

LAS BUSINESS SCHOOLS EN LA MISIÓN UNIVERSITARIA DE LA COMPAÑÍA DE JESÚS

BUSINESS SCHOOLS IN THE UNIVERSITY MISSION OF THE SOCIETY OF JESUS

Fernando de la Iglesia Viguiristi

Universidad de Deusto
Universidad Gregoriana
figlesia@deusto.es

Cómo citar este artículo/Citation: de la Iglesia Viguiristi, F. (2016). Las *business schools* en la misión universitaria de la Compañía de Jesús. *Arbor*, 192 (782): a359. doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2016.782n6004>

Copyright: © 2016 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia *Creative Commons Attribution (CC BY)* España 3.0.

Recibido: 04 noviembre 2014. Aceptado: 25 agosto 2015.

RESUMEN: En la numerosa red de instituciones jesuíticas de enseñanza superior, se da una importante presencia de centros de formación en Ciencias Empresariales. En este estudio se pretende analizar el origen de esta red, su implantación en España, y sus retos en la actualidad. Se presta especial atención a la justificación ignaciana y eclesial del hecho de que pertenezca a la Compañía de Jesús la mayor red de centros privados de formación en *business*.

PALABRAS CLAVE: Ciencias Empresariales; red jesuítica; origen; retos; justificación.

ABSTRACT: Within the large network of Jesuit institutions of higher education, there is an important presence of centers of Business Administration. This study aims to analyze the origins of this network, its implementation in Spain, and the challenges it faces today. Special attention is paid to the Ignatian and ecclesial justification that it belongs to the Society of Jesus, the largest network of private training institutions in business administration.

KEYWORDS: Business Administration; Jesuit network; origin; challenges; justification.

PRESENTACIÓN

A día de hoy, la Compañía de Jesús dirige a lo largo y ancho del mundo aproximadamente unos doscientos centros universitarios. Ninguna red de iniciativa privada o social ha alcanzado un desarrollo semejante al del sistema educativo jesuítico en la actualidad. El hecho de que muchas de estas instituciones cuenten con una *Business School*, en la mayoría de los casos tanto a nivel de grado como de máster y doctorado, hace que la red jesuítica de centros dedicados a la formación en la Administración y Dirección de Empresas, unos setenta en total, sea a su vez la más numerosa. Un tercio de los alumnos en las veintiocho universidades norteamericanas dirigidas por la Compañía de Jesús están enrolados en las facultades de estudios empresariales. ¿A qué responde esto? ¿Es meramente por razones económicas? Algunos críticos piensan que al contar estos estudios siempre con una demanda suficiente, el ofertarlos garantiza la viabilidad económica de las diferentes universidades. ¿Puede ser ésta su única razón de ser o habrá una justificación natural de su presencia en las universidades de la Compañía? ¿No será más bien que responden a una necesaria concreción de la misión universitaria de la Compañía de Jesús?

El propósito de lo que sigue es aclarar toda esta problemática. Para ello comenzaremos por estudiar su origen, su implantación en España y los retos a los que se enfrenta la red jesuítica de centros de formación en dirección y administración de empresas. Esto nos permitirá presentar una reflexión sobre las razones que, en la tradición jesuítica y eclesial, justifican que la Compañía de Jesús dirija tantos centros privados de formación en *business*. Nuestra conclusión es que la presencia de la educación de la Compañía en esta área académica es totalmente natural y necesaria.

ORIGEN

Fue en Norteamérica donde nacieron las escuelas de dirección y administración de empresas, y desde allí se extendieron por todo el mundo.

Es interesante hacer notar que la primera persona que sugirió la idea de que la formación para la dirección empresarial debía adoptar la forma de una carrera universitaria fue un militar, el general Robert Lee, una vez acabada la Guerra Civil entre los estados del norte y los del sur en la que combatió. En 1869, cuando fue elegido presidente de la Universidad de Virginia, quiso fundar una escuela que preparara para la vida empresarial, que fuera más allá de un mero

enseñar contabilidad y los detalles obvios de los negocios. Quería que diera instrucción en los principios de la economía, del comercio y de las leyes mercantiles. Pero no pudo llevar a cabo su propósito, ya que murió prematuramente.

La historia reconoce que la primera escuela de negocios fue fundada en la Universidad de Pennsylvania en 1881. Joseph Wharton donó 100.000 dólares para este propósito, y desde ese momento su nombre quedó asociado a la conocidísima Wharton School Commerce and Finance. Años más tarde, en 1898, la Universidad de California, y la Universidad de Chicago establecieron sus propios centros. Esta última tuvo por mecenas al rey del petróleo, J. D. Rockefeller. En 1907 un grupo de profesores persuadió al Rector de Harvard, Charles Eliot, de la conveniencia de dotar a esta universidad de un centro de formación de profesionales para la empresa. Para 1900 había ya siete centros de formación empresarial en los Estados Unidos. En la década siguiente, doce más vieron la luz, y entre ellos encontramos a las dos primeras instituciones jesuíticas, las pertenecientes a las universidades de Saint Louis y Marquette, fundadas ambas en 1910, en este orden (Keithley, 2010, p. 9).

Conviene recordar que Saint Louis es la segunda universidad más antigua de la Compañía en Estados Unidos. Fue fundada en 1829. Georgetown, la primera, data de 1789. Nos estamos refiriendo, en consecuencia, a la Compañía restaurada en Norteamérica, obra sobre todo de los jesuitas europeos allí enviados. Los alemanes abrieron la misión de Buffalo; los franceses fueron a Louisiana; los belgas a Missouri; y los italianos a Colorado y California. Todos ellos se involucraron desde el comienzo en la educación. Como era de esperar, su raíz cultural europea les llevó a intentar desarrollar esta misión como se llevaba a cabo en Europa. En general, todos estos colegios comenzaron como las escuelas de gramática de la *Ratio*; gradualmente la mayoría de ellas evolucionaron convirtiéndose en escuelas de siete años, que abarcaban los niveles secundario y terciario (universitario) de la *Ratio*. Los centros de los jesuitas fueron creciendo y desarrollándose al mismo tiempo que el sistema escolar público se extendía a través de todo el país. A medida que la filosofía americana de la educación iba obteniendo madurez y el peculiar sistema americano de acreditación iba logrando mayor aceptación, los colegios de la Compañía consideraron que era necesario conformarse al modelo americano: una *High School* (secundaria) de cuatro años, seguida por otros cuatro años de *College* (nivel universitario), por regla general

en una institución separada o diferente (O'Neill y Domínguez, 2001, p. 209)

Este proceso de adaptación merece ser resaltado. Los superiores en Europa pretendieron al comienzo que las escuelas americanas siguieran los precedentes europeos. En concreto, el superior general, el P. Roothaan, escribió en 1834: "Deseo que en todas las cosas, la Compañía asuma la misma forma y procedimientos que en Europa, en tanto en cuanto las circunstancias lo permitan, nada nuevo debe ser introducido". Pero las realidades de la vida americana pedían un compromiso. "Apenas hay quien busca un currículum en artes liberales como el que ofrecemos", afirmó un jesuita de Saint John's College en Nueva York. "Los que se interesan en *business* desprecian el latín y el griego. Los estudiantes orientados hacia las carreras de derecho, medicina y otras profesiones no prestan atención a los estudios de letras" añadía. El ofrecimiento de una formación en los clásicos se hacía muy difícil conforme se avanzaba hacia el Oeste. En aquel nuevo mundo, Cicerón y Demóstenes eran irrelevantes. La formación humanística se consideraba una auténtica pérdida de tiempo (McKevitt, 2008, p. 282).

