

¿Existe la posibilidad de una filosofía empresarial auténtica oaxaqueña?

1. Planteamiento

1.1. A modo de introducción

Desde el lanzamiento de la ofensiva global (entiéndase contrarrevolución neoliberal) a principios de la década del setenta, el mundo ha vivido una transformación sin precedente; pero todo parece indicar que hacia atrás, regresiva.

La globalización fue concebida como un avance hacia el establecimiento de la idílica *aldea global*, donde excluidos: ideologías, nacionalismos y toda clase de *ismos*, por fin se lograría la fraternidad universal tan anhelada; pero la realidad, hasta el momento, indica otra situación: no se ha avanzado hacia tan idílica visión sino

retrocedido en muchos sentidos a la *aldea feudal*: desigual, depredadora, violenta y primitiva, con el erigimiento de una plutocracia planetaria (300 familias son prácticamente dueñas del mundo), hegemónica... Mucho de lo que se había avanzado casi medio siglo después desde la gran depresión del 29, y principalmente desde la reorganización internacional después de la Segunda Guerra Mundial, ha sido socavado en los últimos años con gran eficiencia por parte del *capitalismo salvaje* neoliberalizado, es decir, nuevamente el embate de un capitalismo voraz y hegemónico, en manos de una plutocracia multinacional. Los logros sociales, político-sindicales, la protección estatal, etc., han casi desaparecido ante la ola privatizadora; todo gira bajo un común

denominador: expropiación de la riqueza colectiva, socialización de los costos y concentración de las ganancias y el poder.

Ahora bien, partiendo de un realismo pero sin caer en un fatalismo (pues no todo realismo es necesariamente un fatalismo), de que nuestras instituciones superiores en Oaxaca (en especial aquellas que imparten carreras vinculadas al mundo empresarial) están enfocadas a forjar cuadros de profesionales para servir al modelo de economía de mercado, caben las siguientes preguntas: ¿qué podemos hacer para no caer y transmitir *ese capitalismo salvaje* nuevamente liberado? ¿Hacia dónde habrá que volver los ojos ante esa lucha coyuntural que parece ser lo que marcará el próximo siglo: una lucha entre capitalismo individualista *versus* capitalismo colectivista? Más aún: ¿Qué filosofía de la empresa (como filosofía de la educación) conformará nuestros cuadros egresados de nuestras universidades: La que viene de afuera transmitida a través de manuales y responde a otras realidades o aquella (si es que existe) que responda a nuestra realidad y que fuese el producto de nuestra observación y trabajo constantes sobre nuestra cultura y nuestra idiosincracia? Creo que aquí está el verdadero reto.

El reto mismo empieza desde la misma pregunta: ¿Existe la posibilidad de una filosofía empresarial auténtica oaxaqueña? ¿Sobre qué se sustentaría? ¿Dónde hallarla? Aún hacia atrás: ¿resulta pertinente la pregunta? ¿No se estará planteando algo falso? Estas y otras interrogantes que pudieran surgir habrá que darles respuesta en la medida que se avance en una investigación *ex profeso*; pero de algo sí habrá que estar seguros: tenemos derecho a pensar sin esquemas impuestos, sin paradigmas venidos de afuera o en el *libro europeo o norteamericano*; desde luego, no estoy hablando de desdeñar, puesto que no se puede cerrar los ojos al mundo, pues se correría el riesgo de caer en una *visión aldeana* del mundo; hay que **asimilar** lo que viene de fuera pero impregnándole un sello propio.

Ahora: ¿qué es *lo propio* que habrá que agregar para hacer de lo nuestro algo auténtico? Aquí está precisamente el *filón teórico* sobre el que habrá que reflexionar y trabajar. Ello es precisamente el *leitmotiv* de éste ensayo. Y mi intención, más que dar respuesta, es sembrar inquietud reflexiva así como de proponer algunas sugerencias.

2. Acerca del concepto: Empresa

2.1. Definición del término: empresa

De entrada, puede decirse que dar una definición acabada del término *empresa* no es tan fácil, puesto que deben tomarse diversos enfoques como lo económico, jurídico, filosófico, social, político, etc.; pero en su más simple acepción significa la acción de emprender y asumir riesgos. Complementando tal acepción, de modo lacónico puede decirse que se trata de un grupo social en el que, a través de la administración de capital y trabajo, se producen bienes y/o servicios tendientes a satisfacer las necesidades de una población.

