

Responsabilidad social de la empresa

—grupos marginados—

LORENZO SERVITJE

Se me ha pedido hablar a ustedes de la responsabilidad social de la empresa en relación con los grupos marginados. Estos grupos constituyen, para mucha gente, un mundo ignorado y lejano y hacia el cual la empresa, generalmente, no se siente con responsabilidad alguna.

Hace casi 30 años el periodista Manuel Mejido, en su libro *México amargo*, describía la manera de vivir y la miseria de campesinos, pescadores, indígenas, mineros, habitantes de las fronteras y pobladores de las colonias proletarias de las ciudades.

Al hablar de los ejidatarios de la zona semidesértica de Zacatecas relataba: "Viven en casas de adobe y duermen en el suelo, no tienen drenaje, agua potable, luz eléctrica, telégrafo ni médico. Visten harapos y ni siquiera calzan. Nadie se baña porque no es posible —dicen— `desperdiciar el agua en el aseo personal'." Allí, afirmaba Mejido de Antonia García, madre de cuatro hijos y esperando a otro: "No se queja, simplemente en la mirada, ojos hundidos, grandes ojeras, se le nota que ya está cansada de vivir. Sólo tiene veinticinco años." A pesar del tiempo transcurrido, la pobreza extrema, los marginados son todavía una parte muy importante de la población de nuestro país. Algunos la calculan entre 17 y 23 millones de personas. Datos recientes revelan que la desnutrición en los niños está muy extendida y que la mortalidad infantil en Chiapas, Oaxaca, Puebla y Tabasco, es mayor que la de China y Vietnam. Y en Oaxaca y algunos otros estados el analfabetismo de la población mayor de quince años es del 24% o más.

Son marginados, según los definió Coplamar en 1977 "aquellos grupos que han quedado al margen de los beneficios del desarrollo nacional y de los beneficios de la riqueza generada, pero no necesariamente al margen de la generación de riqueza ni mucho menos de las condiciones que la hacen posible". No son siquiera los rezagados del desarrollo económico, sino que son lisa y llanamente los excluidos.

Alguien ha dicho, con tristeza, que ante los que van montados en el tren del desarrollo, los marginados sólo lo ven pasar.

Son los pobres de los más pobres, ha dicho Julieta Campos, en un libro que apareció en 1995. "Viven en zonas áridas o semiáridas; alcanzan apenas la mitad de los servicios indispensables y de sus bienes exigüos; no leen ni escriben o han cursado sólo uno o dos años de primaria; minados por las enfermedades que el resto de la población no conoce, mueren antes de tiempo y a veces en la primera infancia; están desnutridos, hay hacinamiento en sus casas precarias, sin agua, ni electricidad, ni drenaje..."

No puede disimularse la pobreza y aun la miseria que existe en nuestro país. En repetidas ocasiones se ha mencionado que en México existe una enorme disparidad en la distribución del ingreso. En 1992 el 20% más alto de la población recibía el 54.2% del ingreso y el 20% más bajo el 4.3 por ciento. En 1994 fueron el 57.5% y el 3.4%, respectivamente.

El economista Jonathan Heath acaba de señalar en un artículo periodístico que datos recientes revelan que existe una firme recuperación de la economía: aumento de 34.2% en el consumo de bienes duraderos y de 35% en la inversión privada y aumento también en los servicios (de salud, entretenimiento u otros). Pero señala asimismo que existe el fenómeno preocupante de una baja en el consumo de los bienes no duraderos. Y afirma que esta aparente irracionalidad se debe a que los bienes de consumo duraderos son los coches, televisores y demás, que normalmente no consume la mayoría de la población en grandes cantidades. Estos representan sólo el 10% del consumo. Y el hecho de que ese consumo haya aumentado tanto, seguramente obedece a que las clases medias y acomodadas han sentido la recuperación en forma importante y están utilizando más servicios. Y sin embargo las clases más empobrecidas, que nunca llegan a comprar un coche, o a ir al cine o a visitar un dentista y cuyo consumo está casi totalmente localizado en los bienes no duraderos, es decir, tortillas, leche, calzado y jitomates, no ha visto ninguna recuperación en su ingreso. Más bien, observan cómo se va deteriorando su poder adquisitivo.

