

ISSN 1390- 6909

UTC *Ciencia*

Ciencia y Tecnología al servicio del pueblo

Volumen 4 · Número 1 · Abril 2017



latindex

REVISTA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Universidad
Técnica de
Cotopaxi

Modelo de Altruismo Horizontal Institucionalizado como herramienta de RSE. Una aproximación desde la filantropía Mexicana

Horizontal Altruism Model as a CSR tool. An approach from Mexican philanthropy

José Carlos Vázquez-Parra
Tecnológico de Monterrey, Campus Guadalajara, Zapopan, Jalisco, México

Resumen

El presente artículo busca plantear una propuesta práctica de la noción de altruismo horizontal, considerando que el altruismo no debe únicamente percibirse como una obligación de aquellos que tienen más recursos, sino más bien, que es parte de la responsabilidad social y cívica de todos aquellos con capacidad de ayudar. La idea de un Modelo de Altruismo Horizontal busca institucionalizar parte de esta responsabilidad, dotando a las redes filantrópicas de los recursos necesarios para ampliar su capacidad de acción, y por ende, de ayuda en la reducción de las carencias sociales de las regiones. Como conclusión, se propone que el modelo propuesto también puede resultar atractivo como un medio de Responsabilidad Social Empresarial.

Palabras clave: Altruismo Horizontal, Institucionalización, Filantropía, Donatarias.

Abstract

The purpose of this study was to present a practical proposal to the horizontal altruism, considering that altruism should not be considered only as an obligation to those who have more resources, but also, it should be part of social and civic responsibility of all those with ability to help. The idea of a Model of Horizontal Altruism tries to institutionalize this social responsibility, providing to the philanthropic networks of resources needed to expand its capacity for action, and thus help in reducing the social needs of the regions. In conclusion, it is also proposed that this model can be attractive as a means of corporate social responsibility.

Key words: Horizontal Altruism, Institutionalization, Philanthropy, donee.

Recibido: 22 de diciembre 2016, revisión aceptada: 8 de marzo 2017

Correspondiente al autor: jcvazquezp@itesm.mx

Introducción

Conforme más se adentra la humanidad en el nuevo milenio, pareciera que el valor por el otro se convirtiera en algo relativo. La despersonalización tecnológica, industrial y afectiva, la pobreza, la inequidad en la distribución de bienes o recursos, la falta de ecuanimidad en el desarrollo de las capacidades de los individuos, el desigual acceso a servicios básicos, entre otras, son situaciones que afectan directamente a la dignidad, no solo de los más desprotegidos, sino de la humanidad en general.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU, 2015) contemplan la necesidad de que los Estados se comprometan con el desarrollo de políticas públicas que mejoren la calidad de vida de sus ciudadanos, mismas que se enfoquen en la reducción de las carencias, así como en el fortalecimiento de las estructuras institucionales que prevean y combatan el malestar social. Aunque esta cuestión ya ha sido adoptada por algunos países, es lamentable que la realidad no refleje el trabajo realizado, sino más bien, parece agravar un problema que se encuentra cercano a convertirse en una crisis humanitaria. Aunque las decisiones de estos Estados han buscado reducir en cierta medida la pobreza, no han logrado revertir el efecto empobrecedor, es decir, todos aquellos aspectos que ocasionan o agravan las carencias sociales en los individuos (Sánchez, 2009).

Una alternativa a la participación estatal, es el fomento del altruismo, el cual ha sido adoptado para contribuir en la mejora de la condición de vida de la población menos favorecida, así como prepáralas para el mundo contemporáneo y darles verdaderas herramientas para desarrollarse (Béjar, 2006). El altruismo puede configurarse de múltiples formas, que varían desde la entrega de recursos hasta la capacitación para el

trabajo (Martínez, 2003). A diferencia del apoyo gubernamental, los responsables de las redes altruistas pueden variar, recayendo en organismos de diferente índole, como son las asociaciones civiles, las instituciones no gubernamentales, e incluso, algunas organizaciones empresariales, tanto de orden público como privado.

Sin embargo, existen diferentes puntos de vista acerca de la eficacia real del altruismo, llegando a cuestionarse si éste debería ser considerado como una responsabilidad moral de aquellos que más tienen, ya que son estos quienes cuentan con más recursos y por ende, pueden ayudar más. Esta idea del altruismo vertical parece ser la noción más generalizada, sin embargo, en los últimos años académicos como Peter Singer han propuesto que el altruismo no necesariamente debe surgir de la parte superior de la pirámide económica, sino más bien, de todos aquellos que se encuentren en la posibilidad de ayudar (Lammers, 2016). Esta noción se ha configurado como un altruismo horizontal (Singer, 2015).

El presente artículo busca plantear una propuesta práctica a esta noción de altruismo horizontal, considerando que el altruismo no debe únicamente verse como una obligación de aquellos que tienen más recursos, sino más bien, que es parte de la responsabilidad social y cívica de todos aquellos con capacidad de ayudar. La idea de un Modelo de Altruismo Horizontal busca institucionalizar parte de esta responsabilidad social, dotando a las redes filantrópicas de los recursos necesarios para ampliar su capacidad de acción, y por ende, de ayuda en la reducción de las carencias sociales de las regiones.

La posibilidad de un altruismo como obligación social

El altruismo, es una noción que evolucionó desde la palabra francesa antigua *altrui* que significa de los otros, y por ende el concepto

de altruismo tiende a ser, la diligencia de procurar el bien ajeno aun a costa del propio (RAE, 2016)). El altruismo como concepto puede ser dividido en dos partes. La primera que denota una actuación determinada que busca procurar el bien ajeno, lo cual expresa la idea de lograr algo por alguien.