Por otro lado, existen varios tipos de empresa; mas no es el punto a tratar en este trabajo, sino más bien el considerar si algunas formas organizativas de trabajo propias de la Región Mixteca y Oaxaca podrían caber dentro del concepto empresa y, sobremanera, si tales tienen una misión que, como se sabe, **la misión** es fundamental para el éxito de una empresa cualesquiera que sea su giro, pues en ella se fundamenta una filosofía de la empresa debido a los valores que la sustentan. Desde luego, es preciso decir que no todas las filosofías de empresas concretas son loables; pero este sería un tema que necesitaría un escrito especial; por esta ocasión tomémosle en su sentido positivo.

2.2. Valores, misión y empresa

2.2.1. Acerca del valor y su definición

El valor es un producto social puesto que la sociedad forja los ideales. Los valores están contenidos en los ideales. Los ideales forjados por la colectividad no son frías y abstractas representaciones sino principios vivos y actuantes.

El valor emerge de las relaciones entre los hombres y el mundo circundante. Es la conciencia de la circunstancia y de la época y el afán de dar sentido a la existencia humana. Es el modo en cómo se ve, se entiende y se actúa en el mundo, generándose así una actitud ante la vida y una visión del mundo; pero también habrá que señalar que los valores son relativos por causas circunstanciales de tiempo y lugar, en tal sentido, no hay valores eternos o absolutos, puesto que son un producto cultural. Los valores no son, entonces, esencias lógicas sino axiológicas; su determinación esencial es *valer* no el *ser*.

La existencia humana es el fundamento del valor, puesto que resulta valioso todo aquello que contribuye a darle plenitud; así, al ser los valores *algo* que el hombre concreto anhela poseer, en ello encuentra su autorrealización, y esta última (como producto de aquéllos) proporciona sentido y motiva su existencia cotidiana.

2.2.2. Definición de: Misión

Al igual que el término empresa, proporcionar el concepto de *misión* no es del todo fácil; pero podría señalarse, aún con los riesgos de una definición lacónica, de que *misión* es aquello que fundamenta la razón de ser o existir de una empresa, su razón última de ser. En tal sentido, *misión* no debe confundirse con los objetivos y las metas de la empresa sino que va más allá, e incluso, los implica.¹

Ahora, ya aplicada a una organización cualesquiera, puede haber dos razones que admite el concepto *misión* de modo general: la primera puede ser una razón comercial o estratégica (según la naturaleza de la empresa); la segunda es moral, es decir, basada en ciertos valores. De tal connotación, la segunda es la que nos interesa, que es el aspecto ético-moral, pues los valores son las convicciones que sostienen el estilo de dirigir una organización, en relación con los empleados y demás partícipes. Reforzando la idea: puede decirse que las organizaciones que tienen un sentido de la misión, comprenden que los valores proporcionan la lógica sentimental para directivos y empleados; son la justificación para sustentar que la conducta no sólo es buena desde un punto de vista estratégico, sino que también es buena en sí misma: la forma correcta de comportarse. En otras palabras: los empleados que tienen unos valores personales parecidos a los de la organización encuentran, en su trabajo y en las normas de conducta, un significado y un sentido de realización; la sensación de parte del personal de hacer algo que vale la pena es lo que le da un sentido de misión a la com-

pañía.² Así, la *autorrealización* es fundamental en el hombre concreto y, si la empresa o compañía se lo proporciona, ello coadyuvará a efectuar esta dimensión crucial en el ser humano.

¿Por qué es importante *la misión*? Lo es porque está vinculada con la autorrealización. La gente generalmente busca un sentido a su vida y, reitero: si una organización puede proporcionar a un empleado este sentido (además del sueldo y favorables condiciones de trabajo), inspirará en él un compromiso y una lealtad mayores. La gente está más motivada y trabaja más inteligentemente si cree en lo que está haciendo y confía en la organización donde trabaja.

