

Los altos ejecutivos de las corporaciones transnacionales: Un esbozo analítico para su estudio en México

***Marisol Pérez Lizaur
Leticia Gándara Mendoza***

EN EL PRESENTE ENSAYO SE ESBOZA EL MARCO ANALÍTICO de un proyecto colectivo de investigación relativo a las corporaciones transnacionales y sus ejecutivos de alto nivel, que realiza el grupo de investigación sobre empresas y organizaciones del Programa de Antropología Social de la Universidad Iberoamericana.¹ El objetivo de este texto es plantear un marco conceptual y analítico que oriente, fundamente y dé coherencia a los proyectos individuales en que se está trabajando, y que estudian un nuevo grupo social que se ha

¹ El proyecto “Ejecutivos de alto nivel: Corporación, carrera y familia” del Programa de Posgrado en Antropología Social de la Universidad Iberoamericana cuenta con financiamiento del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt).

El objetivo principal de la investigación es estudiar el proceso de conformación del nuevo grupo social de los altos ejecutivos de las corporaciones transnacionales, reconociéndolo como uno de los principales agentes del proceso de globalización y, por tanto, de importantes cambios sociales y culturales en México y en el mundo. Este grupo interesa tanto en su vida corporativa como en su vida familiar y privada. En otras palabras, se quiere entender, profundizar y relacionar los aspectos de su carrera en la corporación con sus alternativas y decisiones de vida. Se pretende conocer cómo surge e incide este nuevo grupo social en la sociedad y cultura mexicanas. El estudio de los ejecutivos de alto nivel de las corporaciones transnacionales permitirá ampliar el conocimiento acerca del proceso de globalización y sus efectos en México, así como adentrarse en el conocimiento de los complejos procesos sociales y culturales que están relacionados. Se tendrá el conocimiento de las culturas corporativas y en la complejidad de los fenómenos multiculturales que las grandes corporaciones crean y, al mismo tiempo, enfrentan.

El grupo de investigación está integrado por Marisol Pérez Lizaur, Leticia Gándara, Silvia G. A. Sánchez, Betzabé Xicoténcatl, Linda Hanono, y Alberto Calderón.

generado y desarrollado al interior de las grandes corporaciones —los altos ejecutivos corporativos. El ensayo está basado en la propuesta inicial de investigación, en una amplia revisión bibliográfica relativa a la temática del proyecto y en datos provenientes de la primera fase de trabajo de campo.²

Introducción

En el ensayo se plantea y explora una problemática novedosa en las ciencias sociales y, en particular, en la antropología. El problema está dentro del proceso de “globalización” que caracteriza a las últimas décadas del siglo xx, se centra en las grandes corporaciones transnacionales que han sido consideradas como los agentes primordiales de este proceso (Ianni, 1996; Mattelart, 1983; Hall, 1977; Negandhi, 1973; Hofstede, 1980; Van Naanen y Laurent, 1993, Reich, 1999), y estudia a los altos ejecutivos corporativos como un nuevo grupo social que se ha generado y desarrollado al interior de las grandes corporaciones (Mills, 1959; Burnham, 1960).

La literatura acerca del grupo que ahora se estudia es todavía incipiente, en particular desde el punto de vista de las ciencias sociales. Sin embargo, se deben destacar los trabajos ya clásicos acerca de los altos ejecutivos corporativos de C. Wright Mills (1959) y de James Burnham (1960), quienes destacan no sólo la creciente importancia de este nuevo grupo social en la dirección, el control y la organización de los procesos productivos, sino también en los ámbitos social y político. Los ejecutivos de las grandes corporaciones también han sido objeto de estudio reciente por parte de administradores, psicólogos y sociólogos, se estudia su problemática desde otros puntos de vista, especialmente en Francia, Inglaterra, los Estados Unidos y Japón (Adler e Izraeli, 1994; Crompton, 1992, 1996; Chandler, 1977; Kanter, 1977; Marshall, 1995; Nicholson, 1988; Pahl, 1972; Powell, 1993; Roomkin, 1989).

Los estudios antropológicos relativos a la problemática general y particular acerca de este tema son pocos, aunque es necesario mencionar el trabajo pionero de June Nash (1979) que se refiere a la antropología de las corporaciones multinacionales, y los trabajos de investigación etnográfica de Tomoko Hamada (1990, 1991), de Marietta Baba (1989, 1990, 1992) y de Gideon Kunda (1992) referentes a organizaciones y culturas corporativas. En Méxi-

² El proyecto de investigación se encuentra en la etapa inicial de trabajo de campo, por lo que aún no se cuenta con información sistematizada que permita presentar resultados de la investigación.

co, la literatura acerca de la gran corporación y sus ejecutivos, desde el punto de vista de las ciencias sociales, es inexistente.³

La creciente importancia de las grandes corporaciones transnacionales y de sus altos ejecutivos en México,⁴ así como la ausencia de literatura y de trabajos de investigación acerca de esta problemática, permite dar a conocer estas reflexiones en torno a diversos ejes analíticos y conceptuales que esbozan un modelo analítico para el estudio de los altos ejecutivos corporativos en México.

El ensayo está organizado en torno a tres ejes conceptuales principales estrechamente vinculados: el proceso de *globalización*, la gran corporación, y los altos ejecutivos corporativos. Las reflexiones desde diferentes puntos de vista en torno a éstos permitirá contextualizar, histórica y analíticamente, al grupo que se estudia. Éste es, en síntesis, el objetivo de este trabajo.

Las corporaciones transnacionales y el proceso de *globalización*

Cuando se habla de *globalización* se hace referencia a un fenómeno y a una discusión muy recientes (Bueno, en prensa; De la Peña, 1993; Featherstone, 1990; Pérez Lizaur, 1996, 1998; Hamada y Jordan, 1990).⁵ Hace tiempo Immanuel

³ Se puede mencionar el trabajo de Pérez Lizaur referente a las decisiones laborales de un grupo de altas ejecutivas de una corporación transnacional en México (en prensa) como un trabajo pionero en este ámbito en México.

⁴ Aunque en México se tiene la presencia de empresas extranjeras desde finales del siglo xix, no es sino hasta la década de los años sesenta cuando empiezan a tener relevancia en la vida económica, social y política nacional (Meyer, 1979; Adler Lomnitz y Pérez Lizaur, 1993). La expansión de las grandes corporaciones transnacionales se incrementa en la década de los años ochenta. Este periodo de mayor incursión de las compañías transnacionales en la economía mexicana se inicia con la firma del Acuerdo Comercial de Aranceles y Comercio (GATT) en 1986 (Comercio Exterior, 1986) y culmina con la firma del Tratado de Libre Comercio en 1994, y coincide con el periodo de su mayor expansión a nivel global ("The World's View of Multinationals", *The Economist*, enero 29 de 2000:21). La reciente expansión de la gran corporación transnacional está generando la aparición en México de un grupo cada vez más importante de ejecutivos corporativos, cuya relevancia en la vida económica, social y política apenas se empieza a vislumbrar. Este nuevo grupo social está constituido tanto por el personal internacional de las corporaciones, como por un creciente número de mexicanos que ocupan los escalafones medios y superiores de sus subsidiarias en México. En una lista de 68 directores generales o presidentes de empresas transnacionales en México, publicada en la revista *Expansión* (septiembre 15 de 1999:51-64), se puede constatar que 42 de ellos son mexicanos.