Es evidente la existencia en nuestro país de una sociedad dual, con un distanciamiento cada vez mayor entre ricos y pobres. Esto nos lleva a examinar una cuestión fundamental que es la igualdad esencial de los seres humanos y su desigualdad existencial, que a su vez nos pide responder a preguntas acuciantes: ¿por qué unos hombres tienen mayores recursos, conocimientos o autoridad que otros? ¿Por qué unos tienen todas las oportunidades de adquirir riqueza, educación o mando y otros ninguna? ¿Por qué estas diferencias se

traducen para unos en bienestar, comodidades y aun lujo y para otros en privaciones, sufrimientos y vidas sin esperanza? ¿Por qué ocurre todo esto si todos somos personas humanas, creadas a semejanza de Dios y con el mismo destino eterno?

No hay una respuesta sencilla a estas tremendas preguntas. Sin embargo nuestra conciencia nos dice que se tiene que hacer algo para remediar esta situación y la enseñanza social cristiana en repetidas ocasiones nos exhorta a hacerlo.

Lo que se ha llamado la responsabilidad social es lo que los seres humanos deben a la sociedad en la que se encuentran. El hombre no es un ser aislado que se baste a sí mismo. Es un ser social por naturaleza. En la sociedad nace, crece, vive y muere. Necesita de ella para conservar su existencia alcanzar su perfeccionamiento en todos los órdenes.

Alvaro Dávila, de la Fundación Social de Colombia, destacadísima institución de servicio, ha afirmado que "esta responsabilidad social surge de la conciencia creciente de que todas nuestras decisiones tienen un efecto que va más allá de nuestras propias organizaciones. La sociedad es como una telaraña, lo que sucede en cualquier parte de ella se transmite, para bien o para mal, a todo el conjunto. Somos hilos de esta telaraña pero también somos tejedores de la misma".

Los individuos realizan su propia perfección mediante su actividad y responsabilidad personales; pero sólo llegan a hacer fructuosos sus esfuerzos mediante la ayuda complementaria que les da su cooperación en la sociedad. Esta ayuda mutua que todos necesitan y a la que todos deben colaborar permite alcanzar el bien común. Ese bien común consiste en el conjunto de condiciones sociales (recursos, valores, leyes, costumbres, instituciones) que hacen posible el pleno desarrollo de las personas y los grupos. Se cumple con la llamada justicia social cuando cada uno aporta, en la medida de lo que puede, todo lo que sea necesario para que se cree un acervo de bienes del que todos se pueden beneficiar. Este bien común no es un simple agregado cuantitativo de lo aportado sino un acrecentamiento de todo ello como resultado de la recíproca vinculación.

Los seres humanos, aunque iguales en su dignidad, en su origen y en su destino, son desiguales en sus facultades, en su capacidad, en sus aspiraciones, en su vocación existencial. Hay hombres bien dotados, medianamente dotados y mal dotados. Y la sociedad ha aceptado, históricamente, que los hombres mejor dotados tengan mando y aun riqueza, si de algún modo corresponden a ello, en forma de servicio a los demás. Por ello la obligación esa de ayudar a los demás compete de manera especial al empresario, quien suele tener más conocimientos, autoridad, relaciones y recursos. Sin embargo el tema de esta exposición es más bien la responsabilidad social de la empresa que la del empresario.

Esto nos lleva a la necesidad de precisar las finalidades de la empresa. Desde hace ya mucho tiempo en la USEM hemos sostenido que la empresa es un grupo humano al que unos hombres aportan capital, otros trabajo y otros más dirección, con las finalidades económicas siguientes:

Finalidad económica externa que es la de proporcionar bienes o servicios para satisfacer necesidades de la sociedad.

