

## CAPITULO III

### EL EMPRESARIO COMO UN DESVIADO

Todo el proceso de socialización de una persona nacida en una sociedad industrializada se endereza en la dirección del cambio, de la movilidad y del modernismo. Y, como sabemos, la socialización es extremadamente importante como elemento para la motivación. El individuo actúa en función de las pautas de aspiración y de conducta predominantes. Obra de acuerdo con el sistema de roles y de *status* que han sido introvectados e inculcados, consciente e inconscientemente, desde el nacimiento. Aprende las metas o sistema ordinario de valores de la sociedad y los medios y técnicas prescritos para lograrlas. Los medios y los fines están amparados por recompensas sociales positivas y por sanciones negativas que van desde el ridículo hasta el ostracismo y aun la muerte. Durante este proceso, toda sociedad en particular necesariamente seleccionará, desarrollará y premiará (y a la inversa, desestimulará) ciertos tipos de personalidad y ciertos rasgos para ciertos roles adultos existe una operación selectiva que afecta inevitablemente al empresario <sup>1</sup>. En una sociedad industrializada y secularizada, por ejemplo, se puede esperar que aquellos rasgos que sean estimulados por la cultura (tales como adquisitividad) sean los mismos rasgos que conduzcan a un empresariado fructuoso, en los que el empresario representa uno de los héroes de la cultura <sup>2</sup>. Ciertamente

1 Aaron Lipman, "Cultural Lag and Masculinity," *Journal of Educational Sociology*, enero, 1962, p. 216.

2 Para una discusión del empresario norteamericano como "héroe popular" véase Arthur M. Schlesinger, *Political and Social Growth of the American People*, New York: The MacMillan Co., 1941, p. 129.

es este el caso en muchas sociedades capitalistas contemporáneas del mundo occidental <sup>3</sup>.

Tal como Weber señaló en su clásica obra sobre el tema, <sup>4</sup> fue la ética del protestantismo la que motivó la aceptación de estos fines adquisitivos. El protestantismo y el puritanismo proporcionaron un incentivo para la consagración al trabajo, a la vez que la restricción de consumo (i. e., la frugalidad) era considerada como una virtud. El catolicismo, por otra parte, no había suministrado una legitimación ética de la orientación hacia el logro tendiente al éxito mundano. Directamente opuesta al concepto protestante de considerar los negocios como una "profesión" fue la perspectiva agustiniana de que los negocios en sí son malos, pues alejan al hombre de la búsqueda del verdadero descanso que es Dios.

Colombia es considerada como uno de los países católicos más religiosos de Latino América <sup>5</sup>. Como tal, heredó una visión diferente de la acción secular a la asociada con el surgimiento de las mayores naciones industriales de hoy en día. Sus creencias y valores son los de una religiosa sociedad tradicionalista; la estructura jerárquica de *status* e ingreso ha sido aceptada histórica y tradicionalmente como si hubiera sido establecida y sancionada por la divinidad <sup>6</sup>. La agricultura ha sido mucho más valorada que el comercio. Los antecedentes de una persona podrían fácilmente ser de mucha más importancia que sus realizaciones actuales—en realidad de verdad, estas mismas realizacio-

3 Morison and Commager, *The Growth of the American Republic*, New York: Oxford University Press, 1950. "... la figura más típica de la era industrial fue indudablemente Andrew Carnegie. Como niño escocés pobre e inmigrante, continuó con y ayudó a perpetuar la tradición americana de enriquecerse proviniendo de la pobreza." Vol. II, p. 134.

4 Max Weber, *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, London: George Allen Ltd., 1930.

5 Cf. Asher N. Christensen, "A Changing Society and Economy," p. 52, y Helen L. Clagett, "Law and Court Systems," p. 349, en Harold E. Davis, ed., *Government and Politics in Latin America*, New York: Ronald Press Co., 1958.

6 Orlando Fals Borda, *El hombre y la tierra en Boyacá*, Bogotá, Ediciones Documentos Colombianos, 1957, p. 213.

nes no están definidas de igual manera como sucedería en una sociedad más dinámica. Aun más, como dijo Olin Leonard, "en América Latina la posesión de propiedades o de dinero nunca han recibido un valor intrínseco dado como en otras sociedades. Ello no quiere decir que la moneda sea despreciada, sino más bien que las decisiones para su posesión son, en término de *status*, menores" <sup>7</sup>.