3. Formas de empresa en Oaxaca

3.1. Valorar lo propio

Podría plantearse lo siguiente: ¿Existen valores que fundamenten al *Tequio*, la *Guelaguetza* y la *Mayordomía*? ¿Cuáles son éstos? ¿Podrían fundamentar una empresa, es decir, servir de principios? En consecuencia: ¿podría hablarse de una *misión de la empresa* en La Mixteca y Oaxaca? y, por efecto, ¿de la posibilidad de una filosofía auténtica empresarial oaxaqueña?

Por este lado cabe una veta de reflexión que, hasta ahora, no ha sido explotada, y la intención del presente ensayo, consiste, como ya se señaló, precisamente en despertar curiosidad por tópicos que nos inclinen a pensar respecto a lo propio en cualquier área de la cultura. En tal sentido, creo que por aquí se podría aprovechar un cúmulo de experiencias, por ejemplo: organizativas (de interés para los administradores), de liderazgo (temas de estudio para psicólogos industriales, sociólogos de la cultura...), jurídicas (para profesionistas del derecho), de cosmovisión (filósofos, literatos...), etc., que conducirían a trabajos interesantes en y para el entorno y no sólo de investigación teórica al interior de las instituciones de educación superior en Oaxaca.

En los siguientes apartados nos avocaremos sólo al aspecto filosófico que pudieran sugerirnos esas formas de trabajo como son el tequio, la guelaguetza y la mayordomía; todo, desde luego, desde un punto de vista empresarial.

¹ Para diferenciarlos, se da una breve definición de ellos. Misión: Razón de existir de la organización, fundamentada en valores, que es lo que constituye la filosofía de la organización y/o empresa. Objetivo(s): la dirección de la organización y/o empresa a mediano y largo plazo, que conduce al cumplimiento de *la misión*; por ejemplo, la eficiencia o también mejorar la calidad de un producto serían objetivos de alguna empresa. Meta(s): Pasos medibles para lograr un objetivo.

² Cfr., "Misión y motivación", *La misión de los negocios...*, pp., 1-18.

3. 2. Guelaguetza

3. 2.1. Definición

La palabra *Guelaguetza*³ deriva de la palabra zapoteca *Guendaliza'a*, que hace alusión a una actitud, una cualidad con la que se nace; un sentimiento por medio del cual se acepta, sirve y estima al prójimo; es el sentimiento de parentesco, de hermandad, de compartimiento:

...es para nosotros, la rica expresión de los valores de la humanidad: Solidaridad, Fraternidad y Armonía, que se conservan vivos en nuestros pueblos. ...ayuda mutua: entre familiares, compadres, amigos, en fechas de compromiso: Labores agrícolas, bodas, nacimientos, bautismo, eventos familiares, funerales, para el que la necesita. Obliga a reciprocidad.⁴

Si recurrimos a lo etimológico, el término significa lo siguiente: *Guela*: cualidad, lo que atañe a algo... y *guel*: parentesco, pariente. De acuerdo con su etimología, se puede creer que en un principio, la *guelaguetza* se daba exclusivamente dentro del grupo consanguíneo y que, posteriormente, fue adquiriendo un sentido más amplio hasta hacerse extensiva dicha práctica a todos los miembros de la comunidad.

Otra definición del término es la realizada por Fray Juan de Córdoba,⁵ quien la define así: "guelagueza, lo que se hace al que se va a casar"; es decir, exactamente la colaboración personal, ayuda material y económica, que presta el vecindario de un lugar a la pareja contrayente.

La versión *vox populi* de *guelaguetza* es la de "dar y recibir"... Puede decirse que este es el sentido más exacto del término; se trata de una ayuda mutua, la cual se parte de la premisa del dar para luego ser digno de recibir.

3. 2.2 Capacidad de dar...