⁵ Aunque la idea había estado en el aire por algún tiempo, el término *globalización* se empieza a utilizar en la década de los años ochenta.

Wallerstein (1979) propuso el término “moderno sistema mundial” para referirse a la conformación, a partir del siglo xvi, de un sistema económico mundial basado en la circulación de mercancías y trabajadores a escala mundial.⁶ El término globalización, en contraste, denota la tendencia reciente hacia la configuración de la “aldea global” —esto es, de un mundo caracterizado por la constante interacción e intercambios socioculturales. La globalización es resultado de la creciente interconexión mundial por medio de los mercados, los procesos productivos, la organización del trabajo y, de manera importante, del desarrollo de las comunicaciones y las telecomunicaciones. El fenómeno está marcado, como lo menciona Hanners (1990: 237), por un creciente tránsito tanto de bienes y personas, como de información y significados a escala mundial.

De esta manera, globalización es un concepto que denota no sólo una dimensión económica, sino sociocultural. Estos procesos han llevado a una relación cada vez más estrecha entre la gente de todas partes del mundo y sus diversas culturas locales, y han favorecido también el desarrollo de “culturas transnacionales” que no están relacionadas con ningún territorio (Hanners, 1990; Featherstone, 1990).⁷

Esta tendencia hacia la conformación de la “aldea global” no ha cristalizado, y probablemente nunca lo hará en una “cultura global” extendida uniformemente por todo el mundo, sino más bien, en nuevas formas de vida y culturas mezcladas y sobrepuestas que se están convirtiendo en “subculturas” en el marco de un “entorno global” extremadamente complejo y paradójico (Hanners, 1990: 237-239; Reich, 1999; De Woot, 1999).⁸

Lo que la literatura muestra es que las respuestas de las distintas culturas ante el proceso de globalización se caracterizan por la pluralidad. No debería sorprender que la era de la globalización sea también, paradójicamente, una

⁶ Este concepto fue desarrollado posteriormente por varios autores, entre los que destacan Eric R. Wolf (1982) y Ángel Palerm (1980).

⁷ Para Hanners (1990:243-244) estas culturas transnacionales suelen ser culturas ocupacionales, a menudo relacionadas con trabajos en mercados transnacionales. Estas culturas se transforman en transnacionales en la medida en que los individuos involucrados hacen viajes constantes desde su país de origen o su base de trabajo a otros lugares, y en la medida en que cambian sus lugares de residencia por periodos prolongados durante su vida. A donde vayan, estos individuos encuentran gente con la cual comparten formas y estilos de vida, así como significados culturales.

⁸ El caso de Japón puede ejemplificar este fenómeno: “Más allá de la apariencia moderna del centro de Tokio con sus rascacielos, computadoras y música occidental, Japón es aún una nación asiática, construida sobre las bases de la ética, las formas de pensamiento y los arreglos institucionales del confucionismo. Los japoneses no son, ni serán, como los estadounidenses” (Hamada, 1991:3).

época en la que se haya visto el resurgimiento de los nacionalismos, los fundamentalismos religiosos, los conflictos interétnicos y la búsqueda o el reforzamiento de identidades culturales o nacionales (Anderson, 1983; Arnason, 1990; Featherstone, 1990; Ianni, 1966; Mattelart, 1983: 17; Wolf, 1982).

El reconocimiento de la complejidad de estos procesos ha llevado a un consenso entre los analistas acerca de la naturaleza del fenómeno que se denomina “globalización”: más que por reproducir la uniformidad, ésta puede definirse como una tendencia hacia la organización de la diversidad en un entorno global interconectado —“la aldea global” debe entenderse “como el lugar donde se produce la unidad en la diversidad” (Featherstone, 1990).

Como se ha mencionado, el proceso de globalización está relacionado con la expansión reciente de las grandes corporaciones transnacionales (Ianni, 1996; Mattelart, 1983; Hall, 1977; Negandhi, 1973; Hofstede, 1980; Van Naanen y Laurent, 1993; Reich, 1999). Estas corporaciones, con orígenes nacionales y culturales diversos, inician su expansión internacional hacia finales del siglo xix y ésta se intensifica en las tres últimas décadas del siglo xx (Berry, 1997:4-9; Kanter, 1977:18). Las grandes corporaciones crecientemente producen y venden artículos y servicios en el mundo de manera similar.⁹ Al expandir sus actividades al ámbito internacional, las corporaciones no sólo están exportando capitales, productos, tecnología, patrones productivos y de organización y sofisticadas redes de información, sino también la organización social y los patrones culturales de sus países de origen. En otras palabras, las empresas transnacionales exportan, junto con los procesos productivos, sus propias estructuras organizacionales y sus culturas corporativas.

Las grandes corporaciones transnacionales inciden no sólo en las economías de los países a los que llegan, sino que también posibilitan cambios importantes en los patrones socioculturales locales. Estos cambios implican la interacción de numerosos factores tales como el origen, la organización y la cultura de la corporación, las características políticas, económicas y socioculturales de la sociedad receptora, y las formas en que diversos grupos sociales experimentan, adoptan o resisten los nuevos patrones socioculturales.

La expansión transnacional de las corporaciones y la internacionalización de su personal las ha enfrentado a situaciones multiculturales com-

⁹ En la década de los años cincuenta, Procter and Gamble estableció su política de expansión internacional: “Hemos decidido que la mejor manera de tener éxito en otros países es construir en cada uno de ellos una réplica exacta de la organización de Procter and Gamble en Estados Unidos. Creemos que exactamente las mismas políticas y procedimientos que han permitido el éxito en Estados Unidos, permitirán el éxito en el extranjero” (Schisgall, 1981:182-183).

plejas.¹⁰ No debe sorprender que exista ya una literatura abundante acerca de la problemática de la administración corporativa en situaciones y ambientes multiculturales (Baba y Briody, 1989, 1991; Hamada, 1991; Hamada y Jordan, 1990; Harris, 1993; Harris y Elashmawi, 1998; Kras, 1998; Moran *et al.*, 1994; Schneider y Barsoux, 1997).

