

Brecha generacional entre los empresarios mexicanos

Ricardo García Jiménez*

Resumen

En la actualidad podría considerarse que las distintas generaciones de empresarios mexicanos hablan diferentes idiomas cuando de empresas y negocios tratan. Es un hecho que las nuevas generaciones de empresarios y de hombres de negocios, como los Yuppies y la Generación X, están tomando por asalto el poder de decisión en el mundo corporativo moderno, iniciando con ello un desplazamiento de las antiguas estructuras empresariales que fueron hegemónicas y sustentaron el poder durante un buen tiempo.

Abstract

At present, it could be considered that different generations of mexican businessmen speak different languages regarding companies and businesses. It is a fact that new generations of businessmen such as Yuppies and Generation Xers are grasping the power of decision in the modern corporate world by force. This change marks the displacement of the former corporate structure where the power was highly centralized and lasted for a longer period of time.

1. Introducción

Como parte de un estudio y del interés sociológico, y con el objeto de conocer acerca de los modos, costumbres, estilos de vida, innovaciones y cambios que se han originado en el mundo ejecutivo de las empresas modernas en México, se plantea en este breve trabajo la existencia de distintas generaciones¹ de empresarios mexicanos que pueden definirse muy atípicamente por invariantes subjetivas.² De ello surge una cierta inquietud por conocer cómo han cambiado estos grupos de ejecutivos mexicanos y sus personalidades en las diferentes esferas de

su quehacer en un lapso de no más de cincuenta años. También resulta importante conocer si estos distintos grupos, que conforman las generaciones de empresarios, pueden compatibilizar entre sí, dentro de un ambiente de relaciones mutuas en los negocios y las empresas.

Es indiscutible que en los momentos coyunturales que marcan los cambios tecnológicos y el replanteamiento en la forma organizativa del trabajo, consecuencia de la innovación tecnológica, será ésta una de las variables que definen la existencia de brechas generacionales³ entre quienes llevan las riendas en la dirección de las empresas y los negocios, en las diferentes cohortes del tiempo histórico de los mismos; ya que todo aquello que trate de sustituir lo "viejo" por algo "nuevo", será a partir de una asincronía de los componentes de un sistema.

Estos elementos se presentan como desfases que reflejarán sin remedio los estilos y formas en que son conducidas las empresas, no sólo como una forma de administrar las

* Profesor-investigador de tiempo completo de la UTM.

¹ La idea de generación puede definirse como la filiación o descendencia de padres a hijos en un tiempo determinado; también puede ser entendida como el conjunto de individuos que viven y se correlacionan en una determinada época.

² Con frecuencia usaremos la palabra "invariante" como sinónimo de "tipismo" o "estilo", pero estos dos nombres son un tanto ambiguos en su uso. En rigor, el concepto de invariante debe someterse a tres condiciones esenciales: exclusiva, permanente, omnipresente. La condición es "exclusiva" cuando es privativa del grupo étnico que estudiamos. Es "permanente" cuando se mantiene a través del tiempo; es decir, es una cualidad del pasado, del presente y del futuro. La condición es "omnipresente" cuando florece en todos los niveles o estratos sociales. Cuando una cualidad reúne estas tres condiciones, se posee una categoría de "características" en la medida que "caracteriza" al grupo que la detenta.

³ Defino a las brechas generacionales como el hueco y la ruptura en el tiempo lineal cronológicamente compartido por un conjunto de individuos, que marcan la evolución del hombre individual y social atribuido por diferentes variables: sociales, económicas, políticas y culturales.

unidades empresariales, sino que trastocan más allá las conductas personales, tanto de quienes se relacionan dentro de las unidades de trabajo, como de quienes las dirigen, mostrando implícitamente su pertenencia a una determinada clase social⁴ que resalta su filosofía, su concepto de vida como su idea de trabajo, sello que se imprime en la misma filosofía empresarial.

Quizás el fenómeno de las brechas generacionales entre los empresarios mexicanos y los estilos de vida que comparten, así como sus modos de comportamiento, ha sido un hecho poco estudiado y no tratado con la seriedad que se merece este fenómeno tan peculiar, en comparación con estudios realizados en países más evolucionados (tecnológicamente hablando), que den cuenta de un perfil propio del empresario mexicano moderno.

Hacia una mentalidad empresarial

Es un hecho que las diferentes generaciones de empresarios mexicanos que conviven en el mundo corporativo ac-

tual llevan consigo etiquetas con algunos sellos distintivos de su propia época. De ello vale la pena entender un poco más, lo que cada una de estas generaciones carga como "estigmas de su tiempo".

Aclaro, la brecha generacional no sólo es una cuestión de edades, ideologías, gustos y maneras distintas de entender los negocios y el mundo general, sino que es una despiadada competencia entre los grupos de "jóvenes sin experiencia" y los grupos de "maduros con experiencia".

El caso es que los del segundo grupo -los que poseen la experiencia- no aceptan el desplazamiento que ejercen los grupos de jóvenes dinámicos y voraces al tratar de arribar a espacios ejecutivos intermedios para acercarse a los puestos de alta dirección, ya que según palabras de la gente que posee el conocimiento y la experiencia, los jóvenes no han adquirido la experiencia necesaria, que el tiempo y la acumulación de conocimientos dan para madurar, con el fin de conocer a profundidad el ambiente de los negocios y la forma en que se conducen a las empresas.⁵

Por algo Tomás García, de 48 años de edad, gerente general de Hilzas Mercerizadas, S.A., admite que la gran mayoría de estos jóvenes -los de hoy- tienen una cierta idea del tipo de empresa donde desean trabajar, por lo que estudian fuerte y con gran ahínco por alcanzar y realizar esos objetivos, exigiendo a su vez un reconocimiento pleno de sus capacidades.

