

# Sociedad



# Geografía política de los empresarios. El caso de Aguascalientes

## Introducción

En el presente trabajo se plantea el supuesto de que la trasgresión del empresario a la esfera político-electoral se debió a la acumulación de capital; teniendo como premisa que la acumulación de capital no se da sólo en el ámbito natural de dicho actor, el económico, sino que debe estar solventada con la acumulación de capital en el ámbito social, cultural y también en el político. La propuesta teórica es la geografía política; y para hacer evidente dicho proceso de acumulación de capital-trasgresión ambiental de los empresarios, se lleva a cabo un acercamiento empírico al caso de los empresarios hidrocálidos.

**Palabras clave:** empresarios, geografía política, acumulación de capital, cultura 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 independiente de la cultura; y los investigadores de otras disciplinas, que tienden a verlo como una variable profundamente incrustada en la cultura (Berger, 1993: 14).

Entre las posturas más socorridas cuando se estudia el fenómeno empresarial, Berger (1993) indica como un hecho que la motivación básica de los economistas es maximizar la propia ganancia, y que sus actividades empresariales emergerán en forma más o menos espontánea cuando las condiciones económicas sean favorables. Los miembros de este campo de estudio —la corriente neoclásica— hacen énfasis en la disponibilidad de capital, acceso a mercados, recursos de mano de obra, materias primas y tecnología; además formulan

♦ Posdoctorante en la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.

antuarod@yahoo.com.mx

antuarod@gmail.com.

su análisis en términos de *condiciones de oportunidad económica* y de *riesgo económico* (Berger, 1993: 15). Otros científicos sociales (como los antropólogos, politólogos, historiadores, psicólogos y sociólogos) subrayan la influencia de diferentes factores: normas y creencias, motivaciones psicológicas para lograr metas, la legitimidad de lo empresarial, cuestiones de marginalidad social, entre otros.

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. Hernández (2004) propone situarse en otro nivel de abstracción, al cuestionarse ¿qué concepto de actor es el más adecuado para estudiar al empresario?

Hernández (2004) argumenta que si se definiera al empresario como actor racional, ello entrañaría que sus decisiones contemplasen el cálculo de soluciones óptimas, lo que presupone el conocimiento de *todas* las opciones en la búsqueda de una mejor relación entre costo-beneficio (Hernández, 2004: 10). En sintonía con Berger (1993), considera que su motivación básica es maximizar la propia ganancia, y su ideología empresarial emergerá cuando las condiciones sean favorables, independientemente del ámbito en que se desenvuelva (político, económico, social, etc.). Schumpeter (1983) mantiene que es difícil formular una concepción única del empresario más allá de la caracterización sociológica como grupo que comparte estatus y funciones particulares, sin vincularlo con la fase del desarrollo capitalista y los modelos económicos que prevalecen (Schumpeter, 1983).

Si bien en los estudios empresariales se enfatiza sobre una dicotomía entre el racionalismo y el estructuralismo en el actuar de los empresarios, la visión que se pretende

en este trabajo es más ecléctica. Intenta aprehender al empresario como un sujeto cambiante, dinámico, que se ha amoldado a los requerimientos del nuevo orden sociopolítico y económico en la escala geográfica mundial, nacional y local. Para el caso de este ensayo, se enfatiza en el ámbito político-electoral de la escala local.

Así como el concepto del empresario es abordado desde distintas perspectivas, el estudio del papel político de los empresarios en México ha sido planteado a partir de diversos enfoques teóricos. Es posible un acercamiento desde el punto de vista de la política y la sociología, derivando básicamente en dos enfoques teóricos generales: el primero de ellos, “la teoría de la élite, atrajo la atención de los investigadores gracias a la obra de Gaetano Mosca y de Wilfredo Pareto [especialmente, debido a] la interconexión postulada por las élites del sector privado y del sector público” (Camp, 1995: 18). Los propios teóricos de la élite señalan muchas deficiencias en la bibliografía sobre los empresarios. De hecho, algunos analistas consideran que los vínculos entre los líderes del sector privado y del sector público son naturales, y además se ven fortalecidos por un estilo de vida similar, derivado de un nivel de vida compartido, actividades sociales comunes, antecedentes educativos similares y, en última instancia, matrimonio entre los miembros del mismo grupo.

El segundo enfoque relaciona los aspectos políticos con los ideológicos del liberalismo económico que resurgieron con el desencanto del *modelo de la posguerra*; enfocan su esfuerzo en establecer una relación entre las crisis económicas de los años setenta y la emergencia de los inversionistas privados como actores políticos en México.

Plantea que tanto las empresas como las fuerzas e instituciones proempresariales comenzaron en dicha época un movimiento ideológico, político y social enfocado a reducir la intervención gubernamental en la economía, legitimar las

actividades empresariales y la propiedad privada, romper o debilitar prácticas e instituciones corporativistas y revitalizar las facetas individualistas de la doctrina liberal frente a las comunitarias (Salas-Porrasm 2001).

Hay concordancia con algunos componentes de tales postulados, pero se considera que no son suficientes para explicar el activismo político electoral de los empresarios en Aguascalientes. Si bien como actores del mercado manifestaban alcances políticos, no era común que se inmiscuyeran en el ámbito electoral, más bien se mantenían con un perfil bajo; su participación político-electoral se enmarcaba básicamente financiando un alto porcentaje de las campañas de los candidatos. Pero también había sido habitual que no aparecieran visibles en las campañas, y más raro era que lucharan al interior de los partidos por algún puesto de elección popular.

Intentando apoyar los supuestos apuntados, se apuesta por una propuesta teórico-metodológica innovadora: la geografía política. Se pretende su aplicación en el caso del triunfo de un empresario local en los procesos electorales de 1998 y 2004 por la gubernatura del estado de Aguascalientes.