Ahora bien, lo que sugiere la literatura (así como las primeras observaciones de trabajo de campo) es, por una parte, que el personal de las subsidiarias internacionales de las corporaciones en general tiende a adaptarse a las estructuras organizacionales y a las culturas corporativas que éstas reproducen en los países en los que se instalan —aunque las experimenten de diversas maneras.¹¹ Pero también, que las corporaciones —al menos las exitosas— tienden a adaptarse, en mayor o menor grado, tanto a las condiciones locales, como a los complejos procesos de adaptación/resistencia con los que responden los diversos grupos sociales (incluyendo su propio personal) a las nuevas situaciones multiculturales y a los procesos homogeneizantes que éstas crean (Baba, 1990; Hamada, 1991, 1990; Kras, 1988; Pérez Lizaur, en prensa; Schisgall, 1981:181-185, 281-290).¹²

La gran corporación como una forma moderna de organización

Para Niklas Luhmann (1999) toda organización es “un proceso concatenado de toma de decisiones”. En otras palabras, es una forma social moderna que

¹⁰ El caso de *The Coca-Cola Company* ejemplifica lo complicado de las situaciones multiculturales en las que operan estas grandes corporaciones: Coca-Cola opera en más de 200 países, emplea a gente de 215 nacionalidades y se comunica con su personal en 126 idiomas (discurso de Douglas N. Daft, presidente y director de *The Coca-Cola Company*, ante la Cámara de Comercio Británico-Americana, Londres, 10 de mayo del año 2000, reproducido en la página web de la compañía).

¹¹ En realidad, sólo los que se adaptan y se identifican con la “cultura” de la corporación permanecen en ésta, ya que las grandes corporaciones tienden a deshacerse de aquellos individuos que no se identifican con la “cultura corporativa” (Pérez Lizaur, en prensa; Collins y Porras, 1995:108).

¹² Nuevamente, el caso de *The Coca-Cola Company* puede ejemplificar ésto. En el mismo discurso, Douglas N. Daft recuerda que históricamente el éxito de la compañía se debió a que no operaba como una empresa global, a pesar de serlo mucho antes de que el término estuviera de moda, sino como una compañía “multi-local”. Indica que durante las tres últimas décadas, Coca-Cola abandonó en gran medida este principio, debido a las exigencias del proceso de globalización acelerada de la compañía. Y propone regresar a las raíces y a la herencia de Coca-Cola, mediante una nueva estrategia que define como “expanding from global to local” (expandiéndose de global a local), con el fin explícito de que su personal en las unidades operativas esté siempre cerca de, y refleje a las comunidades a las que sirven.

aparece y se desarrolla con el sistema capitalista y que está especializada en tomar decisiones.¹³ Este proceso es responsabilidad de sus miembros, quienes por medio de la toma de decisiones reproducen y dan continuidad a la organización. El fin último del proceso de toma de decisiones es precisamente la reproducción de la organización de acuerdo con los criterios capitalistas (Hall, 1977:9-11). La organización adquiere una dinámica independiente de los individuos que la conforman.¹⁴ De esta manera, en toda organización se presenta (o, al menos, se asume) una afinidad entre los intereses y fines últimos de la organización y los de sus miembros (Luhmann, 1999).¹⁵ La gran corporación transnacional es un tipo moderno de organización y, por lo tanto, puede verse desde esta perspectiva.¹⁶

La gran corporación aparece como una forma organizativa dominante entre los años de 1890 y 1910 (Kanter, 1977:18-19; Mills, 1959:120).¹⁷ C. Wright Mills define a las corporaciones como “los centros organizados del sistema de propiedad privada” (1959:120). El rasgo distintivo de la propiedad corporativa es que está dispersa entre miles de inversionistas anónimos. El control efectivo de los medios de producción y del proceso productivo no está en poder de los propietarios del capital, sino de un grupo relativamente pequeño de directores y ejecutivos corporativos (Burnham, 1960:104, 108; Mills, 1959:119).

¹³ Kanter (1977:22) menciona que ya en las primeras teorías de la administración las organizaciones eran consideradas como instrumentos para generar decisiones.

¹⁴ Para Luhmann (1999) no es que los individuos no intervengan en el proceso, lo hacen de acuerdo con la lógica de operación de la organización. Hall también enfatiza este punto: “las organizaciones crecen, se mantienen y continúan sus operaciones, independientemente de las motivaciones de sus miembros” (1977:9-11).

¹⁵ Esta coincidencia entre los intereses de la organización y los de su personal —en tanto miembros de la misma— suele ser uno de los pilares de las ideologías corporativas contemporáneas. Para las grandes corporaciones, los intereses de su personal, especialmente los de su personal de alto nivel, deben ser inseparables de los de la organización (Schisgall, 1981:xi, 46). Así, las corporaciones esperan no sólo que su personal haga suyos los objetivos, aspiraciones y principios de la organización, sino también, su total lealtad.

¹⁶ Este ensayo se refiere a la *corporación* como una forma específica de organización que se asume con el fin principal de producir y/o vender bienes y servicios con miras a obtener una ganancia, esto es, como una forma de organización que asume la producción capitalista. Sin embargo, se debe recordar que la corporación es una forma de organización más amplia, que incluye instituciones como el ejército.

¹⁷ Antes de esta época existían algunos conglomerados como la *Standard Oil*. Pero es en las siguientes décadas cuando empieza la fusión sistemática de empresas hasta entonces independientes, dando lugar a grandes conglomerados que se organizan bajo la forma jurídica de la corporación. En el año 1901, por ejemplo, se forma la *U.S. Steel Corporation* mediante la fusión de 158 compañías (Kanter, 1977:18-19).

William C. Frederick (1995:64) destaca los factores principales que contribuyeron a la emergencia de la corporación como una forma organizativa dominante:

En el nivel macroeconómico, la necesidad de la empresa capitalista de contar cada vez con mayores sumas de capital que pudieran concentrarse en un lugar y sujetarse a una rutina disciplinada de inversión orientada a la obtención de ganancias, requería de un instrumento organizacional como la corporación. En el nivel microeconómico, el deseo de los inversionistas de multiplicar sus ganancias, y al mismo tiempo protegerse de los riesgos de pérdida total de su capital, hicieron atractivo la responsabilidad limitada característica del capital corporativo.