La segunda parte del concepto de altruismo, es la que ha dado lugar a diferentes análisis del sentido en que es postulada y ejercida, ya que en la enunciación de que éste bien ajeno que se procura puede ser aun a costa del propio, da la posibilidad a reflexionar sobre el sentido de lo justo de dicha actuación, cuando ésta es llevada a un grado de auto-sacrificio.

Richard Dawkins, en su libro *El Gen Egoísta* (Dawkins, 2014), hace ver que el altruismo promueve una práctica a favor de otros miembros de la comunidad basada en una fraternidad, por la cual se ayuda al otro. Sin embargo, la cesión de este bien, debe buscar siempre el equilibrio con el propio bienestar, ya que de no ser así, se puede caer en un altruismo nocivo. En contraposición a Dawkins, Thomas Nagel (2004) considera que el altruismo, visto como un sacrificio, es una interpretación excesiva de la noción, ya que el agente altruista es aquel que tiene la intencionalidad y la voluntad de actuar en consideración del interés de otras personas, lo que aunque podría responder a un auto sacrificio, no necesariamente debe percibirse como una actuación injusta o sin motivaciones propias.

Se debe considerar que el acto altruista suele relacionarse de manera exclusiva con una motivación por el interés en el bienestar ajeno, es decir, que el agente no debiera actuar por ningún tipo de interés egoísta o de propio beneficio (Osorio, 2010). Esta situación es la que puede llegar a cuestionar el altruismo como una obligación social, ya que en este caso no existe un interés

directo en el bien de la otra persona, sino más bien un compromiso moral por el cumplimiento del deber. Sin embargo, desde una perspectiva economicista, el hombre es naturalmente racional e interesado, así que difícilmente podemos suponer que un comportamiento altruista, como cualquier otro acto que hagamos, sea plenamente desinteresado. El hombre económico no puede negarse a uno mismo, ya que aunque sea por el propio reconocimiento o por la satisfacción de saberse altruista, el individuo siempre es motivado por un interés propio (Elster, 2012).

Carol Gilligan en su obra *La moral y la Teoría* (1994), considera que todo individuo tiene una obligación moral hacia las necesidades de los otros, sin embargo, no cae en el extremo del altruismo puro, ya que coloca las exigencias del yo y del otro, en un mismo nivel. Así, lo que se procura en el otro debe ir en relación a las necesidades propias. La ética del cuidado postulada por Gilligan, es aquella que considera al respeto mutuo como fundamental en toda relación, ya que las obligaciones y responsabilidades van de la mano.

Nel Noddings, continuando con el discurso de esta postura ética, hace hincapié en el vínculo ético del cuidado del otro, señalando un punto fundamental para éste, la reciprocidad (Patiño, 2010). Para Noddings, aunque el altruismo debe evitar las motivaciones egoístas, esto no lo excluye de una relación de reciprocidad entre aquel que procura el bienestar y el otro que lo recibe, aunque claro está que esta reciprocidad se configura de una manera distinta. El agente altruista alcanza la reciprocidad cuando ante el bien generado, consigue satisfacer su sentido de responsabilidad hacia el otro, por lo que la satisfacción de cumplir con su deber procura un equilibrio con el bien generado, sin ser esta sensación necesariamente una

motivación egoísta (Yubero & Larrañaga, 2002).

Así, aunque el altruismo, en sus nociones más básicas, sugiera una forma de negación de uno mismo o de los propios intereses, no debe concebirse exclusivamente de esta forma tan restrictiva, sino más bien, se debe apegar un término que englobe la preocupación por el bienestar del otro, pero que a su vez no exija la pérdida de uno mismo (Pulido, Ribes, López, & López, 2015). Nagel sostiene que un individuo racional puede llegar a ser claramente altruista, aunque tenga sus propias razones para actuar en favor de los intereses ajenos (Nagel, 2004). Ante esto, Derek Parfit (2004) considera que la búsqueda de la propia felicidad no necesariamente tiende a ser egoísta, por lo que es un error pensar que el altruismo no puede motivarse a partir de comportamientos interesados, como puede ser el deber, la responsabilidad o la satisfacción personal.

Por ende, el altruismo por deber, o como parte de una obligación social, puede percibirse como un verdadero comportamiento altruista, pues permite que el agente beneficie a otros, pero que a su vez, se sienta satisfecho de cumplir con su responsabilidad con el resto de la comunidad.

El altruismo en México, la necesidad de un altruismo formal

En México, según datos arrojados por la Encuesta Nacional de Filantropía y Sociedad Civil 2008 (ENAFI), existe una tendencia al altruismo, es decir, que los mexicanos, suelen hacer actos de beneficencia a otros. Sin embargo, dicha ayuda es generada fundamentalmente por medios informales, ya sea dando dinero personas que piden en las calles y no por medio de instituciones formalmente constituidas que beneficien

a estos mismos grupos. Esto ha generado que únicamente el 16% de los encuestados afirmara preferir hacer sus donaciones por medio de una institución en contraposición con un 60% que simplemente dan al que necesita directamente (ENAFI, 2016).

Esta situación de altruismo informal ha ocasionado que los recursos que reciben las instituciones benéficas se vean cada vez más afectados, ya que según datos del Programa de Transparencia de Donatarias del Servicio de Administración Tributaria (SAT), la donaciones recibidas en los últimos periodos fiscales, disminuyeron más de un 15%, lo que significa una pérdida de casi 3 mil millones de pesos cada año, y por consecuencia una reducción en la capacidad de acción de estas asociaciones (Layton, Sánchez, & Terán, 2011). El altruismo informal, aunque resulta noble, lleva a un uso de recursos de manera desordenada, desproporcionada, desinformada y poco o nada eficaz. Sin embargo, el altruismo realizado de manera formal, puede llegar a subsanar considerablemente dichos problemas.