De las cuatro acepciones puede destacarse algo: la *capacidad de dar* del ser humano; la solidaridad como algo innato a la naturaleza humana. El hombre antes que egoísta es capaz de dar... pues su naturaleza así lo permite. Además: al cooperar se da con gusto y se tra-

baja con gusto; visto así: el trabajo no es una maldición, un estigma, una fatalidad como en la tradición judaico-hebraica y cristiana: "ganarás el pan con el sudor de tu frente" o con él se arrancará los frutos a la tierra. Y bajo la misma óptica cristiana: el hombre es malo por naturaleza, egoísta, y por ello Dios lo confinó a la tierra que es un valle de lágrimas para expiar sus culpas. Tal concepción fatalista judaico-cristiana no tiene cabida en el concepto de hombre en la tradición del mundo indígena mesoamericano. Aquí el hombre tiene la capacidad de dar, en principio, aunque también sea egoísta; pero sobremedida se aprecia y se parte de la premisa de la aceptación de una naturaleza buena y no negativa. En tal concepto de hombre, seguramente se fundamenta el Tequio, la Mayordomía, la Comunalidad y la *Guelaguetza*. Y con ello los mixtecos y oaxaqueños en general han logrado paliar su ancestral marginación y pobreza que durante siglos ha sido su sino, sea por los motivos que fueren: conquista, injusticia, racismo, desigualdad, discriminación... que han operado para los indígenas y sometidos de México a lo largo de más de 500 años.

Esa cualidad de dar ha sido decisiva en un mundo lleno de desesperanza como el mixteco y el oaxaqueño. Tal actitud se puede observar en el fenómeno del *bracerismo*: una buena parte de la Región Mixteca vive de él y no sólo van *Al Norte* para su propio bienestar y el de sus familiares sino para obras de la misma comunidad o los festejos de la misma.⁶

La *guelaguetza* entre los zapotecos, ya instituida y practicada en nuestros días, es simple y sencillamente un acto de solidaridad social, de recíproca ayuda entre los componentes de una comunidad determinada, practicándose en función de las necesidades comunes y producto o resultante natural de la convivencia. Es una especie de institución de carácter consuetudinario de socorros mutuos, a través de la cual, cualquier miembro de la comunidad recibe en un caso dado la ayuda de los vecinos, tanto en dinero como en especie además del trabajo personal de éstos; ayuda que el beneficiario está comprometido a prestar de igual forma, puesto que precisamente el rasgo distintivo de la *guel*

3 El término *guelaguetza* se ha popularizado debido a la "Fiesta de los lunes del cerro" o "*Guelaguetza*" que se celebra anualmente en la ciudad de Oaxaca; sin embargo, el significado original de la palabra tiene poca relación con dicha festividad.

4 Vega Arcos, Rosendo. *La magia de Oaxaca. ¿Lunes del Cerro o Guelaguetza?*, p., 40.

5 Córdoba, Fray Juan de. *Vocabulario en lengua zapoteca*.

6 Cfr., Gustavo López Angel: "Mixteca internacional. La fuerza de la ausencia", en revista *Hojas de Oaxaca*, julio de 2000, págs., 14-20. Aunque en este artículo se hace referencia a la mixteca poblana, sin embargo se señala que ese mismo sentimiento de solidaridad se da en las tres mixtecas: guerrerense, poblana y oaxaqueña.

laguetza reside en la reciprocidad de los servicios o ayuda que se prestan en caso de necesidad o conmovido por algún hecho trascendente en la vida del individuo como es el matrimonio, el nacimiento, las defunciones o sencillamente la construcción o reparación de la casa. El beneficiario es una persona o una familia; por ejemplo, en el Istmo es peculiar la costumbre del *Medio Xiga*, que consiste en la celebración de una boda, ahí todos los asistentes a la misma depositan su óbolo en beneficio de los contrayentes, creándose así un fondo económico a la pareja unida en matrimonio.

En otras regiones del estado de Oaxaca éstas manifestaciones de solidaridad y ayuda mutua presentan ciertas modalidades localistas; pero en esencia se trata de un auxilio solidario que llegado el momento se vuelve recíproco.

3.2.3. Características

- Es una ayuda mutua entre familiares, compadres, amigos... en fechas de compromiso: labores agrícolas, bodas, nacimientos, bautismo, eventos familiares, para el que la necesita.
- Obliga a la reciprocidad.
- Es una donación de material o económica de los vecinos del pueblo a la familia o individuo que tuviera que hacer el gasto, además de trabajo si este se requiere.
- Es un símbolo de fraternidad y solidaridad entre los habitantes del pueblo.