⁴ Los cambios sociales se dan por factores no previstos y que escapan de las posiciones deterministas-reduccionistas que no actúan en forma aislada, sino que, a su vez, ejercen una influencia sobre otros cambios sociales; esto significa que existe una correlación de las variables que ejercen cambios. Por lo que una cosa es el conocimiento de las condiciones de funcionamiento de la estructura y otra, la explicación de su transformación. En el pensamiento de Carlos Marx el cambio de las diversas partes de la estructura social depende de los cambios que se gestan en la infraestructura económica, lo cual trae como consecuencia cambios en la superestructura social. "El modo de producción de la vida material determina el carácter general de los procesos de la vida social, política y espiritual. No es la conciencia del hombre lo que determina su ser, sino por el contrario, su ser social es lo que determina su conciencia. Al llegar a una fase determinada de su desarrollo, las fuerzas productivas materiales de la sociedad chocan con las relaciones de producción existentes o, lo que no es más que su expresión jurídica, con las relaciones de propiedad en que se habían desarrollado hasta entonces... Al cambiar la base económica se transforma más o menos rápidamente toda la inmensa superestructura erigida sobre ella. Al estudiar estas revoluciones, se debe distinguir siempre entre los cambios materiales ocurridos en las condiciones económicas de la producción, que pueden apreciarse con la exactitud de las ciencias naturales, y las formas jurídicas, políticas, religiosas, artísticas o filosóficas; en una palabra: las formas ideológicas con las que los hombres toman conciencia de este conflicto y luchan por resolverlo. Y así como no podemos juzgar a un individuo por lo que él piensa de sí mismo, tampoco podemos juzgar estas épocas de revolución por su conciencia; al contrario, debemos explicar esta conciencia por las contradicciones de la vida material por el conflicto entre las fuerzas productivas sociales y las relaciones de producción." Cfr. Marx, Carlos. *Prefacio de la crítica de la economía política*, pp. 71 y 72.

⁵ Aquí el concepto de educación que se alude de manera implícita no constituye una actividad separada o reducida sólo a instruir técnica y manualmente a un individuo; sino que es una tarea propiamente social (familia; grupos de parentesco, de trabajo; la comunidad...) que trata de socializar a los jóvenes sin experiencia, hacia un ambiente de adultos ya socializados. Durkheim definió la educación como la "acción ejercida por las generaciones adultas sobre las generaciones todavía no maduras para la vida social. Su objetivo es despertar y desarrollar en el joven aquellas actitudes físicas, intelectuales y morales que exige la sociedad, en general, y el medio al cual está especialmente destinado". Cfr. Durkheim, Emilio, *Education et Sociologie*, Paris, 1992. Se aclara que la educación en tanto prepara a los jóvenes para incorporarlos a un medio particular dentro de la sociedad, ha significado de manera tradicional la preparación del joven para formar parte de un grupo particular en la jerarquía social y sobre todo para hacerlo aceptar los niveles jerárquicos que se dan en la burocracia administrativa.

Pero algunos jóvenes saben que el mundo en el que vivimos es muy pequeño y las barreras que existen en el universo de los negocios y de las empresas son meramente psicológicas; intuyen que en estos tiempos de *modernidad*⁶ la competencia con los individuos de su propia generación, y con los de otras generaciones, es un hecho cotidiano para la sobrevivencia dentro del ámbito empresarial. De ahí que la actualización de los conocimientos y la disciplina en el estudio de la ciencia y la tecnología empresarial, sea un rasgo que distingue a los nuevos empresarios y a la gente de los negocios de hoy, claro que bajo una ética del trabajo y hacia el trabajo.

Un ejemplo vivo de esta renovación del conocimiento, para la vigencia y existencia de los individuos en el mundo competitivo de los negocios, lo da Miguel Ángel Rodríguez, director corporativo de ventas de Comercializadora de Herramientas, S.A. de C.V., que con la experiencia de haber vivido el *Boom* financiero de las décadas de los años ochentas y el haberse codeado con el "mundo yuppie" de aquellos tiempos, se prepara para dar la batalla a los jóvenes veinteañeros en todos los campos de la dirección de las empresas y en el mundo de los negocios: actualmente trata de colocarse a la vanguardia en el uso del Internet y se actualiza en el manejo del software de la informática-empresarial, para estar pendiente y saber dónde ubicar las posibilidades de realizar y concretizar un buen negocio.

Sabemos que "las barreras entre los jóvenes y la gente mayor son muy marcadas", sobre todo en casos concretos como las instituciones bancarias gigantes. Ahí los criterios

⁶ Entiéndase que esta derivación que toma la modernidad tiene un movimiento a un desapego de la esfera de la razón-lógica (ciencia) del individuo de las esferas de la moralidad y el arte. Cada una se organiza en un régimen estructurado por sus cuestiones específicas y administrado por instancias propias de valoración: la verdad, la rectitud normativa, la autenticidad y la belleza. La autonomía de cada dominio va institucionalizándose, genera profesionales especializados que se convierten en autoridades expertas de su área. Esta especialización acentúa la distancia entre la cultura profesional y la del público, entre los campos científicos o artísticos y la vida cotidiana. El proyecto que se deja observar aquí, va en la construcción de una nueva sociedad que armonice con el entorno bajo la razón instrumental; es decir, bajo la individualidad y la competencia entre las personas.

para ingresar a laborar y el ocupar un puesto de alta dirección están definidos por aspectos sociales o de pertenencia a una cultura y clase social, que pueda brindarles ciertas posiciones dentro de las estructuras empresariales.