La geografía política pretende articular las relaciones políticas a través de distintas escalas geográficas; esto es, lograr la interacción de la dimensión geográfica y de la dimensión política. Preciado (2002) concibe a la geografía política como una disciplina que estudia las coordenadas propiamente políticas de las escalas geográficas (global, nacional y local), analizando a los actores estatales y no estatales, que tienen por objeto de apropiación al espacio geográfico.<sup>1</sup>

---

1. Apuntes de las lecciones que como director de tesis doctoral impartió el doctor Jaime Preciado (2002).

Los antecedentes de la geografía política y el punto de partida de su evolución conceptual y teórica se remontan al siglo XIX: “con el geógrafo alemán Carl Ritter, considerado como uno de los fundadores de los modernos estudios geográficos, enfatizó en la multidisciplinariedad de los estudios de la geografía” (Sánchez, 1981). Posteriormente, “Friedrich Ratzel —geógrafo alemán— argumentó un condicionamiento de las actividades humanas respecto del medio físico, sentando las bases del determinismo geográfico” (Sánchez, 1981).

Con el derribamiento del muro de Berlín, la caída de la URSS y el fin de la Guerra Fría, se despertó nuevamente el interés por el análisis del nuevo orden mundial a partir de la geografía política (Taylor, 1994: XV). En la actualidad existen varias propuestas para su estudio o de sus subdisciplinas (geografía electoral, geopolítica, geografía del voto, geografía del apoyo, geografía del poder, etcétera).

El abordaje teórico que realiza Peter Taylor (2001) parece el más adecuado en este ensayo; ya que además de conectar las tres escalas geográficas y vincular a la mayoría de las subdisciplinas de la geografía política en forma crítica (geografía electoral, geopolítica, etc.), enriquece su análisis al contemplarlo a través de varias dimensiones (espacial, temporal, económica y política), logrando una aproximación sistémica con cada una de estas aristas. Otro elemento que anima a retomar los postulados de Taylor es que abunda en la política del poder y la política del apoyo, componentes que servirán para entender el traslape de los empresarios entre los ámbitos económico y político.

En referencia a la política del poder, Taylor (2001) plantea que su finalidad es la acumulación de capital, misma que comprende como la acumulación de capital económico; se considera que los postulados taylorianos pueden ser complementados y enriquecidos a través de la acumulación de

capital no sólo en el ámbito económico, sino en otras esferas: política, social y cultural.

Para discernir sobre cada uno de estos ámbitos y poder clasificarlos, se establecen algunos indicadores que patentizan cómo los empresarios han acumulado capital en cada ámbito.

En lo que se refiere a la acumulación de *capital político*, algunos factores que propiciaron que el empresario incrementara su participación en el sistema político hidrocálido son:

- Los empresarios financiaban a las cúpulas partidistas y las campañas de los candidatos.
- Otorgaban apoyos en especie a los candidatos.
- La ciudadanía manifestaba hastío por la imposición de candidatos desde el poder central.
- Estos emisarios del poder central demostraban poco o nulo conocimiento sobre las problemáticas y necesidades locales.
- En contraparte, el discurso empresarial era acorde a los intereses y necesidades locales.
- El empresario mantuvo un discurso opositorista.
- Condicionaba su apoyo a los emisarios del poder central y actuaba abiertamente en apego a sus propios intereses.
- Los empresarios incrementaron sus redes político-partidistas.
- Elevaron su perfil político con maniobras mediáticas.
- Extrapolaron su liderazgo de las organizaciones empresariales a los partidos políticos.
- Se apoderaron de los comités estatales y municipales de los partidos más competitivos y de sus organismos cupulares.
- Crearon redes de poder dentro de los partidos, instigando o cooptado a través de ofertas laborales en los *gobiernos empresariales* a sus obreros/empleados para



que se afiliaran al partido en el que *militaban* los empresario, para mantener cautivo cierto número de votos para las elecciones internas.

En lo que respecta a los indicadores de acumulación de capital económico, tenemos que:

- Ampliaron el tamaño de la empresa (en número de empleados).
- Se trata básicamente de empresas que exportaban.
- Implementaban estrategias sociotécnicas para elevar la competitividad.
- Compraban tecnología de punta.
- Indicadores de acumulación de capital social de los empresarios:
  - Había consenso social respecto a la imagen del empresario como benefactor (creaba oportunidades de empleo).
  - Era socialmente considerado más honesto que *un político*.
  - La ciudadanía confiaba en que un empresario tenía cualidades de dirección.
  - Mantenían matrimonios duraderos y *consolidados*, lo que goza de gran prestigio en una sociedad conservadora como la hidrocálida.
  - Tenía arraigo con el terruño.
  - Se declaraba abiertamente católico.
  - Mantenía un perfil de liderazgo y participación en organizaciones de servicios (Rotarios, Caballeros de Colón, ACJM, DIHAC, etcétera).
  - También manifestaba su liderazgo en organizaciones empresariales.
  - Se les identificaba como miembros distinguidos del terruño porque estudiaron en las escuelas más prestigiadas, pertenecían a los clubes de abolengo y a organizaciones confesionales de arraigo regional.
  - Se reconocían a sí mismos como líderes de opinión y la sociedad lo avalaba, continuamente eran buscados por

los medios para que declararan casi sobre cualquier tema.

- Mantenían y potencializaban extensas redes sociales tanto entre sus iguales (empresarios), como con otros actores preeminentes del entramado social (político, sindical, educativo, clero, etc.), donde se les reconocía como benefactores financieros.
- Incluso extendían sus redes a los estratos marginados: dando despensas, cobijas, láminas, etc., a través de voluntariados que lideraban sus esposas.

En el sentido de la acumulación de capital cultural:

- Los empresarios se consideraban los adalides de la democracia, y dicha presunción influía sobre la sociedad.
- Pretendían imponer los valores empresariales a los partidos políticos.
- Dichos valores y principios los han extrapolado al ser gobierno: se privilegian la productividad, la competitividad, las certificaciones por instituciones internacionales, etcétera.
- Se preparaban en instituciones privadas, en las cuales, además de lograr un grado académico, tomaban cursos de administración pública, ciencias políticas y demás materias que les ayudarían en su inserción al ámbito público (Rodríguez, 2007).