3.2.4. Implicación para una filosofía empresarial

En seguida se mencionan sólo algunos valores implícitos en la Guelaguetza, que podrían investigarse y rescatarse, para coadyuvar a una filosofía de la empresa auténtica o propia de los oaxaqueños.

- **Organización:** De qué manera se proporciona la ayuda y sus formas organizativas para tal fin.
- **Participación:** De qué modo y en qué grado se coadyuva de parte de los integrantes.
- **Unión:** El ayudar une a la gente y la hace más sensible; su fomento es indispensable para cualquier corporación.
- **Integración:** La ayuda involucra a la gente al mismo problema y agudiza el ingenio para encontrar formas de solucionarlo. Esto resulta crucial para una empresa.

■ **Solidaridad:** Es sentimiento innato del ser humano reflejado en su capacidad de dar y recibir..., se trata de una de las cualidades morales más humanizadas. Bien podría ser la categoría moral relevante en la concepción de una empresa.

■ **Reciprocidad:** sería algo análogo a los términos filosóficos actuales de **alteridad** u **otroredad**. En otras palabras: *ponerse* en el lugar del otro para comprenderle, lo cual conlleva a una actitud no sólo humanitaria sino de humanización; es decir, yo me humanizo en la medida que humanizo al otro; al envilecerlo me envilezco a mí mismo; en la medida en que doy, soy digno de recibir. La reciprocidad conlleva a una humanización. Esto sería decisivo para cualquier corporación donde se de la relación patrón-trabajador.

3.3. Mayordomía

3.3.1. Origen y función

Todas las comunidades tienen una fiesta titular, entre otras. Para celebrarla hay un grupo de gentes creyentes que se organizan en cofradías o mayordomías, cuya directiva se cambia cada año, inmediatamente después de que pasa la fiesta, así hay tiempo suficiente para organizar con seriedad.

Hay otras cofradías secundarias para celebrar las fiestas de otros santos y que funcionan con el mismo mecanismo.

La mayordomía da la alimentación a los invitados. Se trata de comidas colectivas para músicos, invitados, autoridades y vecinos. A pesar de representar un dispendio, acreditan la hospitalidad, fortalecen las relaciones internas y hablan bien del mayordomo.

La mayordomía es de origen español.⁷ En la colonia, el mayordomo o administrador de las posesiones de los propietarios españoles subvenía al remedio de las más apremiantes necesidades de templos y conventos, y también costeaba los gastos demandados por la celebración de las festividades.

En el transcurso de los años, dejan de ser los ricos españoles los únicos en prestar esta clase de auxilios económicos a la iglesia y tal función se extiende a otras clases acomodadas de la población rural.

Comenzó a llamarse mayordomos a todas aquellas personas con capacidad económica que pudieran en-

⁷ Cfr., José María Bradomín: "Las mayordomías", en *Oaxaca en la tradición*, págs., 125-127.

cargarse de costear las festividades del santo patrón en sus respectivas poblaciones.

En la actualidad, tal función ya no se presta en razón de un necesario auxilio económico, sino que se ofrece para solemnizar debidamente la festividad dando cumplimiento a un exvoto, motivo por el cual es a veces solicitada por quienes económicamente están en condiciones de solventar, en ocasiones en forma dispendiosa, los gastos originados por la mayordomía.

Esta costumbre que tiene observancia de ley entre indígenas, mestizos, criollos y negros en el estado de Oaxaca, año con año, congrega el poder civil representado por la autoridad municipal, al poder eclesiástico y a los comités de las diversas cofradías; éstos proceden a designar al Mayordomo que ha de entrar en funciones (y a la rígida revisión de cuentas del saliente), todo ello dentro de un ambiente de decisión colectiva, democrática.

Desde el momento en que se es designado Mayordomo, el elegido se convierte en organizador de todos los actos profanos y religiosos de la fiesta titular. Por su cuenta y riesgo (independientemente de la ayuda que reciba de sus cofrades) recae en él la responsabilidad de todos los gastos: honorarios del sacerdote, gastos solemnes de la misa, pago de la música, juegos artificiales..., inclusive, la alimentación que en esos días se proporcione a todo el pueblo y a todo visitante. Hay que destacar algo: en todos los casos se da el prurito de superación: hay que superar al anterior mayordomo, intentando dar más lucimiento a la festividad, aún cuando pasada la función de mayordomo se tenga que enfrentar a una situación de zozobra; aún así, esto último no es obstáculo para que el desprendimiento, hospitalidad y fraternidad de los pueblos se haga patente.

