

VII Congreso Latinoamericano de Estudios del Trabajo. El Trabajo en el Siglo XXI.
Cambios, impactos y perspectivas.

GT 11 - Empresas, Empresarios, Modelos Productivos y Trabajo

Título del trabajo: *Capital Social en empresarios de la Región Centro-Bajío de México*

Nombre del autor: Juan Antonio Rodríguez González

Capital Social en empresarios de la Región Centro-Bajío de México

Los estudios sobre el Capital Social han sido bastos desde hace varios lustros, ya sea de manera disciplinar, como en unidades analíticas. No obstante, cuando se trabaja sobre actores empresariales, algunas de sus categorías parecen pertinentes; sobre todo considerando un mercado global cada vez más demandante. A partir de estas condiciones de competitividad y productividad, es que se plantean estrategias empresariales, como las alianzas y aglomeraciones empresariales que deseablemente deberían ser incluyentes hacia el empresario local. Con base en esta observación, se analizan algunas categorías del Capital Social, como serían la Confianza, Solidaridad, Redes de Colaboración y Subsidiaridad entre empresarios de la Región Centro-Bajío de México.

Capital Social en empresarios de la Región Centro-Bajío de México

Dr. Juan Antonio Rodríguez González
Universidad de Guanajuato, Campus León
antuarodg@gmail.com

Tel: 01 (477) 2674900 ext. 4853

Los estudios sobre el Capital Social han sido bastos desde hace varios lustro, ya sea de manera disciplinar, como en unidades analíticas. Para Bourdieu (2012) existen varios tipos de capital (económico, cultural, social, entre otros); para la acumulación de capital, el cual puede ser heredado o adquirido. El capital social se entiende como reciprocidades materiales y simbólicas que existen y circulan en una red social (Schuller en Chapela, 2004). Entendiéndose red como una formulación de relaciones objetivas entre individuos.

No obstante, cuando se trabaja sobre actores empresariales, algunas de sus categorías parecen pertinentes; sobre todo considerando un mercado global cada vez más demandante. A partir de estas condiciones de competitividad y productividad, es que se plantean estrategias empresariales, como las alianzas y aglomeraciones empresariales que deseablemente deberían ser incluyentes hacia el empresario local. Esta trabajo, tiene como objetivo analizar algunas categorías del Capital Social, como serían la Confianza, Solidaridad, Redes de Colaboración y Subsidiaridad entre empresarios de la Región Centro-Bajío de México. Para lo anterior, se aplicó un cuestionario sobre capital social a empresarios locales, y se realizan entrevistas semiestructuradas a empresarios y actores del sector social y gubernamental de la región en estudio.

LA ACUMULACIÓN DE CAPITAL EMPRESARIAL Según Berger (1993), en las ciencias sociales se pueden distinguir dos grandes campos para el estudio de los empresarios: el de los economistas que se inclina por considerar a lo empresarial como una variable dependiente de factores económicos y principalmente independientes de la cultura. Y los investigadores de otras disciplinas, que tienden a verlo como una variable profundamente incrustada en la cultura (Berger;1993:14). Existen varias propuestas en el acercamiento empresarial. El estudio del empresario como sujeto social ha sido nimiamente estudiado en México (ver Hernández;2007).

Regularmente se ha privilegiado el acercamiento desde su relación con el Estado, o desde una visión más bien antropológica, utilizando metodologías etnográficas (prosopografía o historias de vida). En la disciplina que más han proliferado los estudios empresariales es en la economía, tratando de aprehenderlos desde los axiomas racionalistas o desde el institucionalismo.

Concebir al empresario como un actor netamente racional, supondría que las decisiones que toma se hacen en razón únicamente de la utilidad, de la búsqueda de la máxima ganancia con respecto al costo-beneficio, a través de elecciones racionales. Empero, esta postura resulta insuficiente cuando se trata de vislumbrar un proceso por demás complejo, en el cual el empresario no se encuentra aislado; sino tal y como lo advierten algunos autores (Millan,1988; Schumpeter, 1983; Hernández,2003; entre otros), es un sujeto social inmerso en un contexto de relaciones e instituciones, que es transpuesto por cuestiones sociales, políticas e incluso culturales.