Finalidad económica interna que es la obtención de un valor agregado para remunerar a los integrantes de la empresa. A unos en forma de utilidad o dividendos y a otros en forma de sueldos, salarios y prestaciones. Esta finalidad incluye la de abrir oportunidades de inversión para los inversionistas y de empleo para los trabajadores.

Se ha discutido mucho si una de estas dos finalidades está por encima de la otra. A mi juicio ambas son fundamentales, están estrechamente vinculadas y se debe tratar de alcanzarlas simultáneamente. La empresa está para servir a los hombres de afuera (la sociedad) y a los hombres de adentro (sus integrantes).

Y también se ha discutido mucho si las finalidades económicas de la empresa están por encima de sus finalidades sociales, que son las siguientes:

Finalidad social externa, que es la de contribuir al pleno desarrollo de la sociedad, tratando que en su desempeño económico no sólo no se vulneren los valores sociales y personales que la sociedad aprecia, sino que en lo posible se promuevan.

Finalidad social interna, que es contribuir, en el seno de la empresa, al pleno desarrollo de sus integrantes, tratando de no sólo no vulnerar valores humanos fundamentales sino también promoviéndolos.

La empresa además de ser una célula económica es una célula social. Está formada por hombres y para los hombres. Está insertada en la sociedad a la que sirve y no puede permanecer ajena a ella. La sociedad le proporciona la paz y el orden, garantizados por la ley y el poder público; la fuerza de trabajo y el mercado de consumidores; la educación de sus obreros, profesionales y directivos; los medios de comunicación y la llamada infraestructura económica. La sociedad ha puesto mucho en manos de la empresa y existe entre ellas una interdependencia inevitable. Por esto no puede decirse que las finalidades económicas de la empresa

estén por encima de sus finalidades sociales. Ambas están también indisolublemente ligadas entre sí y se debe tratar de alcanzar unas sin detrimento ni aplazamiento de las otras.

El tema de la responsabilidad social de la empresa es un tema controvertido. Sus críticos insisten en que la única responsabilidad social de la empresa es cumplir bien con sus finalidades económicas. Y que en todo caso esa responsabilidad sería de sus accionistas o socios en lo personal. No hay duda que la primera responsabilidad social de la empresa es la señalada, pero cada día se afianza más la convicción de que la empresa debe ser un buen ciudadano de la sociedad, ha detener conciencia de lo que a ella le debe y obrar en consecuencia.

Las razones que se esgrimen para sostener esto son que el mercado ya no es el único regulador de su conducta; la sociedad y el Estado influyen en ella y la empresa no puede ignorarlo. Que si la empresa permanece inactiva ante la presión de los problemas sociales, otras fuerzas –probablemente menos calificadas y aun hostiles a ella– tomarán la iniciativa. Que en muchos casos la empresa ha sido responsable de problemas que ahora requieren de una acción correctiva y que por ello su acción para resolverlos es indispensable. Y que hay ya un convencimiento creciente de que lo que haga la empresa para elevar el nivel económico de los más necesitados, mejorar la educación, la vivienda y contribuir a resolver muchos otros problemas sociales, redundará tanto en el bien de la sociedad como en el de la propia comunidad empresarial.

La atención a grupos marginados entra desde luego en la finalidad social externa de la empresa y es pertinente señalar ahora algunos de los principios en los que esa responsabilidad se fundamenta:

El respeto a la dignidad de la persona humana que es inherente a la naturaleza y destino trascendente del hombre y que le otorga derechos irrenunciables e inalienables que la sociedad y el Estado deben reconocer y promover.

La justicia que es la intención de reconocer, respetar y dar a cada quien lo que le corresponda.

La solidaridad que es la determinación firme y perseverante de pugnar por el bien de todos y cada uno, de modo que se pueda conseguir juntos aquello que aislados no se puede conseguir.