El crecimiento de la gran corporación fue posible gracias no sólo al desarrollo de tecnología que favoreció la producción en masa, sino también a la aparición de los medios de procesamiento de información y de comunicación (incluyendo los electrónicos), que han permitido una mayor centralización en el control de los procesos productivos. Dicho de otra manera, el desarrollo de estos medios ha permitido el control creciente de una gran cantidad de unidades técnicas y de producción, sin importar qué tan dispersas o descentralizadas estén, desde una oficina central. De esta manera fue posible que la estructura extremadamente compleja y especializada de la corporación pudiera mantenerse unida y bajo control (Mills, 1959:123). La tendencia general a lo largo del siglo xx fue, por lo tanto, hacia la consolidación de la gran corporación como la forma de organización económica dominante, la cual ha ido desplazando o absorbiendo a la empresa familiar que había dominado el desarrollo industrial anterior.¹⁸

El desarrollo de la gran corporación estuvo acompañado de cambios tecnológicos importantes tanto en los procesos productivos como en la organización de la producción. La industria moderna requiere, en efecto, de una organización técnica sumamente compleja y especializada por la dimensión creciente de las empresas y por la complejidad de los procesos de producción masiva. La investigación científica y el desarrollo tecnológico se aplican directamente a todas las fases y aspectos de la producción. Las máquinas, las herramientas y los procedimientos empleados resultan complejos y especializados. La división del trabajo es minuciosa y extrema. La coordinación que se requiere entre las diversas fases del proceso productivo se ha convertido también en una tarea altamente especializada (Burnham, 1960:105-

¹⁸ Según datos presentados en la revista *The Economist* (enero 29 del año 2000:21), las mil corporaciones más grandes del mundo son responsables en la actualidad de las cuatro quintas partes de la producción industrial mundial.

107). Asimismo, las corporaciones han creado o incorporado múltiples funciones que se llevan al cabo en departamentos como los jurídicos, de investigación y diseño, de mercadotecnia, de publicidad y de recursos humanos entre otros; para brindar el apoyo logístico que requieren los diversos factores de la producción y la organización del proceso productivo, con miras a incrementar la productividad y la obtención de ganancias. El resultado de estos procesos ha sido una mayor concentración de unidades productivas cada vez más grandes, que se encuentran unidas por intrincadas redes administrativas y financieras (Mills, 1959:123-124).

El desarrollo de la gran corporación ha incrementado, sin duda, la productividad. Sin embargo, como lo menciona C. Wright Mills, el enorme tamaño de la corporación moderna en general tiene menos que ver con la eficiencia técnica, que con arreglos financieros y administrativos. Lo cierto es que las grandes corporaciones en la actualidad parecen más “estados dentro de otros estados, que negocios privados” (Mills, 1959:124).¹⁹ Y es que dentro de los límites financieros y políticos de la gran corporación se ha concentrado lo que se conoce como la segunda revolución industrial. Estas tienen el control tanto sobre las materias primas, como sobre las patentes de invenciones tecnológicas y de los productos terminados que invaden los mercados. Han tendido a la consolidación de su posición en los mercados en los que participan y, al mismo tiempo, a su diversificación. Tienen bajo su mando las mentes más brillantes que inventan y refinan sus estrategias. Emplean hombres como productores y fabrican los artículos que éstos compran como consumidores. Financian la publicidad que gobierna aspectos de la vida diaria de cada vez mayores sectores de la población mundial. En fin, la gran corporación tiene en la actualidad el poder económico y el poder político (Mills, 1959:125).

Las estructuras organizacionales de las corporaciones modernas se crearon gradualmente en el proceso de su desarrollo. Como lo describe Kanter (1977:19-20) estos enormes conglomerados tenían que ser administrados. Los instrumentos, las técnicas y las funciones de la administración, así como los administradores profesionales tuvieron que ser inventados para coadyuvar a la expansión de la gran corporación.²⁰ Así, estructuras y las formas de

¹⁹ Es interesante constatar en este punto, lo significativo de la reunión del *World Economic Forum* realizada en Davos, Suiza, durante la primera semana de febrero del año 2000, donde discutieron al mismo nivel tanto los jefes de Estado de más de 33 países como los presidentes de las más importantes corporaciones transnacionales (*The Economist*, enero 29 del año 2000:21).

²⁰ Es interesante notar que la primera escuela de administración de la que se tiene noticia, se fundó en la Universidad de Pennsylvania en el año 1884, esto es, precisamente en la época

organización de las grandes corporaciones se fueron forjando de acuerdo con los cánones formales mencionados por las nuevas técnicas de la administración, lo que se convirtió en un modelo al que se han ajustado las corporaciones modernas.

La corporación moderna presenta así algunos rasgos o tendencias generales en su estructura y organización. De entre éstos se pueden destacar que sus estructuras son sumamente complejas y altamente jerárquicas, con centros de poder y diversos niveles de autoridad y responsabilidad bien definidos. La división del trabajo al interior de éstas es extrema, con una detallada descripción de puestos, roles y tareas que prescriben quién es responsable de qué y cuándo dentro de la organización. Su personal es dispensable e intercambiable mediante remociones, transferencias y promociones. Hay sistemas reconocidos para el ascenso y promoción del personal dentro de la jerarquía corporativa, así como un lenguaje y procedimientos estandarizados en toda la corporación. Hay también un orden normativo, y complejos sistemas de comunicación y coordinación entre su miembros. Debido a este tipo de estructuras, las relaciones sociales formales dentro de la gran corporación tienden a ser impersonales (Hall, 1977). Esta forma de organización, básicamente ideada y controlada por administradores profesionales, ha encontrado su justificación en la "racionalidad" y la "eficiencia", y ha sido en general presentada "como la forma más adecuada para manejar una empresa" (Kanter, 1977:20).

Como lo muestra la literatura, resultan tan significativas las similitudes como las diferencias que presentan las grandes corporaciones. Y es que sus estructuras organizacionales están influidas por el origen nacional de la corporación —dicho de otra manera, por las condiciones políticas, legales, económicas, sociales y culturales del país de origen de la corporación (Reich, 1999).²¹ Por ejemplo, Tomoko Hamada en su trabajo etnográfico acerca de las corporaciones japonesas reconoce que los principios organizacionales en Japón están arriesgados en la estructura de los mercados de capital y laboral japoneses, y sugiere que las características de estos mercados llevaron al desarrollo de sistemas corporativos completamente distintos en Japón y en los Estados Unidos (1991:41-42).

en que aparecen las primeras corporaciones. Varias décadas después se crea The Harvard Business School para impulsar el desarrollo de esta nueva profesión y coadyuvar a la expansión de la gran corporación (Kanter, 1977:19-20).

²¹ Simon Reich, economista, en su trabajo acerca del mito de la corporación global (1999) confirma esta idea al mostrar cómo la organización, estructura y comportamiento de las corporaciones está condicionado por su origen nacional y las características sociales y culturales de sus fundadores.

Existen otros rasgos organizacionales que dan a cada corporación una identidad propia. Éstos se identifican frecuentemente con la filosofía, los principios, los valores y las normas de la propia corporación, los cuales tienden a guiar tanto los arreglos institucionales como la vida del personal en la corporación —en un sentido más amplio, con lo que se ha denominado la *cultura corporativa*.