En Colombia, pues, hallamos un ambiente social en el que aquellas recompensas que han acicateado al empresario de otros países como los Estados Unidos están consistentemente subvaloradas. El tipo de socialización no ha sido como para crear por parte de los colombianos una dedicación a las actividades comerciales. Allí donde los antecedentes familiares, valga el caso, son aun un valor incólume, un *self-made-man* — típico héroe comercial norteamericano altamente estimado — no podría adquirir la misma posición que lograría en una cultura industrializada. La riqueza monetaria — otra de las recompensas típicamente asociadas con la conducta comercial exitosa — tampoco sirve para lograr una posición social reconocida. Hasta el sistema educacional refleja las pautas de socialización que se inclinan pesadamente hacia el mantenimiento del tradicionalismo en lugar de instituir el cambio. Por esto, aun cuando Alexander señala que, "...una población educada y entrenada técnicamente es una de las necesidades básicas de una sociedad moderna compleja y la tarea del sistema educativo de una nación es crear tal población." <sup>8</sup> menciona en otro lugar que, "tradicionalmente, las instituciones educativas de América Latina han asumido como misión fundamental el entrenamiento de jóvenes de las mismas oligarquías rectoras y minúsculas" <sup>9</sup>. Y qué tanto se dirige esta educación hacia los requisitos del liderazgo empresarial es algo dudoso.

7 Olin Leonard. "Valued and Personality in Extension Work in Extension Work in Latin America."

8 Robert J. Alexander, *Today's Latin America*, New York: Doubleday and Company, 1962, p. 189.

9 *Ibid.*, p. 189.

Encontramos así una diferencia importante que surge entre cualquier tipo de empresario ideal en países como los Estados Unidos o Inglaterra y en Colombia. En aquellos países, las características que se exigen para un empresario fructuoso están culturalmente prescritas y muy altamente recompensadas; el empresario fructuoso epitomiza la criatura con éxito de su cultura. El éxito empresarial y monetario son la esencia del éxito tal como está definido por su cultura; su socialización está dirigida a inculcar los esfuerzos motivacionales y a definir los métodos y las técnicas para la realización de esta meta de acción. En Colombia, por otra parte, la socialización no está encaminada hacia la inculcación de los valores y el fomento de las capacidades que conducen al logro empresarial. Más énfasis reciben los valores tradicionales que, en lugar de ayudar en la creación de un líder industrial contemporáneo racional y eficiente, militan en su contra realmente. "Los boyacenses tendrán que convertirse en verdaderos empresarios capaces de utilizar inteligentemente el tiempo, el capital y los otros recursos disponibles ...dejiendo de ser menos sirvientes del suelo, es decir, superando la etapa precapitalista y agrocéntrica en que se encuentran" <sup>10</sup>.

Toda nuestra orientación, pues, al analizar al empresario bogotano, debe, obviamente, disentir de los estudios norteamericanos que pueden contemplar al empresario como al prototipo del hombre moderno secularizado. Porque, en lugar de ser un resultado de sus estímulos y motivaciones culturales, el empresario colombiano parece existir a pesar de su ambiente cultural y como si fuese un extraño en él. Y es teniendo esto en mientes que enfocaremos al empresario bogotano y que lo definiremos como un inconforme cultural o desviado.

Por definición, la desviación conlleva un apartamiento de las pautas modales de conducta representadas por las normas de un sistema social en particular. Como tal, es un concepto relativo ya que su existencia y su intensidad de-

10 Fals Borda, *op. cit.*, p. 213.

penden totalmente de la sociedad y de las normas específicas involucradas. La conducta desviada en una sociedad puede ser considerada normal en otra; también existen diferencias temporales en la misma sociedad (lo que podría ser considerado como desviado en 1864 es aceptado y exigido en 1964). Dado que la desviación es cuestión de grado, sería inútil hablar de ella a menos que, como sugiere Rogers, se especifique "el sistema social de cuyas normas se desvía un individuo" <sup>11</sup>.

En un nivel puramente simbólico, pues, el desviado social es simplemente una persona que no se ajusta estrictamente a ciertas normas de su cultura y de su época. Con todo, hallamos que en las discusiones sociológicas referentes al desviado social, el término ha adquirido connotaciones y asociaciones negativas, hasta el punto que "desviado social" se ha convertido en sinónimo de criminal, alcohólico, prostituta, adicto a las drogas, etc. Para evitar cualquiera de estas asociaciones hemos preferido emplear, en cambio, el término "inconforme". El inconformismo, tal como lo define Merton, distinguido de otros tipos de conducta desviada, simboliza realmente la conformidad —pero para con un grupo de referencia diferente al predominante en la cultura contemporánea del individuo. Así, pues, la desviación puede ser temporal: el inconformismo puede simbolizar la conformidad "con los valores, las pautas y las prácticas de una condición anterior social que aun están tolerados pero no uniformemente aceptados o podría representar (el inconformismo) . . . conformidad con valores, pautas y prácticas que todavía no se han institucionalizado pero que son considerados como conformadores del sistema normativo de futuros grupos de referencia" <sup>12</sup>. Desde luego, es el último tipo de inconformidad el que nos interesa. Merton ha juzgado que, "no es infrecuente el caso en que la minoría inconforme de una sociedad represente los intereses y los valores fundamentales del grupo de una

11 Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, New York: The Free Press of Glencoe, Ill., 1962, p. 196.