Y la subsidiaridad que establece que los individuos o grupos menores hagan lo más posible para lograr su progreso y superación y que los grupos mayores y el Estado hagan sólo lo necesario.

La responsabilidad social externa de la empresa puede cumplirse de muy diversas maneras. Hay innumerables causas y actividades que reclaman su apoyo. Desde aquellas que buscan cambios culturales de trascendencia que se traduzcan en nuevas políticas gubernamentales, nuevas leyes, nuevas normas de convivencia, hasta aquellas ya muy concretas: asistenciales, educativas, cívicas, ecológicas o de promoción humana.

Desde luego que el apoyo que la empresa acuerde prestar a determinadas obras o actividades dependerá de la decisión de sus dueños o directivos. Sin embargo, dada la situación de nuestro país, es evidente que conviene que las empresas apoyen principalmente todo aquello que contribuya a resolver nuestros problemas más importantes.

Comencemos por examinar qué es lo que la empresa puede hacer en favor de los marginados y cómo hacerlo, tema central de esta exposición.

Desde luego que la ayuda a los grupos marginados puede ser la de llevarles todo aquello que alivie sus necesidades más urgentes de alimentación, salud, alojamiento y protección en general. Se pueden mencionar los orfanatos, guarderías, asilos, albergues, hospitales, clínicas populares, bancos de alimentos. Así como instituciones de ayuda a niños de la calle, madres solteras, discapacitados, drogadictos, alcohólicos, delincuentes, presos y muchas otras.

Sin embargo, si se considera a los marginados precisamente como grandes grupos de personas de la misma condición de alejamiento y aun exclusión de ese mínimo de bienestar que es indispensable para una vida digna y civilizada, debemos pensar en una ayuda que vaya efectivamente a remover las causas de su marginación y desamparo.

Esto nos lleva a señalar la importancia de las obras llamadas de desarrollo comunitario o de promoción humana. Es decir, aquellas que faciliten a los marginados a que logren por sí mismos su progreso y superación. Aquellas que les ayudan a que dejen de ser ayudados. Y aquí cabe mencionar la frase tan conocida de "más que regalar un pescado hay que enseñar a pescar". Esto es subsidiaridad en su mejor expresión.

Se ha dicho que el desarrollo económico se debe concebir como la expansión de las "capacidades" de la gente. O como afirma Gabriel Zaid "el verdadero desarrollo económico consiste en vivir con más sentido, a un costo menor". Esto último añade a que no hay que buscar simplemente que la gente tenga un mayor ingreso sino que viva mejor. A que alcance no sólo un mayor bienestar sino también un mejor bienestar. Lo que se ha llamado su desarrollo integral.

A mi juicio, con esta orientación de pugnar por el desarrollo integral de los marginados es como la empresa debe realizar su trabajo de ayudarlos. No simplemente a que sean más productivos sino a que su vida tenga sentido y valgan más como personas.

En esta tarea de ayudar a los marginados a que salgan de su situación de marginación, la empresa puede hacerlo muy bien por lo que le es propio como son sus exigencias de sentido de logro, iniciativa, disciplina, eficiencia y eficacia.

La empresa puede llevar a los grupos marginados la manera de organizarse para optimizar sus recursos y cualidades, la capacitación para ser más productivos, la educación para su superación personal, la virtud del ahorro y el acceso al crédito, tanto para subvenir a sus necesidades personales y familiares como a las posibilidades del autoempleo y la microempresa.

No hay que subestimar la importancia que la acción educativa tiene en el mejoramiento de los grupos marginados. Además de lo que significa el haber adquirido mayores conocimientos y habilidades para ser más productivos, la educación debe contribuir a que adquieran también valores fundamentales que les permitirán enriquecer su vida notablemente.

