrada a los mercados internacionales, especialmente hacia los países desarrollados. Desde los años setenta se habla de la importancia de mejorar las condiciones de productores y artesanos de los países en desarrollo (Fair-trade International, s. f.). Sin embargo, fue hasta la década de los noventa en donde toma más fuerza gracias a la intervención de organizaciones no gubernamentales, asociaciones civiles y universidades para promover el comercio justo y el consumo ético y responsable. Desde esa perspectiva se identifican oportunidades para incorporar otros paradigmas en la formación de los profesionales de las áreas de negocios. Este modelo de comercialización se fundamenta en la ética empresarial y vislumbra que existen otras formas de hacer negocios basados en el bien común, la sustentabilidad, las tradiciones y culturas ancestrales que recuperan el valor del cuidado de sus territorios y la sabiduría de los guardianes de la tierra y sus costumbres. Los principios del comercio justo se basan en mantener condiciones de trabajo digno y seguro, equidad de género, libre de trabajo infantil, beneficios para las y los productores organizados, sus familias y comunidad, así como el derecho a la educación y el cuidado del medio ambiente, principalmente.

Incorporar los temas de otros modelos de comercialización alternativos en la academia de mercadotecnia social facilitó la consolidación de proyectos que fueran afines a lo solicitado en la planeación institucional del periodo 2012–2016, en la que se invitaba a la comunidad académica a concretar y renovar el espíritu ignaciano en los programas académicos y definir medios alternativos para impactar de manera positiva en la formación de los estudiantes para que estos fueran capaces de una transformación social (Consejo Universitario, 2011).

Consideramos que el proyecto de comercio justo que se inició en 2010 contribuyó a encontrar estos nuevos modos de vivir el espíritu ignaciano a los que se hace referencia en la misión y en la planeación estratégica de la universidad.

A su vez, se refuerza con la necesidad imperante de incidir en la formación de los profesionales de negocios para construir sociedades inclusivas y sostenibles, como se menciona

en el documento “Por una economía global justa”, en donde invita a las universidades jesuitas a reflexionar cómo los modelos económicos basados en el capital afectan la inclusión y la sostenibilidad y nos invita a encontrar otros modelos económicos que respondan mejor a las necesidades de los pobres y del cuidado del medio ambiente (SJES, 2016).

El proyecto de comercio justo trabajó con sectores desfavorecidos, es decir, productoras y productores de menor escala, colectivos y cooperativas, artesanas y artesanos para encontrar otros modelos de producción, otras formas de comercialización, basados en un intercambio ético, justo y solidario.

Se impulsó un consumo ético y solidario en donde se tiene la certeza de que lo que compramos viene de una producción justa y sostenible y nos permite conectar directamente a las y los productores y artesanos con el consumidor final, ofreciendo calidad y precio.

EVENTOS DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DEL COMERCIO JUSTO EN EL ITESO

El ITESO se ha distinguido como una universidad que promueve la conciencia social y la sostenibilidad en la región Occidente de México. Para promover la equidad y la justicia en el comercio internacional, el ITESO ha organizado actividades de promoción y divulgación que han dejado una huella significativa en la comunidad universitaria.

Estos eventos, que incluyen conferencias, ferias, talleres y actividades interactivas, reúnen a estudiantes, profesores, productores, comerciantes y miembros de la comunidad en general para explorar y comprender los principios y beneficios del comercio justo. Estas iniciativas también promueven un diálogo crítico sobre el papel de las organizaciones en la construcción de un mundo más justo y sostenible.

Jornadas de Comercio Justo

Estas jornadas se celebraron anualmente a partir del año 2010 en el ciclo escolar de otoño bajo la conducción de la Unidad Académica Básica de Mercadotecnia del Departamento de Economía, Administración y Mercadología del ITESO (DEAM). En su organización participaron profesores e investigadores de diversos centros y departamentos de la Red Universitaria de Economía Solidaria conformada por el Departamento, el Centro Universitario Ignaciano (CUI), el Centro Universidad Empresa, el Centro de Investigación y Formación Social y el Programa de Sustentabilidad Institucional, así como estudiantes y profesores voluntarios.