12 Robert K. Merton, *Social Theory and Social Structure*, Glencoe, Ill.: The Free Press, 1957, p. 359.

manera más efectiva que la mayoría conformista”<sup>13</sup>. Teniendo en cuenta este principio, proseguiremos con nuestro análisis de la naturaleza inconforme del empresario bogotano.

Al revisar los rasgos del empresario bogotano resalta inmediatamente un hecho sorprendente: hay una proporción extremadamente alta (41 por ciento) —en nuestra muestra— de empresarios nacidos en el extranjero. (Ver Cuadro 3).

### CUADRO 3

#### *Lugar de nacimiento del empresario*

	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
Colombia	36	59
Extranjero	25	41

Esta situación es de alguna importancia teórica. En primer lugar, requiere un análisis de motivación separado ya que estos extranjeros recibieron una socialización bajo condiciones sociales diferentes a las de los colombianos y por lo tanto no pueden ser comprendidos al relacionarlos solamente con el ambiente colombiano. En segundo lugar, es interesante comparar esta situación con la que se descubrió en los altamente industrializados Estados Unidos y, finalmente, tendría un valor heurístico comparar al empresario terrígeno colombiano con su contrario foráneo y observar las similitudes y las diferencias que resultan de tal comparación. Consecuentemente, cada vez que fue posible, se hicieron categorías con base en el lugar de nacimiento, cuando se creyó que el no hacerlo daría una visión irreal.

No obstante, como veremos con frecuencia, ya sea extranjero o nacional, el empresario bogotano surge como un ser diferente a sus compatriotas, hasta donde podamos generalizar razonablemente. Quizá la primera diferencia fun-

13 Merton, *ibid.*, p. 367.

damental es la misma composición del grupo en función del país de nacimiento. Tradicionalmente Colombia ha contado con una tasa muy baja de inmigración a lo largo de los años (especialmente en la primera fase de desarrollo económico, 1925-1929). Sin embargo, encontramos que en 1962 el 41 por ciento de una muestra de líderes industriales en Bogotá estaba compuesto por inmigrantes de otros países.

Como se puede observar por el Cuadro 4, únicamente cuatro de los empresarios extranjeros vinieron a Colombia antes de la crisis económica de 1929; tampoco vinieron muchos durante los años de 1929 a 1933. La mayoría de ellos llegó después de 1933 — años durante los cuales no solo había persecuciones políticas y religiosas en muchas partes de Europa, sino también profundas tensiones económicas. Algunos arribaron durante la segunda guerra mundial y el resto vino durante el período de postguerra.

CUADRO 4

*Epoca de llegada del empresario extranjero a Colombia*

<i>Año</i>	<i>Padre</i>	<i>Empresario</i>
Antes de 1929	4	4
1929-1933	3	5
1934-1938	1	11
1939-1945	4	12
1946-hoy	0	12

Todos los empresarios que llegaron durante el período de postguerra vinieron a Colombia por su propia voluntad, en lugar de haber sido traídos por sus padres. Sus razones para migrar a Colombia fueron principalmente económicas, si bien algunos adujeron la persecución política como el factor motivador para abandonar su país de origen.

## CUADRO 5

*Razones de establecimiento en Colombia*

	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
Persecución política	4	31%
Guerra o miedo de guerra	3	23%
Económicas	6	46%

Más de la mitad de los empresarios extranjeros provenía de naciones que estaban envueltas en la segunda guerra mundial (aun cuando esta no fue necesariamente su razón para venir a Colombia).

## CUADRO 6

*País de origen del empresario extranjero*

<i>País</i>	
Inglaterra	1
Rumania	2
Estados Unidos	1
Italia	5
Alemania	6
Holanda	1
Polonia	1
España	1
Francia	2
México	1
Suecia	1
Hungría	2
Suiza	1
Total	25

Esta alta proporción de líderes industriales nacidos en el extranjero está en agudo contraste con la situación existente en los Estados Unidos hoy en día. De acuerdo con Newcomer, "La proporción de extranjeros entre los ejecutivos es menor que su proporción en la población de los Estados Unidos" <sup>14</sup>. Warner y Abegglen ofrecen datos al-

14 Mabel Newcomer, *The Big Business Executive*, New York: Columbia University Press, 1955, p. 43.

go más exactos: aproximadamente el 5 por ciento de los líderes industriales de su estudio realizado en 1952 era de extranjero. Calculaban ellos que esta cifra correspondía aproximadamente a la mitad de la proporción de extranjeros en la población (10 por ciento, de acuerdo con el Censo de 1940) <sup>15</sup>.

