



Proyección de la empresa como sociedad anónima

En lo jurídico, una empresa es una sociedad que tiene el derecho del anonimato en lo que respecta a sus inversionistas, líderes, estrategias, entre otros.



Mtro. Mauricio Devars Elizondo



La respuesta a la interrogante de si realmente la empresa es una sociedad anónima es que sí lo es. Desde la perspectiva jurídica, en México la empresa es una sociedad con fines mercantiles que tiene el derecho del anonimato en lo referente a sus inversionistas, líderes, directivos o estrategias; nada de ello requiere ser visible hacia la sociedad y no amerita discusión alguna. El derecho a la privacidad y la libertad de ejercerla en el país es un privilegio que todos deben garantizar, ejercer y promover.

Trascendiendo a la figura jurídica, la actividad empresarial implica grandes desafíos, retos y exigencias por cumplir cotidianamente, que, cuando logra solventarlos, garantizan su permanencia en el mercado. Algunos de estos desafíos son: productividad, innovación, competitividad, desarrollo de talento, cumplimiento con las regulaciones existentes, entre otros.

La empresa es para la sociedad, asumiendo que tiene mayores retos por su impacto e influencia.

Crear una empresa es una gran obra, tan gratificante y meritoria que se gana el reconocimiento y la gratitud social, no sólo por ofertar empleo y satisfacer necesidades con su propuesta de valor (compra-venta de productos o servicios), sino de manera destacada cuando se le entiende como un gran motor para el desarrollo económico de una nación; lo anterior sugiere una mayor relevancia, dado que, a ésta sirve y de ésta requiere lo necesario para subsistir; en otras palabras, es un intercambio continuo, de ahí la enorme complejidad que implica llevar una buena gestión de la actividad empresarial.

Tomando esto en consideración, la cuestión inicial amerita un replanteamiento que da una nueva dimensión: si la empresa tiene alto impacto o influencia en la sociedad, ¿debe seguir siendo anónima? Este cuestionamiento es más distante de lo jurídico y lejano a cualquier pretensión por modificarlo o desconocerle; lleva por propósito abrir un punto de reflexión sobre la capacidad e influencia que la empresa tiene en las personas que interactúan o laboran con ella.

La interrogante debería ser si la empresa está dispuesta a dejar el anonimato para contribuir al diseño de un nuevo contrato social.

Indudablemente, el desarrollo social está vinculado de una u otra manera a lo que ocurre en la empresa y viceversa. Al estudiar las distintas corrientes administrativas a lo largo de su evolución histórica, es posible identificar en distintos periodos (a veces de manera más enfática) que se han diseñado incontables estrategias sobre la gestión empresarial, por ejemplo, la coordinación del trabajo en equipo y los estilos de liderazgo para responder a las nuevas condiciones sociales.

Una de las estrategias más conocidas es el diseño de programas de entrenamiento para las personas (modelos de capacitación), los cuales influyen en el desarrollo de más y mejores habilidades del talento que trabaja para la empresa (competencias laborales), generando un mayor conocimiento, mejores habilidades y actitudes, lo que resulta en personal más apto, mejor calificado e identificado como personal de mejor calidad.

Es posible identificar cómo algunas corporaciones grandes llevan a cabo la estrategia mencionada de manera impecable y cuyo resultado está a la vista de todos; esta circunstancia (saber más de ellas) abre la posibilidad para que estas empresas dejen de "ser anónimas", pues su visible éxito las convierte en vanguardistas, un modelo a seguir en el mundo empresarial y, simultáneamente, en aspiraciones para quienes desean incorporarse a una fuente de ingresos, e incluso, referente para quienes interactúan con ellas.

Se deben incorporar (a los procesos de capacitación de las empresas) elementos para desarrollar personas con pensamiento crítico, con convicciones fundamentadas en valores universales y despertar la voluntad de acción.

Bajo esta premisa, resulta útil contextualizar la pregunta para, nuevamente, darle otra dimensión (ahora sobre la situación en México): ¿qué alcance tiene la actividad empresarial en nuestro país?

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, al primer trimestre de 2022, más de 58 millones de personas corresponden a la población económicamente activa, indistintamente si se trata del sector público o privado, tamaño, origen, sector o actividad empresarial.

En correlación al dato presentado por el Inegi, el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) en su reporte de afiliados (presentado el 30 de julio de 2022) indica que cuenta con 21 millones de personas; para simplificar, según el IMSS, el 36% de la población económicamente activa está reconocida como trabajadora en la empresa; consecuentemente, la oferta de trabajo formal es muy inferior a la demanda que poblacionalmente se requiere; desde luego, sin dejar de ver que hay muchas que se relacionan directa o indirectamente con la actividad empresarial y que no cuentan con esta prestación social, lo cual potencia su relevante impacto social.