El concepto de cultura corporativa ha sido desarrollado principalmente por las ciencias administrativas, con acepciones muy diversas (Gamst, 1990:13-48). Como menciona Kunda (1992:8-9), estos conceptos en general están sugeridos por la tradición antropológica del culturalismo norteamericano. En esta perspectiva, la cultura corporativa es generalmente vista ya sea como “un cuerpo de tradiciones aprendidas que gobiernan lo que debe uno saber, pensar y sentir para adquirir los estándares de la membresía”, o bien como un conjunto de normas, valores, creencias, saberes y significados compartidos que gobiernan la conducta de los miembros en la corporación (Kunda, 1992:8). Para los administradores, la cultura corporativa es algo que se puede “diagnosticar”, “diseñar” o “cambiar” con miras a incrementar la efectividad organizacional y la productividad del personal de la corporación (Kunda, 1992:9; Gamst, 1990). Para las corporaciones, la importancia de esta cultura aprendida y compartida por sus miembros está en que facilita, o al menos eso se ha postulado, la identificación del personal con los objetivos de la misma y, por lo tanto, su compromiso y lealtad hacia la organización (Kunda, 1992: 11).²²

El concepto de cultura desarrollado en la antropología pueden ser útil para el estudio de las culturas corporativas (Hamada y Jordan, 1990:3).²³ Desde el punto de vista de la antropología, la cultura es ante todo un producto social y, como tal, es transmitida, aprendida y transformada socialmente. Implica procesos sociales complejos que se desarrollan a lo largo del tiempo, condicionados por factores históricos, tecnológicos, ecológicos, sociales, políticos, económicos e ideológicos. La cultura, por consecuencia, no es fácilmente creada o transformada a voluntad de los individuos. Además, el concepto de cultura, en sus acepciones más amplias, tiende a incluir no sólo las tradiciones, conocimientos, valores, creencias, y significados compartidos que guían el

²² Collins y Porras (1995) mencionan que una de las características distintivas de las compañías visionarias que han tenido un éxito duradero es que tienen culturas corporativas sólidas, las cuales permean la vida de la corporación y se expresan en todo lo que hacen.

²³ Acerca del concepto de cultura en antropología, véanse Harris (1968) y Kahn (1975). Sobre el debate contemporáneo acerca del concepto de cultura, véase Alexander y Seidman (1990).

comportamiento social de los individuos, sino también los arreglos institucionales y normativos que rigen las relaciones sociales, así como los aspectos materiales de la cultura como la tecnología.²⁴ Los primeros aportes de los antropólogos al estudio de la cultura corporativa son fundamentales, representan un esfuerzo por replantear este ámbito de estudio (Hamada y Jordan, 1990:3).

Una revisión detallada de los trabajos de investigación realizados por antropólogos en diversas corporaciones —por ejemplo, el de Baba en General Motors (1992), el de Hamada en corporaciones japonesas (1991), el de Kunda en una corporación estadounidense de alta tecnología (1992), el de Pérez Lizaur en dos empresas mexicanas (1994, 1996), y el de Linda Hanono acerca de una empresa judeo-mexicana (2000); así como los trabajos de Schisgall en Procter and Gamble (1981), de John Love acerca de McDonald's (1987), el de Reader sobre ICI (1970) y el de Kanter (1977) acerca de una gran corporación estadounidense— demuestra no sólo que existen estas diversas culturas corporativas, sino que éstas están relacionadas con la historia y los procesos socioculturales de la sociedad de la que forman parte. Estas culturas corporativas no existen en el vacío. Por el contrario, están influidas tanto por el origen nacional de la corporación, como por las características sociales y culturales de sus fundadores, por su desarrollo histórico, por las condiciones socioculturales imperantes en los ámbitos local y global, y por los orígenes socioculturales de su personal en todos los niveles de la jerarquía corporativa. En este sentido, estas culturas, desarrolladas y compartidas por los miembros de una corporación en el transcurso del tiempo, se presentan como “subculturas” de las culturas mayores de las que sus miembros forman parte (Hamada, 1991:115-116).

Los estudios antropológicos relativos a las corporaciones modernas han enfatizado no sólo el contexto sociocultural más amplio del que las culturas corporativas forman parte, sino también los complejos procesos culturales que se desarrollan al interior de las corporaciones, y mediante los cuales se van forjando estas culturas. Como escribe Hamada (1991:116), los miembros de la corporación —como todo grupo social— crean, desarrollan y transforman estas culturas mediante un proceso dinámico en el tiempo.

²⁴ Se puede mencionar, por ejemplo, la definición clásica de Taylor: “Cultura, en sentido etnográfico amplio, es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad” (Kahn, 1975: 29). O bien, la definición de Kroeber: “La mayor parte de las reacciones motoras, los hábitos, las técnicas, las ideas y los valores aprendidos y transmitidos socialmente, así como las conductas que provocan, es lo que constituye la cultura” (*ibid*:17).

Hay algunos rasgos de estas culturas que son fácilmente identificables con “la cultura” de la corporación. Estos rasgos suelen ser parte del legado cultural que han dejado los fundadores y altos directivos de la corporación, quienes imprimen su sello personal en la corporación de acuerdo con su propio *bagaje* sociocultural (su cultura nacional o étnica, su religión, su cultura profesional, etc.), el cual influye de manera decisiva en su concepción del negocio y en cómo manejarlo (Collins y Porras, 1995; Schisgall, 1981; Reich, 1999; Martin, Sitkin y Boehm, 1985). Estos rasgos están expresados frecuentemente en lo que la corporación define como su filosofía o ideología, su misión, principios, objetivos, valores y normas, éstos dominan tanto la vida interna como la imagen pública de la compañía y son publicados en libros, revistas y trípticos que circulan entre su personal, sus proveedores y sus clientes (Collins y Porras, 1995; Pérez Lizaur, en prensa). Esta cultura dominante en la corporación tiende a guiar la vida corporativa y es transmitida a su personal por medio de complejos ritos de iniciación y procesos de aculturación (Collins y Porras, 1995; Hamada, 1991:81-83; Schisgall, 1981:x).²⁵ Así, las personas son contratadas no sólo para desempeñar una función específica o para ocupar un puesto determinado en la compañía, sino para ser parte de la corporación —para ser miembros de esa “comunidad imaginada”.²⁶ Sin embargo, al experimentar y participar en la vida y la cultura corporativa con sus propios *bagajes* socioculturales,²⁷ los miembros de la corporación van a su vez transformando y desarrollando la cultura corporativa (Hamada, 1991:74-83).