La organización de las primeras cuatro ediciones se basó en una pregunta detonadora sobre la cual giraron todas las actividades del programa de ese año, por ejemplo:

- 2010: ¿qué es el comercio justo?
- 2011: ¿cuáles son los casos de éxito en México?
- 2012: ¿qué es el consumo responsable?
- 2013: ¿qué podemos hacer en Guadalajara?

Para las siguientes cinco ediciones se creó un concepto rector para dar identidad y dirección a las actividades de cada año, por ejemplo:

- 2014: alternativas en la ciudad
- 2015: ideas que trascienden
- 2016: otras alternativas
- 2017: ayuda no, comercio justo sí
- 2018: encuentro entre productores, artesanos y consumidores locales

En estos nueve años se presentaron iniciativas de distintas organizaciones de los tres sectores sociales. Desde instancias públicas como la Secretaría de Desarrollo Rural del Estado de Jalisco, el Instituto de la Artesanía Jalisciense y la Procuraduría Federal del Consumidor, hasta empresas como Juan Valdez Café, Aires de Campo, The Green Corner, Certimex y Capeltic, entre otras. De igual modo participaron organizaciones sociales civiles, como el Colectivo Ecologista de Jalisco, Greenpeace y Comercio Justo México, por citar algunos casos.

Jornadas de Comercio Alternativo y Negocios Sustentables

Después de nueve años de celebrar este evento ininterrumpidamente, el Comité Organizador, en diálogo con el director del DEAM, decidió modificar el nombre a Jornadas de Comercio Alternativo y Negocios Sustentables, partiendo de un concepto más amplio, donde la discusión y reflexión académica se limitó al modelo de comercio justo y abrió la puerta para presentar modelos alternativos con un enfoque sostenible.

Fue así como la temática de la décima edición se denominó de la siguiente manera:

- 2019: 10 años de impulsar nuevas formas de hacer negocios

En esta edición se dieron cita empresas como C&A que presentó ante la comunidad universitaria su proyecto de sostenibilidad en su cadena de suministro; Davines México, una marca de cosmética con certificación de empresa B; Pride Connection México, una red nacional de empresas que promueven la diversidad e inclusión laboral; Anguiplast, uno de los mayores fabricantes de bolsas ecológicas y biodegradables en México, entre otras organizaciones.

En estos 10 años se dieron cita más de 5,780 personas a las distintas actividades de las jornadas. La Feria de Comercio Alternativo reunió cada año a más de 30 expositores, para ofrecer alimentos orgánicos o naturales, productos de higiene y cuidado personal respetuosos con el medio ambiente, así como artesanía decorativa y textil proveniente de diferentes puntos de la república.

Un logro importante después de estos 10 años es que, en 2009, previo a la primera edición de las jornadas, la Unidad Académica Básica de Mercadotecnia realizó un sondeo de opinión entre la comunidad universitaria para medir el grado de conocimiento del comercio justo. En el marco de la décima edición se replicó este estudio y se obtuvieron los siguientes resultados comparativos: mientras que en el periodo escolar de otoño 2009 apenas 37% de los encuestados referían conocer el concepto de comercio justo declarando una definición válida, para 2019 este porcentaje se elevó al 69%.

Jornadas de Economía Social y Solidaria

La pandemia del covid-19 trajo consigo desafíos para instituciones educativas y organizaciones en todo el mundo, forzándolas a adaptarse a nuevas realidades y reevaluar sus prioridades. El ITESO no fue una excepción.

A medida que el mundo se enfrentaba a la crisis sanitaria, la universidad no solo se mantuvo firme en sus valores, sino que también encontró en la adversidad una oportunidad para reimaginar y fortalecer su compromiso con la sociedad, y revivió con entusiasmo las jornadas luego de tres años de mantenerse en pausa.

Tras haber superado los desafíos del covid-19, la Unidad Académica Básica de Economía junto con las Unidades Académicas Básicas (UAB) de Mercadotecnia y Comportamiento Organizacional y Gestión de las Personas, retomó la organización del evento desde la perspectiva de la economía social y solidaria, en colaboración con el Centro Universidad Empresa, el Centro Interdisciplinario para la Formación y Vinculación Social y el Centro Universitario de Incidencia Social.