3.3.2. Implicación para una filosofía empresarial

Para la cultura organizacional o corporativa, los conceptos de líder y liderazgo son fundamentales. A la mayordomía y el mayordomo les son inherentes las mismas ideas; de ahí que una investigación a fondo, quizás nos pueda revelar el perfil del mayordomo como líder y de la mayordomía como liderazgo. ¿En qué sentido? Como *líder*, puede señalarse que un mayordomo es tal en la medida en que es escogido por una parte representativa del pueblo para que realice las actividades designadas con auxilio de los vecinos, con el fin de que la fiesta del pueblo se efectúe lo mejor posible y

que ello sea del agrado de *todo mundo*; y se da el *liderazgo* al manifestarse la habilidad de influir en un grupo para que éste alcance las metas propuestas.

A modo de ejemplo, se pueden entrever los siguientes aspectos de trabajo y morales en la mayordomía y el mayordomo; una investigación y un análisis profundos de esos aspectos, nos llevarían a configurar, reitero, su perfil propio, que bien podrían proponerse como parte de una cultura organizacional o corporativa.

3.3.3. Características del liderazgo-mayordomía

- Deseo de ser líder
- Honestidad e integridad
- Confianza en sí mismo
- Conocimiento adecuado de la actividad
- Seriedad y empeño en el trabajo

3.3.4. Características del líder-mayordomo

- Entusiasta
- Disciplinado
- Organizativo
- Creativo
- Propositivo
- Convicción propia
- Sensibilidad al ambiente
- Comportamiento fuera de lo común
- Empuje

3.4. El tequio

3.4.1. "Usos y costumbres"

En La Mixteca y Oaxaca se toman en cuenta las leyes escritas pero en muchas comunidades también se obedecen *leyes* no escritas consuetudinarias, es decir, se obedecen las tradiciones y las costumbres que han existido por siglos, constituyéndose de tal modo derechos y obligaciones. Así, los llamados "Usos y Costumbres" rigen desde los momentos más importantes hasta los más sencillos en las comunidades mixtecas y oaxaqueñas.

3.4.2. Definición de tequio

Es el Tequio, válgase el término, una institución consuetudinaria, de origen prehispánico y establecida en todos los pueblos de La Mixteca y Oaxaca.

Se trata de una participación obligatoria y extensiva a todo el vecindario sin excepción, siendo organizada y

dispuesta por la autoridad municipal que ejerce un riguroso control sobre la asistencia de los vecinos.

Tequio es vocablo náhuatl que significa: cosa que tiene o da trabajo. Estriba concretamente en el concurso de todo el vecindario para la ejecución de una obra material para su uso colectivo.

3.4.3. Objetivo y aplicación

El Tequio se aplica en la construcción de edificios públicos: templos, escuelas, mercados, en el edificio del ayuntamiento o reparación de éste, así como apertura y/o acondicionamiento de caminos vecinales, también en los trabajos de labor, siembra y cosecha de las tierras del "común", etc.

Por otra parte, los servicios prestados por los vecinos no son objeto de remuneración alguna, sino gratuitos.

Independientemente de su carácter obligatorio, implica un amplio ejemplo de *solidaridad social*. Habrá que destacar que no está sujeto al arbitrio de ninguna autoridad municipal, sino que el acuerdo debe ser tomado por el barrio o comunidad completa en asambleas.

En la mayor parte de Oaxaca y ciertamente en toda La Mixteca, los habitantes tienen el hábito del tequio; participando con ello en la organización del trabajo gratuito, voluntario y colectivo. Cada pueblo tiene su manera particular de concebir formas para ejecutar el tequio. Por lo general es una organización rigurosa y se constituye en una obligación para los ciudadanos; si no participan, se toman en cuenta ciertas sanciones (multas) que impone la autoridad.