Un análisis de los antecedentes de clase social de estos empresarios extranjeros (que será tratado a fondo en el Capítulo V) indica que el empresario había disfrutado de un *status* bastante alto en su país de origen. Este *status* alto fue invalidado en algunos casos, debido a las consecuencias económicas de derrota durante la guerra; en otros, por persecución religiosa o política (real o simplemente temida). Vinieron entonces a Colombia principalmente por motivos económicos y en un período relativamente corto lograron posiciones industriales directrices.

Hagen, al tratar de explicar los orígenes de los líderes y de los innovadores en el desarrollo económico, manifestó que los líderes industriales provenían desproporcionadamente de algún grupo de *élite* "cuyos miembros habían tradicionalmente gozado de un lugar seguro en el orden social pero habían perdido el *status* que se sentían con derecho de ocupar y eran entonces menospreciados por el grupo social dirigente" <sup>16</sup>. Trae a cuento ejemplos históricos tales como el de los disidentes en Inglaterra, los protestantes en Francia, los lombardos en Italia, los samurái en el Japón, los parsis en la India y los judíos en muchos países <sup>17</sup>. En el caso de Colombia, Hagen cita a los antioqueños, quienes, sostiene él, son los principales empresarios innovadores de Colombia, y su importancia no corresponde a su proporción numérica. Dado que nuestro estudio se ocupa solamente de los empresarios bogotanos, no

15 Warner and Abegglen, *Occupational Mobility*, Minn.: University of Minnesota Press, 1955, p. 90.

16 Hagen, *op. cit.*, p. 30.

17 Cf. Hagen, *op. cit.*; asimismo a R. Koetzchke, *Grundzüge der Deutschen Wirtschaftschichte* (sic) *bis zum 17 Jahrhundert*, Leipzig, 1921.

fue posible corroborar la tesis de Hagen con respecto a los antioqueños. Sin embargo, en cuanto a la muestra colombiana, aparte de la mayoría de nacidos en Bogotá (47 por ciento), el siguiente grupo con más frecuencias fue, de hecho, el de los antioqueños (8 por ciento) de Medellín, la ciudad manufacturera más importante del departamento de Antioquia.

CUADRO 7

*Lugar de nacimiento del empresario colombiano*

<i>Ciudad</i>	
Bogotá	17
Medellín	3
Bucaramanga	2
Tunja	1
Restrepo	1
Cartago	1
Popayán	2
Chocontá	1
Tuluá	1
Sonsón	1
Manizales	1
Pereira	1
Rionegro	1
Amalfi	1
Santa Marta	1
Facatativá	1
Total	36

Las pruebas de este estudio sobre los orígenes de los empresarios nacidos en el extranjero no contradicen la afirmación de Hagen de que el innovador es la persona que no solamente es un extraño, sino también "un miembro de un grupo que había disfrutado de un *status* de segura aceptación en la sociedad tradicional y luego lo había perdido. Habían sido una parte integral de una sociedad y después habían sido, psicológicamente por lo menos, rechazados por ella"<sup>18</sup>. Su argumento estriba en que los hombres de estos grupos se sentían discriminados y com-

18 Hagen, *op. cit.*, p. 30.

pensaban esto con lo que ellos creían que era la mejor (si es que no la única, a veces) manera de superar la situación—triunfar en los negocios.

El estilo de vida europeo occidental y norteamericano ocupa en Colombia un *status* urbano relativamente alto socialmente; su movilidad ascendente puede ocurrir con una tasa mucho más rápida que la del autóctonamente colombiano. Hay varias razones inmediatamente claras para explicar este estado de cosas. En primer lugar, el extranjero proveniente de las **culturas** mencionadas con anterioridad ha sido socializado con frecuencia de un modo que conduce al éxito en el dominio de lo económico — sus valores y sus normas son de una clase tal que le permiten subordinar otros propósitos diferentes a los de su ocupación escogida. Todo su enfoque vital sobre la gente y los negocios sería similar al que se descubre internacionalmente en cualquier nación industrializada del mundo occidental. Por lo tanto, si sus normas son diferentes de las de la cultura colombiana en general, es juzgado no como un desviado sino como un extranjero. Si, además, proviene de una cultura que es rica, poderosa y respetada, será ponderado, obviamente, con un patrón diferente al usado para los colombianos.

Los colombianos son evaluados con un patrón tradicionalista; el *status* es adscrito en lugar de adquirido y se conocen todos los antecedentes. Lo que vale es lo que se es y no lo que se ha hecho; los antecedentes familiares conservan una importancia excesiva. Si bien este sistema es todavía capaz de funcionar entre los colombianos, conduce a alguna confusión cuando se trata de evaluar al extranjero que proviene de una cultura menos estática, especialmente de una cultura en donde son más comunes los *status* adquiridos y en donde los antecedentes de familia son relativamente desconocidos.