Fue así como el 10 y 11 de octubre se llevaron a cabo las Jornadas de Economía Social y Solidaria 2023: claves para combatir la desigualdad, con la participación de organizaciones como Oxfam México, Universidad Iberoamericana Puebla, Mercadito Alternativo Solidario Flor de Luna, Cooperativa Corazón de Maíz, entre otras, al igual que iniciativas como “Túmin: una moneda para el desarrollo local”.

La promoción de estas iniciativas a través de eventos como las jornadas puede influir directamente en las prácticas comerciales. Al colaborar con productores y apoyar productos éticos, las universidades pueden contribuir al desarrollo económico y social de sus comunidades y, al mismo tiempo, influir en las cadenas de suministro globales hacia una mayor responsabilidad social.

Estas actividades han permitido la creación de redes de colaboración y apoyo entre estudiantes, académicos, productores y organizaciones dedicadas a estas temáticas.

Lo más destacado de nuestra participación en estas jornadas (2019) ha sido la interacción directa con la comunidad universitaria, quienes mostraron un genuino interés en comprender la filosofía detrás de la agricultura agroecológica. Fue gratificante explicarles cómo trabajamos en armonía con la naturaleza, evitando el uso de pesticidas y promoviendo prácticas agrícolas que respetan el medio ambiente. Muchos estudiantes y profesores valoraron la transparencia en la cadena de producción y la trazabilidad de nuestros productos (Carmen García, socia de la Cooperativa Mercadito Alternativo Solidario Flor de Luna).

Al exponer a estudiantes y otros actores a historias de éxito y a ejemplos concretos de comercio justo, consumo responsable y economía social, se pueden inspirar futuros líderes y emprendedores a seguir un camino que priorice valores éticos y sostenibles en sus carreras y proyectos. Esto puede tener un impacto duradero en la toma de decisiones de las próximas generaciones.

FORMACIÓN EN COMERCIO JUSTO Y ECONOMÍA SOCIAL

Después de realizar los primeros eventos de las Jornadas de Comercio Justo, empezamos a vincularnos con otras instituciones que hacían eventos académicos sobre estos temas, para tejer redes, compartir saberes y aprender de las iniciativas y trabajos de los demás. En 2013 se organizó el Primer Seminario de Economía Social y se tuvo como invitada a la doctora Arcelia González de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Conforme fuimos avanzando en el proyecto y en la vinculación con otros actores, se abrieron nuevas posibilidades de formación y de trabajo conjunto. En 2018 cursamos el

diplomado “Prevención de las violencias e incremento en la seguridad ciudadana”, el cual fue diseñado por la Universidad Nacional Autónoma de México y la Fundación Carlos Slim, para preparar formadores que pudieran acompañar y desarrollar emprendimientos colectivos con jóvenes de escasos recursos como una alternativa que les permitiera generar ingresos, fomentar el tejido social entre ellos y hacia la comunidad como una estrategia para incrementar la seguridad ciudadana.

Los años 2018, 2019 y 2020 fueron muy activos y llenos de retos, donde ampliamos de manera importante nuestra formación en cuanto a responsabilidad social, ya que nos certificamos con Solidarius, organización brasileña en cuanto a circuitos económicos solidarios; fuimos parte de la primera generación del diplomado “Economía social y solidaria en América Latina y el Caribe” de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México; tomamos un curso de economía circular y el futuro de los productos de plástico; hicimos la certificación de empresas B y participamos en el seminario internacional The New Paradigm The New Normal con el sistema universitarios de escuelas de negocios jesuitas, entre otros. Otra de las fortalezas desde 2018 fue sumarnos y participar en los seminarios de la Red Temática de Economía Solidaria y Alternativas Alimentarias (RTESAA).

INCORPORACIÓN DEL COMERCIO JUSTO Y LA ECONOMÍA SOCIAL EN EL CURRÍCULO UNIVERSITARIO

La incorporación de temas de comercio justo y economía social al currículo universitario es fundamental, pues estas áreas son cruciales en la construcción de un mundo más equitativo, sostenible y consciente.