En este contexto, la formación mercantil también constituyó otro compromiso, ya que muchos jesuitas despreciaban la formación profesional. En 1894 el claustro de St. John's College descartó la formación comercial calificándola de refugio de holgazanes, a pesar de que ya atraía al 38% del cuerpo estudiantil en cursos nocturnos sin titulación. Afirmaban que esta instrucción podía ser muy adecuada al temperamento de los americanos, que desde la cuna parecen pretender acumular dinero, pero que estaba absolutamente lejos de los modos educativos propios de la Compañía, por los que los muchachos son educados en el estudio de las humanidades y las ciencias naturales. Georgetown College se negó a ofrecer formación mercantil por décadas, a pesar de que era muy popular ya en muchos otros lugares. Sin embargo, la situación no podía mantenerse. En respuesta al rápido crecimiento industrial y la expansión hacia el oeste, un currículum cada vez mayor de cursos diversificados se hacía presente en el sistema educativo norteamericano. Como consecuencia, hacia el final del siglo XIX, las instituciones de la Compañía atraían menos estudiantes. Unido a este hecho, las mayores universidades norteamericanas empezaron a no admitir con facilidad a los alumnos de las instituciones jesuíticas. De hecho, en 1899 el presidente de Harvard, el ya citado Charles Eliot, manifestó en público que el sistema pro-

movido por los jesuitas era tan imposible como absurdo. El carácter extranjero de estas instituciones añadía una clara dificultad. Reaccionando positivamente ante la situación, los jesuitas empezaron a adaptar sus políticas educativas a la realidad norteamericana. Un mayor número de vocaciones nativas hicieron este proceso más natural. Para la última década del siglo XIX, solamente cinco de las veintisiete instituciones jesuíticas americanas, la mayoría en el este, ofrecían un currículum centrado exclusivamente en los clásicos (McKevitt, 2008, p. 283).

En la red de instituciones jesuíticas, más arriba hemos indicado el papel pionero, en la implantación de los estudios de *business* a nivel superior, de dos universidades ubicadas en el centro de los Estados Unidos, Saint Louis (Missouri) y Marquette (Wisconsin). Centrémonos en la Universidad de Saint Louis. En esta universidad, en la puerta al oeste, desde 1862 ya se daban cursos de formación mercantil, pero es aquí donde se dio el paso de oficializar esta formación estableciendo el primer centro de formación empresarial de la Compañía, su primera *Business School*. La figura central en este proceso fue el P. Joseph C. Davis, un decidido partidario de la organización que se inspiró para establecer su escuela de comercio y finanzas en el modelo que le proporcionaba el centro que había abierto la Universidad de Columbia. En clara confrontación con los jesuitas que todavía creían que debían mantenerse fiel a la vieja Ratio Studiorum, y en consecuencia dejar los programas profesionales (en comercio, leyes y medicina) a las instituciones seculares, sorteó toda clase de obstáculos y logró dar a luz este primer centro jesuítico de formación en *business* en el año 1910. Curiosamente no pocos hombres de negocios eran escépticos. No creían que la Universidad era el lugar apropiado para enseñar los secretos de la vida profesional. Esta dificultad también logró ser vencida por el P. Davis, ya que fue capaz de aunar un primer grupo de empresarios dispuestos a enseñar su experiencia y su natural perspicacia, formando así el primer claustro de la primera facultad jesuítica en empresariales. Estableció una matrícula de 80 dólares por año (Keithley, 2010, p. 18). Conviene recalcar este dato, ya que en el año 1833 el papa Gregorio XVI había concedido, precisamente a petición del obispo de St. Louis, la dispensa de las leyes jesuíticas sobre la pobreza que impedían cobrar a los alumnos (O'Neill y Domínguez, 2001, p. 3160).

El primer grado ofrecido por la escuela de Comercio y Finanzas fue el Bachillerato en Ciencias Comerciales (B.C.S.). Se accedía a él tras cursar satisfactoriamente

tres años de estudios y completar con éxito una tesis original sobre una cuestión económica. Aquellos que no conseguían completar estos requisitos obtenían un certificado de competencia en alguna de las especialidades ofrecidas. Estas eran: economía, contabilidad, administración, derecho comercial e idiomas comerciales (McKevitt, 2008, p. 282).

Para su fundador, el P. Joseph Davis, una universidad no podía responder adecuadamente a su finalidad educativa si no incluía entre sus centros de estudio una *Business School*. Esto era para él algo absolutamente necesario en un mundo tan sustancialmente marcado por la economía. Consideraba necesario conducir al estudiante a través del laberinto de la actividad económica para lograr que consiguiera entenderla, dándole unas técnicas que le hicieran capaz de servir competentemente a la sociedad. La formación impartida debía moldear el carácter de los estudiantes a fin de que éstos en sus vidas propagaran como la luz sus buenos propósitos. Asimismo, veía su escuela como el lugar adecuado para fomentar la investigación, de la que la expectativa natural era que sirviera para el verdadero desarrollo (McKevitt, 2008, p. 283).

El desarrollo en USA de las escuelas de *business* se aceleró a partir de la tercera década del siglo XX en la que se fundaron 66 nuevos centros. En 1965 la Asociación Americana de Escuelas de Dirección de Empresas (AACBS) tenía ya 113 miembros (Martín de Nicolás Cabo, 1969, pp. 118-119).

De un modo natural, el sistema educativo jesuítico en USA siguió esta pauta, dotándose prácticamente cada universidad o *college* de una escuela propia para la administración y dirección de empresas. De este modo la red jesuítica de *Schools of Business* alcanzó la cifra de 26 centros.

IMPLANTACIÓN EN ESPAÑA

Viniendo a nuestro país, aquí el papel jugado por la Compañía de Jesús en la introducción de los estudios empresariales en el sistema educativo fue capital. A la Universidad de Deusto, en sus dos sedes de Bilbao y San Sebastián, le corresponde el honor de haber sido pionera en este tipo de carreras (Aranzadi, 2003, p. 12)

La idea de un centro superior para los estudios comerciales bullía en Deusto desde los primeros años del siglo XX. En 1905 consta que un jesuita del claustro deustense habló al Rector de su conveniencia. Era el P. Luis Chalbaud. Él mismo, a primeros de Agosto de 1913, propuso al Sr. Pedro de Icaza el proyecto de la Universidad Comercial. Tres años más tarde, en 1916

aparece en Bilbao, por obra del citado jesuita, un centro, no sólo de estudios empresariales, sino de Ciencias Económicas: la Universidad Comercial de Deusto. Verdaderamente se adelantó a su tiempo. El Estado no abrió los estudios oficiales de Ciencias Económicas hasta 1944, veintiocho años después. El P. Chalbaud contó con informes acerca del funcionamiento de la Università Commerciale L. Bocconi de Milán. A partir de las ideas extraídas de esta fuente y las sugerencias de empresarios y profesionales vizcaínos, elaboró su primer plan de estudios. Este estuvo en vigor desde 1916 hasta 1932 (Colinas Aguirrebengoa, 1966, p. 25).