Pero que a decir de Hernández (2003), no es totalmente determinado por estos aspectos estructurales; sino que es un sujeto por demás dinámico, que si bien establece relaciones diversas con su entorno, que implican procesos de socialización, interiorización de la cultura, inmersión en relaciones de poder. Estas a su vez se retroalimentan con un proceso interno de vida e interpretación de su realidad. Dicho de otra manera, con su subjetividad, considerada como el proceso por el que da sentido a sus acciones. Hernández (2003) considera que el concepto de subjetividad no debe ser asimilado a lo arbitrario ni a lo irracional; sino que supone que todo proceso de dar sentido implica una interpretación, incluidos los sentidos que provienen del conocimiento científico y la meta del máximo beneficio; pero que además, sus decisiones ponen en juego arreglos subjetivos que configuran códigos de los campos cognitivo, del razonamiento cotidiano, los valores, sentimientos y de la estética¹.

¹ Esta perspectiva involucra una doble hermenéutica, que a decir de De la Garza (2007), de lo que se trata es de reinterpretar las prácticas de los empresarios como construcciones simbólicas a las que los sujetos recurren para reflexionar, interpretar y decidir acerca de su propia situación para tomar decisiones. La comprensión de estas formas simbólicas que se estructuran en contextos específicos implica extraer el significado manifiesto o latente, es hacer una reinterpretación de un suceso que ya ha sido dotado de significado. Esta reconstrucción y reinterpretación de la realidad puede ser concebida como una configuración subjetiva de la acción, la cual se logra a través de la interacción comunicativa y práctica, recurriendo al lenguaje como un recurso por medio del

A diferencia de los economistas, otros científicos sociales (como los antropólogos, politólogos, historiadores, psicólogos y sociólogos) subrayan no sólo factores de acumulación de capital económica, sino la influencia de otros factores propios de sus áreas de estudio; entre ellos, normas y creencias, motivaciones psicológicas para lograr metas, la legitimidad de lo empresarial, cuestiones de capital social, entre otros. Pero debido a que la corriente principal de los economistas domina normalmente la discusión e influye en las políticas económicas, el análisis de lo empresarial en términos culturales ha quedado relegado (Berger;1993).

La propia conceptualización del empresario es compleja en la medida en que los enfoques y la manera de pensarlos se han transformado de forma paralela al cambio socioeconómico. El primer avance en el estudio de la naturaleza del empresario se dio con la separación, a efectos analíticos, de quién gestiona una empresa y quién aporta el capital. Schumpeter (1983) es uno de los únicos teóricos del empresario que ha tocado al empresario como función. La idea central del trabajo de Schumpeter fue la importancia de la elite empresarial para el Desarrollo y el Crecimiento; lo considera como impulsor y generador, que al innovar rompe con viejos paradigmas.

La crítica que se le hace a este autor, es que para que se generen estos nuevos paradigmas, se debe tocar fondo. Lo cual se consigue, en el sistema capitalista, cuando se crean monopolios; dado lo cual, ve como una virtud a dichas configuraciones económicas (monopolios), toda vez que de tal crisis, se generará un nuevo paradigma más incluyente entre el sector empresarial. Entonces, serán los empresarios los que propondrán un nuevo paradigma, más equilibrado y equitativo. Pero no se trata de todos los empresarios; existe un espíritu empresarial de innovación, creación, riesgo, tomador de decisiones, no proclive al statu quo, por lo tanto debe romper con viejas reglas, lo que Schumpeter llama un destructor creador. Para Schumpeter (1983), la actividad de los empresarios puede agruparse en dos grandes clases: aquéllos que se limitan al mantenimiento de la organización y la estructura recibida, y aquéllos que promueven la creación de nuevas estructuras (Schumpeter;1983).

cual se manifiestan las distintas formas de representaciones sociales y de creación de la producción social del mundo (De la Garza;2007).