La simbiosis de la acumulación de capital en los cuatro ámbitos mencionados se dio desde la década de los noventa. A partir de 1992, los empresarios se hicieron del municipio capital en forma ininterrumpida; pero no fue sino hasta 1995 que la alcanzaron sin que fuera una prebenda, sino que lucharon por ella a través de un partido de oposición.

Lo anterior coadyuvó a que en el año de 1998 lograran extender su dominio hacia la gubernatura, mismo que continúa en la administración 2004-2010.

### Acumulación de capital del empresario

Para el análisis de la política del poder y del apoyo del empresario hidrocálido se considerará solamente al pequeño, mediano y gran empresario (industrial, comercial y de servicios). Para delimitar aún más a los sujetos de estudio, se estudia solamente a los empresarios que se ubican en el área conurbada de la ciudad de Aguascalientes, ya que es ahí donde se asienta más de 90% de las empresas de la entidad. En lo que corresponde a la delimitación temporal, el análisis comenzará en 1992 —desde que los empresarios presiden ininterrumpidamente la capital estatal, y a partir de 1998, la gubernatura del estado.

En Aguascalientes, el empresario surge principalmente de los pequeños talleres textiles, de la comercialización de sus productos y los llegados del campo. A diferencia de otras regiones del país, “no responde al paso de una clase terrateniente a empresarios; proviene de comerciantes o trabajadores (ferrocarrileros, burócratas o del campo inclusive) que vieron la posibilidad de implantar una empresa” (Hernández, 2003: 126).

Es en la dimensión cultural donde se advierte cómo converge la acumulación del capital económico, político y social; cuando se logra una sinergia en la acumulación se hace evidente en el capital cultural, si bien es el más sutil, también es el más perenne. Con la intención de establecer una aproximación a la cultura del empresario hidrocálido, se ensayan cuatro categorías: empresario consolidado, empresario externo, empresario activista y empresario emergente. A partir de esta tipología, se abarca a los empresarios que se establecieron en la década de los cincuenta (consolidados);

los que llegaron en los ochenta (externos); los que surgieron del sincretismo de ambas posturas culturales (activista), hasta llegar a los emergentes (que surgen de programas específicos de instituciones de educación superior, organismos empresariales y gobierno).

Los empresarios consolidados lograron amalgamar la acumulación de capital al menos en tres rubros: el económico, el político y el social. En el económico, ya que si bien la entidad no se caracterizaba en los años cincuenta por su dinamismo, entre los pocos que podían acumular recursos monetarios estaban los empresarios comerciales, debido a que la economía estatal giraba principalmente en torno al comercio y al sector agrícola. Al consolidar su capital económico, diversificaron sus inversiones, especialmente hacia el naciente sector industrial. Por lo general, se dedican al sector industrial (textil y metalmecánica) o comercial y son dueños de empresas grandes o medianas.

En lo que respecta a la acumulación de capital político, vemos la sinergia que comúnmente se presenta entre los estratos cupulares: acuden a los mismos centros educativos, de entretenimiento, clubes de servicios, religiosos, etcétera.

Lo anterior les permitía establecer redes con los liderazgos de la época; para negociar acuerdos con el gobierno y fijar límites salariales, así como exigir prácticas corporativistas a los sindicatos y centrales obreras. En su relación con el gobierno, el empresario consolidado agradece o comparte las acciones del gobierno, ya que son por el desarrollo de la entidad. Además de que históricamente se han significado como los principales mecenas de los políticos, y éstos, al ser gobierno, se convierten a su vez en los principales benefactores de sus mecenas.

Entre algunos de los factores que propiciaron la acumulación de su capital social, podemos mencionar: ser dueños de la empresa, haber comenzado *desde abajo*, considerarse

y ser considerados como benefactores sociales —eran generadores de empleos y de riqueza—, el apego al terruño y a la familia —los logros empresariales eran considerados *progreso familiar*—. Un indicador más de capital social eran los matrimonios entre hijos de los representantes de los estratos más altos de la sociedad.<sup>2</sup>

Con la política de apertura promovida por el gobierno en la década de los ochenta, se aprecia la instalación de empresas cuyo origen de capital es nacional o internacional. Con estas empresas llega otro tipo de empresario, el *externo*; su arribo se da con la apertura de grandes empresas (Xerox, Nissan, Spimex, Fomasa y Liconsa, entre otras) inscritas en la rama electrónica, automotriz y textil (regularmente del régimen maquilador). Con los empresarios externos arriba una nueva idiosincrasia empresarial, propia de la internacionalización de los postulados del libre mercado y del abandono del proyecto del Estado benefactor.

Contrasta con la idiosincrasia del empresario consolidado básicamente en que muchos de los empresarios externos no son propiamente dueños de las empresas, son más bien directivos de grandes trasnacionales. Otra característica es que mantienen vínculos patronales que atraviesan no sólo las fronteras locales, sino también las nacionales. En lo que se refiere al capital político y la relación empresario-gobierno, se pasa de relaciones de amistad a conexiones de *inversionista-facilitador*. Ahora es el gobierno estatal quien necesita de las inversiones de estos grandes empresarios para prolongar *la paz social* que la generación de empleos sostiene en el estado.

Lo que no contribuye a su acumulación de capital social es su escasa cohesión con la sociedad hidrocláida (conservadora y con marcada raigambre católica): sólo conviven en

2. Para la tipificación empresarial que propongo, retomo algunos aspectos de la clasificación elaborada por Hernández (2003), específicamente sobre el grupo de empresarios locales surgidos en los años cincuenta.

algunos clubes de esparcimiento o en actividades obligadas por la institución escolar de sus hijos.