Los altos ejecutivos de las corporaciones transnacionales

Con la gran corporación aparece un nuevo grupo social que tendrá a su cargo el funcionamiento de este nuevo tipo de empresa capitalista. Este nuevo grupo, *the managerial class* como se le conoce en inglés,²⁸ está constituido por

²⁵ Collins y Porras (1995) mencionan que en el caso de las compañías visionarias estas culturas corporativas dominantes son tan sólidas, que han logrado guiar exitosamente a las compañías por más de un siglo. Estas culturas (y las ideologías centrales que las dominan) no cambian en lo esencial a lo largo del tiempo, y han guiado a las compañías durante varias generaciones de directivos y en varios ciclos de vida de sus productos.

²⁶ El concepto *comunidades imaginadas* de Benedict Anderson (1983) desarrollado para referirse a las naciones, puede ser útil para entender a las comunidades y culturas corporativas.

²⁷ Esto es, las culturas de sus grupos más amplios de referencia (su grupo familiar, su grupo social, su grupo profesional u ocupacional, su grupo étnico religioso, su cultura nacional, etcétera).

²⁸ No hay una traducción exacta para los términos en inglés *management*, *managerial*, *manager*. Éstos son traducidos en un sentido como administración y administradores. Sin

los directivos y ejecutivos de alto nivel de estas grandes corporaciones (Burnham, 1960:98; Kanter, 1977:19; Mills, 1959:119). El grupo de altos ejecutivos surgió y se desarrolló al interior de las nacientes corporaciones y ha sido considerado como creador y resultado de la revolución corporativa que transformó el sistema de propiedad privada en las primeras décadas del siglo xx (Mills, 1959:119 y 126; Burnham, 1960).

Los ejecutivos que tienen a su cargo el funcionamiento de la gran corporación no son los dueños de la empresa en la que trabajan, son empleados que reciben una remuneración por su trabajo.²⁹ Sin embargo, como menciona C. Wright Mills (1959:119), “sin ser los dueños del capital, ellos dirigen el espectáculo corporativo”, y están asumiendo en todo el mundo las funciones de guía, administración, dirección y organización del proceso productivo (Burnham, 1960:104).

Este grupo de ejecutivos ocupa los más altos puestos en la jerarquía corporativa, está en las posiciones de control y tiene bajo su responsabilidad la toma de decisiones. Las funciones de los ejecutivos corporativos no se limitan a la administración de la organización, sino que asumen también la responsabilidad de desarrollar la corporación de acuerdo con los criterios capitalistas. En otras palabras, sus funciones en la corporación son tanto gerenciales como empresariales (Kelly de Escobar, 1988:322).³⁰ De esta manera, los ejecutivos desempeñan en las corporaciones algunas de las tareas que el empresario asume en su propia empresa. Sin embargo, a diferencia del empresario que es dueño de la empresa y asume personalmente los riesgos de su inversión, los ejecutivos corporativos no arriesgan con sus decisiones su capital (Mills, 1959:129). En este caso, los riesgos de la inversión se encuentran limitados y controlados por las complejas estructuras de la propiedad corporativa contemporánea.

Por su posición en la corporación, los altos ejecutivos tienen la posibilidad de influir de manera importante tanto en la vida y desarrollo de la corporación, como en el entorno social, económico y político de ésta. Este es, en efecto, un grupo relativamente pequeño de personas que tiene el control efec-

embargo, en un sentido estricto (y al que se refieren autores como C. Wright Mills y James Burnham en sus obras ya clásicas acerca del tema), estos términos se refieren a la alta dirección y, consecuentemente, a los directores y ejecutivos de alto nivel en las corporaciones.

²⁹ La remuneración que reciben los ejecutivos no se limita a un salario alto, sino que incluye típicamente prestaciones diversas y bonos en efectivo o en acciones (Mills, 1959:129; Pérez Lizaur, en prensa).

³⁰ Para Kelly de Escobar las funciones gerenciales corresponden a decisiones orientadas a la institucionalización y al control, mientras que las empresariales son decisiones de innovación, adaptación y cambio.

tivo de los recursos humanos, financieros, tecnológicos y de mercado de la corporación. Su control sobre estos recursos les permite tener no sólo autoridad sobre los trabajadores y empleados que les están subordinados, sino además un grado importante de control sobre el capital (Burnham, 1960: 118).³¹ Los altos ejecutivos corporativos son individuos que se identifican plenamente con los intereses de la organización (son “hombres y mujeres de la corporación”), y que han ascendido por su capacidad “para servir” a estos intereses. En otras palabras, su posición y poder dentro de la organización está determinado por su eficiencia en la reproducción de la corporación y en su lealtad a ésta (Mills, 1959:136). Así, la justificación última de la autoridad, control y poder que tiene este nuevo grupo de ejecutivos corporativos está en su eficiencia en el manejo de la corporación como empresa capitalista (Kanter, 1977:20).

El grupo de los altos ejecutivos corporativos constituye un tipo social homogéneo que, como norma, ha tenido ventajas excepcionales en su educación y entrenamiento (Mills, 1959:127). En general, los altos ejecutivos provienen de las clases empresariales y profesionales —esto es, de familias de clase media alta en términos ocupacionales y de ingreso, y sus padres son predominantemente empresarios y profesionistas.³² Por su origen social, este grupo ha estado en una situación privilegiada que se ha traducido en enormes ventajas en términos de su educación formal: los ejecutivos corporativos tienen como norma grados universitarios y, a menudo, estudios de posgrado.³³ La literatura que hay acerca de ejecutivos corporativos en Méxi-

³¹ Burnham aduce que el control real del capital ya no depende de los propietarios, sino de esta nueva clase de directores y ejecutivos corporativos.

³² En su estudio acerca de los altos ejecutivos de las corporaciones norteamericanas realizado en la década de los años cincuenta, C. Wright Mills (1959:128) menciona que desde la guerra civil, alrededor de 70 por ciento de los ejecutivos estadounidenses han provenido de las clases empresariales y profesionales, y nunca en más del 10 o 12 por ciento de la clase trabajadora (obreros y empleados de oficina). En el año 1952, 57 por ciento de los ejecutivos estadounidenses eran hijos de empresarios y hombres de negocios, 14 por ciento de profesionistas y sólo 2 por ciento provenía de familias de trabajadores asalariados. Más aún, Mills señala que no sólo sus padres, sino también sus abuelos pertenecieron a las clases empresariales y profesionales (54 por ciento). Marisol Pérez Lizaur (en prensa), en su trabajo relativo a ejecutivas de alto nivel de una corporación transnacional que negociaba en México, encontró también que estas ejecutivas mexicanas provenían de la clase media alta, y que sus padres eran predominantemente profesionistas, empresarios o ejecutivos de alto nivel.