Al integrar estos temas en los planes y programas de estudio, se sensibiliza a los estudiantes sobre la importancia de abordar las desigualdades económicas y sociales que prevalecen en el mundo empresarial, comprenden las consecuencias de las prácticas comerciales desiguales y explotadoras, y se visibiliza cómo el comercio justo y la economía social pueden contrarrestar estos problemas. Esta conciencia es esencial para formar personas libres, críticas, responsables y comprometidas con la justicia social.

La inclusión de estos temas en el currículo universitario también fomenta la colaboración con actores externos, como organizaciones sin fines de lucro, empresas socialmente responsables, cooperativas y comunidades locales. A través de diferentes Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) los estudiantes del ITESO han dado acompañamiento a productores de pequeña escala en el área metropolitana de Guadalajara y municipios del sur del estado de Jalisco, con lo cual han desarrollado sus competencias profesionales en entornos reales.

Asimismo, la educación en comercio justo y economía social prepara a los estudiantes para abordar desafíos económicos y sociales del siglo XXI. A medida que las preocupaciones sobre el cambio climático, la explotación laboral y la desigualdad económica se intensifican, es esencial que los futuros profesionales estén capacitados para enfrentar estos desafíos desde una perspectiva ética y sostenible.

Las materias que se incluyeron en los programas y planes de estudio de algunas carreras de la Escuela de Negocio ITESO en los últimos años son:

- *Mercadotecnia Alternativa* (2013–2020). Esta asignatura se diseñó para el nuevo plan de estudios de la licenciatura en Mercadotecnia en 2013 con 4 créditos académicos. Fue una

de las primeras asignaturas de esta carrera en impartirse en modalidad presencial y virtual. El propósito era que el estudiante fuera capaz de utilizar los saberes y las herramientas de la mercadotecnia en combinación con otras prácticas no tradicionales para mejorar su capacidad de respuesta frente a una crisis, y ofrecer valor al consumidor con un enfoque sustentable.

- *Mercadotecnia Alternativa y Negocios Sustentables* (2020 a la actualidad). Por la buena aceptación del curso de Mercadotecnia Alternativa durante siete años a través del Instrumento de Apreciación Estudiantil (IAE), donde los estudiantes pedían más sesiones y horas semanales, se reformuló como asignatura con 8 créditos académicos para los nuevos programas de Mercadotecnia y Dirección Comercial y Negocios y Mercados Digitales desde otoño 2020. Destacan detectar oportunidades en mercados locales, nacionales e internacionales para impulsar la producción, la comercialización y el consumo de bienes y servicios alternativos y adaptar los saberes y herramientas tradicionales de la disciplina, con la propuesta de nuevas prácticas poco convencionales, con sentido ético y sustentable.
- *Economía Social* (a partir de 2020). Esta asignatura fue diseñada para los nuevos planes de estudio de Administración de Empresas y Emprendimiento, así como Comercio y Negocios Globales, con un valor de 6 créditos académicos. Busca proporcionar una comprensión profunda de los principios, conceptos y prácticas que sustentan la economía social y solidaria. Los estudiantes adquieren conocimientos teóricos y habilidades prácticas que les permiten comprender y participar activamente en iniciativas económicas basadas en la equidad, la cooperación y la sostenibilidad.

A continuación, se presentan algunos comentarios de alumnos:

Aprendí a entender la importancia de la sostenibilidad en el mundo empresarial y cómo las prácticas de mercadotecnia pueden ser una fuerza positiva para el cambio. Descubrí la relevancia del comercio justo en la creación de cadenas de suministro éticas y justas, así como el impacto del consumo responsable en la toma de decisiones de los consumidores. (Estudiante de Mercadotecnia Alternativa, otoño de 2018).

La perspectiva de la mercadotecnia social también fue un elemento clave en el curso. Comprendí cómo las empresas pueden utilizar sus recursos y estrategias de marketing para abordar problemas sociales y medioambientales, contribuyendo así al bienestar general de la sociedad. Este enfoque me motivó a considerar no solo la rentabilidad económica, sino también el impacto social y ambiental de las actividades comerciales (Estudiante de Mercadotecnia Alternativa y Negocios Sustentables, primavera de 2022).