A principios de los años noventa, una nueva generación de empresarios — más jóvenes— usufructúa el capital acumulado por sus predecesores. El empresario activista mantiene estrechas relaciones con actores políticos y gubernamentales, en algunos casos incluso de parentesco. Son sagaces ante las oportunidades del mercado, están prontos a diversificar su capital económico. Es el caso de la expansión de obra pública en el sector inmobiliario, que fue rápidamente conquistado por estos empresarios.

Gran parte de los empresarios activistas fueron enviados por sus padres a universidades privadas (en muchos casos, al extranjero). A su regreso, ponen en práctica modernas estrategias aprendidas para reestructurar sus empresas tradicionales. Una las principales estrategias de la política del poder de los empresarios activistas es propiciar la llegada de especialistas, contratados de otras plantas o traídos de otros estados del país (e incluso de otros países), a los cuales se les coloca en niveles gerenciales.

Esto se da cuando el empresario activista incursiona en los procesos político-electorales, pues según los empresarios entrevistados, *es más fácil encontrar a un administrador de empresas honrado, que a un administrador público con las mismas características*. De inicio, su capital social está devaluado ya que “una peculiaridad en este estrato empresarial es su obstinación por considerar a los recursos humanos tan sólo como una mercancía, la cual por su abundancia no requiere mayor respeto” (Montesinos, 1995: 41). Pero se encargan de elevarlo mediáticamente. Algunos de los valores que promueven los empresarios activistas son la competitividad, flexibilidad, eficiencia y gobernabilidad administrativa. Exigen infraestructura, límites salariales, estímulos fiscales, sindicatos *blancos*, menor injerencia del gobierno en cuestiones económicas, así como en las

relaciones obrero-patronales. La preparación y las redes generadas por sus antecesores son parte primordial de su capital político. No reparan en utilizar su capital económico para ascender rápidamente en el ámbito político.

En lo que corresponde a los empresarios emergentes, son en su mayoría micro empresarios recién egresados de las universidades públicas de la entidad. Tanto el gobierno del estado como las organizaciones empresariales mantienen el Programa Emprendedores con estímulos financieros y de gestión para la micro y pequeña empresa, a través del cual se pretende impulsar la creación de microempresas, para que en lugar de que al salir requieran de empleo, lo generen, que sean empresarios.

Son los empresarios activistas quienes han acumulado suficiente capital (económico, político, cultural y social), para entrar de lleno a la lucha por las candidaturas y ser los principales protagonistas de la contienda electoral. Apropiándose también de la política del poder que posibilitará que su proyecto sea de largo alcance. Además, porque los actores estatales presentaban serias rupturas en sus instituciones, debido a las pugnas internas por el poder. En el contexto de estas profundas transformaciones se dieron los primeros asomos de la política del poder empresarial en Aguascalientes.

Fue a partir del desgaste de los postulados económicos, políticos y sociales que había permeado durante siete décadas en el entorno local, que comenzó el *clivaje* por el poder en Aguascalientes. Mismo que fue prontamente usufructuado por los empresarios activistas en las elecciones: en un primer momento, en su acostumbrada apropiación del municipio capital, y posteriormente de la gubernatura.

Para establecer con mayor claridad la cultura del empresario hidrocálido se desarrolló una tipología, que abarca desde los empresarios consolidados, externos y activistas hasta los empresarios emergentes.



Tabla 7  
Taxonomía empresarial

<i>Cultura empresarial hidrocláida: tipo de empresario</i>				
<i>Tipo de empresario / características</i>	<i>Consolidado</i>	<i>Externo</i>	<i>Activista</i>	<i>Emergente</i>
Fundación de empresa	1950	1980	1990	1998
Sector de la empresa	Manufac. (textil)	Metalmec./Electrónica	Maquila/servicios	Servicios
Tamaño de la empresa	Mediana	Grande	Pequeña/mediana	Micro
Exporta	1	1	1/0	0
Ha crecido en 10 años	0	1	1	2
Procedencia de la empresa	Local	Nacional/Internac.	Local <sup>a</sup>	Local
Empresario fundador	1	0	0	1
Dueño	1	0	1	1
Puesto actual	Presidente	Directivo	Gerente/Presidente	Presidente
Procedencia del empresario	Otro estado	Otra entidad/país	Aguascalientes	Aguascalientes
Estado civil	Casado	Casado	Casado	Soltero <sup>b</sup>
Edad promedio	>60	>50	>40	<35
Nivel de escolaridad	Básico	Profesional/posgrado	Profesional/posgrado	Profesional
Tipo de escuela	Pública	Privada	Privada	Pública <sup>b</sup>
Carrera	2	Ingeniería/Administ.	Indistinta	Adm. <sup>b</sup>
Miembro de asociaciones empresariales	Canacindra y Canaco	GIA <sup>c</sup>	Coparmex, CCEA y USEM	Varias <sup>d</sup>
Relación con gobierno	Amistosa	Funcional <sup>e</sup>	Parentesco <sup>f</sup>	Servil <sup>d</sup>
Activismo empresarial	Nulo	Nulo	Intenso <sup>g</sup>	Intenso <sup>g</sup>
Liderazgo en asoc. empres.	Escaso <sup>h</sup>	Nulo <sup>i</sup>	Frecuente	Nulo <sup>j</sup>
Activismo social	Intenso <sup>k</sup>	Escaso	Frecuente	Frecuente
Activismo político	Escaso <sup>l</sup>	Nulo <sup>l</sup>	Frecuente <sup>m</sup>	Intenso <sup>m</sup>



<i>Cultura empresarial hidrocálida: tipo de empresario</i>				
<i>Tipo de empresario/características</i>	<i>Consolidado</i>	<i>Externo</i>	<i>Activista</i>	<i>Emergente</i>
Miembro partido político	0	0	1	1
Partido	2	2	PAN	Indistinto
Activismo electoral	Escaso <sup>n</sup>	Nulo	Frecuente <sup>n</sup>	Intenso <sup>a</sup>
Candidato (cargo)	Presidente Mpal.	2	Pres. mpal. o gob.	Ninguno
Otro puesto público	Ninguno	Asesor externo	1 <sup>er</sup> nivel <sup>o</sup> diputado	Director o jefe
Parentesco con funcionario	Escaso	Nulo	Frecuente	Esporádico
Parentesco con político	Escaso <sup>p</sup>	Nulo	Frecuente	Esporádico
Religión	Católica	Varia <sup>q</sup>	Católica	Católica

Simbología: 0 = No, 1 = Sí, 2 = No aplica.