Al carecer del conocimiento de los antecedentes de familia, con los cuales puede juzgar inmediatamente a sus

compatriotas, el colombiano echa a menudo mano de símbolos secundarios de *status* tales como el nivel educativo, actividad profesional, riqueza, etc., cuando se enfrenta ante la evaluación de un extranjero. En Colombia la posesión de un grado universitario avanzado presupondría, por lo menos, antecedentes sociales de clase media. Mientras que la ocupación, el ingreso y la educación están relacionados con el nombre de familia en Colombia, la facilidad con que se pueden cambiar los apellidos y especialmente la ignorancia con respecto a la "importación" de apellidos extranjeros, hacen del apellido de familia el índice menos digno de confianza para juzgar a un extranjero.

Finalmente, existe una tendencia por parte de los colombianos a conceder más prestigio a los extranjeros, como resultado de un tipo de sentimiento de inferioridad nacional — sentimiento de ambivalencia hacia ellos mismos como nación y hacia sus realizaciones al ser comparadas con las de otras naciones. Así, pues, a la misma vez que existe un sentimiento de orgullo nacional, existe una autoimagen que considera a la nación como subdesarrollada o atrasada; los artículos manufacturados en otros países son a menudo juzgados superiores que los productos hechos en Colombia y parece que existe algún sobrante de este sentimiento ambivalente que incluye, también, a la gente <sup>19</sup>.

Todas estas consideraciones anteriores trabajan en favor de la movilidad ascendente del empresario foráneo que viene de una nación ya industrializada hasta la contemporánea Bogotá. De hecho, muchos de los empresarios extranjeros se jactan de que arribaron a Colombia prácticamente sin un centavo y de que en un lapso corto fueron capaces de amasar una fortuna.

19 Por ejemplo, al utilizar una muestra de clase urbana más baja, Lipman y Havens ("Effects of the Colombian Violencia on Personality: An Ex Post Facto Experiment," *La sociología y las sociedades, desarrollo industrial*, Tomo III, Universidad Nacional de Córdoba, 1963, p. 139-157) solo hallaron un 11%, en una muestra al azar de 100, que estaba en desacuerdo con la afirmación, "todos los países aciertan y se equivocan, pero Colombia casi siempre se equivoca".

La muestra de la población empresarial fue, a la larga, atípica de la población colombiana en otro rasgo: en el área de la educación. En 1960 solo el 2.7 por ciento de la población colombiana había asistido a la universidad alguna vez en su vida <sup>20</sup>. De quienes habían asistido, únicamente el 32 por ciento completaba cuatro años <sup>21</sup>. Con todo, en nuestra muestra el 52 por ciento de quienes habían respondido habían tenido alguna educación universitaria y el 87 por ciento de los que habían asistido a la universidad hicieron por lo menos cuatro años y obtuvieron títulos.

CUADRO 8

*Estudios realizados por el empresario*

	Número	Porcentaje
1-3 Primaria	0	0%
4-6 Primaria	1	2%
1-3 Secundaria o Bachillerato	3	5%
4-6 Secundaria o Bachillerato	24	41%
1-3 Universitaria	4	7%
4-6 Universitaria	26	45%
Sin respuesta	3	

Otro rasgo que se consideró importante al estudiar al empresario fue su lugar de nacimiento. "Se ha establecido la región de nacimiento como una variable importante para los orígenes de liderazgo industrial. Otro aspecto de los orígenes territoriales se refiere al tamaño de la comunidad en la cual nació el individuo" <sup>22</sup>. Una vez más, en este respecto, el empresario colombiano se desvía de su pauta cultural al contar sorprendentemente con antecedentes urbanos en un país cuya población es predominantemente rural (52 por ciento para 1960) <sup>23</sup>. Así, de la muestra to-

20 *Anuario General de Estadística*, Colombia, 1962, p. 220.

21 Orlando Fals Borda, *La Educación en Colombia*, Bogotá: Facultad de Sociología, Universidad Nacional de Colombia, 1962, p. 28.

22 Warner and Abegglen, *op. cit.*, p. 85.

23 Currie, *op. cit.*, p. 52.

tal de empresarios, el 60 por ciento provenía de grandes ciudades de *más de 100.000 habitantes*; únicamente el 13 por ciento venía de pueblos o áreas rurales.

## CUADRO 9

*Clase de comunidad de nacimiento*

	Número	Porcentaje
Area rural	2	3%
Pueblo pequeño	6	10%
Ciudad pequeña o mediana (menos de 100.000)	16	27%
Ciudad grande (más de 100.000)	36	60%
Sin respuesta	1	

Si consideramos que la persona que obtuvo su posición en la compañía, mediante un contrato directo e impersonal por parte de la organización, es el verdadero "hombre organización", encontramos que *todos* ellos provienen de ciudades con más de 100.000 habitantes.