3.4.4. Implicación para una filosofía empresarial

Como ya se ha señalado, tal institución es una forma de trabajo dentro de la comunidad, en el cual se sustentan formas de ayuda y cooperación entre los individuos, con el objeto de realizar las actividades que conllevan a un fin común. De ello podemos desprender, como muestra, algunas características señaladas a continuación:

- El individuo tiene un *espíritu de servicio*
- La *cooperación* es un factor importante
- Se fomenta el *compañerismo* y no el *individualismo*
- La realización del *trabajo en equipo*

- Se parte de una *organización*: que de antemano designa actividades, dándose así una división del trabajo que busca la eficacia
- *Participación*: Coadyuvar en la realización de las labores, ya que se trata de un trabajo en común y de una clara conciencia de que es en beneficio de todos
- *Unión*: Vinculación de todos los esfuerzos hacia el objetivo o los objetivos para realizar mejor y más rápido el trabajo
- *Integración*: trabajar todos con el mismo fin
- Prestar *ayuda voluntaria de modo general* en la realización de las labores.
- *Conjugación de lo individual con lo colectivo...* sin inmolación de lo uno sobre lo otro.

4. ¿Es posible una filosofía auténtica para la empresa en Oaxaca?

4.1. ¿Qué es filosofía empresarial?

Antes de intentar una respuesta al planteamiento, conviene poner en claro qué es una filosofía de la empresa. Para empezar podríamos decir que filosofía es el conjunto de ideas o ideales que cada persona tiene debido a su educación, cultura, etc. De hecho, todos asumimos una actitud ante el mundo. Ahora bien, cuando un conjunto de principios y/o valores son en común para un grupo de personas como lo que integra a la empresa, entonces es posible que nazca la filosofía de la empresa. Cada empresa tiene (o debe de tener) su propia filosofía dependiendo de sus necesidades, pero convergen en el punto de que es su razón de existir; de aquí que *la misión* esté fundamentada en un *corpus* de principios, que en sí constituyen, reitero, la filosofía de una empresa. Así podemos hablar de *filosofía empresarial*.

4.2. Posibilidad de una filosofía empresarial auténtica en Oaxaca

Ahora, para intentar dar respuesta al planteamiento, vamos a analizar si se puede hablar de una filosofía para la empresa tomando como base algunos de los trabajos tradicionales que, como he señalado, se practican en La Mixteca y Oaxaca.

Al considerar la mayordomía como un trabajo que una sola persona afronta, debido a que es elegido por *todos los del pueblo*, esto se podría aplicar a la filosofía

de la empresa como un argumento más abierto y flexible a las exigencias que conforman a la empresa, es decir, tomar la idea *democratización del pueblo* para aplicarla en la toma de decisiones trascendentales para la empresa. ¿Por qué se cree que resultaría aportativa tal idea *democratizadora*? Podría apoyarse en lo siguiente. En el *capitalismo salvaje* al que se ha hecho alusión al principio, utiliza al hombre sin saber *lo que es*. Obra como si el ser humano fuese un simple objeto de decisión al que hay que saber manejar hábilmente. Actúa como si hubiese dos clases de miembros de la empresa, claramente distintos: los accionistas, a los que la gerencia rinde puntualmente cuentas de su gestión; y los otros, que son los trabajadores, a los que sólo les toca obedecer, y a los que, ni por lo más remoto, se piensa en rendirles cuenta ni siquiera de cómo se les ha mandado. Se trata de un capitalismo que concibe al ser humano como un *ser-que-obedece* y, sobre esta base, construye sus estructuras económicas. Incontestablemente el hombre es lo opuesto: un *ser-que-decide*. Un ser que puede decidir obedecer y, por ser un sujeto de decisión, ha de prestar obediencia sin renunciar a *lo que es*. Por lo mismo, si se quiere una empresa coherente con la esencia humana, habrá que concebirla de modo tal que el trabajador se incorpore a ella como lo que es: como un *ser-que-decide* y viéndolo en toda su totalidad no fragmentado.

Cabe mencionar que en la guelaguetza y el tequio, como organización interior de las comunidades, hay una característica importante que puede ser analizada para las políticas o normas de la empresa, que es la *colaboración recíproca* de los miembros de la comunidad entre sí; esta colaboración se puede dar también dentro de la empresa para llevar a cabo los fines de la misma.