Son estos últimos quienes debieran llamarse en exclusiva, según Schumpeter (1983) empresarios, ya que sólo ellos son capaces de apreciar nuevas oportunidades de progreso para la sociedad y para ellos mismos. Esta propuesta se aleja del anquilosado esquema de empresario-dueño de los medio de producción; ahora tenemos a directivos que son innovadores, creativos, toman decisiones, asumen riesgos, tienen iniciativa, autoridad, previsión imaginativa, liderazgo y no necesariamente son los dueños de la empresa.²

Resultados intermedios

En la región Centro-Bajío, nos encontramos ante una gran heterogeneidad de lo que podemos considerar empresarios; los cuales pueden ser clasificados por el número de empleados de su empresa (de acuerdo al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte), lo que se produce en su empresa (en sectores, ramas y subramas), en su posición en el organigrama de la propia empresa, con relación a su capital de inversión, su estatus de competitividad, etc. Así, dependiendo de varios de estos factores, encontramos menor o mayor grado de capital social; verbigracia, encontramos mayor confianza entre micro y pequeños empresarios del sector manufacturero del calzado en León Guanajuato, que entre los grandes y medianos empresarios del mismo sector. Cuando aplicamos el instrumento en Irapuato, Guanajuato, encontramos un comportamiento similar con referencia al tamaño de la empresa, lo cual fue más evidente en los empresarios de la industria textil.

La confianza es una de las principales categorías del Capital Social, y de esta se deriva que los empresarios proyecten alianzas o redes de colaboración. En este caso, al entrevistar a empresarios locales en Aguascalientes, se pudo observar que no son proclives a establecer redes de colaboración más allá de las familiares; incluso en León, algún empresario (exlíder de la industria curtidora) mencionó *cuando mi padre se retiró, nos dejó a cada uno de los 8 hermanos su propia empresa; pero nos advirtió “hay de aquel que haga negocios con uno de sus hermanos, porque le quito lo que le di, y se lo reparto a los otros”. A la que no le dejó nada fue a mi hermana, solo dijo “que la mantenga el que vaya a ser su marido”*.

² Un ejemplo de ello sería Lorenzo Zambrano, cuyo capital accionario asciende apenas al 2% del capital total de CEMEX, tercera concretera y primera cementera a nivel mundial (Rodríguez;2010).

En la región Centro-Bajío, cohabitan empresarios dueños originarios de empresas que mantienen añejas redes de solidaridad y subsidiaridad con sus pares, son más apegados a un Estado proteccionista y asistencialista; en tanto que los nuevos empresarios requieren de un Estado adelgazado, retraído de la actividad económica, prontos a diversificar su capital económico, casi siempre en el sector inmobiliario. Estos empresarios no sólo tienen que competir con el Mercado local o el nacional, sino con la dinámica de la globalización, a través de la cual, en la nueva división social del trabajo, las negociaciones no se hacen propiamente entre países, sino entre Mercados Glociales³ (Rodríguez;2009).

Bibliografía

Berger, Brigitte (1993) La cultura empresarial; ediciones Gernika, México.

Bourdieu, Pierre (2012) La distinción. Criterios y bases sociales del gusto. Editorial Taurus, España.

Chapela, M. d., & Jarillo, E. (s.f.). El capital social en el futuro de las universidades. Reencuentro UAM Xochimilco.

De la Garza Toledo, Enrique (2007) Los límites de la reestructuración productiva en México; Revista Trabajo, año 3, No 4 enero-junio de 2007, Tercera época; UAM-I, OIT, Plaza y Valdés.

Hernández Romo, Marcela (2003) Subjetividad en la cultura en la toma de Decisiones Empresariales, tres estudios de caso en Aguascalientes; Universidad Autónoma de Aguascalientes y Plaza y Valdés editores México.

Millán, René (1988) Los empresarios ante el Estado y la sociedad; Editorial Melo, México.

Rodríguez, Juan Antonio (2009) Geografía Política de los empresarios; Tesis de Doctorado, Universidad de Guadalajara.

_____ (2010) Reporte de Estancia de Investigación Posdoctoral, Universidad Autónoma Metropolitana.

³ Mediante estrategias sociotécnicas acordes a los requerimientos del mercado global, pero surgidas desde lo local, potenciando así un encadenamiento productivo transversal.