Según los datos del SAT, los donantes en México suelen clasificarse en 6 grandes grupos (Tabla 1).

Comúnmente, las donaciones que provienen de organismos de la sociedad civil, empresas, gobiernos u organizaciones se dan de manera formal; por conducto de instituciones o asociaciones civiles, a diferencias de las donaciones que provienen de personas físicas. Sin embargo, el papel que desempeña la persona física en el altruismo en México es determinante, ya que son la segunda fuente de donaciones más importante del país (Tabla 2).

Tabla 1: Tipos de donantes

Tipo de donante (SAT)	Categorización
Persona moral privada nacional	Empresa u Organismos de la Sociedad Civil.
Persona moral privada extranjera	Empresa u Organismos de la Sociedad Civil.
Persona física nacional	Individuo
Persona física extranjera	Individuo
Persona moral pública nacional	Gobierno mexicano
Persona moral pública extranjera	Gobierno extranjero u organizaciones internacionales.

Fuente: (Layton, Sánchez, & Terán, 2011)

Tabla 2: Donativos recibidos en el periodo fiscal 2008.

Tipo de donante	Donativos	Porcentaje
Persona Moral Privada Nac.	7,573,852,272.00	44.4%
Persona Física Nacional	5,637,077,953.00	33.4%
Persona Moral Pública Nac.	2,326,912,956.00	13.6%
Persona Moral Privada Extr.	894,726,591.00	5.2%
Persona Moral Pública Extr.	462,757,056.00	2.7%
Persona Física Extranjera	122,124,678.00	0.7%

Fuente: (Layton, Sánchez, & Terán, 2011)

Por ende, el hecho de que la mayoría de las personas encuestadas en la Encuesta Nacional de Filantropía y Sociedad Civil (ENAFI, 2016), hayan reconocido su tendencia hacia el altruismo informal, hace pensar que la cantidad reflejada en la Tabla 2, sobre personas físicas nacionales, podría ser mucho mayor, y que lamentablemente gran parte de estos recursos simplemente se diluyen entre la problemática social, sin tener un impacto significativo.

El altruismo formal permite, además de un mayor control en la aplicación de las aportaciones, que éstas generen obras mucho más duraderas y que no solamente ayudan a los más desfavorecidos, sino que promueven su desarrollo, combatiendo los factores empobrecedores y no simplemente la situación de pobreza (Molina, 2015).

Por otro lado, el acto altruista formal es un medio más certero de cubrir necesidades específicas, ya que se cuenta con un contacto directo con la comunidad, el grupo afectado o la situación problemática en sí. A su vez, es un mecanismo que aprovecha a plenitud la capacidad de ayuda de los donadores, al generar una relación más estrecha entre el individuo que aporta, la asociación o institución que sirven de medio de dichas aportaciones y el destinatario final de las mismas, permitiendo que el donante pueda hacerse de una mayor cantidad de información respecto a su contribución y a quien es destinada (Brañas & Paz, 2006).

Sin embargo, a pesar de esta realidad, países como México tienen un sector de altruismo poco desarrollado, ocasionado en gran medida por factores que afectan la percepción y la confianza de los donadores. A diferencia de Estados Unidos que para el 2010 tenía

un poco más de 1, 500,000 donatarias autorizadas, México apenas alcanza las 5,000 (SAT, 2009), lo que responde, según Michael D. Layton, del Proyecto sobre Filantropía y Sociedad Civil (PFSC) a 5 principales sospechosos: Un corporativismo excesivo, una falta de cultura cívica de la población, una casi inexistente cultura de la donación, un carente apoyo gubernamental y una falta de profesionalización de las instituciones o asociaciones civiles que pretenden convertirse en donatarias (Layton M. D., 2011).

Dos de estos cinco factores, confirman los resultados de la ENAFI, al considerar que la población mexicana, aunque tiene interés de ayudar, desconoce o desconfía de los canales formales de altruismo y como resultado, prefiere contribuir de manera informal o simplemente no ayudar. Según la Encuesta, solo el 4% de los encuestados forman parte o apoyan a alguna organización no gubernamental o asociación de asistencia social de manera recurrente, en contraposición a un 91% que solo de manera esporádica o nunca han aportado recursos. Esto se hace obvio en el Índice Mundial de Generosidad 2014, en el que México ocupa el lugar 76 de 135 naciones encuestadas (CAF, 2014).

Por otro lado, la falta de cultura de la donación contribuye a fomentar la informalidad y la falta de participación ciudadana, ya que en México, la mayoría de la población no se siente obligada a ayudar a combatir las carencias sociales, al considerar que esto es responsabilidad, en gran medida, del Estado o de las grandes empresas. Según la ENAFI (2016), el 42% de la población considera que su aportación o apoyo significa poco o nada para el mejoramiento de la situación del país, lo que desalienta su interés por ayudar, y genera una idea errónea de que

el altruismo debe provenir de los sectores sociales más favorecidos.

Peter Singer, filósofo de la Universidad de Princeton, considera que esto no es correcto, ya que el altruismo es una responsabilidad de todo aquel que tenga posibilidad de ayudar, sin importar que tanto se pueda aportar. Con base en esto, Singer considera que se debe de romper con la falsa idea del altruismo vertical, para dar paso a lo que él denomina altruismo horizontal o efectivo (Singer, 2015).

La necesidad de un altruismo horizontal

El altruismo, como ya se ha mencionado, hace referencia a todos aquellos actos que se realizan con una intención benéfica para los otros, por lo que ser altruista, obliga directa o indirectamente a hacerse responsable del bienestar y el cuidado del otro (Naranjo, 2006). Según Peter Singer (2015), esto es algo natural en el ser humano, quien se preocupa instintivamente por aquellos que forman parte de su grupo, ya que su sufrimiento se traduce en sufrimiento para sí mismo.