## CUADRO 10

*Clase de comunidad de nacimiento y manera de obtener posición empresarial*

Carrera	Lugar de nacimiento				Total
	Area rural	Pueblo pequeño	Ciudad pequeña (menos de 100.000)	Ciudad grande (más de 100.000)	
Ascenso dentro de la empresa	0	2	5	5	12
Propietario	1	4	4	13	22
Nombramiento de Junta de Accionistas	1	0	6	9	16
Familia	0	0	1	0	1
Contratación	0	0	0	6	6
Otros	0	0	0	3	3
	2	6	16	36	

Este origen sorprendentemente urbano del empresario tiene, además de precisar otra área de divergencia de la población general, otras implicaciones teóricas más importantes aún. Tonnies y Durkheim, entre otros, postularon por vez primera una traslación de los antecedentes culturales a los factores de la personalidad. Los sociólogos modernos que se ocupan del carácter y de la estructura social están en general de acuerdo en que un cambio de la estructura social posee implicaciones para el proceso de socialización y, por ende, para la personalidad del individuo <sup>24</sup>.

Podríamos, pues, predecir que el empresario será diferente, por virtud de su trasfondo urbano, en el reino de las ideas y de las actitudes; i. e., su misma personalidad será distinta de los tipos de personalidad producidos por la socialización de fondo rural tradicional. En este último tipo de socialización el énfasis radica en el consenso, en la tradición y en las relaciones personales consideradas como fines más bien que como medios para lograr otros objetivos; en el tipo urbano de interacción o *gesellachftlich*, "las relaciones surgen de los específicos objetivos tradicionales de los participantes, de manera que la intimidad es reemplazada por la formalidad, los sentimientos por el cálculo y el contrato y la relativa permanencia de asociación por los fenómenos de conveniencia y participación limitada" <sup>25</sup>. Lipset y Bendix señalan las ventajas estructurales y motivacionales de la urbanización e indican que existe más

24 Ver, por ejemplo, David Riesman (*The Lonely Crowd*, New Haven: Yale University Press, 1950), quien concibe un proceso histórico de desarrollo del individuo que va desde la tradición hasta la "extraversión" (*other-direction*) pasando por la "intraversión" (*inner-direction*), proceso que refleja cambios en la estructura social; también, Georg Simmel (*The Metropolis and Mental Life*, traduc. de K. Wolff, *The Sociology of Georg Simmel*, Glencoe, Ill.: The Free Press, 1950) habla de los efectos de la metrópolis sobre la vida psíquica del individuo.

25 Howard Becker and Alvin Boskoff, *Modern Sociological Theory*, New York: The Dryden Press, 1957, p. 19.

movilidad ascendente y menos movilidad descendente en las grandes ciudades que en las pequeñas poblaciones <sup>26</sup>.

Estas disposiciones teóricas fueron corroboradas por nuestros hallazgos. Así, la mayoría de los líderes industriales de nuestra muestra compartía un rasgo prominente que no solamente los vinculaba entre sí de modo más fuerte, independientemente de los orígenes nacionales, sino que los constituía en inconformes de la cultura colombiana contemporánea. Este rasgo fue el *racionalismo*.

Parsons describe la acción racional de la siguiente manera: "...los hombres se adaptan a las condiciones en que se encuentran y adaptan los medios a los fines de manera tal como para enfocar la manera más eficiente de lograr tales fines. Y se 'sabe' que las relaciones de estos medios y condiciones con la realización de los fines son intrínsecamente verificables por los métodos de la ciencia empírica" <sup>27</sup>. El tradicionalismo, por otra parte, se refiere a "... la creencia en la rutina cotidiana como una norma inviolable de conducta a la devoción por lo que siempre ha existido real, supuesta o presumiblemente..." <sup>28</sup>. Esta relación de fines a medios está basada, pues, sobre la máxima eficiencia en la perspectiva racionalista y sobre la costumbre y el hábito en la tradicionalista.

En un sistema dominado por los valores tradicionales los roles económicos están distribuidos con base en los *status* adscritos y no en los adquiridos; el comportamiento particularizante predomina sobre el comportamiento universalizante; y los roles económicos son típicamente difusos en lugar de ser específicos <sup>29</sup>. Heselitz afirma que, "la distinción entre racionalidad y tradición ...señala... la

26 Seymour Lipset and Reinhard Bendix, *Social Mobility in Industrial Society*, Berkeley: University of California Press, 1959, p. 213.

27 Talcott Parsons, *The Structure of Social Action*, Glencoe, Ill.: The Free Press, 1949, p. 19.

28 Tomado de Max Weber; *Essays in Sociology*, traduc. y ed. de H. Gerth y C. Wright Mills, New York: Oxford University Press, 1946, p. 296.

29 T. Parsons and E. J. Smelser, *Economy and Society*, Glencoe, Ill.: The Free Press, 1956.

diferenciación entre sociedades tecnológica y económicamente avanzadas y sociedades subdesarrolladas”<sup>30</sup>.