A San Sebastián le tocó la implantación en España de la carrera americana de *Business Administration*. Por obra de otro insigne jesuita, el gran humanista Ignacio Errandonea, en 1956 se abren las puertas de la Escuela Superior de Técnica Empresarial (ESTE), que se convierte en pionera en la instauración de la carrera americana de *Business Administration* y cuna de varios centros análogos a nivel estatal. (Aranzadi, 2003, p. 12). Este insigne conocedor de los clásicos vivía totalmente imbuido de la idea de que las humanidades eran un fundamento formativo de enorme valor para cualquier trabajo y así lo plasmó en el plan de estudios de la carrera que con él nacía en San Sebastián (De la Iglesia Viguiristi, 2006, p. 11). Partidario de la disciplina y de la exigencia, siempre estuvo preocupado por la formación humana, social y religiosa de los alumnos. Tomó como modelo para su carrera los estudios con gran implantación en EE.UU. de *Business Administration*, en el modo concreto en el que se impartían por las universidades jesuíticas norteamericanas. Consultó con dieciséis de los centros dirigidos por la Compañía allí. Además, contó con el apoyo decidido de los hombres de empresa guipuzcoanos inspiradores del proyecto que fundaron la sociedad de Enseñanza Superior, S.A. (ESSA). Entre sus asesores se encontró D. José María Aguirre Gonzalo. Éste, entusiasmado con el nuevo proyecto, resumía la diferencia de orientación con la obra del P. Chalbaud afirmando: "En Deusto, la economía; en San Sebastián, la productividad" (Pinedo Iparaguirre, 1999, p. 6).

Los folletos de propaganda de la ESTE recordaron en 1956 que en dicho año se cumplía el IV centenario de la muerte de San Ignacio, fundador de la Orden que nació precisamente en una universidad, La Sorbona de París. Arraigado en la gran tradición universitaria de la Compañía, en su folleto "*Nuevos Horizontes*", que Errandonea redactó, reflejó con notable pormenorización su concepto de lo que deberían ser los nuevos estudios (Pinedo Iparaguirre, 1999, pp.

255-261). Entendía que formar técnicos de empresa significaba formar a “hombres que conocen la Empresa en toda su íntima constitución, y están capacitados para coadyuvar a su administración, régimen y desenvolvimiento”. Lo que necesita la empresa, todas las empresas, son, dice el folleto, “hombres regidores de hombres”, capaces de relacionarse con todos los niveles de la producción, de comprender los problemas técnicos, los económicos y los legales, y de contribuir eficazmente a crear “un clima de unión de voluntades e intereses y de cooperación voluntaria y entusiasta en la gran familia empresaria”. Ignacio Errandonea remite, para responder a estos requerimientos, a la “sociología cristiana”, que estará en la base de las enseñanzas de la ESTE. A esta la caracterizarán “clases poco numerosas (...), eminentemente prácticas y con cuidadosa dirección personal, y se concluirá con un periodo de trabajo en la empresa para que el estudiante tenga contacto con la realidad”.

El proyecto educativo de la ESTE fue desde su primera concepción una combinación de enseñanzas técnicas y humanas, ya que entendió la empresa como comunidad y fruto de la cooperación entre individuos en funciones diversas y complementarias y procuró trasladar a este ámbito los valores cristianos.

Hay que señalar que no fue un simple trasplante de la fórmula americana, sino una coincidencia de los planes que se tenían. Escribía el P. Errandonea: “Fue una sorpresa por demás grata el descubrir una notable coincidencia entre lo que aquí veíamos que nos era necesario y lo que allí venía sirviéndose profusamente desde hace muchos años. Ello parecía dar a entender que las necesidades que ahora concretábamos nosotros aquí las habían sentido y captado mucho antes en América. El ver que el remedio que aquí se había ideado era, con pequeñas variantes, el mismo que allí se había aplicado daba a nuestros esfuerzos por una parte la seguridad y confianza de quien camina por derroteros que sabe conocidos ya y trillados, y por otra la orientación y ayuda que necesitábamos para acabar de perfilar nuestra carrera” (Aranzadi, 2003, p. 13).

Sin duda alguna, la iniciativa guipuzcoana llegó en el momento oportuno. Inmediatamente surgió el contagio y la imitación. Prendió rápidamente la idea de crear una carrera que formara profesionales capaces de satisfacer las exigencias apremiantes de la empresa. Fue muy estrecho el contacto con los jesuitas catalanes. El P. Errandonea recibió al P. Sobrero, encargado de la fundación de un centro de Ciencias y Técnicas Empresariales en Barcelona. A él se le dio toda la in-

formación sin la más mínima reserva, como lo indica en su diario (Pinedo Iparagirre, 1999, p. 83). Pronto vemos que en estrecho contacto con la ESTE, los jesuitas crean en los años sucesivos y en diversas zonas de España: ESADE en Barcelona, ICADE en Madrid, ETEA en Córdoba y CESA en Alicante, esta última integrada en la Universidad Pública en años posteriores (Martín de Nicolás Cabo, 1969, pp. 133-164). La ESTE fue pionera en este mundo de la formación empresarial, y también líder, en el sentido de que tuvo muchos seguidores, todos en el ámbito de la enseñanza privada. Unas décadas más tarde, en 1990, con motivo de la fundación de la Universidad Ramón Llull en Barcelona, IQS que desde 1905 estaba centrado en los estudios de Química e Ingeniería, crea la Facultad de Economía, actualmente denominada IQS School of Management, acreditada por la AACSB desde el año 2006.

A día de hoy la Compañía dirige en España cinco centros. La Deusto Business School es el resultado de la reciente fusión de La Comercial y la ESTE. En Barcelona, en el seno de la Universidad Ramón Llull, se encuentran ESADE y la IQS School of Management. ICADE, en Madrid, es la facultad propia de la Universidad de Comillas. ETEA ha pasado a formar parte de la Universidad Loyola en Sevilla de reciente fundación.

Volviendo a los primeros fundadores, quizá llame la atención el hecho de que fueran dos jesuitas los pioneros en la implantación de los estudios económico-empresariales en España. De entrada hay que señalar que reaccionaron así saliendo al paso de una necesidad sentida, el ofrecer una formación no atendida por la universidad pública, pero que desde el principio les animó en sus esfuerzos la idea de aunar la formación técnica y profesional con la moral y ética sin olvidarse de la enseñanza religiosa. Para los Padres Chalbaud y Errandonea los centros fundados por ellos eran necesarias concreciones de la misión educativa de la Compañía. En la enseñanza oficial universitaria no será hasta 1987 cuando con el Real Decreto 1497/1987 se cree la licenciatura de Administración y Dirección de Empresas.