Sin embargo, no puede concluirse que esto mismo se da cuando el comportamiento altruista va dirigido a algún extraño, aunque según algunos estudios psicológicos, la recompensa a este tipo de actos suele relacionarse con la sensación de bienestar que se experimenta al ayudar (Quintanilla, 2009). El altruismo efectivo propuesto por Singer, está enfocado en este segundo criterio, en el que el objetivo de los donantes es generar la mayor cantidad de bien posible con los recursos que están dispuestos a asignar para ese fin, pues en contraposición serán premiados por los centros de recompensa del cerebro. Según Singer (2015), la gente que es generosa por lo general es más feliz y está más satisfecha con su vida que la gente que

no dona, independientemente de la cantidad de recursos que tienen o comparten.

Así como se había señalado en un apartado anterior, el que el donante se sienta satisfecho por su ayuda a los otros no significa que no sea altruista, ya que aunque indirectamente es recompensado por su actuar, eso no demerita que su motivación principal sea el ayudar. Esta situación es la misma que se da con el altruismo por obligación social, lo cual puede ser debatido por algunas concepciones demasiado estrechas al considerar a los beneficios alternativos como un tipo de motivación egoísta.

Por consiguiente, cualquier persona puede llegar a ser altruista, ya que es suficiente querer ayudar para poder hacerlo. Según Singer (2015), la ayuda a los extraños radica especialmente en la empatía que se siente con ellos como seres humanos, por lo que al igual que no queremos sufrimiento para las personas cercanas, no lo queremos para aquellos otros que son extraños.

Uno de los problemas que en México se señala como un posible factor que inhibe o desalienta el comportamiento altruista de las personas, es su sensación de que lo que ayudan no resulta suficiente y por ende, no es realmente útil. Sin embargo, Singer considera que es claro que las personas que tienen más están llamadas a dar más, pero que eso no justifica el que, dentro de una modesta medida, todas las personas busquen contribuir (Lammers, 2016).

El altruismo efectivo promueve la necesidad de que se gesten un altruismo horizontal, ya que no solo la gente pudiente tiene la capacidad de ser empática o reconocer la necesidad en los otros, pues todo ser racional tiene la facultad de ver que otras personas son similares a él y que tienen

intereses parecidos a los que él mismo tiene. Si las personas de clase media piensan en las necesidades de los demás, aún de manera modesta, pueden conseguir ayudar a otros, ya que el altruismo no debe percibirse como un bienestar que se gesta desde arriba, sino más bien, como un flujo horizontal (Singer, 2015). El altruismo efectivo propone que las personas pueden lograr una mayor satisfacción en sus vidas cuando estas se desarrollan de una forma modesta, ya que entre menos recursos gastemos, mayor ayuda es la que se puede dar a las personas que no son capaces de resolver sus necesidades básicas.

De esta forma, el altruismo horizontal promueve la responsabilidad que todos los individuos tienen hacia sus iguales, sin importar si son cercanos o extraños. Por consiguiente, es necesario promover canales eficaces por los que las personas puedan ayudar, enfocándose en un altruismo formal en el que los individuos puedan confiar y conozcan toda la información necesaria sobre cómo se aplica su ayuda.

Lamentablemente, las acciones altruistas comienzan con una actitud, una preocupación y un verdadero sentido de solidaridad entre los ciudadanos, por lo que la falta de cultura altruista en México pudiera ser un malestar que no fuera fácil de superar (Carrillo, Vargas, Tapia, & Layton, 2009). Por ello, es necesario buscar el apoyo de todos los agentes que intervienen en el desarrollo del país, con el fin de promover el mejoramiento del compromiso social de la población.

Según el Diagnóstico sobre Filantropía Corporativa en México (Carrillo, Vargas, Tapia, & Layton, 2009) el altruismo permite que la sociedad civil crezca y se democratice, pues es un

instrumento estratégico de cambio social. Además, el altruismo es un excelente medio para impulsar la economía nacional, tanto por los empleos que genera, como por los recursos que aplica (VamosaDar, 2014). Por otro lado, según el estudio Actitudes y Pensamiento de los Mexicanos sobre la Responsabilidad Social, el comportamiento altruista mejora significativamente la imagen que tiene la población sobre las instituciones, pues les resultan un modelo más atractivo en comparación a los organismos que no hacen nada por mejorar la calidad de vida de los otros (Economista, 2013).

Por si esto no fuera poco, el altruismo contribuye claramente al fortalecimiento de los tejidos sociales, pues crea estabilidad en las comunidades, ayuda a expandir el acceso a los servicios básicos, facilita la comunicación entre la sociedad y los actores políticos, fomenta el desarrollo de asociaciones y organismos civiles, así como promueve una cultura de tolerancia y respeto mutuo (VamosaDar, 2014). Todo esto es lo que justifica la importancia de promover una cultura altruista entre la población, misma que considere tanto al Estado, como a las empresas y a la población en general, pues a todos les conviene promover este tipo de acciones que ayudan a sostener a la