Tomando en cuenta lo anterior, es donde comienzan a incorporarse conceptos como: empleo informal, ocupación independiente y pobreza laboral (empleos cuya remuneración es insuficiente para cubrir necesidades básicas). Para enfatizar en el contexto, si se toma la referencia del censo nacional de población de 2020, en el apartado *Cuéntame* se reporta que el promedio de educación escolar en México es de 9.7 años (equivalente a nivel medio básico inconcluso). Gran parte de la gente que constituye la fuerza laboral del país cuenta con un bajo grado de formación escolar; como consecuencia, es mal remunerada, dado que, la mayoría de las veces, se circunscriben a la realización de tareas que son de alta intensidad en actividad física.

La actividad empresarial en el país guarda una estrecha relación con la sociedad (en su conjunto) como empleadora de gente; que, visto a la luz de los datos mencionados, hace dimensionar la enorme necesidad que se tiene de una acelerada y mayor generación de empleo; pero, al mismo tiempo, ayuda a comprender por qué la empresa ha de esforzarse para garantizar que las personas realicen sus tareas (y lo haga no sólo de manera correcta, sino mejor); para ello, se debe otorgar entrenamiento o capacitación básica, ya sea a través de cursos, manuales, videos, folletos o mediante compañeros que dominan la tarea y comparten conocimiento.

La capacitación o entrenamiento tiene una misión muy clara: reforzar las destrezas o técnicas para el buen cumplimiento de los deberes, en ello no hay nada de qué preocuparse ni cuestionamiento alguno; es una gran inversión y hacerlo de manera estructurada o no, es valioso *per se*.

Como condición indispensable, la empresa debe actuar bajo un código ético que la autolimite a mantenerse dentro de principios universales.

Las empresas ya dedican personas, dinero y tiempo para asegurar que sus equipos hacen lo correcto; dado que, ya están en el ámbito de la capacitación técnica, donde la orientación principal es lograr lo mínimo esperado (conseguir el resultado definido), resulta altamente probable que muchos de ellos alcancen a generar conciencia sobre los beneficios de hacerlo de forma correcta e, incluso, buscando la optimización de recursos en el quehacer; logrando (en muchos casos) desarrollar en algunas personas cierto grado de experiencia en determinada actividad, lo cual suele otorgar algunos beneficios adicionales a un selecto grupo de trabajadores. Estos elementos abren posibilidades para desafiar al anonimato de las empresas y generar otra reflexión.

Tomando como punto de análisis los datos descritos por el Inegi e IMSS, es posible deducir que la empresa se convierte en un factor clave para la sociedad (con un impacto relevante en el país), más cuando el nivel escolar promedio es de 9.7 años; es posible que se dediquen recursos a la capacitación del personal, ¿por qué no aprovechar esa oportunidad para incidir en las personas a través de una formación integral basada en principios y valores universales que contribuyen no solamente a su bienestar, sino a su *bienser*? Asumiendo que, al forjar mejores personas, sean éstas quienes influyan en su entorno inmediato, de la sociedad y la humanidad en su conjunto.

Esto nos lleva a una frontera diferente e ir al terreno de “desarrollar personas”, contribuir a forjarles una capacidad o destreza superior a la de solamente cumplir con instrucciones. Es ahí donde se eleva un poco la mirada, donde comienza a aparecer la oportunidad para incidir en beneficios superiores para la empresa y la sociedad.

Se debe aprovechar la estrategia de capacitación encauzada a la ruta de la productividad (hacer más con menos) como plataforma de soporte para incluir elementos que incidan en las actitudes y desarrollen nuevas cualidades, es decir, hablar de una formación integral que contribuya en la formación de mejores personas; algo más intangible que, aparentemente, es menos redituable por ser de largo alcance o retorno y, sobre todo, difícil de medir; sin embargo, al estudiar la

evolución de los modelos de gestión, se puede deducir que uno es consecuencia de otro y altamente redituable.

Hay empresas que se han atrevido a salir del anonimato para darse cuenta de que su contribución va más allá del producto o servicio que ofrecen, pues abren nuevos e inspiradores caminos de acción.

Aunque es una tarea compleja, vale la pena recordar que toda empresa o negocio que contrata gente para conseguir su entrega de valor, lo hace en correlación directa con la sociedad; esto hace posible revalorar el impacto social que las empresas tienen, abre una alternativa para hacer algo muy relevante y, con ello, una nueva ventana de oportunidad para contribuir a un desarrollo, más que el económico (indispensable), implica dedicar mayor énfasis y atención a aquellos asuntos que hagan una contribución social que les lleva a "dejar el anonimato"; por decirlo de otra manera, sin soslayar el esfuerzo adicional necesario para hacerlo de manera correcta sin sacrificar sus objetivos y metas trazadas en su modelo de negocio.