Es un hecho que la inevitable mezcla de unas generaciones con otras, dentro de los espacios en las empresas, hace que se observen cambios en las estructuras organizativas de las unidades productivas en cuanto a relaciones sociales de trabajo. Uno de estos cambios que se aprecian, es el relajamiento en el ambiente de trabajo y de la relación que se tiene entre compañeros del mismo nivel, así como entre subordinados y mandos superiores. La formalidad al hablarse y el anteponerse el "usted", por ejemplo, ha sido sustituida en algunas empresas por el "tuteo"; en parte porque la imagen del jefe autoritario y prepotente está en camino de desaparecer para dar paso a los directivos flexibles y democráticos, siempre y cuando vean por las necesidades de sus empleados, que irremediablemente se traducirán en beneficios para el mismo organismo empresarial.

El tipo de "conductas autoritarias" que asumen algunos directivos, ha llevado a que muchas ideas y proyectos realmente interesantes e innovadores se pierdan o no se lleven a cabo para el mejoramiento social de la empresa. Un ejemplo de esto lo manifiestan las barreras que establece el lenguaje: el hablarse de "usted" crea barreras psicológicas entre los individuos que, a su vez, les dificulta el interactuar ante diferentes niveles jerárquicos de la burocracia administrativa.

Es cierto que el lenguaje es parte esencial de la cultura, que se desarrolla y evoluciona desigualmente en los diferentes grupos que la componen. Esto es una de las causas que crean dificultades en el momento de la transmisión de mensajes. Así, la comunicación es uno de los factores más importantes de las actividades del proceso administrativo (planeación, políticas, evaluación...), por lo tanto la facilidad que se tenga en el uso del lenguaje y las formas de comunicación que se establezcan serán esenciales para el mejoramiento del sistema empresarial.

De lo anterior se deduce que el nuevo directivo debe ser una persona capaz de asignar responsabilidades, delegar autoridad y preocuparse de hacer planes propositivos de carrera e influirlos en cada uno de los empleados, armonizándolos mediante un lenguaje claro y sencillo; de ahí la importancia que guarda la transmisión de los mensajes en un lenguaje austero, que se manifieste con claridad y sea directo en la transmisión de las directivas, para evitar dobles interpretaciones, hecho que es fundamental para el establecimiento de adecuadas relaciones sociales dentro de la empresa.

Sabemos que hoy la formalidad corporativa se ha aligerado en los últimos años, las exigencias de "calidad" en el trabajo nos remite a contar con una mejor preparación de cada uno de nosotros para desempeñar un trabajo de alta productividad. También sabemos que ya no es suficiente poseer un grado académico, sino que existe otro tipo de aspectos que definirán más adecuadamente nuestra personalidad como individuos social-productivos; algunos de ellos pueden ser el desarrollo de actitudes, las aptitudes, el ser emprendedor, contar con iniciativa propia, más una serie de requisitos que nos orillen a ser creativos y diferentes ante los demás.

Como señala el doctor Raúl Corral Quintero -quien ostenta cursos de maestría y doctorado tanto en el extranjero como en el país-: "los estudios y la preparación académica nunca están de más, sobre todo en un mercado tan competitivo como el de las empresas y los negocios". Pero lo más importante para sobrevivir en estos ambientes, "es menester contar con una mentalidad abierta y buscar el cambio constante".

Diferencias generacionales del empresariado mexicano

Sin duda alguna, hacer un análisis sociológico y clasificar en diferentes categorías las prácticas y características de los ejecutivos mexicanos -de los últimos cincuenta años-, es un elemento valioso que aporta el dilucidar quiénes son y dónde están ubicados en la estructura organizacional de las empresas y los negocios.

Intuimos que los "ejecutivos" son una fracción de clase que sin duda alguna merece nuestra atención y respeto hacia sus formas de comportamiento social. Para ello es necesario clasificarlos mediante la siguiente propuesta:

A) Baby Boomers

En una primera categoría y tomando como patrón la fórmula estadounidense (referencia casi obligatoria), identificamos a los Baby Boomers no sólo por su estricto criterio cronológico (los nacidos entre 1945 y 1955), sino sobre todo por el árbol genealógico de donde proceden, amparados bajo la sombra del "desarrollo estabilizador"⁷ y por el fortalecimiento de las instituciones que precedieron a la Revolución Mexicana; este grupo surge y se aposta por sus propios fueros en la estructura social, política y empresarial de hoy y en la de hace ya algunas décadas.