RETOS

Desde el final de la II Guerra Mundial hasta los comienzos de los años sesenta, las vocaciones a la vida religiosa y en concreto a la Compañía de Jesús fueron muy abundantes. Se daba esta abundancia cuando a la par en todas partes se aspiraba a universalizar una educación de calidad. En este ambiente cultural compartido tanto por los países ricos como por los países en desarrollo, las diferentes órdenes religiosas fundaron muchos centros educativos. En lo que se refiere a

la Compañía el número de sus escuelas profesionales, colegios y universidades alcanzó su cima. Tras el Concilio Vaticano II el panorama cambió. Se produjo de una parte, un drástico descenso en las vocaciones, y de otra, un notable incremento en el número de los abandonos de la vida religiosa en general y de la Compañía en particular. En lo que se refiere a la educación, el coste de ofrecer una buena instrucción subió considerablemente. La presencia de jesuitas en los centros dirigidos por la Compañía se redujo drásticamente. Esta caída en los efectivos propios coincidió con un momento de crisis cultural. El mundo secular se planteaba los principios inspiradores de la educación. En el eclesial, las nuevas orientaciones del "Vaticano II" (1962-1965) y del "Sínodo de los Obispos sobre la Justicia" (1971) tuvieron un profundo impacto en el sector educativo de los jesuitas. La opción por los pobres y la educación para la justicia se convirtieron en temas candentes. Esto llevó a que durante el generalato del P. Pedro Arrupe (1965-1983), se creara el Secretariado de Educación a fin de lograr una coordinación mejor de los esfuerzos y dotar de unidad al trabajo desarrollado en tantos centros. Desde sus inicios, este secretariado desempeñó un papel fundamental en el impulso y renovación de la educación jesuítica (O'Neill y Domínguez, 2001, pp. 1211-1212).

En 1973, este General, vasco como San Ignacio, abrió nuevas perspectivas al proponer a los centros educativos como objetivo "formar hombres y mujeres para los demás". La Congregación General XXXII (1974-1975) acuñó la célebre reformulación de la misión de la Compañía, como el "servicio de la fe y la promoción de la justicia". Pidió además que se revaloraran todos los ministerios desde esta nueva óptica. Se sentía en el ambiente que muchas instituciones educativas dirigidas por los jesuitas eran elitistas y se ponía en cuestión, por parte de muchos, su labor y su capacidad para educar en pro de la justicia. Sin duda, para muchos, la red jesuítica de escuelas de negocios estaba especialmente cuestionada. Desde la Curia General la reacción no se hizo esperar. El Secretariado de Educación, en 1986, ya en el generalato del P. Peter Hans Kolvenbach, publicó un importantísimo documento, "*Las Características de la Educación de la Compañía de Jesús*" (Gil Coria, 1999, pp. 247-309). En él se trató de definir los elementos propios de la educación de la Compañía de Jesús, a partir de la visión y experiencia de San Ignacio, de los Ejercicios y de las Constituciones, y de toda la tradición pedagógica secular de los jesuitas. Las *Características* se convirtieron en adelante en documento de obligada referencia para todas las instituciones educativas de la Compañía. Éstas reco-

gieron en sus declaraciones de misión sus principios y trataron de llevar a la práctica sus orientaciones fundamentales. El documento, considerado mayoritariamente "nuestro modo de proceder en educación", dio sentido de identidad y unidad a los centros educativos dirigidos por los jesuitas, como lo hizo la vieja *Ratio*. Colegios y universidades tomaron un nuevo giro, claramente inspirado en las nuevas orientaciones, e introdujeron cambios que, por regla general, se tradujeron sobre todo en sus objetivos educativos, en las políticas de admisión, en el estilo pedagógico empleado, en sus programas de servicio a la comunidad y en su compromiso cristiano y enfoque pastoral.

En 1993, vio la luz un nuevo documento, el "*Paradigma Pedagógico Ignaciano. Propuesta Práctica*", instrumento para la aplicación de las *Características* al terreno concreto del aula, a través de una práctica pedagógica inspirada en la pedagogía presente en los Ejercicios de Ignacio (Gil Coria, 1999, pp. 329-364). La influencia de estos dos documentos rebasó el ámbito de la propia Compañía, ya que fueron adoptados por muchas instituciones educativas dirigidas por instituciones de espiritualidad ignaciana. Progresivamente se abrió paso la distinción entre educación jesuítica" (directamente vinculada a la misión de la Compañía, la cual asume la última responsabilidad institucional) y la ignaciana (basada en la visión y carisma de Ignacio e inspirada en los Ejercicios (O'Neill y Domínguez, 2001, pp. 1211-1212).

En este proceso de reencuentro con la propia identidad, las *Business Schools* han desarrollado un papel muy relevante. Estos centros se han ido haciendo cada vez más conscientes de formar parte de una gran red jesuítica común integrada por veintiséis centros en USA, veinticinco en América latina, siete en Europa, uno en el Medio Oriente, doce en la India y cinco en el Extremo Oriente. De su interacción creciente han ido surgiendo diversas asociaciones. Dos merecen, a nuestro parecer, especial atención: *Colleagues in Jesuit Business Education* (CJBE) y la *International Association of Jesuits Business Schools* (IAJBS).

La primera de ellas fue fundada por el P. Robert Spitzer en 1998, teniendo su primer encuentro en Seattle University. Nació para el ámbito de los veintiséis centros de formación en *business* de la Compañía en Norteamérica. Recientemente se ha hecho internacional acogiendo a colegas de cualquier facultad de la Compañía que quieran colaborar en sus actividades. La misión de la CJBE es promover el carácter específico de las escuelas jesuíticas de *business* a través de un intercambio de ideas respecto a los modos

de proceder, programas, currículums, enseñanza, investigación y servicio en la tradición ignaciana, católica y humanística. Esta asociación, desde una misma valoración compartida que aprecia la peculiaridad ya existente de las escuelas jesuíticas de negocios como un hecho real, entiende que debe ser potenciado. Por ello, ha centrado su atención en cuatro aspectos de la misión de éstas en sus sucesivos encuentros anuales: 1) el impacto de la vida espiritual en los líderes, 2) la ética basada en principios, 3) la justicia y responsabilidad social en las empresas y la vida económica, y 4) el “service learning” en el currículum, comprendiendo por tal el método de enseñanza que combina la instrucción en clase con un servicio comunitario significativo (Spitzer, 2010, p. VII). CJBE posee su propia revista, el *Journal of Jesuit Business Education*. Los trabajos que se publican en él son ponencias presentadas y discutidas en los foros anuales. Se recogen de este modo resultados de investigaciones y reflexiones sobre temas que se consideran trascendentales para el devenir de los centros jesuíticos de formación en *business* hoy.

Un estudio presentado en su XIIº encuentro anual que tuvo lugar en julio de 2009 en la Rockhurst University (Kansas City), sostiene que existe realmente una diferencia, reflejada en los modos y programas de las escuelas jesuíticas norteamericanas, respecto a las escuelas con filiación religiosa (católica o no católica), y las simplemente seculares. Considera ser hoy un dato incuestionable el hecho de que los programas de las escuelas jesuíticas de *business* presentan rasgos de calidad y especificidad notables. Ahora bien, éstos pueden ser acentuados incorporando elementos de la pedagogía y espiritualidad ignaciana en los programas. Se entiende además que el hecho de pertenecer a una red nacional e internacional abre grandes oportunidades a cada uno de los centros. (Van Hise y Porco, 2010).