Con respecto al tequio, éste es un trabajo obligatorio que se da dentro de la comunidad pero que es para beneficio de todos. Este concepto puede encerrar un valor para la empresa, pues cada individuo debe tomar en cuenta que la empresa no sólo le da satisfacciones individuales sino también va más allá, es decir, una satisfacción moral al trascender su labor a la sociedad. Aquí se da la *conjugación individuo-sociedad*, sin la inmolación del uno al otro.

Todos participan. Este es otro de los valores que debe tomarse en cuenta para una visión empresarial (de que hay responsabilidad tanto del síndico como de

la gente), para llevar a cabo las políticas y cumplir los objetivos de la organización y/o empresa. También hay una *jerarquía idónea* basada en el *status* económico pero también ético y de desempeño que representa el tequio y la mayordomía.

En las empresas debe existir un sentido de *solidaridad* como en el tequio, de estrecha e íntima convivencia y colaboración recíproca o *interacción* de los miembros entre sí. Además, las autoridades para llegar al puesto máximo deberían desempeñar por escala, posiblemente todos y cada uno de los diversos cargos de la jerarquía administrativa, lo que redundaría en que las autoridades no ejerzan sus funciones en forma impositiva o arbitraria así como neófita, y las demás personas, por lo mismo, se muestren respetuosas de las autoridades debido a su capacidad. Dentro de las jerarquías administrativas de los puestos, el individuo debe ser merecedor del mismo, como en la mayordomía.

Por ser una forma de organización variada y colectiva dentro de una determinada comunidad, enfocado desde un punto de vista empresarial, el tequio (por su definición y por el significado que abarca) inspiraría a la empresa requiriendo personas capaces de *luchar por el bien común de la organización*, para así alcanzar sus objetivos y metas al no darse la espalda a la colaboración y al servicio; así también, influiría en la unidad entre los trabajadores, fructificando en su desempeño y el objetivo por el cual se afanarían, pues siempre sería un determinante para que cada trabajador, como pieza importante dentro de la empresa, diese lo mejor de él. De tal modo, la organización como empresa podría avanzar y simultáneamente proporcionar al empleado la satisfacción del trabajo al practicar la colaboración y no la individualización al no sentirse parte del conjunto.

Los problemas pueden ser muchos; pero la voluntad de todos para participar en su solución resulta crucial. De tal modo, la eficacia de una acción es mayor si se lleva a cabo en corresponsabilidad solidaria; es aquí en donde se puede captar con amplitud la importancia del tequio como un instrumento de organización para hacer productivo el trabajo.

Se podría continuar sobre el presente capítulo, ya que hay mucha tela de donde cortar; pero ello tendría que ser el resultado de un trabajo complementario 7

Bibliografía

BRADOMÍN, JOSÉ MARÍA

1968 *Oaxaca en la tradición*. Segunda edición, Impresora Periodística y Comercial S. de R. L., México.

BRAVO PUGA, RAFAEL

2000 "Liderazgo visionario centrado en valores", en *Adminístrate hoy*, núm. 73, mayo, México.

CAMPBELL, ANDREW; TAWADEY, KIRAM (COMPILADORES).

1992 *La misión de los negocios. Como conseguir el compromiso de los empleados*. Ediciones Díaz de Santos, S. A., Madrid.

CÓRDOBA, FRAY JUAN DE.

Vocabulario en lengua zapoteca.

FORTEZA VARGAS, JUAN LUIS.

1999 "Visión e ideología empresarial. Valores esenciales en el éxito de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas", en *Adminístrate hoy*, núm. 67, noviembre, México.

GARCÍA CÓRDOBA, FERNANDO

1999 Flores Santillán, Juan Manuel. "Elementos y manifestaciones de la cultura organizacional", en *Adminístrate hoy*, núm. 67, noviembre, México.

LÓPEZ ÁNGEL, GUSTAVO

2000 "Mixteca internacional. La fuerza de la ausencia", en revista *Hojarasca*, julio, México.

Vega Arcos, Rosendo

1977 *La magia de Oaxaca. ¿Lunes del Cerro o Guelaguetza?* Cultura para el Tercer Milenio, A. C., Oaxaca.

Ignacio Ortiz Castro

Universidad Tecnológica de la Mixteca