³³ C. Wright Mills (1959: 128-129) escribe que en el año de 1952, 60 por ciento de los ejecutivos corporativos estadounidenses tenían grados universitarios (mientras que el porcentaje de hombres blancos de entre 45 y 55 años de edad que tenían estudios universitarios en los Estados Unidos en ese momento era de 7 por ciento), y que por lo menos la mitad de ellos tenían estudios de posgrado (15 por ciento en leyes, 15 por ciento en ingenierías, y otra propor-

co reporta también que este grupo ha tenido una educación básica formal e informal privilegiada, ya que han estudiado preponderantemente en escuelas privadas bilingües o biculturales y, muchos de ellos han viajado y/o estudiado en los Estados Unidos (Pérez Lizaur, en prensa).

Los procesos de selección y reclutamiento de los candidatos potenciales a los puestos ejecutivos en la corporación están orientados a garantizar esta homogeneidad de origen en su personal de alto nivel (Hamada, 1991:81-83). De aquí que estas organizaciones inviertan enormes recursos corporativos en sus programas de selección de candidatos a ocupar los altos puestos de la jerarquía corporativa, y que sean las universidades las principales proveedoras de estos candidatos. Está ampliamente documentado en la literatura que las grandes corporaciones seleccionan en las universidades más prestigiosas a los graduados más prometedores, que envían a algunos de los jóvenes más talentosos en la corporación a cursos especiales en universidades selectas, que organizan sus propias escuelas y cursos para formar a sus futuros directivos y, finalmente, que utilizan a prestigiadas universidades para organizar los cursos y los *curricula* que requieren los futuros ejecutivos (Hamada, 1991:81-83; Mills, 1959:143-144; Schisgall, 1981:58; Pérez Lizaur, en prensa).

Esta homogeneidad de origen social y bagaje educativo que presentan los altos ejecutivos corporativos se ve reforzada por el hecho de que la mayor parte de ellos hace una carrera dentro del ámbito corporativo. La carrera típica del ejecutivo se caracteriza por movimientos ascendentes por la jerarquía ejecutiva en una corporación, o bien, mediante movimientos entre dos o más corporaciones. Como señala C. Wright Mills (1959:132), "la carrera del ejecutivo ha llegado a ser un movimiento dentro o entre jerarquías corporativas".³⁴ Esta

ción similar en cursos diversos). Hamada (1991:84-85), en su estudio acerca de las corporaciones japonesas, también menciona que los ejecutivos de estas corporaciones son graduados universitarios, con estudios en ingeniería o ciencias en universidades importantes. Pérez Lizaur (en prensa), en su estudio relativo a las ejecutivas de una corporación transnacional en México, también reporta que todas ellas tienen grados universitarios, y algunas, estudios de posgrado. En la lista de directores generales y presidentes de corporaciones transnacionales en México publicada en la revista *Expansión* (septiembre 15 del año 1999) se muestra que de los 42 directivos de nacionalidad mexicana que aparecen en la lista, 100 por ciento tiene grado de licenciatura y 28 tienen estudios de posgrado (4 de ellos hicieron sus estudios de licenciatura en el extranjero, y más de la mitad de los que tienen estudios de posgrado, los realizaron en el extranjero).

³⁴ La lista de directores generales y presidentes de corporaciones transnacionales que operan en México, publicada en la revista *Expansión* (septiembre 15 del año 1999) muestra que de los 68 altos directivos de estas firmas, 45 ocupaban ya puestos directivos en la misma firma antes de ocupar el cargo de director general o presidente de ésta, 20 ocuparon puestos directivos en otras corporaciones antes de su puesto actual, y sólo 3 eran empresarios antes de ocupar un puesto directivo en el mundo corporativo.

experiencia laboral compartida en el mundo corporativo será otro factor que incida en la homogeneidad de este grupo social no sólo como actor económico, sino en sus estándares, formas y estilos de vida, así como, en su ideología, sus expectativas y sus identidades.

Desde el momento de su ingreso a una firma, los futuros ejecutivos se incorporan a complejos procesos de entrenamiento y aculturación —que incluyen típicamente ritos de iniciación, rotación de puestos en diversos departamentos, áreas y plantas de la corporación, así como diversos cursos internos— y que están destinados a que el personal recién contratado conozca los aspectos operativos de la corporación y que se identifique plenamente con la “cultura” de ésta (Hamada, 1991:81-83; Kunda, 1992; Mills, 1959:132, 143; Pérez Lizaur, en prensa). Estos programas de iniciación suelen extenderse por varios años, durante los cuales se van perfilando algunos individuos para ascender por la jerarquía corporativa.

La frase “muchos son los llamados y pocos los escogidos” describe bien la carrera de los ejecutivos en las grandes corporaciones. Como se mencionó anteriormente, un rasgo característico de la moderna corporación es su jerarquía, lo cual implica que en la organización existen distintos niveles de responsabilidad y mando —y por tanto, ejecutivos y directivos de distintos rangos. Al iniciar su carrera en la corporación, los potenciales ejecutivos tendrán que ir ascendiendo por esta jerarquía— *the executive ladder*, como se le conoce en inglés. Avanzar por la jerarquía corporativa significa ser elegido para promoción por tus superiores. El criterio básico para la selección de candidatos a ocupar los niveles bajos y medios de la jerarquía corporativa, suele ser la cualificación técnica —esto es, los ejecutivos en estos niveles generalmente son “especialistas”. Sin embargo, éste no es frecuentemente el único criterio que determina quién es o no promovido para un ascenso en la jerarquía. Otros criterios, como el compromiso con la corporación o su capacidad para dirigir el trabajo de otros, son importantes. Es en los niveles medios de la jerarquía, donde la mayoría de los ejecutivos “especialistas” viven su vida corporativa (Mills, 1959).

La promoción a niveles más altos de la jerarquía tiene que ver menos con las cualificaciones adquiridas, que con otros criterios no formalizados y en general desconocidos por aquellos que aspiran a ser promovidos. Estos criterios tienen que ver con la capacidad de decisión del candidato, con su amplitud de visión, con su capacidad de iniciativa y su liderazgo, los cuales van perfilando el éxito en la carrera del ejecutivo. En la medida en que el ejecutivo se acerca a los niveles más altos de la jerarquía, otros criterios entran en funcionamiento en el avance en la carrera corporativa como, por ejemplo, el éxito que ha tenido en su carrera, los *cliques* a los que pertenece dentro y

fuera de la corporación, la percepción que se tiene tanto de los “servicios” que ha prestado a la corporación como de su compromiso y lealtad a la misma —en otras palabras, el qué tanto es percibido como “un hombre o una mujer de la corporación” por aquellos que deciden.³⁵ Y es que, como menciona C. Wright Mills (1959:136-141), los altos directivos seleccionan para ocupar los altos puestos en la jerarquía corporativa a aquellos que se mueven en sus mismos “círculos”, que son lo más parecido posible a ellos —que actúan como ellos, se ven como ellos, y piensan como ellos— y que “encajan bien” en el pequeño círculo en la cúspide de la jerarquía corporativa. En última instancia, son aquellos que tienen una visión más amplia, que se han identificado plenamente con la corporación y con sus altos directivos y que, a juicio de estos últimos, podrán garantizar la reproducción de la corporación como empresa capitalista, los que llegan a la cúspide en el mundo corporativo (Pérez Lizaur, en prensa).