Fuente: elaboración propia con datos recopilados de fuentes bibliográficas y hemerográficas; así como de diversos acercamientos con empresarios, políticos y académicos de Aguascalientes.

- a) Si es maquilador, puede ser nacional o internacional.
- b) Es frecuente que busquen establecer relaciones de parentesco con las hijas de los empresarios de las otras tres categorías. En lo que respecta al tipo de institución donde cursó su carrera profesional, así como a la carrera misma, varía ya que el Programa Emprendedores se aplica tanto en universidades públicas como privadas para los alumnos que lo soliciten, independientemente de la carrera.
- c) Para el caso de Aguascalientes, los grandes empresarios industriales (nacionales o internacionales) conformaron su propia asociación denominada GIA (Grupo de Industriales de Aguascalientes), que no responde a las tendencias ideológicas de la Canacindra (progobernista) o la Coparmex y CCE (individualistas). En su política del poder, esta asociación no pugna por una mayor representatividad en las relaciones empresarios/gobierno, sino por la defensa de sus intereses a través de sindicatos autónomos, incentivos fiscales y contratos colectivos negociados incluso antes de que se contrate al personal.
- d) Debido a que está tratando de escalar socialmente, una forma sería a través de las asociaciones empresariales, o logrando amistar (o emparentar) con políticos y funcionarios públicos.

*Continuación de las notas de la tabla 7*

- e) Consideran al gobierno un facilitador, y a las asociaciones empresariales como gestoras.
- f) Entre este tipo de empresarios son comunes los enlaces matrimoniales con hijas (os) de políticos y/o funcionarios públicos.
- g) En ambos casos (activistas y emergentes) se da un activismo empresarial intenso; sólo que los empresarios activistas lo hacen buscando liderar las asociaciones, en tanto que los emergentes persiguen darse a conocer para posicionarse lo mejor posible en el ámbito empresarial.
- h) Los empresarios consolidados consideraban que su ámbito de acción se limitaba a su empresa; lo demás lo razonan como parte de la política, actividad no propia para un empresario.
- i) Debido a las exigentes estrategias implementadas por las grandes empresas trasnacionales, en las cuales prestan sus servicios estos actores del sector privado como directivos, no les es posible —ni les está permitido, por políticas de la misma empresa— ocupar su tiempo en otras actividades ajenas ésta.
- j) Algunas asociaciones empresariales en Aguascalientes establecen ciertas reglas (no escritas) para no permitir el acceso a los puestos directivos a microempresarios o a empresarios que tengan poco arraigo en la entidad (independientemente del tamaño de la empresa).
- k) Regularmente, los empresarios consolidados encabezan organizaciones de servicios (Cruz Roja, Caballeros de Colón, Sembradores de Amistad, Rotarios, etcétera).
- l) Tienen bien delimitado su campo de acción; la política es para los políticos.
- m) Regularmente son líderes de asociaciones empresariales; asimismo, se convierten en líderes de opinión ante la sociedad, de hecho, se apropian de los medios de comunicación diariamente con sus declaraciones (sobre cualquier tema); además, aproximadamente de tres lustros a la fecha han participado más activamente en cuestiones no sólo de política económica, sino también en aspectos de gobernabilidad. En lo que respecta a los empresarios emergentes, el activismo político les posibilita un más rápido ascenso social.
- n) Desde hace varias décadas había sido práctica común que el PRI les ofreciera a los empresarios consolidados la presidencia de la capital estatal, misma que lograban sin desgastarse mucho en campañas electorales, pues no podían desviar tiempo ni recursos de sus actividades empresariales.

- ñ) Desde 1992, un empresario activista encabeza ininterrumpidamente el gobierno de la capital estatal; y desde 1998 lo hace al frente del gobierno del estado. Asimismo, en 2004, aproximadamente 80% de los precandidatos para ambos cargos son empresarios activistas, independientemente del partido político. Los empresarios emergentes se dedican a coordinar ciertas áreas en las campañas de los empresarios activistas, lo cual les permite acceder a puestos en la administración pública (regularmente según su formación profesional, aunque no necesariamente).
- o) Al frente de alguna Secretaría o como funcionario de primer nivel.
- p) No eran extraños los enlaces matrimoniales entre los hijos de políticos de primer nivel, con los descendientes de empresarios connotados.
- q) En cuestión de religión, depende del lugar de procedencia, tanto de la empresa como del directivo.<sup>3</sup>

### Los empresarios lideran el servicio público

---

En el sentido de la acumulación de capital cultural; el nuevo papel asignado socialmente al empresariado a partir de 1982, con el modelo neoliberal, parece haberle asignado el centro de las decisiones; ha pretendido imponer los valores empresariales en su proyecto de gobierno, en el cual se privilegia el adelgazamiento del Estado, la alta productividad y competitividad, la discriminación de los recursos humanos y las periódicas certificaciones a cargo de instituciones internacionales.

En lo que respecta a la acumulación del capital político, los *profesionales* en la materia se fueron añejando y no crearon nuevos cuadros, espacio que los empresarios ocuparon extrapolando su liderazgo de las organizaciones empresariales a los partidos políticos. Se apoderaron de los comités estatales y municipales de los partidos más competitivos, así como de sus organismos cupulares, creando redes de poder dentro de los partidos.