⁷En el "desarrollo estabilizador" la economía mexicana experimentó un fuerte proceso de crecimiento económico, acompañado de una relativa estabilidad de precios; el estímulo al ahorro, la fijación del tipo de cambio y la política fiscal fueron los factores fundamentales de la política de crecimiento. La política fiscal se orientó a propiciar la reinversión de utilidades y fomentar nuevas inversiones a través de subsidios y exenciones de impuestos a las empresas, a fin de ampliar la capacidad productiva de la economía con los efectos colaterales positivos que ello implicó. En un marco en el que la oferta agregada se expande, gracias a la mayor acumulación del capital, trae como consecuencia una disminución de precios y, por lo tanto, un incremento del salario real; este incremento induce un mayor ahorro por parte de las familias, con el cual se financia la inversión a largo plazo. Por su parte, la fijación del tipo de cambio permitió a los empresarios mexicanos importar del exterior maquinaria y equipo a precios bajos en términos nominales, aun cuando la sobrevaluación del tipo de cambio actuaba a contrapelo de las exportaciones y a favor de las importaciones. La clave del "desarrollo" reside en cuatro factores fundamentales: los recursos humanos, los recursos naturales, la formación del capital (nacional) y la tecnología. La población plantea problemas de crecimiento explosivo al disminuir las tasas de mortalidad antes que las de natalidad. Y los países menos desarrollados se ven acechados por el "malthusianismo" de los rendimientos decrecientes. En los programas económicos constructivos, éstos tienen una elevada prioridad, en cuanto a mejora de la salud, la educación y la formación técnica de la población. Las tasas de formación del capital productivo son bajas en los países pobres debido a que las utilidades son pequeñas como para permitir ahorrar en el futuro. Por otra parte, el creciente nacionalismo de las últimas décadas ha reducido los flujos de capital hacia los países más pobres. El cambio tecnológico actúa conjuntamente con los nuevos bienes de capital y está incorporado a ellos. La naciones en vías de desarrollo ofrecen una gran esperanza en la medida en que pueden imitar las tecnologías más productivas de las naciones avanzadas. Esto quiere decir que se requiere un "espíritu empresarial". Y una de las tareas del desarrollo consiste en acelerar el crecimiento interno del escaso espíritu empresarial que se vive en el país.

Estos individuos son identificados y se autonombran como los herederos de la Revolución Mexicana; muchos de ellos son hijos de políticos, empresarios y caudillos de la revolución, o bien de la clase alta ilustrada, beneficiarios directos de la "época de oro de la educación pública mexicana". Fueron testigos o protagonistas del movimiento estudiantil del 68, después fueron reformadores e integradores del sistema político y económico mexicano.

¿Dónde se localizan estos personajes? Pueden ubicarse en las altas esferas de la política (del PRI y de la oposición), en la academia (investigadores o catedráticos en centros de enseñanza privados o públicos), en los medios de información (dirigiendo, coordinando o colaborando en publicaciones) y, desde luego, en puestos directivos y gerenciales de la iniciativa privada.

El caso es que, a través de varias opiniones que se comentan en los diversos ámbitos (políticos y empresariales), este grupo de individuos apuesta por la integración comercial y por una economía abierta y sin complejos (no temer a la competencia con otros países), sobre todo cuando se trata de buscar apoyo con el país del norte; manifiestan con frecuencia en sus proyectos de desarrollo que la crisis que vivimos es el reflejo de la desvinculación social, económica y política generada por la no cooperación de otras esferas del actuar del hombre. Su discurso busca formar "alianzas con los vecinos de arriba", planteando abiertamente que sólo se puede salir de la crisis y de las recesiones, que sufrimos desde hace ya varios años, con el apoyo y la cooperación de los que "sí saben cómo hacerlo".

Por ello se da el credo liberal -opinan algunos personajes de nuestra cultura-, y ésta es una de sus banderas de lucha. Claro que existen excepciones. Con estos postulados los mitos y tradiciones del Estado-protector⁸ de la sociedad

⁸El estado-benefactor surge con Keynes en el año de 1936, cuando se publica su *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. La definición del concepto consiste fundamentalmente en el establecimiento de un número importante de garantías a los trabajadores que se traducen, por ejemplo, en seguros de desempleo, otorgamiento de servicios básicos (salud, educación y vivienda) y el establecimiento de salarios mínimos, etcétera, que ayuden a la población

mexicana empiezan a sufrir resquebrajamiento en sus estructuras valorativas, económicas y políticas, pero sobre todo en el control social por parte del gobierno-estado. Su postura política y económica es de una libertad moderada, pero sin perder el control del Estado. Control para la reconstrucción PRI-institución-gobierno y la formación de un nuevo Estado social moderno.

Por ellos y por su relativa formación académica, así como por su visión globalizadora, los "Baby Boomers" ven desde el nivel industrial que la planta productiva del país empieza a abrirse a los más difíciles retos que haya enfrentado en su historia: "edificar una nueva visión, en cuanto al manejo y la conducción de las empresas". Los negocios y las empresas, y todo aquello que las rodean, cambian de piel y de nombre por el bien de México. Comentan frecuentemente en sus círculos sociales y políticos que todo debe cambiar para que todo siga igual, y no se pierda el control que tienen sobre las instituciones sociales del Estado.

Esto da como resultado la fundación de nuevas vocaciones especulativas, así como también la inversión de riesgo, las alianzas estratégicas, fusiones empresariales y una competencia descarnada por tratar de ingresar al club de países del primer mundo.