Esta es precisamente la tarea que le corresponde a la *International Association of Jesuits Business Schools* (IAJBS). Su misión se centra en promover la capacidad de los decanos y administradores de los diversos centros de liderar la creación y transmisión de un nivel de conocimiento que permita preparar a los estudiantes para su vida profesional y su vocación de ser líderes empresariales en una economía global. En 1988, a partir del liderazgo de Thomas Bausch (Decano en Marquette), secundado por John Whooliham (Decano en Loyola Marymount) y Gregory Ulferts (Decano en Detroit) y el apoyo del P. Vincent Dominiuco (entonces Secretario de Educación de la Compañía) nació esta

organización. Desde 1993 viene celebrando un foro anual, desarrollándose en su seno una actividad más que considerable. Sin ánimo exhaustivo, podemos recoger que se han venido produciendo acuerdos de colaboración en programas entre centros; intercambios de alumnos y de profesores; facilitación de los estudios de doctorado, tanto a alumnos como a profesores en diferentes universidades; encuentros para favorecer la innovación en la docencia y la investigación, se ha asesorado en el establecimiento de un centro de formación de la Compañía en *business* en Pekín, y se viene colaborando en las reflexiones estratégicas cara a fundar una escuela de negocios en África, y la constitución por la Compañía de una Universidad Virtual. Recientemente ha lanzado su propia revista, el *Journal of Management for Global Sustainability*.

Cada uno de los centros de esta red así articulada, comparte una procedencia, que es una razón de ser, y unos objetivos que deben estar en una necesaria relación con la misión universitaria de la Compañía. Este hecho ha abierto un debate, centrado especialmente en los EE.UU, sobre la pertinencia de considerar la educación jesuítica como una “marca” diferenciada que habría que saber ofertar así (Lacznia, 2004). ¿No es ésta una designación provocadora? La conexión con el mundo secular del marketing se hace evidente. En este contexto se entiende por marca “el nombre o símbolo que en virtud de sus propiedades o las asociaciones que entraña posibilita una rápida comunicación a los consumidores”. A esta posición se le ha objetado que esta designación centra excesivamente la atención en esa necesaria dimensión de lo que es la educación como producto final, y su relevancia en el llamado mercado, pero que se olvida de lo que significa la formación humanística en sí, y ésta es un elemento esencial en la tradición jesuítica. Otra reacción a esta postura viene a hacerse la pregunta de si establecer así una marca jesuítica en la educación universitaria, diferenciada de la de educación católica, no equivale a distanciarse afectivamente de las visiones oficiales católicas en educación superior (Van Hise y Porco, 2010, p. 21).

Si a pesar de las salvedades indicadas, admitimos la idoneidad de este término –marca- para expresar la especificidad común del proyecto educativo de la Compañía hoy, tenemos que ser capaces de formular sus notas esenciales, saber cómo incide esta educación en sus estudiantes. Acudiendo al documento *Las características de la educación de la Compañía de Jesús* podemos subrayar las más decisivas en nuestro ámbito de estudio. Estas serían: afirmar la bondad

radical del mundo, aspirar a la excelencia, estar orientada hacia los valores; ayudar a la formación total de cada persona; servir a la fe que realiza la justicia; pretender formar hombres y mujeres para los demás; e insistir en la atención individual y en la preocupación por cada persona (Van Hise y Porco, 2010, p. 21).

Recientemente en este punto ha adquirido notoriedad la obra de un ex jesuita que trabajó luego en JP Morgan & Co, Chris Lowney. En su opinión hay una realidad de la que hay que partir: un centro de formación en administración dirigido por la Compañía de Jesús comparte unas características, las que expresa su marca, término que él adopta con naturalidad. En su opinión, esta es considerada, reconocida, rica, poderosa y muy relevante para los tiempos que corren. Hoy se siente una necesidad urgente de un liderazgo auténtico, no como el que soportamos ligado sólo al estatus, posición jerárquica, dinero y poder. Por ello entiende que la aportación de la educación jesuítica se hace irremplazable. Ésta es un proyecto que pretende la formación de unos líderes desde otra concepción y de otro modo. Busca lograr que quien ha sido excelentemente educado a nivel de contenidos manifieste una opción en favor de promover unas relaciones más justas sintiéndose llamado a un compromiso personal con los valores ignacianos (Lowney, 2010).

Este último punto merece una mayor atención, ya que hay una dimensión contracultural en la espiritualidad ignaciana que no siempre es tomada en consideración (Byron, 2011). En los Ejercicios, Ignacio presenta la meditación de las dos banderas: la de Lucifer y la de Cristo Nuestro Señor. Recordémoslas. El sermón de Lucifer, dirigido a sus demonios que esparce en todos los ámbitos de la vida, es que éstos tienten primero a las personas de codicia de riqueza, para que fácilmente vengán a vano honor del mundo, después a crecida soberbia y de ahí a todos los otros vicios. El sermón de Cristo Nuestro Señor es traer a todos a suma pobreza espiritual, a deseo de oprobios y menosprecios, y, por último, a la humildad y con ella a todas las virtudes. En este punto radica lo que diferencia el principio ignaciano del liderazgo del secular, lo que lo distingue de la concepción propia de la cultura de este mundo. Más aún, según San Ignacio, la consideración atenta de los tres grados de humildad (el primero, obediencia a la voluntad de Dios; el segundo, la virtud de la indiferencia ante los binomios de salud/enfermedad, pobreza/riqueza, honor/deshonor; y la tercera, asemejarse a Cristo, pobre y humillado) significa eliminar el deseo personal como elemento decisivo en la configuración de la vida. Dado que la humildad y el *magis* (la pala-

bra latina usada por Ignacio para designar el esfuerzo extra, la respuesta generosa que se espera de los seguidores del Señor, la pulsión por ser más de Él), junto al discernimiento son los elementos esenciales de la espiritualidad ignaciana y la tradición jesuítica, estos deben formar parte de la comprensión que se tiene de lo que es liderar, en un centro dirigido por los jesuitas. Manifestar con claridad estos contenidos, esta comprensión del liderazgo, expresa asimismo la excelencia que se pretende siempre en las instituciones de la Compañía en todas sus actuaciones. Lo más propio es lo más contracultural y esto es lo genuinamente ignaciano. Esta dimensión implica humildad, la noción de *magis* y un énfasis en el proceso de discernimiento que enseñe a los estudiantes a prestar atención tanto a la cabeza como al corazón en la toma de decisiones. ¿No estamos hablando de algo que va “más” allá del mero comportamiento ético? Éste, como el valor en el soldado, se supone en nuestros licenciados, si bien exige obviamente tomar en consideración la necesaria formación en ética empresarial (Byron, 2010a).

No hay una única fórmula que exprese con total exclusividad la peculiaridad de la educación jesuítica en empresariales. Sin embargo, el consenso que se ha ido produciendo en el seno de estas asociaciones entiende que el objetivo fundamental de esta educación no es sólo lograr formar directores de empresa técnicamente competentes. Esto es solamente parte de la misión. Ésta debe reflejar también necesariamente el pensamiento social católico, la espiritualidad ignaciana, y la visión moral que emana de la obra de San Ignacio. Se debe buscar comprometer a los estudiantes en la realidad del mundo de los negocios, con todas sus posibilidades y retos, de modo que se involucren constructivamente para servir al bien común.