Hace poco leí lo que un autor decía que eran las diez actitudes que había observado en los países que habían desterrado la pobreza y son las siguientes: orden, limpieza, puntualidad, responsabilidad, deseo de superación, honradez, respeto al derecho de los demás, respeto a la ley y a los reglamentos, amor al trabajo y afán por el ahorro y la inversión. Creo que son sugerencias muy acertadas en cualquier tarea que se haga en favor de los grupos marginados.

Como un ejemplo de lo realizado en esta materia en nuestro país deseo mencionar la labor de la Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural desde hace más de 27 años a través de sus Centrales de Desarrollo en 22 estados de la República. Su filosofía se sustenta en los principios de la dignidad de la persona humana, la solidaridad, la subsidiaridad, la eficacia y el respeto a la naturaleza. Su estrategia consiste en llevar a los hombres del campo la organización social, la capacitación técnica, el acceso al crédito y a la educación no formal, para inducir sobre todo cambios en su conducta, favorables al desarrollo y la promoción humana.

Otra contribución importante que puede hacer la empresa para mejorar la situación de los grupos marginados es la de orientar a las autoridades en la manera de hacerlo más eficazmente; y también en apoyar, sobre todo a través de su participación en organismos como cámaras o asociaciones, medidas tendientes a incorporar a esos grupos al progreso del país.

Es indispensable que el gobierno destine mayores recursos a todo aquello que ayude a esos grupos a salir de su marginación: programas de desarrollo urbano bien elaborados, para evitar el surgimiento de los llamados cinturones de miseria alrededor de las ciudades grandes y medianas; intensificación y calidad de la educación básica; promoción del ahorro y crédito popular; fomento del autoempleo y la microempresa. En todo esto la colaboración de la empresa puede ser muy valiosa.

Hemos examinado la importancia que tiene la responsabilidad social externa de la empresa y subrayado especialmente lo que puede hacer en cuanto a la situación de los grupos marginados. No hay duda de que la empresa tiene que conciliar esa responsabilidad con la responsabilidad económica que es propia de su naturaleza. Esto exige a sus directivos manejar todo ello con gran prudencia y discernimiento.

Por lo que se refiere a donativos y ayuda económica en general, la empresa puede adoptar una práctica que muchas siguen y que consiste en asignar un porcentaje determinado de sus utilidades, ya sea antes o después de impuestos, para dichos fines. En Venezuela existió hace años un programa que se llamó Dividendo Voluntario para la Comunidad y quienes se adhirieron a él se comprometieron a dedicar regularmente un porcentaje de sus utilidades a fines asistenciales, educativos, culturales, cívicos o de cualquier índole. Del mismo modo lo está promoviendo en nuestro país el programa MIRA, iniciativa del Centro Mexicano para la Filantropía.

Otra medida valiosa en esta materia es la de involucrar a los ejecutivos de las empresas en obras de ayuda social, ya sea en las que la empresa colabora o en otras distintas. Y también puede involucrar a sus empleados y trabajadores en general en programas transitorios o permanentes. Y su contribución puede ser no sólo económica sino también la de su trabajo personal.

La actividad filantrópica de la empresa, como una manifestación de su responsabilidad social externa, ha sido considerada algunas veces como una desventaja en la ruda realidad de la competencia. Sin embargo cuando la empresa la lleva a cabo teniendo en cuenta su responsabilidad económica primaria, con discernimiento y prudencia, ello refuerza su imagen y prestigio en el mercado, es bien apreciada por las autoridades y la comunidad, su personal se siente orgulloso de pertenecer a ella y todo eso contribuye a crear un clima de participación y de responsabilidad que finalmente desemboca en una mayor eficiencia.

Para concluir, y en especial por la responsabilidad social de la empresa en relación con los grupos marginados, me atrevo a insistir que se dé a esto la mayor atención posible por parte de las empresas. Hay muchas razones para hacerlo:

Una razón económica. Si logramos que dichos grupos se incorporen realmente a la producción y al consumo del país, se extenderá el mercado interno, requisito indispensable para nuestro crecimiento económico.