Los "Baby Boomers" son el puente entre la tradición y la modernidad en los diferentes espacios de los negocios, la política, cultura y otros quehaceres sociales del hombre. Son pioneros del desmantelamiento de la idea de empresa cerrada y del Estado, como de la empresa sobreprotegida; buscan un trato más transparente con el gobierno.

a subsistir. Claro, para que esta condición se cumpla, debe existir un Estado-eficiente. Así el Estado-benefactor tiende a ver y aliviar más las necesidades de los pobladores de un territorio garantizándoles las condiciones mínimas de subsistencia; en cambio el Estado-protector tiende a ver por la seguridad de las instituciones sociales y privadas, creando políticas para la sobrevivencia de las mismas como garantías de la recaudación fiscal, control de los stocks productivos, el cierre de fronteras a productores que dañen la economía nacional. De manera simplificada podríamos decir que el Estado es un sistema inmerso en la sociedad encargado de dirigir y controlar las actividades del conjunto social, normador de la vida colectiva bajo un poder establecido sobre una población que habita una determinada circunscripción geográfica.

Intuyen que el futuro exige no sólo la mejora tecnológica, sino fundamentalmente la eficiencia global de los procesos productivos, administrativos, de comercialización y de ingeniería financiera. El mundo exterior y la competencia empieza a dejar de ser una amenaza, opinan, para convertirse en un sinónimo de oportunidades y nichos de negocios.

Los rasgos más concretos que definen a los "Baby Boomers" son los siguientes:

- Son hijos de la posguerra, que crecieron bajo el amparo del desarrollo estabilizador y sus espejismos de riqueza.
- Educados principalmente en el sistema educativo mexicano, pero en universidades públicas, preparados para ocupar posiciones de liderazgo. Educación que se refuerza, en muchos de los casos, en universidades del extranjero.
- Observadores o protagonistas del movimiento estudiantil de 1968 (algunos son admiradores del hippismo), pero más tarde "formados" para ocupar puestos gerenciales y directivos en la iniciativa privada, o en cargos públicos.
- Precursores del desmantelamiento de la idea de empresa cerrada y sobreprotegida, son partidarios de la competencia.
- Mínima preparación tecnológica, pero con una gran actitud de mantenerse al día.
- Cuentan con un alto sentido y compromiso social. Son hábiles políticos.
- Su estilo de negociar es prudente y cauteloso.

B) Yuppies

Otra de las categorizaciones de los ejecutivos y empresarios mexicanos es la llamada generación Yuppie. Ésta es quizás una de las clasificaciones más controvertidas en los últimos años. Los "Yuppies" (*young, urban professional, people*) son el paradigma de un cierto grupo de individuos en el ambiente de los negocios; poseen estilos de vida, formas de divertirse, de vestir, de estar en el mundo muy peculiares; son reflejo y representantes de una época determinada, auspiciados por el llamado "milagro mexicano". Representan a los "hijos bien nacidos" en el país.

Los miembros de esta generación se encuentran ubicados cronológicamente entre mediados de la década de los años cincuenta y mediados de los sesentas, viven el ocaso de la estabilidad económica. En 1982 vislumbran su hora de participar en los negocios y en la política gubernamental, alejándose de los modelos populistas de la economía y de toda preocupación social, evidenciando la ineficiencia del gobierno, asumen una distancia en la forma de conducir las empresas como en antaño. Son adoradores del reto y del mercado, de la productividad, de la lucha voraz por el nivel y el estatus dentro y fuera de las empresas. Muchos de ellos tienen un sentido de respeto y admiración por los "Baby Boomers", pero más que nada son creyentes de sí mismos.

Son agresivos y hasta arrogantes, se consideran como los luchadores de la globalización. Su territorio se ubica en las nuevas redes administrativo-financieras, tanto públicas como privadas; también se les vincula al mercado mundial, a la gestoría y consultoría empresarial; se les localiza en las modernas micro y pequeñas empresas de prestación de servicios o innovadoras de nuevos productos.

Los "yuppies" mexicanos se hicieron de fama por su posición de clase holgada, amantes del buen gusto y por su refinado desenvolvimiento dentro de la sociedad. Su estilo de vida se eslabona con la elegancia construida por marcas de accesorios, perfumes y fragancias muy prestigiosas; por su alimentación *Light*, el acudir al *Gym* y al *Spa* refuerzan su ego. Éstos son sólo algunos de los rasgos que los distinguen dentro de la *high society* mexicana. Según algunos estudiosos, los "Yuppies" son una especie de "Nerds corporativos", se ubican en los mandos medios de las empresas o de la burocracia pública. Se caracterizan por ser gentes que se orientan hacia la eficiencia, su meta es tener el "poderío económico". No creen en los cambios políticos y son muy egoístas en sus planteamientos sociales.

En palabras de Carlos Monsiváis: "nuestros yuppies serían la primera generación de estadounidenses nacidos en México".

En síntesis, las características que los definen son:

- Forman parte de una clase social emergente, pujante y por excelencia ambiciosa.
- Educados en colegios y universidades privadas, con posgrados en instituciones extranjeras.
- Viven en el ocaso de la estabilidad económica, por lo que sus banderas partidistas dicen un rotundo "no" a los modelos populistas y a la ineficiencia gubernamental.
- Tienen escasas preocupaciones sociales. Su único fin es ganar dinero.
- Adoran el libre mercado, la productividad, el nivel y el estatus.
- Amantes del gusto refinado: prendas de vestir, perfumes, accesorios, etcétera, y asiduos visitantes de gimnasios muy exclusivos.
- Se consideran como guerreros de la globalización.
- Su estilo de negociar es agresivo y arrogante.