Como se ve la formación jesuítica es una expresión más de la formación católica. No podía ser de otra forma, pero si precisara esto una justificación, basta con traer a colación el último documento publicado por el Consejo Pontificio Justicia y Paz. Se puede decir que con él, a partir de los contenidos establecidos por el papa Benedicto XVI en su encíclica *Caritas in Veritate*, el Vaticano ha desarrollado algo así como una guía de acción para los profesionales en el mundo empresarial. Su título es bien sugerente: “*La Vocación del Líder Empresarial. Una reflexión*”. En él, en perfecta continuidad con los últimos desarrollos en el pensamiento social cristiano, se explicita el hecho de que en el origen de la actividad económica hay una llamada, una vocación. Esta es tan noble como cualquier otra, y además de gran importancia social ya que contribuye

decisivamente al bien común de la sociedad. A los empresarios y dirigentes empresariales les compete la tarea de crear riqueza, posibilitando así la lucha contra la pobreza. El lograr este noble objetivo, haciendo todas sus labores adecuadamente, es de gran mérito (De la Iglesia Viguiristi, 2012).

REFLEXIÓN SOBRE SUS MOTIVOS JUSTIFICATIVOS

Hemos dado a los retos a los que se enfrenta el sistema jesuítico de formación en *business* un tratamiento común. Esto no deja de merecer una justificación. Estamos considerando una red con centros en el primer y en el tercer mundo; en Occidente y en el Extremo Oriente, pasando por el Líbano, y que está hoy considerando establecerse en África y en Vietnam. Hablamos en consecuencia de una red de más de 70 miembros. Quizá la globalización, que nos acerca y uniforma, hace también que gran parte de la problemática con la que se enfrentan todos ellos sea común, si bien se dan realidades específicas que suponen condicionamientos que hacen necesaria una atención.

De todos modos, el reto común es insuflar alma a nuestros programas. A menudo nuestros centros son percibidos como lugares en los que se ofrece una excelente formación. Algunos son muy reconocidos socialmente, y ocupan incluso lugares de honor en los famosos rankings. La reputación de la red está fuera de dudas; pero lo que se cuestiona es si son capaces de expresar sus declaraciones de identidad, sus raíces jesuíticas y eclesiales. Las críticas vienen a centrarse en el hecho de que no siempre se puede apreciar el propio proyecto educativo de la Compañía diferenciado en concreciones, y que todo se resuelve en ser un centro más que nutre y se nutre del capitalismo. Se nos dice que muchos de nuestros programas, sobre todo a nivel de posgrado, son exclusivos y carísimos sin parecer diferenciarse en nada de los ofrecidos por instituciones seculares con los que se compite. ¿No evidencia esto que lo que se persigue realmente es hacer negocio y ganar prestigio?

Como vemos las críticas arrecian. Se viene a decir que el alumno que sale de los centros dirigidos por la Compañía, puede acabar fácilmente siendo un especulador o un ejecutivo, egoísta y despreocupado del bien de la sociedad, al que se le ha preparado cuidadosamente para la guerra en los negocios. La crisis actual además ha evidenciado el contenido de la educación dada en áreas como las finanzas, con toda una ingeniería a su servicio que ha estado en el origen de la crisis actual que padecemos.

¿Cuánto hay de verdad y cuánto de exageración en estas afirmaciones tan aceradas y duras? Corresponde saber escucharlas y reaccionar positivamente a lo que denuncian certeramente. Con todo, hay que saber valorar lo que se hace teniendo bien presentes las dificultades que entraña esta misión. La educación se ofrece, y el que haya quienes hacen oídos sordos a sus contenidos más contraculturales no debe sorprender ni desanimar. Si en algún ámbito la tentación al materialismo y al egoísmo se hace especialmente fuerte es en el mundo de los negocios. En él reina la mundanidad.

En un mundo tan secularizado, sin casi jesuitas en sus claustros, sobre todo en Europa y América, el transmitir los anhelos fundacionales a los alumnos es una labor ardua y difícil, pero fundamental. Exige elegir y formar al claustro de profesores en los contenidos del ideario. Supuesta una sólida formación ética, los contenidos del pensamiento social cristiano deben empapar la visión desde la que se orienten las diversas disciplinas excelentemente impartidas. Además, la tradición pedagógica de la Compañía debe estar presente en las aulas. La marca de la educación jesuítica debe dejar marcas en los alumnos. Esto es mucho más que jugar con las palabras. Ahora bien, formar líderes cristianos desde el molde ignaciano supone ser capaces de transmitir una espiritualidad en un mundo muy poco receptivo. Como se ve, estamos ante todo un desafío. Algo que en la tradición de la Compañía nunca se ha eludido. En su historia siempre ha afrontado las dificultades.

La pregunta con la que comenzábamos este trabajo era si había una auténtica razón que justificara de una manera natural el que la Compañía sea responsable de tantos centros de formación en ciencias empresariales hoy por todo el mundo. Nos preguntábamos si su presencia en los campus de sus universidades tiene sentido, ya que responde a una necesaria concreción de su misión universitaria. En nuestra opinión, la respuesta es afirmativa. Más aún: rotundamente afirmativa. La educación universitaria ha desempeñado ininterrumpidamente un papel muy significativo entre las actividades apostólicas de la Compañía desde el tiempo de San Ignacio. Ello es debido a su gran potencial para lograr ejercer un serio impacto en la sociedad. Valga recordar cómo el fundador consideraba la educación de las personas con responsabilidades, la nobleza de su época. Veía en ello la posibilidad de ser eficaces para lograr llevar la sociedad hacia el bien. Las últimas congregaciones de la orden han reafirmado la importancia de este ministerio. El que la Compañía haya estado presente, desde los inicios del siglo XX, en esta área de formación en *business*, responde a

esta lógica. Pocas áreas de estudio y de actividad pueden llegar más cerca de lo que constituye el corazón de la sociedad que la que designamos con el término genérico de *business*.

Ignacio quiso que sus seguidores leyeran siempre los signos de los tiempos, que discernieran así su misión y dirigieran su acción hacia las instituciones de la sociedad donde realmente las personas se encuentran, donde el impacto alcanza a una buena parte de ellas, donde los resultados son durables, y donde hay mayor necesidad. Así lo dejó escrito. Son bien conocidas sus formulaciones en la Parte Séptima de las Constituciones. Todas ellas son relevantes y aplicables para nuestro propósito de justificar la presencia de los programas de formación empresarial en las universidades de la Compañía (Cons. 622):

- 1º: Considerar en qué ámbito se siente mayor necesidad.
- 2º: Comprobar previamente si hay esperanza razonable de lograr fruto.
- 3º: Dado que “el bien cuanto más universal es más divino”, privilegiar las obras con quienes vayan a influir más en la sociedad ya que así es esperable un deseable efecto multiplicador.
- 4º: Acudir allí donde se sintiese más asentada la mentalidad contraria.