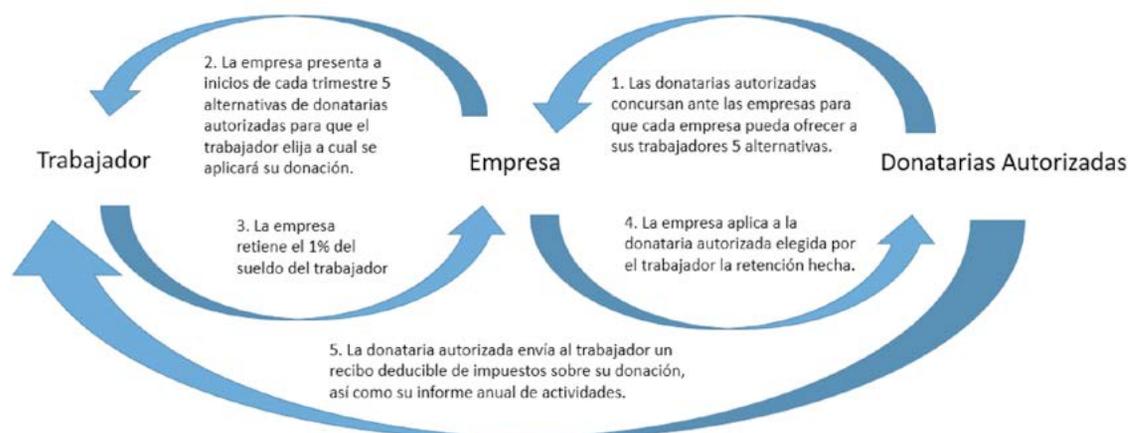
sociedad civil, como a solventar algunas de sus carencias más apremiantes.

El Modelo de Altruismo Horizontal Institucionalizado

Uno de los mayores problemas a los que se enfrenta la cultura altruista en países como México, es la percepción de poca confiabilidad que tiene la población sobre las asociaciones o instituciones de ayuda comunitaria. Según la ENAFI (Layton, Sánchez, & Terán, 2011), solamente la iglesia y la Cruz Roja Mexicana cuentan, parcialmente (76%), con la confianza de la población al momento de ayudar, mientras que otros organismos como el gobierno (41%) y las organizaciones sociales y civiles (35%), prácticamente no son consideradas como un conducto efectivo para ser altruista.

Por ello, es necesario que cualquier propuesta de mejora, se respalde en diferentes actores sociales, pues esto mejoraría la percepción de confianza de los donadores. Así, es que se propone el siguiente Modelo de Altruismo Horizontal Institucionalizado (Figura 1), en el cual, el proceso de donación se estructure a partir de las donatarias autorizadas, las empresas interesadas, los trabajadores y la autoridad fiscal responsable.

Figura 1: Modelo de Altruismo Horizontal Institucionalizado



1. Donatarias autorizadas

Se considera una donataria autorizada aquella organización o asociación civil que ha cubierto los requerimientos impuestos por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), así como por el Servicio de Administración Tributario (SAT) para recibir donativos deducibles del impuesto sobre la renta (ISR) (SAT, 2016). Esta previsión en el Modelo, permite dar mayor certeza y confiabilidad a los donatarios, ya que para poder ser una donataria autorizada, la autoridad fiscal requiere que la asociación se constituya y maneje dentro de parámetros de transparencia y legalidad.

Primeramente, las donatarias autorizadas deben tener actividades específicas autorizadas por el SAT, como serían las asistenciales, educativas, de investigación científica o tecnológica, culturales, ecológicas, becantes, de obras o servicio público y de desarrollo social. Por consiguiente, sus activos deben destinarse única y exclusivamente a dichos fines, lo cual deben comprobar cada año para continuar manteniendo su autorización. Además, durante los últimos meses del año, deben poner a disposición del público en general la información relativa a la transparencia, así como al uso y destino de los donativos recibidos, correspondientes al año anterior (Caba, Galvez, & López, 2011).

Para el Modelo, las donatarias autorizadas deberán poner a consideración de las empresas sus objetivos o metas sociales, buscando argumentar por qué resultan ser una buena alternativa para la aplicación altruista de los recursos de sus empleados. De igual manera, la empresa puede solicitar a donatarias locales, nacionales o internacionales que presenten sus propuestas de trabajo, con el fin de

orientar de una manera más eficaz la elección de los trabajadores.

2. Alternativas para el trabajador

Cada empresa deberá presentar trimestralmente a cada uno de sus trabajadores una lista de 5 alternativas de donatarias autorizadas, explicando sus actividades específicas y el alcance de su trabajo. Con esto, se pretende que el trabajador pueda elegir una a la cual se apliquen los recursos que planea donar. Los empleados tienen la posibilidad de presentar donatarias alternativas a la empresa, las cuales tendrán la posibilidad de concursar para posteriores periodos.

Se recomienda que la empresa argumente a sus empleados la manera en que se hizo la selección de las donatarias, buscando que las alternativas presentadas tengan actividades diferentes, se enfoquen a diversos grupos o contemplen un ámbito espacial distinto.

3. Retención del sueldo

Como parte del Modelo propuesto, se sugiere que la aportación del trabajador no se deje como algo voluntario, ya que esto no permitiría generar una estabilidad real en los ingresos que perciben las donatarias. Si la organización o asociación benéfica tiene cierta certeza sobre los recursos que recibirá en el próximo trimestre, será más sencillo que haga una planeación realista sobre los objetivos o proyectos que puede realizar a corto, mediano y largo plazo (Layton M. D., 2011).

En cuanto al altruismo como deber social, ya se ha explicado que éste si puede ser considerado como un acto altruista, pues aunque se realiza como parte de una obligación moral, se enfoca en consecuencias

benéficas para otro. Cabe señalar que este modelo puede aplicarse con variables según las condiciones laborales del trabajador, como por ejemplo, si el empleado gana menos del salario mínimo, o si a pesar de conocer el beneficio social de su aportación, el trabajador se niega a que se le haga esta retención.

Hay que considerar que un punto a favor de este Modelo, es el bajo porcentaje que significa para el empleado su contribución social, misma que sería aplicada a una necesidad que él, de manera específica, considera valiosa, y no como sucede con el resto de los impuestos que se le retienen.