El actual desarrollo económico, bajo el liderazgo del empresario, procura transformar la conducta social dándole un énfasis de modernidad y racionalidad. “La creciente movilidad personal, la expansión de las fronteras geográficas, el desarrollo de sistemas de mercados libres de las relaciones particularizantes y la rápida innovación tecnológica, entre otros factores, necesitaban de mayor libertad para la ejecución de las metas y de una emancipación de las especificaciones de una tradición que ya no resultaba adecuada para la realización de dichas metas”<sup>31</sup>. Los roles económicos vienen a ser distribuidos con base en el *status* adquirido, predomina la conducta universalizante y los roles económicos son típicamente específicos en vez de difusos. (“Entre los muchos factores complejos que acompañan al cambio cultural y social de pueblos muy aislados de nuestra época, no hay quizá ninguno que sea tan importante como el de esa pronunciada alteración de las tendencias y de los valores que impulsan una transformación material de la sociedad”)<sup>32</sup>.

Se ha reconocido que esta racionalidad tiene efectos directos sobre el proceso productivo. Por ejemplo, Moore declara que, “las probabilidades de innovación técnica varían... en tiempo y espacio y una fuente fundamental de tal variabilidad es la extensión y la intensidad dispares de una orientación racional hacia el ambiente”<sup>33</sup>. *Esta perspectiva racional fue uno de los rasgos coherentemente compartidos por todos los empresarios de nuestra muestra, con independencia de la edad, el país de origen, el nivel edu-*

30 Bert F. Hoselitz, “Tradition and Economic Growth,” in R. Braebunti and J. J. Spengler, *Tradition, Values and Socioeconomic Development*, North Carolina: Duke University Press, 1961, p. 84.

31 Seymour Lipset and Leo Lowenthal, *Culture and Social Character*, New York: The Free Press of Glencoe, 1961, p. 91.

32 J. M. Van Der Kroef, “The Acquisitive Urge: A Problem in Cultural Change,” *Social Research*, Primavera, 1961, Vol. 28, No. 1, p. 37.

33 Wilbert E., Moore, *Social Change*, New York: Prentice Hall, 1963, p. 79.

*cativo o los antecedentes de clase social.* Parecería que fuese un componente básico de la orientación empresarial; quizá sea el elemento que determina el éxito o el fracaso del rol empresarial. Ya que, en vista de que todos los empresarios de nuestra muestra tuvieron éxito, y en vista de que todos ellos manifestaron esta orientación, podría ser que esta actitud fuese vital para el éxito empresarial.

Como medida de racionalidad se formuló una pregunta que abarcaba los siguientes factores: relaciones políticas, vínculos familiares, amigos, suerte, esfuerzo, educación, dinero y honestidad. Luego se les pidió a las personas que respondieron que indicaran la importancia de cada uno de estos factores para el logro del éxito en Colombia. Se creó la siguiente diferenciación entre valores tradicionales y racionales: las relaciones políticas, las relaciones familiares, los amigos y la suerte fueron clasificados como *valores tradicionales*; el esfuerzo, la educación, el dinero y la honestidad fueron considerados como valores *racionales*. Al asignar un puntaje de uno a cada uno de los *ítems* anteriores, se pudo determinar si había un predominio del racionalismo sobre el tradicionalismo o viceversa.

Mediante la combinación de las categorías. *Muy importante e Importante* pudimos determinar qué tantos empresarios creían que los valores tradicionales eran importantes al compararlos con los racionales. (También se combinaron las categorías *Indiferente, Sin importancia y Completamente sin importancia* bajo el encabezamiento de *Sin importancia*). Se encontró que existía una diferencia estadística muy significativa entre valores tradicionales y valores modernos. Todos los empresarios demostraron preferencia por los valores racionales: dinero, esfuerzo, educación y honestidad. Los empresarios colombianos y extranjeros que tenían 45 y más años de edad mostraron una preferencia por los valores modernos que fue significativa en un nivel mayor a .001 con la prueba del Qui cuadrado (Ver Cuadros 11 y 12). Los empresarios colombianos y extranjeros menores de 45 años de edad también exhibieron una diferencia significativa entre valores tradicionales

y modernos que fue mayor que el nivel de .01 (Ver Cuadros 13 y 14). Existía una orientación general hacia los valores modernos, en la cual las consideraciones racionales predominaban sobre las tradicionales.

A menudo se considera que los viejos están más orientados hacia la tradición que las personas jóvenes. Esto puede ser muy cierto en ciertas áreas, pero no parece serlo en el caso del reino económico. Más bien son los mayores de 45 años, sean ellos nacionales o extranjeros, los que están más orientados racionalmente que los menores de 45 (aquellos menores de 45 años estaban orientados racionalmente, pero la diferencia entre valores racionales y tradicionales no era tan grande como aparecía en el caso de los mayores de 45 años). Aparentemente, entre más tiempo se ejerce el rol de empresario, mayor se vuelve la identificación con el rol y se introyectan e interiorizan más firmemente los valores que acompañan a dicho rol.