---

3. Sobre el tema de religión en Aguascalientes véase: Padilla, 1991, 1992 y 2001.

La lucha por el poder al interior del PRI propició grandes escisiones. Se comenzaron a dar importantes transformaciones en el ámbito político: la influencia de la élite política olivariana comenzó su declive, “las elecciones de 1992 para gobernador, evidenciaron por primera vez en treinta años la diversificación de las elites y las divisiones internas del PRI” (Reyes, 2000: 299).

Según Granados (2005) “era un grupo político mucho más competente, técnicamente sólido y socialmente más innovador” (Granados, 2005: 134). García (2000) señala que para el proceso electoral de 1992:

[...] los empresarios parecían tener perspectivas nada desdeñables. Felipe González ha dado la pauta para concluir que este sector adoptará una postura más activa; lo que no quiere decir que ésta necesariamente se va a dar al amparo del Revolucionario Institucional... incluso se ha especulado sobre la posibilidad de que sea postulado por Acción Nacional (García, 2000: 23).

En lo que corresponde a la política del poder, “un grupo de 101 empresarios y profesionales, se adhirió a la convocatoria realizada por el DHIAC en función de definir el perfil del candidato ideal para Aguascalientes; tanto al frente del gobierno estatal, como del municipal” (García, 2000: 41). El licenciado José Luis Gutiérrez Lozano, “presidente de la USEM [...] destacó que durante su asamblea, se acordó fomentar la participación ciudadana y que además sea ésta la que defina el perfil de nuestros gobernantes”.<sup>4</sup> Declaraciones alusivas al deseo del sector privado para que fuera Felipe González quien abanderara al PAN en la contienda electoral.

---

4. *El Heraldo de Aguascalientes* (12/01/1992).

Finalmente, González observó que su acumulación de capital no era suficiente para derrotar a la aplastante maquinaria priista, que era dirigida desde el poder central por Salinas hacia Granados. Pero para mantener vigente su capital político, conformó una agrupación denominada *Aguascalientes, Democracia Efectiva*. Compuesta por “la USEM, la Canaco, la CNIC, la Canive, el DHIAC, el Instituto Tecnológico Regional, la Universidad Tecnológica de Aguascalientes y la Universidad Bonaterra, entre otros”.<sup>5</sup> Finalmente, el tricolor apabulló en las elecciones de 1992, sin que ello representara la unión al interior del mismo.

Para 1995 las condiciones eran otras, con un salinismo totalmente deslegitimado y un empresariado fuertemente posicionado. El proceso electoral de 1995 en Aguascalientes fue peculiar en muchos sentidos; entre los factores exógenos, se presentó una crisis económica y política de lo más agudo que se tenga memoria en el periodo posrevolucionario. En el plano político, sólo comparable a la presentada en la transmisión de poderes entre Calles y Cárdenas; en tanto que en el económico “se produjo la crisis económica y financiera más grave de la centuria, caracterizada por una drástica devaluación, una imparable fuga de capitales y el virtual incumplimiento del gobierno federal de sus compromisos financieros internacionales” (Granados, 2005: 133).

En la escala geográfica local, las condiciones no variaban mucho; de hecho se manifestaba más profundamente el distanciamiento entre los empresarios locales —especialmente entre los micro, pequeños y medianos— y los políticos de la *Nueva Generación*. Durante los años previos, los empresarios denostados se habían dedicado a acrecentar su capital político liderando grupos de descontentos, que se multiplicaban ante un gobierno alejado de la sociedad.

---

5. *El Herald de Aguascalientes* (04/06/1992).

Las cosas estaban más que pintadas: una clase política desprestigiada y deslegitimada, ya que ni los tradicionales ni la nueva generación habían conseguido el desarrollo prometido. Finalmente, la candidatura recaería en el empresario Enrique Pasillas Escobedo, quien “ocupó cargos importantes en el gobierno de Miguel Ángel Barberena (1986-1992), era un notable militante del conservadurismo religioso local y contaba con un considerable patrimonio económico personal” (Granados, 2005: 136). Por parte de Acción Nacional, los empresarios Felipe González y Alfredo Reyes se apuntaban como los dos finalistas para ser postulados a la alcaldía de Aguascalientes, “aunque el primero de ellos también hacía la lucha para que lo postulara el PRI”.<sup>6</sup>

Finalmente la nominación fue para quien hasta ese momento lideraba los destinos de la Coparmex en Aguascalientes: el ingeniero Alfredo Reyes Velázquez. Felipe González (2005) narra cómo desde 1995, un grupo de empresarios:

[...] agrupados en el Centro Empresarial de Aguascalientes, empezamos a participar en varias comisiones o consejos ciudadanos... [ahí] se formaron políticamente varios empresarios, como Alfredo Reyes [Presidente Municipal y Senador], López Valdivia, Juan José Hernández, Raúl Guzmán, Miranda Tamborel, Luis Miguel Rentaría, Valdés de Anda [Diputado local y federal], Audómaro Alba [diputado local], Reed Segovia [diputado local] y un servidor [Gobernador de Aguascalientes] (González, 2005: 109).

Según Granados (2005), Alfredo Reyes aprovechó su cargo “para posicionarse en los medios de comunicación y alcanzar cierta notoriedad, de modo que, en un momento en que el PAN tenía pocos nombres en su baraja electoral, a Reyes no le costó demasiado trabajo obtener la candidatura” (Gra-

---

6. *Tiempo de Aguascalientes*, año III, núm. 36, enero de 1995.

nados, 2005: 138). Baca (2006) menciona que el liderazgo de Alfredo Reyes al frente de Coparmex se caracterizó por una actitud combativa; y que su principal respaldo, además de algunos empresarios locales, “lo constituían miembros del DHIAC, la organización que en varios estados se infiltró sigilosamente en el PAN... Francisco Valdés, líder visible del DHIAC, sería el principal operador político de Alfredo Reyes” (Baca, 2006: 120).