Actualmente, un trabajador tiene que pagar una serie de impuestos que pueden ir desde casi el 2%, hasta el 35% del total de su sueldo, los cuales se pagan por diferentes conceptos como sería el impuesto sobre la renta, el impuesto sobre el producto del trabajo, el impuesto sobre nómina, así como las múltiples retenciones correspondientes al sistema de seguridad social. Se sabe que los impuestos forman parte de la contribución general que da un ciudadano al Estado para que éste le brinde de diversos beneficios, así como para atender las necesidades básicas de su funcionamiento, así que no se puede cuestionar la importancia de dichas aportaciones (Kochi, Ponce, & Saldaña, 2013).

Sin embargo, algo que si puede ser debatido, es la manera en que estos impuestos están siendo aplicados para el mejoramiento de la calidad de vida de los menos necesitados. En la última década, México ha destinado cerca del 15% de su presupuesto anual a materias que tienen que ver con el desarrollo social, como es la educación, la salud, la vivienda, el agua potable, el combate a la pobreza, entre otras (SHCP, 2014). La

forma en que esto se ejerce es a partir de los llamados programas de desarrollo social como son Prospera, Cruzada contra el Hambre, Caravanas de Salud, 70 y más, etc. De manera especial, el programa Prospera, antes conocido como Oportunidades, recibe más de 35 mil millones de pesos, los cuales se enfocan primordialmente al combate de la pobreza en el país (SEDESOL, 2016).

Lamentablemente, algo que resulta desafiante ante estos datos es el hecho de que, aunque estos programas han ayudado a mejorar la vida de miles de mexicanos, no han podido revertir el efecto empobrecedor del país, el cual, según datos de CONEVAL, sigue teniendo una tasa de pobreza de casi el 60% de su población, misma que tiene un promedio de 3 carencias sociales (CONEVAL, 2015).

Aunque el 1% del salario parece ser algo mínimo, puede resultar ser una contribución muy importante en comparación a la cantidad de impuestos que se destinan para el desarrollo social, porque a diferencia del presupuesto que el gobierno federal destina a estas causas, la contribución altruista planteada puede ser enfocada a una necesidad que para el individuo es considerada importante, incluyendo una carencia que afecta a su región específica o una necesidad social de su comunidad. Se puede decir, que la propuesta aquí planteada es un tipo de presupuesto participativo, pero enfocado a un solo objetivo, el combate o apoyo de un problema social o humano.

Por esto mismo, es necesario que el trabajador cuente con toda la información relevante del actuar de las donatarias, ya que solo de esta forma, se puede llegar a revertir la desconfianza generada por décadas de programas sociales con resultados cuestionables.

4. Aplicación de los recursos

Cada empresa hará una aplicación de los recursos destinados por cada trabajador a las donatarias seleccionadas en periodos trimestrales, con el fin de que las donatarias puedan volver a postularse para otro periodo consecutivo. Esta situación, obligará a que los administradores de las donatarias se preocupen realmente por el cumplimiento de sus objetivos o metas, así como por la transparencia de sus acciones, ya que de no ser así, el trabajador puede simplemente ya no destinar su aportación a dicha asociación.

Cada empresa, deberá solicitar a sus trabajadores que ratifiquen si es su intención seguir contribuyendo con una donataria específica, y si no es así, elijan alguna otra de las propuestas.

5. Deducción de impuestos de la donación

Cada trabajador tiene derecho a que las donatarias con las que contribuyó a lo largo del año, le hagan llegar un recibo deducible de impuestos correspondiente a los recursos aportados antes del cierre del año fiscal en curso. De esta forma, el empleado tiene la posibilidad de hacer una deducción del impuesto sobre la renta pagado en el año, pudiendo tener una devolución por parte de la autoridad fiscal.

De esta manera, aunque parece ser que la aportación altruista planteada por el modelo resulta una carga económica para el trabajador, al final del año éste puede recuperar su donación, la cual más que ser un gasto, se configura como una inversión de parte de sus impuestos en objetivos sociales específicos y cercanos a su entorno.

La intención del Modelo de Altruismo Horizontal Institucionalizado

es plantear una herramienta que no únicamente fomente el altruismo horizontal entre la población, sino que también permita recuperar la confianza en las instituciones filantrópicas, por medio de aportaciones enfocadas en problemas reales del entorno de los ciudadanos. El presente Modelo, además, busca dotar a las redes altruistas de una forma más estable de hacerse de recursos, promoviendo la profesionalización y una mejor capacidad institucional para sobrevivir y desarrollarse como organización.

Rogerio Casas, coordinador nacional de las Juntas de Asistencia Privada considera que aunque a los mexicanos nos gusta hacer el bien, nos gusta hacerlo por nuestra cuenta y cuando sentimos la necesidad o el interés por hacerlo, sin embargo, la mayoría de las instituciones de asistencia social no vive de este tipo de aportaciones, pues requiere el donativo regular para sacar adelante sus proyectos, incluso para poder seguir dando servicio (Botello, 2009). La mayoría de las asociaciones altruistas del país requieren recursos constantes para seguir funcionando, y sería una pena el que estos grupos tan comprometidos con la mejora de las condiciones de vida de los más necesitados tuvieran que renunciar a su objetivo, por la falta de apoyo del resto de la población. El Modelo de Altruismo Horizontal Institucionalizado, busca apoyar a la red altruista del país, fomentando que cada vez haya más organizaciones civiles sólidas, transparentes y confiables.

Conclusiones

El altruismo institucionalizado como parte de la responsabilidad social empresarial

En los últimos años la noción de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) parece estar dando pauta a una nueva visión de hacer negocios, en donde los objetivos de

las empresas ya no radican exclusivamente en la generación de riqueza, sino también, en la promoción y mejora de algunos de los problemas sociales que afectan a la población (Accinelli & de la Fuente, 2013). Decir que una empresa es responsable, puede englobar diferentes tipos de medidas y actuaciones, los cuales pueden enfocarse en cuestiones ambientales, de desarrollo social, de apoyo a sus empleados, o incluso, de responsabilidad económica y financiera. Por ello se puede decir que la responsabilidad social se configura de diferentes maneras, según las características propias de cada empresa (Macías, 2011).