VINCULACIÓN CON ACTORES SOCIALES

Dos años después de iniciar el proyecto de comercio justo, en 2012, se propuso formar una red de colaboración entre académicos y actores sociales interesados en promover y difundir el comercio justo, el consumo ético y responsable. Esta red pretendía sumar esfuerzos entre las diferentes áreas y departamentos de la universidad para promover proyectos relacionados con la economía social y difundirlo como fundamento de proyectos solidarios y de comercio alternativo, entre otros. Se propiciaron vinculaciones tanto académicas como con organizaciones de la sociedad civil y empresas sociales.

Se formó una comunidad de aprendizaje sobre el comercio alternativo y economía social y la recuperación de las experiencias en proyectos de emprendimientos sociales, economía social y sustentabilidad. En esta red participaban representantes del Departamento de Economía, Administración y Mercadología, CUI, Centro Universidad Empresa, Centro Interdisciplinario para la Formación y la Vinculación, el Programa de Sustentabilidad del ITESO y los PAP de Economía Social.

Uno de los vínculos más significativos fue la colaboración con el CUI y desde 2011 se da una alianza para participar en la Feria de la Solidaridad que se organiza cada año en el ITESO, como parte de las actividades de la Comunidad Solidaria. En la siguiente nota podemos recuperar una de las experiencias vividas:

Hacemos equipo junto con los compañeros del CUI. Primero trabajamos la idea conceptual para después hacemos cargo de la planeación y operación del evento. Ha sido un buen espacio para que los alumnos se involucren en actividades que van desde diseñar el programa logístico y layout, dar seguimiento a la relación con los expositores, difundir el evento en medios alternativos o no tradicionales, evaluar la percepción sobre la feria (Luis Macías, profesor de Mercadotecnia Social y parte del equipo del proyecto de Comercio Alternativo, 2013).

Estas relaciones se fortalecieron a través de los eventos de las Jornadas de Comercio Justo, ya que nos permitieron generar vínculos con organismos que estaban impulsando el comercio alternativo, los sellos de garantía de comercio justo, productos orgánicos y los mercados alternativos, como es el caso de los representantes del Símbolo de Pequeños Productores,¹ Certimex,² Mayacert,³ El Poder del Consumidor,⁴ Yomol A'tel, Feria de Productores,⁵ Greenpeace, Ashoka, Cooperativa la Milpa, El jilote, Mercadito Alternativo Flor de Luna, Xicara, Ficus, Tekio, Capeltic, Cooperativa Corazón de Maíz, El Consejo Maya, Cooperativa Jvaychil Mx, entre muchos otros. Se cuenta con un directorio de más de 40 productoras, productores, artesanos, artesanas y organizaciones sociales que a lo largo de los 10 años se fueron sumando al proyecto.

Estos son vínculos que permanecen, crecen y favorecen un tejido social solidario para procesos de intercambios en donde otro mundo es posible. Los cambios son parte de los procesos de crecimiento y aprendizaje e inevitables, por lo que el proyecto también fue evolucionando, a la vez que los programas de las otras áreas de la universidad. Esta comunidad de aprendizaje se fue transformando hasta lo que en 2023 es el Seminario Permanente de Economía Social.

PRODUCCIÓN ACADÉMICA

Las publicaciones académicas realizadas han sido otros elementos valiosos que nos han permitido divulgar el tema y el proyecto de comercio alternativo tanto al interior como al exterior de la universidad.

El primero de ellos fue en la tesis de maestría en 2014 titulada “Propuesta de un modelo de intervención y estrategia de marca para el proyecto de comercio justo”, realizada por Luis Manuel Macías Larios.

1. <https://spp.coop/>

2. <https://certimexsc.com/>

3. <https://www.mayacert.com/>

4. <https://elpoderdelconsumidor.org/>

5. <https://feriadeproductores.mx/>

En 2018 colaboramos con la Universidad Simón Bolívar de Venezuela escribiendo un capítulo para el libro *Mujer, emprendimiento y empleabilidad: una mirada interdisciplinar*. En él recuperamos la intervención universitaria con tres grupos de colectivos de mujeres artesanas de la zona sur de Jalisco con el propósito de identificar el papel de la mujer como factor clave en el tejido social de sus círculos cercanos y de su comunidad.