Las empresas cumplen con su objetivo inicial y primordial de generar valor económico, entregando aquello a lo que se comprometen desde su oferta básica; pero en adición, ¿estarían dispuestas a abonar a lo que contribuye socialmente lo que implica salir del anonimato? Al ir más allá de construir una reputación sólida, encuentran un propósito superior de mantenerse al servicio de las personas; entendiendo que, en principio y al final, de ellas recibe y a ellas vuelve una y otra vez.

En cierta forma, hablar de responsabilidad social o de empresas socialmente responsables implica atender, de manera simultánea, asuntos económicos derivados de su actividad, garantizar el bienestar de las personas que trabajan en ella y la interacción que se tiene con el medio ambiente de una manera equilibrada (garantizar que no lo deteriora como consecuencia de su oferta de valor).

Desde luego que, un referente conocido es el definido como empresas socialmente responsables, que, justamente integra elementos de bienestar económico, bienestar de las personas que

laboran en ella, así como la convocatoria que hacen para la asistencia social en atención a situaciones de emergencia y, de manera simultánea, el impacto al medio ambiente y a la sociedad.

Podría inferirse que, hablar de una empresa socialmente responsable ya incluye la formación de personas, participación en labores filantrópicas o, incluso, causas nobles de atención y contención a ciertas carencias sociales vigentes; aunque algunas empresas lo llevan exitosamente a cabo e indudablemente es posible, basta con observar referentes en donde uno de los factores comunes en aquellas empresas "exitosas" es atender al llamado que tienen con su entorno de manera inmediata con sus equipos de trabajo.

Crear una empresa es una obra que se entiende como un gran motor para el desarrollo económico de una nación.

Las empresas más avanzadas (que atienden temas que trascienden a sus propias paredes) han llegado a tener la claridad suficiente para hacer lo necesario (y conveniente) en su modelo de negocio y, al mismo tiempo, aquello que la sociedad requiere a partir del impacto que pueden generar a través de sus colaboradores (de forma directa), de sus familias (de manera indirecta) o de la comunidad con la que se relacionan. Se debe seguir de cerca a aquellas empresas grandes o pequeñas que se han atrevido a salir del anonimato para darse cuenta de que su contribución va más allá del producto o servicio que ofrecen, pues abren nuevos e inspiradores caminos de acción.

Las interrogantes pretenden hacer énfasis en aquello que significa la formación integral de la gente; es más que convocar a personas para ser constructoras del bienestar y, al mismo tiempo, de su *bienser* en sus entornos de influencia (familia, amigos, comunidad). Como condición indispensable, la empresa debe actuar bajo un código ético que la autolimita a mantenerse dentro de principios universales (respeto, libertades, derecho de credo, búsqueda del bien común, etc.); aquellos principios elementales, fundamentales e irrenunciables a los seres humanos.

No se trata de adoctrinar sobre alguna ideología, credo o dogma, es justamente lo contrario; el objetivo a conseguir es contribuir en la formación de personas con pensamiento crítico (crear

conciencia), autonomía, libertad y todo aquello que nos une como humanidad; que ayude a una convivencia respetuosa y solidaria para construir una comunidad fraterna en busca del bien común (sin menoscabo del esfuerzo individual).

Lo anterior no implica asumir responsabilidades que corresponden a los diversos factores de la sociedad, tampoco un llamado para vincularse a otros organismos (aunque muchos lo hacen y es tan relevante como necesario).

El derecho a la privacidad y la libertad de ejercerla es un privilegio que todos deben garantizar y promover.

Se trata de enfatizar para incorporar a los procesos de capacitación de la empresa elementos para desarrollar personas con pensamiento crítico, con convicciones fundamentadas en valores universales, así como despertar la voluntad de acción para que, mediante dichas convicciones, estas acciones repliquen en sus ámbitos de influencia colectiva; hacerlo requiere un esfuerzo mayor en lo económico, estructural o de involucración; implica un compromiso, vocación y convicción, con lo cual, la respuesta a la pregunta inicial puede ser diferente.

Conclusiones

La empresa es para la sociedad, asumiendo que tiene mayores retos por su impacto e influencia; además, cuenta con una estructura de operación, recursos, experiencia y liderazgo con sus equipos. Tal vez la pregunta inicial debería ser: "¿la empresa estaría dispuesta a salir del anonimato para contribuir al diseño de un nuevo contrato social?" (Rousseau, Jean-Jacques, 1762). **V**