De la Torre (2005) reseña que “el grupo de jóvenes empresarios y profesionistas que se aglutinaron en torno a la candidatura, luego fueron los funcionarios del gobierno municipal de Alfredo Reyes. La mayoría de ellos procedía de la sociedad civil y apenas unos cuantos habían tenido experiencia administrativa de gobierno” (De la Torre, 2005: 77). Conformando así el denominado grupo de *Los Moscos*, debido al sobrenombre con el cual es conocido popularmente Alfredo Reyes.

En las elecciones de 1995, en Aguascalientes se comenzó a romper el paradigma de partido hegemónico. El PRI aceptó por primera vez en forma oficial una derrota, ya que desde 1983 fue muy cuestionado por el PDM su *triunfo* en Calvillo (Alonso, 1985; Rodríguez, 1989; Rodríguez, 2002) y por el PAN en Jesús María (Herrera, 1996). En las elecciones de 1995, el PAN consiguió cuatro de los once municipios en disputa: Calvillo, Cosío (con una diferencia de 3 votos entre PAN y PRI), Rincón de Romos y Aguascalientes. En 1995 llegó a presidir el municipio de Aguascalientes un empresario, que no lo había recibido como parte de la política del poder del viejo régimen, el cual otorgaba dicha canonjía al menos un periodo trianual a alguien emergido del sector privado local.

Cuando un empresario no gobiernista logró llegar al poder gubernamental municipal, y al hacerlo legitimado por las urnas incluso a pesar del propio régimen, se presentó por vez primera en la entidad la posibilidad de usufructuar las

estrategias de la política del apoyo por parte del empresario gobernante.<sup>7</sup>

En el régimen posrevolucionario, las dos políticas actuaron simultáneamente bajo la siguiente lógica: toda política del poder favorecía a algún grupo de interés, que financiaba al partido para que la pusiera en práctica; mientras que el conjunto de las medidas políticas planteadas por el partido a través de la política del apoyo, pretendía atraer a los votantes en posteriores comicios. Dicha lógica se mantuvo hasta finales de los años ochenta en Aguascalientes, manifestándose de la siguiente manera:

*Modelo tradicional de política del poder y del apoyo*



La política del poder favoreció a un grupo de interés; en este caso, a los empresarios que al financiar a un partido propugnaban por obtener beneficios en la instrumentación de las políticas del gobierno.

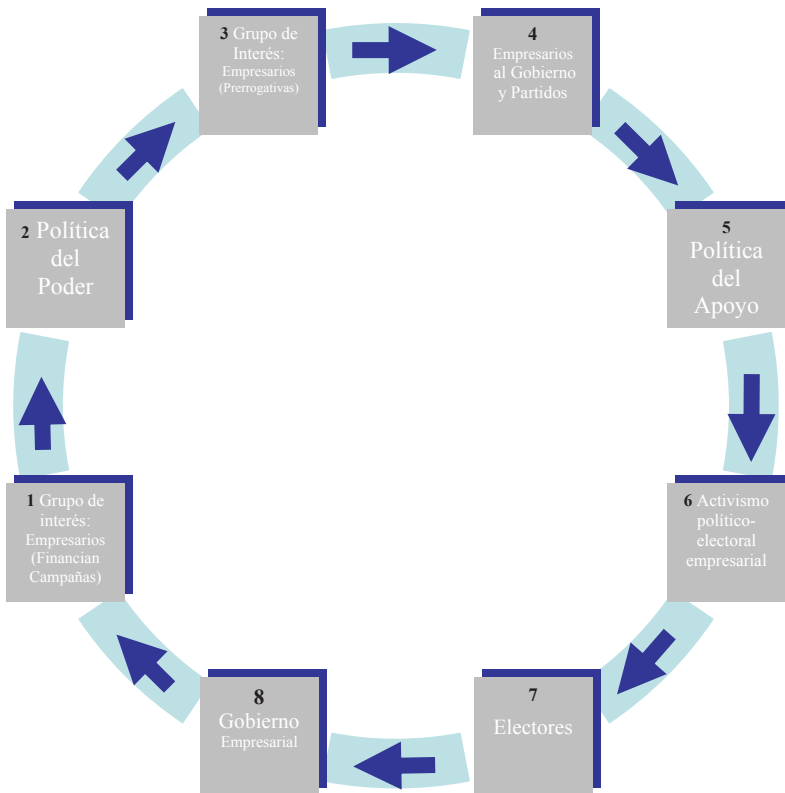
En este modelo, el gobierno regularmente concedía prerrogativas a los empresarios que apoyaban al partido del candidato triunfador: a través de obra pública, información privilegiada, estabilidad económica, política laboral a modo, infraestructura industrial y cargos públicos de primer nivel. Al obtener estos beneficios, los empresarios se replegaban de la arena política.

7. La política del apoyo está basada en las acciones que emprenden los partidos políticos en forma permanente, con la finalidad de allegarse votos en futuras elecciones.



Cuando el gobierno dejó de cumplir con sus requerimientos, advirtieron una ventana de oportunidad en la nueva conformación entre el poder económico y el político:

*Nuevo modelo de la política del poder y del apoyo*



En este modelo, los empresarios ya no sólo costean al partido en el poder para obtener canonjías (obra pública, cargos en el gabinete económico y la alcaldía de la capital), sino que al no ver representados efectivamente sus intereses por los actores estatales, se promueven en la arena político-electoral como candidatos. Aprovechando, además,

la política del apoyo que desde el gobierno y los partidos pueden utilizar para el beneficio de sus proyectos políticos a largo alcance, fundamentalmente a través de política social, que instrumentan en el *padrón de pobres* heredado del anterior régimen, y que ha sido magnificado por los actuales *gobiernos empresariales*.