C) Generación X

Desde la década de los años ochenta, y desde las cenizas de una economía mexicana apabullada, surge un híbrido de las fracciones de la clase social en descomposición; es un estrato que trata de recuperar los restos del "yuppismo decadente", que tiende a ser más jovial, abierto a todo tipo de relaciones sociales, no sustenta ni promulga bandera alguna de pertenencia a una clase social específica, partido político, asociación o fraternidad; no busca formar grupos sociales de lucha y resistencia, ni comulga con alguna ideología de izquierda; el estrato al que se hace alusión recibe el nombre de Generación X.

La "Generación X", cuyo trazo ideológico y educacional necesariamente funcionará como un "contrapeso a todo proyecto de tecnocratización social absolutista", que busca y trata de influir en toda una sociedad, orientándola a un proyecto "holístico".⁹

⁹El holismo pone énfasis en el desafío de crear una sociedad sustentable, justa y pacífica, en armonía con la tierra y sus formas de vida. Implica sensibilidad ecológica, respeto profundo tanto por las culturas indígenas como por las ideas de la modernidad; así como por la

Análogamente a las categorías antes abordadas, esta generación proyecta una visión distinta en el manejo de las empresas, no sólo ve al organismo empresarial como productor de bienes de consumo, sino que puede ser un espacio donde las relaciones sociales de producción pueden vincularse con la sociedad y con el medio ecológico que le rodea, sin transgredir el equilibrio de los entornos ecológicos de los sistemas de la naturaleza.

Aunque la mayoría de los estudios que se tienen sobre la "Generación X" se refieren a un universo de la población relativamente joven, que nace entre 1964 y 1981, parecería que una parte de este estrato tendría una mayor presencia en el mundo de los negocios y de las empresas. La generación que presentamos, no tiene hasta la fecha una definición clara de su existencia en nuestro país, pero existen indicios que marcan el camino de su formación.

Si se pretendiera establecer en términos esquemáticos algunos puntos que definirían su existencia, así como la de sus grupos sociales de referencia, los rasgos más comunes y sobresalientes que las describirían serían los siguientes: un claro manejo de los idiomas o lenguas extranjeras, saben usar adecuadamente de la tecnología (Internet y otros), contar con una flexibilidad en los horarios de trabajo (no existiendo horarios establecidos ni rígidos), manifiestan la no apariencia de las cosas, ni de las relaciones sociales basadas en jerarquías dentro y fuera de las empresas (nadie es más que los otros), aceptando la diferencia y el respeto de los demás.

diversidad de las formas de vida del planeta. El holismo trata de expandir la manera en que nos vemos a nosotros mismos y a nuestra relación con el mundo, celebrando y resaltando nuestro potencial humano innato: lo intuitivo, físico, imaginativo y creativo, así como lo racional, lógico y verbal. El proyecto holístico reconoce que los seres humanos no sólo deben buscar una significación de datos y destrezas, como aspectos intrínsecos de un desarrollo completo y sano, sino también cultivar las aspiraciones más altas del espíritu humano. El proyecto holístico es un conjunto de proposiciones que incluyen: a) Establecer relaciones humanas abiertas y dinámicas; b) Cultivar una conciencia crítica de los muchos contextos en la vida de los individuos; moral, cultural, ecológico, económico, tecnológico y político; c) Todas las personas poseen vastos potenciales múltiples que solamente ahora estamos comenzando a comprender. La inteligencia humana se expresa por medio de diversos estilos y capacidades, por los cuales debemos respetar a todos; d) Modos de conocer intuitivos, creativos, físicos y en contexto emotivo; e) El currículo es interdisciplinario e integra las perspectivas globales y de la comunidad.

Reitero, en México aparentemente todavía no se tiene la presencia de este estrato social -"Generación X"- en puestos de dirección ejecutiva empresarial.

Otros rasgos que pueden ayudarnos a distinguirlos son:

- Individuos educados en colegios y universidades privados del país o del extranjero, en su mayoría; no utilizan sus títulos académicos como herramientas de venta. Alardean poco.
- Entre sus preocupaciones principales están la ecología y la alimentación "sana".
- Buscan flexibilidad en los horarios de trabajo y comodidad en el vestir ("nada de apariencias"), están en contra de la formalidad que da el vestir.
- Respetuosos o indiferentes de las minorías.
- Desconfían, por naturaleza, de la "gente mayor", sobre todo de los viejos políticos y académicos.
- Su estilo de negociar es creativo, poco o nada agresivo.

D) Fresas, Juniors y Gente Bien

Continuando con esta clasificación sociológica y abundando en las características que poseen los empresarios mexicanos, toca el turno ahora a los llamados Fresas.

Por lo general estos individuos pertenecen a una clase social baja y media baja que ha sido golpeada por la crisis económica y la desintegración de valores sociales. Son individuos que aspiran arribar a una clase social holgada, económicamente hablando. Con frecuencia asumen modos y estilos que no son propios de su clase social, imitando formas de hablar, vestir y de comportamiento social, sin llegar a hacerlos suyos.¹⁰

¹⁰Aquí la "teoría del grupo de referencia" es una contribución importante para entender este fenómeno. Esta teoría es un instrumento que sirve para abarcar la diversidad y el carácter dinámico del tipo de sociedad en que vivimos. El grupo de referencia no debe de ser identificado con el grupo ajeno, o sea, con la no pertenencia a un grupo, porque presupone además de la existencia del grupo ajeno, la orientación de la conducta hacia otro grupo, cuyos valores son internalizados por los miembros del grupo propio. Y precisamente éstos son los problemas planteados en torno al hecho de la orientación hacia otros grupos, lo que constituye el centro mismo del in-

No poseen aspiraciones propias, sino que constantemente están en busca de hacerse aceptar por otros individuos de clases ajenas a la suya, pero, a su vez, niegan su procedencia de clase manifestándolo de manera implícita o explícita. A tales extremos, que llegan a utilizar un lenguaje despreciativo, peyorativo y arrogante en contra de sus congéneres de clase, con un estilo y una entonación sarcástica.