Según el Diagnóstico de Filantropía Corporativa en México, muchas empresas consideran que la Responsabilidad Social Empresarial puede ser vista como una etapa avanzada de la filantropía corporativa, pues en ambos casos el objetivo es semejante, hacer una aportación altruista para la mejora de las condiciones sociales de la población (Carrillo, Vargas, Tapia, & Layton, 2009). Sin embargo, aunque parece ser que ambas nociones podrían tener una clara relación, no es posible usarlas de manera análoga, ya que a diferencia de la Responsabilidad Social Empresarial, que radica en acciones propias de la empresa, el altruismo o filantropía corporativa consisten en actividades paralelas a la organización, las cuales se enfocan específicamente en la donación de recursos en efectivo o en especies a asociaciones o instituciones independientes de la corporación. Así, aunque la filantropía corporativa podría considerarse como un elemento o herramienta de la Responsabilidad Social Empresarial, esta no es la única forma en la que la empresa puede manifestar su compromiso con el entorno (Rivera, 1980).

Cabe aclarar, que ni la RSE, ni la filantropía corporativa pretenden en ningún momento sustituir la responsabilidad de los gobiernos hacia ciertos problemas sociales, sino más bien, buscan fortalecer el alcance de las políticas gubernamentales ante problemas que la misma organización considera relevantes (Castrillón & Alzate, 2012). Tanto la RSE, como la filantropía o altruismo corporativo, evidencian la necesidad de colaboración entre los diferentes actores sociales, donde tanto el gobierno, como la empresa y los ciudadanos, asumen su responsabilidad ante las carencias y necesidades de los menos favorecidos (León, Baptista, & Contreras, 2012).

El Modelo de Altruismo Horizontal Institucionalizado, permite que las empresas incluyan de una forma activa a sus trabajadores dentro de sus programas de responsabilidad, al apoyar a instituciones sociales que contribuyen con el mejoramiento de ciertas situaciones que resultan relevantes para la misma organización. Según el Diagnóstico de Filantropía Corporativa en México, el 63% de las empresas dijeron apoyar acciones altruistas que se enfocaban a áreas geográficas determinadas, principalmente en los Estados donde se ubican sus operaciones principales, argumentando en su mayoría, que desean contribuir a mejorar las condiciones socioeconómicas de la región y sus comunidades. Este compromiso también las llevó a poner mayor atención al seguimiento de los apoyos otorgados, solicitando informes detallados a las donatarias en los que se especificaran los objetivos conseguidos y la manera en que los recursos fueron aplicados. De esta manera, las organizaciones civiles, indirectamente, no trabajan solas, ya que donatarias y donadores se responsabilizan del desarrollo, evaluación y transparencia

de los proyectos sociales (Carrillo, Vargas, Tapia, & Layton, 2009).

Una de las intenciones del Modelo propuesto es mejorar la cultura ciudadana hacia el altruismo, enfocándose en modificar la percepción errónea que se tiene sobre la donación en nuestro país, dando mayor seguridad y transparencia a los donadores, y reduciendo así, la costumbre del altruismo informal. El Modelo de Altruismo Horizontal Institucionalizado resulta ser un excelente medio de interacción entre los diferentes actores sociales, ya que tanto el gobierno, la empresa, las donatarias y los ciudadanos, forman parte de la estructura eslabonada que se propone, siendo cada uno de ellos, responsable de una parte fundamental del proceso.

Así, se puede concluir que el Modelo de Altruismo Horizontal Institucionalizado se constituye a partir de una necesidad social cada vez más creciente, en la que cada individuo es responsable de las carencias sociales de los otros, ya que así como lo señalaba Peter Singer, no existe justificación razonable para que no ayude el que tiene la capacidad de hacerlo (Lammers, 2016).

Literatura citada

- Accinelli, E., & de la Fuente, J. (2013). Responsabilidad social corporativa, actividades empresariales y desarrollo sustentable. Modelo matemático de las decisiones en la empresa. *Contaduría y Administración*, 58(3), 227-248.
- Béjar, H. (2006). ¿Voluntariado: compasión o autorrealización? *Revista Sociedad y Economía*(10), 99-119.
- Botello, B. (11 de Noviembre de 2009). En México si hay altruismo, pero es desorganizado. *Cronica.com.mx*, pág. <http://www.cronica.com.mx/notas/2009/467713.html>.

- Brañas, P., & Paz, M. (2006). Altruism with Social Roots: An Emerging Literature. *Desarrollo y Sociedad*, 245-260.
- Caba, M., Galvez, M., & López, M. (mayo-agosto de 2011). Una oportunidad de mayor legitimidad de las ONG a través de la transparencia on-line. Experiencia de las ONG españolas y mexicanas. *Contaduría y Administración*(234), 55-77.
- CAF, C. (2014). *Índice Mundial de Generosidad 2014*. London: Charities Aids Foundation.
- Carrillo, P., Vargas, S., Tapia, M., & Layton, M. (2009). *Diagnóstico sobre Filantropía Corporativa en México*. Ciudad de México: Alternativas y Capacidades A.C.
- Castrillón, L., & Alzate, G. (2012). Humanismo, Universidad y Empresa: La RSE desde la perspectiva ética. *Revista de Ciencias Estratégicas*, 20(27), 171-184.
- CONEVAL. (2015). *Medición de la pobreza*. CONEVAL, México. Recuperado de: <http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/Medici%C3%B3n/Que-es-la-medicion-multidimensional-de-la-pobreza.aspx>
- Dawkins, R. (2014). *El gen egoísta*. Madrid: Salvat Editores.
- Economista. (11 de Marzo de 2013). RSE incrementa hasta 150% ventas en las empresas. *El Economista*, págs. <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/03/11/rse-incrementa-hasta-150-ventas-las-empresas>.
- Elster, J. (2012). *El desinterés*. México: Siglo XXI Editores.
- ENAFI. (20 de Enero de 2016). *Encuesta Nacional de Filantropía y Sociedad Civil 2008*. Obtenido de Proyecto sobre Filantropía y Sociedad Civil, ITAM: <http://www.filantropia.itam.mx/enafi/enafi.html>
- Gilligan, C. (1994). *La moral y la teoría*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Kochi, I., Ponce, R., & Saldaña, M. (2013). Impuestos lineales óptimos para economías con altruismo. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 22, 163-185.
- Lammers, G. (2016). La clase media hace cosas completamente innecesarias. *Newsweek en Español*. Recuperado de: <http://nwnoticias.com/#/noticias/peter-singer-el-filosofu-altruista>