Respecto al primer criterio, en un mundo tan marcado por la actuación de las empresas, creemos que queda fuera de toda duda la urgencia –siempre sentida– de formar profesionales competentes que estén imbuidos de una auténtica mentalidad cristiana. Por lo que se refiere al segundo criterio, experiencias como la economía de comunión, referidas por el propio Benedicto XVI en su encíclica *Caritas in veritate*, el cooperativismo de Mondragón desarrollado desde la inspiración del P. Arizmendiarieta, y tantas otras experiencias, muestran que otros modos y otra economía es posible, que la utopía puede echar raíces aquí. ¿Qué decir del tercer y cuarto criterio? La empresa es una institución esencial en la sociedad. Es el medio por el que se proveen bienes y servicios que afectan al nivel de vida de todos, a la par que sus actuaciones afectan a muchos y diversos grupos, los *stakeholders*. Hoy su centralidad en la vida es tal que las actividades empresariales en este mundo en creciente globalización no conocen límites geográficos, políticos ni culturales. Su capacidad para servir a la humanidad adquiere su mejor expresión cuando desarrollan sus acciones eficaz y responsablemente. Cuando son regidas sin ética sus actividades son

sumamente distorsionantes. Apostar por la adecuada formación de líderes empresariales es optar por la preparación de agentes multiplicadores del bien en la sociedad. Ignacio aludía a personas grandes y citaba a príncipes, señores y magistrados o administradores de justicia (Cons. 622). Sin duda, junto a esos administradores de justicia hoy incluiría a los administradores de empresa, sean estos de una pyme o de una multinacional. Hoy, quizá más que nunca se echa en falta un clima en las actividades económico empresariales en el que florezcan las auténticas virtudes, aquellas frontalmente opuestas a la venalidad, el arribismo y la avaricia. La mentalidad mundana en el mundo de la economía lo empapa prácticamente todo. Quizás su consagración más rotunda es la de un ultraliberalismo ajeno a toda sensibilidad social. A este propósito conviene recordar cuál es la postura del pensamiento social cristiano al respecto. Este desde sus inicios ha marcado sus distancias con él.

¿No han quedado satisfechos los cuatro criterios de Ignacio? A nuestro parecer así ha sido, y diríamos que con toda naturalidad y claridad.

Recogíamos más arriba de entre las características de la educación jesuítica aquellas más relevantes para la formación en el área empresarial. Encabezaba la lista “afirmar la bondad radical del mundo”. A este respecto es muy ilustrativa la visión expresada en el documento, ya aludido, *La vocación del líder empresarial*. Su contenido se puede sintetizar en los siguientes puntos:

- 1º: Cuando las empresas y los mercados, siendo estos regulados adecuadamente por los gobiernos, funcionan bien, contribuyen de un modo irremplazable al bienestar material y espiritual de la sociedad. La experiencia reciente, con la crisis económica desatada en los mercados financieros, ha evidenciado hasta qué punto, cuando esto no se da, el daño causado es enorme.
- 2º: Nuestro tiempo experimenta cambios trascendentales al desarrollarse la globalización, las tecnologías de la información y el predominio de la economía financiera. Todo ello, junto a innegables beneficios, conlleva problemas como la acentuación de las desigualdades, la deslocalización de las empresas, la inestabilidad financiera y todo un conjunto de obstáculos que parecen impedir el logro del bien común a escala global. Con todo, los líderes empresariales en cuanto estén guiados por los principios de la ética social, y aquellos que sean cristianos, por el Evangelio, siempre podrán contribuir a la consecución del bien común.

- 3º: Las dificultades para contribuir con su labor de “servir” al bien común provienen de una multiplicidad de factores: la falta del imperio de la ley, la corrupción, la avaricia y la pobre administración de los recursos; pero, a nivel personal, la mayor dificultad es aceptar llevar una vida dividida. La división entre la fe y la práctica profesional diaria puede conducir a expresar una lamentable devoción al éxito mundano. El camino alternativo basado en la fe, “un liderazgo de servicio”, provee una perspectiva que ayuda a equilibrar las exigencias del mundo de los negocios con los principios de la ética social. Esto se da a tres niveles: ver, juzgar y actuar.
- 4º: Ver los signos de los tiempos implica considerar cuatro factores. Estos son en sí ambiguos: la globalización, el desarrollo de las comunicaciones, el de la economía financiera y el auge del individualismo. Hoy tenemos más bienes personales y menos comunes. Los valores se han hecho relativos y los derechos más importantes que las obligaciones. El objetivo de alcanzar el bien común, a menudo, se diluye y acaba perdiéndose.
- 5º: Juzgar la realidad. Las buenas decisiones empresariales son aquellas que fundamentan los principios del respeto a la dignidad humana, su contribución al bien de la sociedad y haber comprendido la economía como una comunidad de personas. Esto lleva a que se produzcan bienes que satisfagan auténticas necesidades humanas de un modo responsable, con una organización que reconozca la dignidad de los trabajadores desde el principio de subsidiariedad, logrando una riqueza sostenible que se distribuya justamente, esto es, desde unos precios, salarios, beneficios e impuestos justos.
- 6º: Los líderes empresariales pueden llevar sus aspiraciones a la práctica cuando siguen su vocación integrando virtudes y principios éticos en su trabajo diario, superando así toda compartimentación en sus vidas. De este modo, quienes mucho han recibido, dan, devuelven asimismo mucho a la comunidad. Crean así posibilidades de que nuestro mundo sea un lugar mejor. Su sabiduría práctica les permite responder a los retos: verlos, juzgarlos según principios iluminados por el Evangelio, y actuar como creyentes que sirven a Dios.

En este trascendental documento, la referencia al bien común es central. Se toma de él la definición del Concilio Vaticano II en la *Constitución pastoral Gau-*

dium et Spes nº 26: “la suma de todas las condiciones sociales que permiten a los ciudadanos, como grupo o como individuos, alcanzar su logro más completa y fácilmente. El bien común comprende y soporta todos los bienes necesarios para permitir a cada ser humano y todos los seres humanos desarrollarse, individual y comunitariamente”. Lo citado es clave para nuestro propósito, ya que la referencia es diáfana a la necesidad también de bienes materiales. De ahí la conclusión rotunda. En su número 25 leemos: “Business are therefore essential to the Commom Good”.

Servir al bien común es actuar en la lógica del don, tal como se expone en la *Caritas in veritate*, es generar, en condiciones propias de los seres humanos, bienes que satisfacen auténticas necesidades humanas. Esta reflexión de *Iustitia et pax* se hace así eco de la *Quadragesimo Anno* y su visión del buen empresario, aquel que es creador de bienes para el bienestar de los otros. Llegados a este punto, no puede a nadie extrañar la referencia a los pobres, a esa expresión fundamental de la solidaridad, siempre explicitada en el pensamiento social cristiano.

A nuestro entender no tiene el más mínimo sentido contraponer la marca jesuítica en educación a la eclesial. No se trata de dos realidades sustancialmente diferenciadas. Al contrario, aquella es una expresión más, desde un carisma, de la educación católica. La Compañía lleva casi 500 años educando a aquellos de los que se espera fundadamente que puedan, desde su actuación en las instituciones más dominantes, extender el bien. Por ello, en el ámbito empresarial apuesta por la educación de líderes que entienden su profesión como el desarrollo de su vocación de servicio. El documento de *Justicia y Paz* habla de esto, de administradores que sean un don para los otros. Las visiones concuerdan. Preparar dirigentes de empresa, recuérdese la visión del P. Errandonea, requiere formar la mente, el corazón y el espíritu.