Son asiduos visitantes a centros de esparcimiento como discotecas (*stravagance, magic...*), video-bares (*freedom, hard rock coffee...*), conciertos de música popular (Luis Miguel, Fey, Garibaldi, etcétera). Constantemente tratan de vestir con marcas de prestigio: Giorgio Polato, Óscar de la Renta, Náutica..., aunque muchas veces lo que adquieren son burdas imitaciones.

Dentro de las empresas se encuentran ubicados en los puestos administrativos de la burocracia pública y privada como "empleados generales" y algunos de ellos como managers. Por lo general la gran mayoría son gente joven, comprendida entre los 15 y 22 años. Aunque no se puede determinar un tiempo histórico de su aparición en la sociedad, podríamos ubicarlos a mediados de los años ochentas.

Prosiguiendo con esta distinción de categorías generacionales toca el turno ahora a los llamados Juniors. Se distinguen sobre todo por ser parte de una "clase social alta" que posee condiciones económicas muy solventes.

Presentan una conducta psicológica y social carente de compromiso hacia las instituciones. Su desenvolvimiento social es de una actitud megalomaniática, resaltando el hecho de no tomar las cosas con responsabilidad y serie-

terés de la teoría del grupo de referencia. Así, por ejemplo, un individuo que pertenece a una clase social desprotegida no toma las valoraciones y la conducta de su propia clase, sino de la clase social inmediata o más alta; toma los símbolos de *status* de esta clase, y no los suyos. Tales símbolos pueden llegar a ser, por ejemplo, los de la clase alta, como la posesión de bienes materiales que los definan como pertenecientes a un *status* social determinado. Es un hecho que dentro del sistema social encontramos un conjunto de minorías que son portadoras de sus propias subculturas; esto significa que no comparten la cultura total del sistema social. Es decir, para nuestro estudio cada subcultura está integrada por un subsistema de valores y autoridades.

dad. Su forma de ver el mundo es irrisoria, todo para ellos tiene solución.

Su vida se encuentra rodeada por la diversión "excesiva". Por lo general muestran una actitud prepotente y frívola, fincada en el poderío económico que les da su origen familiar. En sus relaciones sociales tratan en todo momento de sacar provecho de las amistades que realizan, con el fin de cumplir sus gustos más exigentes. Son gente egoísta por naturaleza. Ven a los "otros" como sirvientes dispuestos a complacerlos. Comúnmente estas personas -por su pertenencia a una clase social holgada- no tienen la preocupación de trabajar para obtener ingresos económicos, hecho que los orilla a buscar a toda costa distracciones que muchas de las veces caen en los extremos.

Los "Juniors" al igual que los "Fresas", son grupos minoritarios que presentan desviaciones sociales,¹¹ pero en el caso de los "Juniors" se radicaliza aún más; robo, fraude, engaño, chantaje, son las constantes que los distinguen en sus personalidades, en la mayoría de los casos.

No tienen una posición definida en la estructura organizativa de las empresas, ya que sus principios filosóficos y su poco amor al trabajo no los condiciona a tener una actitud ética hacia el trabajo, sin embargo en algunos casos (muy contados por cierto) ocupan posiciones de asistencia gerencial, pero sin algún cargo de responsabilidad. Sus horarios de trabajo son discontinuos. Muchos de ellos no cuentan con estudios especializados; la gran mayoría han recorrido más de 30 escuelas, nacionales y del extranjero, sin concluir estudio alguno, porque en palabras de ellos: "no hay *school* que nos entienda y nos merezca".

Sin embargo hay algo que debe reconocérseles, son expertos políglotas, con algunas adaptaciones y remiendos al

español, pero cuentan con un buen nivel en la fluidez de su lenguaje. Posiblemente el surgimiento de este estrato de clase se da en la década de los 60's. Son también herederos del desarrollo estabilizador y resurgen con gran intensidad en la primera mitad de los años 80's, junto con la especulación de la bolsa de valores.

Otro de los grupos que podemos analizar hasta el momento y que es de interés para este trabajo, es el denominado Gente bien o Gente bonita.

Este grupo de personas pertenecen a una clase social muy acomodada. El estereotipo clásico de este estrato de la población está definido por ser gente de alta y noble alcurnia. Sus raíces históricas se ubican en la aristocracia afrancesada de principios de siglo, son los herederos de esa clase de antaño; hoy en día muestran una serie de variantes muy propias. Sus relaciones sociales están dadas más por el gusto de ser distinguidos de los demás grupos sociales que les rodean. Asisten con frecuencia a eventos de caridad, inauguraciones de exposiciones artísticas y culturales, entre otros, con el fin de resaltar su presencia como "gente importante", socialmente hablando.