### A manera de conclusiones

El planteamiento inicial referente a la irrupción de los empresarios en la arena política a través de la acumulación de capital, al parecer continuará; toda vez que en las elecciones posteriores a 1995 se ha permitido a estos actores un mejor posicionamiento, tal y como se plantea en el *Nuevo Modelo de la Política del Poder y del Apoyo*, donde serán éstos quienes ostenten el poder legitimado en las urnas por un largo tramo. Dicha aseveración surge del caso del empresario Felipe González, quien en 1998 pasó a usufructuar el capital acumulado a lo largo de varias décadas. Otro caso sería el de Luis Armando Reynoso Femat, quien en las elecciones de 1998 alcanzó la Presidencia Municipal de Aguascalientes, misma que usufructuó para publicitar la obra pública en vías de su proyecto al 2004: la gubernatura del estado.

Tal y como lo realizó el también panista Vicente Fox al frente del gobierno del estado de Guanajuato en primera instancia, y después aprovechando las estrategias de la política del apoyo como plataforma para impulsar su proyecto personal para la presidencia en el 2000.

En el 2007 vuelve a ganar la Presidencia Municipal de Aguascalientes un empresario que durante varios lustros se ha dedicado a acrecentar su capital en los ámbitos propuestos: social (liderando agrupaciones empresariales, apareciendo constantemente en los medios planteando su posicionamiento sobre los tópicos de interés coyuntural,

liderando gremios como el de los charros, los criadores de toros de lidia, entre otros); político (contendiendo recurrentemente por cargos de elección popular: diputado local, diputado federal y presidente municipal); económico (diversificando sus inversiones, implementando tecnología, creando redes con otros empresarios y políticos, etc.); y cultural (estudiando diplomados y realizando viajes a otros países con especialistas en políticas públicas, etcétera).

Lo anterior confirma la tesis del ensayo sobre la trasgresión de los empresarios al ámbito político como un proceso de acumulación de capital social, político, cultural y el económico, propio de la geografía política; específicamente de las subdivisiones planteadas a lo largo del trabajo: la geografía del poder y la geografía del apoyo. ☞

Fecha de recepción: 08 de noviembre de 2008

Fecha de aceptación: 05 de diciembre de 2008

- Alonso Sánchez, Jorge (1985), "El ensayo de una respuesta equivocada. Las elecciones locales de Aguascalientes de 1983", en Carlos Martínez Assad (coord.), *Municipios en conflicto*, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Autónoma de México.
- Baca Morales, Adán (2006), "El PRI en Aguascalientes en los años 90. División interna y fin de la hegemonía", en Víctor Manuel Muñoz Patraca (coord.), *Partido Revolucionario Institucional 1946-2000. Ascenso y caída del partido hegemónico*, Siglo XXI-UNAM.
- Berger, Brigitte (1993), *La cultura empresarial*, ediciones Gernika.
- Camp, Roderic (1995), *Los empresarios y la política en México: Una visión contemporánea*, México, Fondo de Cultura Económica.
- De la Torre Alcocer, José (2005), "Democracia y participación ciudadana", en Daniel Gutiérrez Castorena, Rafael

## Bibliografía

## Bibliografía

- Medina Toro y Alfredo Reyes Velázquez (coords.), *Alternancia y transición democrática: La experiencia de Aguascalientes*, México, Senado de la República-Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- García, Daniel Carlos (2000), *El perredismo en Aguascalientes (una breve historia)*, México, Ediciones *El Colectivo*.
- González González, Felipe (2005), “Construcción de la democracia municipal” en Daniel Gutiérrez Castorena, Rafael Medina Toro y Alfredo Reyes Velázquez (coords.) *Alternancia y transición democrática: la experiencia de Aguascalientes*, México, Senado de la República-Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Granados Roldán, Otto (2005), “Los años del cambio político en Aguascalientes: 1995-2005”, en Daniel Gutiérrez Castorena, Rafael Medina Toro y Alfredo Reyes Velázquez (coords.), *Alternancia y transición democrática: la experiencia de Aguascalientes*, México, Senado de la República-Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Hernández Romo, Marcela (2003), *Subjetividad en la cultura en la toma de decisiones empresariales, tres estudios de caso en Aguascalientes*, Universidad Autónoma de Aguascalientes-Plaza y Valdés Editores.
- (2004), *La cultura empresarial en México*, México, Grupo Editorial Porrúa-Cámara de Diputados LIX Legislatura-Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Herrera Nuño, Eugenio (1996), *Aguascalientes; sociedad, economía, política y cultura*, México, UNAM-Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Humanidades.
- Montesinos Carrera, Rafael (1995), “México-Estados Unidos: las asimetrías empresariales”, en *El Cotidiano. Revista de la realidad mexicana actual*, año 11, núm. 69, mayo-junio.
- Reyes Rodríguez, Andrés (2000), *Centuria de logros y afanes; Aguascalientes siglo XX*, Aguascalientes, gobierno de Aguascalientes.

- Rodríguez González, Juan Antonio (2002), “Geografía electoral del estado de Aguascalientes, en los procesos electorales para las Presidencias Municipales (1950-2001)”. Tesis de maestría. México, Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- (2007), “Geografía política de los empresarios en Aguascalientes”. Tesis de doctorado. Universidad de Guadalajara.
- Rodríguez Varela, Enrique (1989), “El PDM en Calvillo: elecciones y conflicto”, en Jorge Alonso (comp.), *El PDM movimiento regional*, México, Universidad de Guadalajara.
- Salas-Porras, Alejandra (2001), “Corrientes del pensamiento Empresarial en México”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*; año XLIV, núm. 181, enero-abril.
- Sánchez, Joan-Eugeni (1981), *La geografía y el espacio social del poder*, Barcelona, España, Los Libros de la Frontera.
- Schumpeter, Joseph A. (1983), *Capitalismo, socialismo y democracia*, México, Ediciones Orbis.
- Taylor, Peter (1994), *Geografía política, economía mundo, Estado-nación y localidad*, Madrid, España, Trama Editorial.
- (2001), *Geografía política; economía mundo, Estado-nación y localidad*, Madrid, España, Trama Editorial (reedición actualizada).

## Bibliografía