- Layton, M. D. (2011). Un ambiente propicio para las organizaciones de la sociedad civil. *XII encuentro de las Organizaciones de la Sociedad Civil*. Ciudad Juárez.
- Layton, M., Sánchez, M., & Terán, M. (15 de Marzo de 2011). *Proyecto sobre Filantropía y Sociedad Civil (PFSC), ITAM*. Obtenido de Resultados del análisis de la información disponible en el portal de transparencia de las donatarias autorizadas (DA): comparativo entre los ejercicios fiscales 2007 y 2008.
- León, M., Baptista, M., & Contreras, H. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Forum Empresarial* 17(1), 31-63.
- Macías, H. (2011). Innovación y responsabilidad social: una reflexión sobre los puntos de encuentro. *Universidad & Empresa* (21), 13-35.
- Martínez, M. (2003). La evolución del altruismo. *Revista Colombiana de Filosofía de la Ciencia* 4(9), 27-42.
- Molina, C. (2015). Altruismo, Sociedad Civil y Organizaciones No Gubernamentales. *Opción*, 31(77), 56-74.
- Nagel, T. (2004). *La posibilidad del altruismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Naranjo, A. (2006). Evolución de la competencia social. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 2(1), 159-175.
- ONU. (Agosto de 2015). *Objetivos del Desarrollo Sostenible*. Recuperado de: <http://www.nu.org.bo/objetivos-de-desarrollo-sostenible-ods/>
- Osorio, A. (2010). Insuficiencia de los constructos psicológicos en la educación del altruismo. *Educación y Educadores*, 13(1), 125-138.
- Parfit, D. (2004). *Razones y Personas*. México: A. Machado Libros.
- Pulido, L., Ribes, E., López, I., & López, B. (2015). Interacciones altruistas totales como función de la inducción de reciprocidad. *Revista Mexicana de Análisis de la Conducta*, 41(1), 32-52.
- Quintanilla, P. (2009). La evolución de la mente y el comportamiento moral. *Acta Biológica Colombiana* 14, 425-440.
- RAE. (2016). *Real Academia de la Lengua Española*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=28D9npK>
- Rivera, N. (1980). Factores que determinan la atribución de altruismo. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 12(1), 63-77.
- Sánchez, J. (2009). Aplicación de los principios de Rawls en la economía mexicana. *Los Principios de Rawls en la Economía Mexicana*. Múzatlan, Sinaloa, México.
- SAT. (2009). *Reporte de donatarias autorizadas 2009*. Recuperado de Secretaría de Hacienda y Crédito Público: http://www.shcp.gob.mx/INGRESOS/Reporte_Donatarias/reportes_de_donatarias_2009.pdf
- SAT. (Enero de 2016). *Donatarias y Donaciones*. Obtenido de Servicio de Administración Tributaria: http://www.sat.gob.mx/terceros_autorizados/donatarias_donaciones/Paginas/default.aspx
- SEDESOL. (Enero de 2016). *Secretaría de Desarrollo Social*. Obtenido de Gobierno de la República: <https://www.gob.mx/sedesol>
- SHCP. (Enero de 2014). *Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2014*. Recuperado de Secretaría de Hacienda y Crédito Público: <http://www.apartados.hacienda.gob.mx/presupuesto/temas/pef/2014/index.html>
- Singer, P. (2015). Altruismo Efectivo. *El Tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/altruismo-efectivo-peter-singer-columnista-el-tiempo/15607055>.
- Singer, P. (2015). *The most good you can do: How effective altruism is changing ideas about living ethically*. New Haven: Yale University Press.
- Vamos a Dar. (2014). *5 razones para promover la filantropía en México*. Recuperado de Fundación Vamos a Dar: <http://www.vamosadar.org.mx/noticias/?p=296>
- Yubero, S., & Larrañaga, E. (2002). Concepción del voluntariado desde la perspectiva motivacional: conducta de ayuda vs. Altruismo. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria* (9), 27-39.

TABLA DE CONTENIDO

**1 ... Modelo de Altruismo Horizontal Institucionalizado como herramienta de RSE.
Una aproximación desde la filantropía Mexicana**

José Carlos Vázquez-Parra

**15 ... La gestión del turismo comunitario y el desarrollo competitivo en la inserción
con los componentes de sostenibilidad**

Pablo Manzano¹ Angélica González

24 Violencia de género en ambientes escolares: desigualdades entre los sexos

Sylvia Andrade-Zurita, Elena Rosero-Morales, Carolina San Lucas-
Solórzano, Sonia Armas- Arias, Marcelo Nuñez-Espinoza

37 The vulnerability of the Metropolitan District of Quito, Ecuador

Yolanda Ledesma, Ángel Rodrigo Cobos

50 Evaluación de la sostenibilidad energético-ambiental del municipio Bayamo

Oswaldo Tornés-Cervantes