La "Gente bien" son individuos que se desenvuelven en las altas esferas de la sociedad y en algunos casos de la política. Poseen gustos muy refinados por ropa, accesorios, fragancias, comida, bienes inmuebles, etcétera, que adquieren a muy altos costos. Su *shopping* lo realizan por lo general en tiendas muy exclusivas del país o del extranjero, asisten constantemente a establecimientos en Beverly Hills, como Chanel, Óscar de la Renta, Bill Blass, Hugo Boss, Paco Rabane..., que realzan y fortalecen su "ego social".

Son gente muy recatada en su forma de hablar, de vestir y para establecer relaciones con otras personas. Al platicar regularmente utilizan el "usted", tratando de conservar las formas y las distancias. En sus conversaciones utilizan con cierta naturalidad algunos vocablos en francés: *nouveau riche*, *tres comme il faut*. En su proceder social no se mezclan con cualquier gente, sus amistades son muy exclusivas.

¹¹ Los orígenes de la conducta desviada se pueden encontrar en la existencia de una subcultura desviada en la que los individuos adquieren destrezas, opiniones, valores desviados, actitudes y motivaciones que los impulsan a la comisión de delitos, apartándose de la media conductual que establecen los valores de la buena costumbre social.

En algunos casos, pero muy contados, estas personas llevan consigo anillos, alhajas y algún accesorio que los resalte ante los demás, sin llegar a la petulancia extrema. Por el contrario, buscan con discreción ser admirados por otras gentes, sobre todo por grupos ajenos a los de su pertenencia.

En el mundo de los negocios por lo general ocupan puestos de gerencia y presidencia de "sus empresas", son responsables de la conducción de las mismas. Los organismos empresariales donde laboran, son unidades productivas "macros", por lo cual su participación en el cuidado del patrimonio familiar es muy importante. La mayoría de la "Gente bien" asiste o asistió a escuelas del extranjero, sobre todo son fieles alumnos a ideologías de escuelas como las de Chicago, Harvard, Yale, Stanford, Minnesota, entre otras, y seguidores de posturas neoliberales. Son expertos políglotas, poseen un refinado lenguaje y adoradores de conservar las formas sociales.

Sus horarios de trabajo son muy discontinuos, sobre todo porque su desempeño laboral se encuentra en las relaciones públicas industriales. Su forma de negociar y proceder en la conducción de los negocios es sumamente conservadora y cautelosa.

Conclusión

Es importante destacar que la gran mayoría de los empresarios mexicanos no responden por completo, necesaria y esquemáticamente, a una estricta clasificación que se hace de los "Baby Boomers", "Yuppies" y de la "Generación X", ya que muchos de nuestros valores e identidades idiosincrásicas no responden a las características que se plantean

en los estereotipos de la cosmovisión norteamericana que se utilizó para la realización de este trabajo.

Sin embargo, un rasgo común entre las clasificaciones de los empresarios mexicanos -que se trató de llevar a cabo- es la tendencia a imponer como matriz cultural en los negocios ciertas reglas de competencia dentro de los esquemas de una economía abierta; la productividad, calidad y la eficiencia son denominativos que imperan en las actuales células empresariales. Así el manejo más flexible y menos jerarquizado en la estructura empresarial evitará el rezago tecnológico-humano en las unidades de trabajo.

Como intuimos, la incursión de las nuevas generaciones de ejecutivos y de empresarios han hecho que la imagen que se tenía del empresario típico hoy adopte paulatinamente una concepción diferente de lo que es la empresa en cuanto a su manejo y a su sentido social, hecho que dificulta las relaciones entre los actores de estos organismos, ya que cada una de estas generaciones posee un desarrollo cultural que los distingue, elemento que obstaculiza la interacción entre ellos.

De acuerdo con el filósofo francés Guilles Lipovetsky, en México se entrevé el cambio de la imagen social de la empresa, ya que se está convirtiendo cada vez en el lugar de creación de riquezas y se está cerrando el espacio para la lucha de clases, apelando más a la participación de todos para beneficio de todos. Es decir, la empresa ya no será más el centro de disputa de las diferentes clases sociales (en cuanto a relaciones económicas se refiere); hoy es el centro del equilibrio social donde la concurrencia de las diferentes fuerzas sociales proveerá beneficios.

Referencias

ANDRADE SÁNCHEZ, Eduardo. *La intervención del Estado en la economía*, México, UNAM, 1986.
BARBER, Bernard. *Estratificación social*, México, FCE, 1974.
BORDIEU, Pierre. *Sociología y cultura*, México, Grijalbo, 1984.
CHINOY, Ely. *La sociedad*, México, FCE, 1983.

DURKHEIM, Emilio. *Education et Sociologie*, París, 1922.
FOSTER, Hal *et al.* *La posmodernidad*, España, Barcelona, Kairos, 1986.
GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas*, México, Grijalbo, 1990.

KEYNES, J. M. *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*, México, FCE, 1995.

LOAEZA, Guadalupe. *Las niñas bien*, México, Cal y Arena, 1991.

MARX, Carlos. *Prefacio de la crítica de la economía política*, México, Siglo XXI.

MONSIVÁIS, Carlos. *Los rituales del caos*, México, Era, 1996.

ORIOI, ANGUERA y VARGAS ARREOLA. *El mexicano (raíces de la mexicanidad)*, México, IPN, 1983.

REYES HEROLÉS, Jesús. *Tendencias actuales del Estado*, México, Ed. UNAM y Miguel Ángel Porrúa, 1988.

SAMUELSON y NORDHAUS. *Economía*, México, McGraw-Hill, 1989 