La reciente expansión de la corporación transnacional ha hecho más complejas las carreras de los ejecutivos corporativos. Los primeros datos de campo sugieren que los ejecutivos de las corporaciones transnacionales necesitan asumir cada vez más una carrera internacional para ascender por la jerarquía corporativa. Las corporaciones han tenido distintas estrategias para manejar a sus subsidiarias en el extranjero —incluso, la corporación ha tenido estrategias diferentes en las distintas etapas de su expansión internacional (Baba, 1989, 1991, 1992; Schisgall, 1981:291-2). Sin embargo, la tendencia general ha sido no sólo a transferir personal de alto nivel del país de origen a las subsidiarias en el extranjero, sino crecientemente “a formar ejecutivos” (siguiendo similares estrategias que en el país de origen) en los distintos lugares en los que establecen sus subsidiarias, los cuales al ascender por la jerarquía corporativa pueden ser transferidos a otra parte del mundo para ocupar los puestos directivos (Schisgall, 1981: 201-2).³⁶

³⁵ Schisgall refiere que todos los directores generales (*chief executives*) de Procter and Gamble y todos los ejecutivos de alto nivel (incluyendo los ejecutivos de línea) han subido por la escalera ejecutiva en la compañía, y “como todos ellos han sido entrenados en el mismo medio, comparten los objetivos, las aspiraciones y los principios de la compañía (1981:x).

³⁶ Por ejemplo, Schisgall (1981:291-292) menciona que una estrategia como ésta permitió que en Procter and Gamble llegara un momento en que cada subsidiaria internacional contara con ejecutivos formados localmente, y que éstos se encontraran sirviendo a la compañía tanto local como internacionalmente. Por ejemplo, en Japón el grupo de altos directivos estaba constituido en ese momento tanto por ejecutivos estadounidenses, como por ejecutivos nativos de Japón, Filipinas, Reino Unido, Canadá, Suiza y Bélgica. Más aún, a finales de la década de los años setenta (20 años después de que se inicia la gran expansión internacional de Procter and Gamble), seis de los más altos directivos de la corporación habían iniciado sus carreras en subsidiarias internacionales.

Así se puede sugerir, con base en los primeros datos de campo, que la carrera corporativa es crecientemente una carrera internacional, por la cual se asciende mediante movimientos entre las oficinas centrales de la corporación y sus subsidiarias en el extranjero, o bien, por medio de movimientos entre subsidiarias de distintas corporaciones en una región geográfica determinada.³⁷ El ascenso en la carrera internacional depende de la capacidad de adaptación del ejecutivo a situaciones multiculturales, de su disponibilidad para ser transferido a otra parte del mundo en el momento en que sus superiores así lo determinen, y de su identificación con una “cultura internacional” que caracteriza cada vez más al mundo corporativo. La acelerada expansión transnacional reciente de las grandes corporaciones ha transformado la carrera y la vida corporativa de los ejecutivos. En este contexto, la vida corporativa se desenvuelve crecientemente en ambientes y situaciones interculturales, que hacen la carrera ejecutiva más compleja y retadora.³⁸

Con base en la literatura existente y en las primeras observaciones de campo, se puede concluir que estos nuevos aspectos del mundo corporativo están favoreciendo el desarrollo de una cultura internacional que es compartida por los altos ejecutivos en cualquier parte del mundo en la que se encuentren, independientemente de sus culturas de origen. Esta nueva cultura internacional se da tanto en los niveles educativos como en la experiencia en el mundo corporativo de los ejecutivos, y se ve reflejada en una ideología relativa a los negocios y sus roles como actores económicos, en un lenguaje y un idioma común, así como en sus estándares, formas y estilos de vida. Puede sugerirse así, que los altos ejecutivos corporativos son a la vez forjadores y resultados de esta nueva cultura internacional que caracteriza crecientemente al mundo corporativo.

³⁷ Se tienen evidencias de que en el mundo corporativo empieza a surgir un grupo de altos ejecutivos “especialistas” en alguna región geográfica, por ejemplo, América Latina o el sureste Asiático. Es su conocimiento de estas regiones, lo que se ha convertido en un recurso que es crecientemente valorado por las grandes corporaciones en proceso acelerado de expansión transnacional. La carrera corporativa de estos especialistas se caracteriza así por movimientos entre subsidiarias de diversas corporaciones en una región geográfica determinada.

³⁸ El trabajo de Silvia G. A. Sánchez, integrante del proyecto de investigación sobre un grupo de ejecutivos expatriados y sus familias, muestra las implicaciones de la carrera corporativa internacional.

Reflexión final

En este ensayo se ha analizado lo que la literatura consultada y las primeras observaciones de campo sugieren acerca de la problemática de esta investigación. La tarea futura consiste en cotejar estas diversas propuestas analíticas con los datos empíricos mediante la investigación de campo, de tal suerte que se pueda responder a las preguntas principales que guían el proceso de investigación. Estas preguntas tienen que ver, en primer lugar, con el proceso de conformación de este nuevo grupo de ejecutivos corporativos en México. En segundo lugar, con las formas y procesos de integración de estos ejecutivos a la vida corporativa. En tercer lugar, con el cómo se refleja esto en su vida privada, sobre todo en sus relaciones familiares y sociales. Y, finalmente, se pretende identificar la forma o formas en que estos ejecutivos están incidiendo en los cambios socioculturales en el México contemporáneo.

Se estudiará esta problemática de investigación desde el punto de vista de la antropología —esto es, por medio de una etnografía comparada de altos ejecutivos corporativos en distintos países, de diferentes nacionalidades, y en distintos contextos, de tal suerte que se pueda identificar tanto las similitudes como las diferencias en estos procesos, y así plantear algunas generalizaciones.

Recibido: marzo de 2000.

Revisado: agosto de 2000.

Correspondencia: Posgrado en Antropología Social/Departamento de Ciencias Sociales y Políticas/Universidad Iberoamericana/Prolongación Paseo de la Reforma núm. 880/Lomas de Sta. Fe/C.P. 01210 México, D.F./e-mail: marisol.perez@via.mx/lgandara@prodigy.net.mx