Una razón social. Si logramos que por mayores oportunidades de progreso y superación los marginados no se desplacen hacia las ciudades para crear las barriadas proletarias o los cinturones de miseria o que emigren al extranjero se conseguirá reducir los problemas de desintegración familiar, delincuencia, ambulante y otros.

Una razón política. La existencia de un número creciente de grupos marginados constituye una amenaza para la paz social con consecuencia de presiones, violencia y radicalización en el campo político.

Y finalmente una razón moral. Nuestra conciencia nos pide que por solidaridad humana no dejemos a esos compatriotas nuestros en su dolorosa situación de miseria y desamparo.

Atendiendo a los grupos marginados la empresa cumplirá de una manera noble y visionaria uno de los más importantes aspectos de su responsabilidad social.

El autor es empresario retirado, fundador y miembro de la Comisión de Vigilancia de IMDOSOC. Texto leído para Voces Ejecutivas en Valores, Empresa y Sociedad, ITESM, el 7 de mayo de 1997.

INDICADORES

*La UNAM en cifras**Universitarios y Revolución mexicana*ADMIRACIÓN POR **PORFIRIO DÍAZ**

(GENERAL Y POR ÁREA DE ESTUDIO)

	Mucha	Regular	Poca	Nada	No sabe/nc
Total	21.5	33.0	21.6	22.3	1.7
Bachillerato	19.3	34.0	20.1	23.4	3.3
Ciencias sociales	24.9	34.2	20.0	19.0	2.0
Físico matemát. e ing.	19.5	28.9	26.6	23.4	1.6
Biológicas y salud	21.5	38.0	19.5	20.5	.5
Humanidades	19.9	29.6	22.2	27.8	.5

ADMIRACIÓN POR **FRANCISCO I. MADERO**

(GENERAL Y POR ÁREA DE ESTUDIO)

	Mucha	Regular	Poca	Nada	No sabe/nc
Total	22.9	39.9	21.3	13.4	2.7
Bachillerato	20.9	37.7	27.0	7.8	6.6
Ciencias sociales	25.7	40.9	18.7	12.2	2.5
Físico matemát. e ing.	18.4	44.5	20.3	14.5	2.3
Biológicas y salud	24.0	38.5	23.0	14.0	.5
Humanidades	24.1	36.1	19.0	19.9	.9

ADMIRACIÓN POR **EMILIANO ZAPATA**

(GENERAL Y POR ÁREA DE ESTUDIO)

	Mucha	Regular	Poca	Nada	No sabe/nc
Total	60.6	24.8	9.1	4.4	1.1
Bachillerato	57.0	26.6	11.5	2.9	2.0
Ciencias sociales	62.6	24.7	8.5	3.0	1.2
Físico matemát. e ing.	58.2	27.3	9.4	3.5	1.6
Biológicas y salud	64.5	22.0	8.0	5.5	
Humanidades	60.2	22.2	8.3	8.8	.5

ADMIRACIÓN POR **PLUTARCO ELÍAS CALLES**

(GENERAL Y POR ÁREA DE ESTUDIO)

	Mucha	Regular	Poca	Nada	No sabe/nc
Total	9.9	35.5	26.2	23.9	4.5
Bachillerato	13.5	31.6	24.6	20.9	9.4
Ciencias sociales	10.0	35.7	26.9	24.4	3.0
Físico matemát. e ing.	4.7	35.9	31.6	23.0	4.7
Biológicas y salud	12.0	38.0	25.0	21.0	4.0
Humanidades	9.7	37.0	21.3	30.1	1.9

Vitrina metodológica:

Levantamiento: 3-7 de marzo, 1997; empresa encuestadora: MORI de México; tipo de entrevista: 1317 cuestionarios a estudiantes mayores de 18 años de bachillerato y licenciatura de la UNAM (680 hombres y 637 mujeres).