Quién tenga una preparación excelente en las diversas disciplinas incluidas en el curriculum de *business*, algo innegociable en la formación que pretende dar la Compañía dada su opción por la excelencia, apreciará la verdad y la luz que éstas ofrecen y cooperarán con todo lo bueno que su conocimiento permitan emprender. Serán capaces de ayudar competentemente al bien de la sociedad. Este hecho debe subrayarse, ya que una vez que el dirigente formado asume sus responsabilidades, se verá en la necesidad de ejecutar decisiones en el horizonte del logro del mayor bien posible. El impacto de las organizaciones empresariales en nuestras vidas no se puede

subestimar. La jornada laboral absorbe a diario una buena parte de nuestra vida. Sin unas condiciones sanas y justa, el trabajo en vez de ser una bendición pasa a ser un auténtico infierno. El que desde la dirección de las empresas se reconozca la dignidad de todos en el trabajo, expresa una comprensión de éstas como una comunidad. Una vez más, recordamos el ideario del P. Errandonea.

Más aún. El graduado de una escuela jesuítica debe ser muy sensible en un punto hoy más crucial que nunca, el hecho de que la creación de riqueza es una trascendental aportación al bien común. Su gestión debe garantizar unos salarios justos que posibiliten un bienestar de sus empleados y sus familias, así como unos beneficios adecuados que reviertan en quienes han invertido, garantizándose así la pervivencia de la empresa. La pobreza en el mundo solo será vencida creando riqueza a partir de una mentalidad que la entiende destinada a todos. Es la que encarnan los hombres que sienten que su misión es ser para los demás. Lograr que los desheredados accedan a un empleo digno y a los bienes y servicios que necesitan es el único modo de abolir la miseria. Esto exige una mentalidad y una inspiración a partir de una competencia adquirida en la formación. El papel en los estudios de las experiencias de servicio comunitario se hace, en este ámbito, muy relevante.

CONCLUSIÓN

Creemos que cuanto hemos expuesto justifica la presencia de las facultades de Ciencias Empresariales en los campus de las universidades de la Compañía. Más aún, tal y como decía el P. Davis éstas les son necesarias para el adecuado desarrollo de su misión.

En diciembre de 1960, recogiendo la indicación del P. Provincial —el P. Marina— de que todos se tomaran como propia la tarea de formar sobre todo a los alumnos en doctrina social, escribía el P. Errandonea: “insistí en lo que podíamos llamar Declaración de Principios, exponiendo- cosa que en esos momentos creía muy necesaria- nuestra aspiración primordial de formar hombres y directivos humanos y cristianos, excelentes como técnicos, como hombres y como cristianos. Si esto no lo logramos ¡hemos arado en el mar!” (Pinedo Iparaguirre, 2006, p. IV).

El planteamiento de la educación jesuítica es sumamente rico y ambicioso. No es poco lo que se pretende. Una excelencia en docencia y en investigación, una formación en valores, una presencia de la ética y de la sociología cristiana, y una visión del liderazgo y de la pedagogía acorde al espíritu de los Ejercicios. Que tantos centros de formación para administrar las empresas, tan diversos pero con elementos sustanciales tan comunes, puedan decirse jesuíticos, será siempre un logro, ya que el reto es considerable. Al fin y al cabo se trata de que la Compañía los reconozca como una obra apostólica propia, y evalúe esta concreción de su apostolado intelectual positivamente. Esto se viene acentuando dada la orientación cada vez más eclesial y jesuítica de estos centros, ya que su presencia en esta área, creemos haberlo mostrado, es totalmente natural y necesaria.

Permítasenos acabar recogiendo la formulación de su misión hoy de la primera *Business School* de la Compañía, la fundada en Saint Louis por el P. Davis: “Excellence in business education inspired by the Jesuits ideals of educating the whole person, seeking truth, and serving the others”.

BIBLIOGRAFÍA

- Aranzadi, D. (2003). Humanidades: Empresa. Las bases del proyecto. *Mundáiz*, 65, pp. 11-31.
- Byron, W. J. (2010a). The Making of an Ethical Executive. *Estudios Empresariales*, 132, pp. 55-59.
- Byron, W. J. (2010b). Applying the Principles of Catholic Social Thought to Education on Business. *Estudios Empresariales*, 132, pp. 60-66.
- Byron, W. J. (2011). Humility, *Magis*, and Discernment. A Jesuit Perspective on Education for Business Leadership. *Journal of Jesuit Business Education*, 2, 1, pp. 9-20.
- Colinas Aguirrebengoa, J. A. (1966). *Historia de la Universidad Comercial de Deusto*. Bilbao: Universidad Comercial de Deusto.
- Concilio Vaticano II (1965). *Constitución pastoral Gaudium et Spes*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana.
- De la Iglesia Viguiristi, F. (2006). La ESTE en su etapa fundacional. En de la Iglesia Viguiristi, F. (coord.). *La ESTE 50 años 50 voces*. San Sebastián: ESTE-Universidad de Deusto, pp. 10-17.
- De la Iglesia Viguiristi, F. (2012). Una reflexión sobre la vocación del líder empresarial. *Estudios Empresariales*, 139, pp. 62-77.
- Gil Coria, E. (ed.). (1999). *La pedagogía de los jesuitas, ayer y hoy*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Keithley, J. (ed.). (2010). *From Local to Global. Celebrating 100 Years of Educat-*

- ing Business Leaders. Saint Louis University: John Cook School of Business.
- Lacznia, G. (2004). Developing the Brand Equity of Jesuit Higher Education. *Conversations on Jesuit Higher Education*, 25, pp. 3-11.
- Lowney, C. (2010). The Competitive Advantage of Jesuit Schools of Business. *Journal of Jesuit Business Education*, 1, 1, pp. 37-50.
- Martín de Nicolás Cabo, J. (1969). *La formación del líder empresarial*. Barcelona: Ariel.
- Mc Kevitt, G. (2008). Jesuit Schools in the USA. En Worcester, T. (ed.). *The Jesuits*. New York: Cambridge University Press, pp. 278-297.
- Pontificio Consejo *Justicia et Pax* (2005). *Compendio de la doctrina social de la Iglesia*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana.
- Pontificio Consejo *Justicia et Pax* (2012). *Vocation of the Business Leader. A Reflection*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana.
- O'Neill, C. E. y Domínguez, J. M. (dirs.). (2001). *Diccionario histórico de la Compañía de Jesús. Biográfico-Temático* (vols. I y II). Madrid-Roma: Universidad Pontificia Comillas – Institutum Historicum.
- Pinedo Iparraguirre, I. (1999). *La ESTE de San Sebastián. Diario de su fundador*. San Sebastián: Universidad de Deusto.
- Revuelta Sáez, M. D. (1992). *La Universidad Comercial de Deusto. 75 años formando profesionales para la empresa*. Bilbao: Fundación Luis Bernaola.
- San José, J. y de la Iglesia, F. (eds.). (2006). *Planteamientos pedagógicos de Ignacio Errandonea*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Spitzer, R. J. (2010). A Brief History of Colleagues in Jesuit Business Education. *Journal of Jesuit Business Education*, 1, 1, pp. VII-IX.
- Van Hise, J. y Porco, B. (2010). Are We Different? A Comparative Analysis of Jesuit Business Education. *Journal of Jesuit Business Education*, 1, 1, pp. 17-36.



a359

Fernando de la Iglesia Virguiristi