Clavigero es una publicación de divulgación de las ciencias sociales del ITESO en la que hemos podido proponer diseñar y coordinar varios números clavigero.iteso.mx:

- Trabajo precarizado: el empleo de los mexicanos, en *Clavigero* 5.
- Alternativas al mercado y al consumo, en *Clavigero* 13.
- Empleo y gestión de las personas en tiempos de pandemia, en *Clavigero* 19.
- Ante la crisis alimentaria y ambiental, ¿qué hacemos?, en *Clavigero* 25.
- Turismo alternativo y sustentable *Clavigero* 26.

VISIÓN DEL ITESO DESDE EL NUEVO PARADIGMA DE LA EDUCACIÓN JESUITA EN LOS NEGOCIOS

El ITESO, como parte de las universidades jesuitas, caracteriza por una visión social que la ha posicionado como una universidad que incide en una transformación social a través de sus egresados y programas de intervención social e investigación.

En el documento “Un paradigma inspirador para la educación empresarial jesuita” (2020) de la Asociación Internacional de Universidades Jesuitas se manifiesta cómo la economía de mercado y el deterioro del medio ambiente ha generado las grandes desigualdades y niveles de pobreza aún mayores. Se mencionan dos vertientes importantes que marcan su responsabilidad en la formación de las y los estudiantes de las carreras empresariales:

- Generar conocimientos nuevos que informen y transformen la administración de los negocios con base en la investigación.
- Ayudar a crear conciencia y plantear un marco de reflexión sobre el rol que desempeñe cada estudiante en ser parte de la solución, y apoyar a estudiantes y docentes que estén desarrollando estrategias concretas para hacerse parte de la solución de estas cuestiones desafiantes.

En el mismo documento se destaca que “una educación empresarial jesuita se arraiga firmemente en un marco ético que hace hincapié en las cuestiones fundamentales de la dignidad y el potencial del individuo, la centralidad del bien común” (Garanzini & Santos, s.f.).

El reto al que se hace referencia no es simple, requiere de un esfuerzo conjunto de todas las áreas de la universidad para que desde la academia se puedan realizar los cambios en el currículo y formación del personal docente, necesarios para lograr esos cambios en la educación empresarial jesuita.

Stoner (2021) nos presenta una visión muy optimista para las escuelas de negocios de las universidades jesuitas, y nos invita a encontrar maneras diferentes de vivir en este planeta sin destruirlo. Describe tres acciones que nos ayudan a pensar que proyectos como el de comercio justo y economía social tienen su significado en el ITESO y contribuyen:

- Ser las personas quienes puedan vivir en este planeta sin destruirlo.
- Producir, distribuir y consumir bienes y servicios que necesite la sociedad de una manera en la que el planeta lo pueda soportar.
- Crear una economía global y un sistema político que favorezca que todas las personas de este planeta puedan florecer.

¿Qué estamos haciendo para lograr que esto pase? Necesitamos tomar las acciones para que esto suceda (Stoner, 2021).

¿Podemos desde la universidad contribuir a este reto y hacer que sucedan las cosas? Creemos que sí, porque durante estos años se sembró una semilla que ayudó a no solo reflexionar sino a tomar acciones desde la academia, para construir en colaboración alternativas de modelos de negocios con impacto social, sustentables y éticos. Por otra parte, también se requiere cambiar el paradigma sobre los negocios de productores de menor escala, colectivos, cooperativas y artesanos de que no son relevantes y/o de baja calidad, por el contrario, ofrecen productos y servicios que satisfacen las necesidades de muchos consumidores solidarios y responsables y tienen un impacto directo en el bienestar de sus familias, comunidad y el planeta.

Por lo tanto, una de las contribuciones que sí logramos a través de este proyecto fue el cambiar el paradigma de que sí es posible otros modelos de comercialización y la importancia de desarrollar circuitos económicos éticos y solidarios para valorar el trabajo de cooperativas, colectivos, artesanos y productores de menor escala desde la economía social y solidaria.

Toca seguir apoyando el nuevo proyecto estratégico sobre economía social y solidaria: articulaciones universitarias para una mayor incidencia socioeconómica ambiental para una economía más justa, sostenible y regenerativa.

CONCLUSIONES

Se dice que recuperar la experiencia es parte de la historia que ayuda a entender nuestro presente. A través de la memoria histórica no se olvidan a las personas y eventos que dejan huellas tanto positivas como negativas y que son parte de nosotros mismos. Como universitarios tenemos el deber de analizar los procesos de aprendizaje que nos permiten crecer y ser lo que somos hoy. La permanencia de este proyecto se logró por el trabajo en equipo y colaborativo, así como la firme creencia de que entre más personas se sumen a cambiar sus estilos de vida hacia un consumo ético y solidario, tendremos una sociedad más justa y solidaria.

Esta oportunidad de recuperar nuestra experiencia en 10 años nos permitió darle el valor al trabajo realizado, identificar los aciertos y lo que se dejó de hacer, fue una experiencia positiva para todos los que formamos parte de este sueño en la construcción de que otro mundo es posible porque tenía un fundamento desde la misión de la universidad y los principios y creencias de todas las personas involucradas en este proyecto por su impacto social, cultural y ambiental.

Cuestionar el paradigma vigente y dominante no es fácil, sin embargo, hacerlo nos abre la posibilidad de reconocer que existen otras formas en las que podemos pensar y gestionar los negocios, las relaciones entre productores y consumidores, así como ser conscientes del poder que como consumidores tenemos al momento de tomar decisiones de compra, así como los impactos que esto tiene.

La Escuela de Negocios del ITESO desde hace algunos años ha adoptado la propuesta para trabajar por una economía global justa, reflexionando acerca de los modelos económicos basados en el capital y sus impactos, así como continuar buscando otras alternativas económicas que respondan de mejor manera a las necesidades de las personas, de los menos favorecidos y del medio ambiente. Para poder seguir avanzando en ello, resulta indispensable continuar trabajando e impactando en la formación de los alumnos de esta área de la universidad desde las tres áreas sustantivas de la universidad que son: la docencia, la investigación y la vinculación.

Las universidades tienen la responsabilidad de contribuir a la formación de personas conscientes y socialmente responsables. Es por ello que resulta necesario seguir propiciando espacios donde se dé la reflexión teórica, así como propiciar y establecer espacios de comercialización en donde los alumnos y la comunidad universitaria puedan conocer y consumir productos, servicios, artesanías, etc., de alta calidad que han sido elaborados desde una perspectiva de trabajo digno, con prácticas sostenibles de comercio y cuidando el medio ambiente.

La resistencia, constancia, congruencia y persistencia rinden frutos e impactan en la construcción de un mundo en donde las relaciones y los intercambios sean más justos, solidarios y que nos permitan vivir en condiciones dignas y de bienestar a todos.

REFERENCIAS

- Consejo Universitario. (2011). Orientaciones del Consejo Universitario para traducir el estilo ignaciano en la vida universitaria del ITESO. Aprobado por el Consejo Universitario el 5 de octubre de 2011 en la Sesión 157, Acuerdo 157-1.
- Fairtrade International. (s. f.). *¿Qué es Fairtrade?* <https://info.fairtrade.net/es/what>
- Garanzini, M. J. & Santos, N. (s. f.). Introduction: The inspirational paradigm for business education project. *Journal of Jesuit Business Education*. An Inspirational Paradigm for Jesuit Business Education | International Association of Jesuit Universities (iaju.org)
- ITESO. (2003). *Misión, Orientaciones fundamentales. Comunicación oficial*. Mision OFI correg 020106.p65 (iteso.mx)
- SJES. (2016). Por una economía global justa. *Promotio Iustitiae*, No.121.
- Stoner, A. F. (2021). The Blessed Unrest in Business Education. *Journal of Management for Global Sustainability*, 9(1). <https://archium.ateneo.edu/jmgs/vol9/iss1/2>