Desafortunadamente, no contamos con datos comparables sobre la orientación de los valores del colombiano que no es empresario. No obstante, Olin Leonard, al hablar del latinoamericano en general, escribe que existe una dependencia de lo sobrenatural que sirve como guía y desahogo y que "se da poca fe al esfuerzo, a la economía, a la ciencia y a la tecnología . . . Desear más de lo que puede ser suministrado por los medios tradicionales puede ser interpretado como un anhelo irreligioso y pecaminoso"<sup>34</sup>. Hagen comparó empresarios antioqueños con líderes comunales payaneses y encontró marcadas diferencias de personalidad; los líderes industriales de Antioquia "manifestaron gran necesidad de autonomía, necesidad de realizaciones y necesidad de orden; poseían un agudo sentido de las realidades de una situación; concebían al mundo como si fuera manejable a través del buen juicio y del esfuerzo"<sup>35</sup>. Esta orientación es comparable con los valores racionales que ya hemos discutido en relación con el empresario bogotano.

34 Leonard, *op. cit.*, p. 5.

35 Hagen, *op. cit.*, p. 368.

CUADRO 11

Valores de los empresarios colombianos que tienen más de 45 años

	Muy importante	Importante	Indiferente	Sin importancia	Ninguna importancia	No Resp. pondio	Total
<i>Valores de Nativos de +45 años</i>							
<i>Valores Tradicionales</i>	Las relaciones políticas	8	4	1	2	1	18
	Las relaciones familiares	5	12			1	18
	Los amigos	3	12	1	1	1	18
	La suerte	1	1	6	2	1	18
<i>Valores Modernos</i>	El esfuerzo	12	4		1		18
	La educación	15	3				18
	El dinero	6	11		1		18
	La honradez	13	5				18

Valores tradicionales      Valores modernos

Importante (muy importante e importante)  
Sin importancia (indiferente, sin importancia, etc.)

46	69	115
26	3	29
<u>72</u>	<u>72</u>	

$X^2 = 20.89$  Una diferencia significativa > .001

CUADRO 12

Valores de los empresarios colombianos que tienen menos de 45 años

	Muy Impor- tante	Indi- ferente	Sin Impor- tancia	Ninguna Impor- tancia	No Res- pon- dió	Total	
<i>Valores de Nativos de —45 años</i>							
<i>Valores Tradicionales</i>	Las relaciones políticas	5	7	4	1	1	18
	Las relaciones familiares	4	12	1	1		18
	Los amigos	1	12	2	1	1	18
	La suerte	3	1	6	7	1	18
<i>Valores Modernos</i>	El esfuerzo	11	4	1		1	18
	La educación	15	2			1	18
	El dinero	5	10	1	1	1	18
	La honradez	12	3	1	1	1	18

Valores tradicionales      Valores modernos

Importante (muy importante e importante)  
Sin importancia (indiferente, sin importancia, etc.)

49	62	111
24	6	30
<hr/> 73	<hr/> 68	<hr/> 141

$X^2 = 10.77$  Una diferencia significativa > .01

CUADRO 13

Valores de los empresarios extranjeros que tienen más de 45 años

Valores de Extranjeros de +45 años	Muy Importante	Importante	Indiferente	Sin importancia	Ninguna importancia	No Respondió	Total
Las relaciones políticas	6	5		1	2		14
Las relaciones familiares	4	5	2	2	1		14
Los amigos	4	6	2	1	1		14
La suerte	2	3	2	3	3	1	14
El esfuerzo	11	3					14
La educación	13	1					14
El dinero	5	8		1			14
La honradez	11	3					14

Valores tradicionales      Valores modernos

Importante	35	55	90
Sin importancia	20	1	21
	<u>55</u>	<u>56</u>	<u>111</u>

$X^2 = 19.45$  Una diferencia significativa  $> .001$

CUADRO 14

Valores de los empresarios extranjeros que tienen menos de 45 años

Valores de Extranjeros	Muy Importante	Importante	Indiferente	Sin importancia	Ninguna importancia	No Respondió	Total
Las relaciones políticas	6	2	2	1	1		11
Las relaciones familiares	2	4	1	3	1		11
Los amigos		5	3	1	2		11
La suerte		3	5	2	1		11
El esfuerzo	6	4	1				11
La educación	7	3	1				11
El dinero	2	4	4		1		11
La honradez	7	2	1	1			11

Valores tradicionales

Valores modernos

Importante  
Sin importancia

22 35 57

22 9 31

44 44 88

$X^2 = 7.225$  Una diferencia significativa > .01

Popayán, por otra parte, es sin duda una de las ciudades colombianas más orientadas por la tradición. Cuando el payanés ve problemas, "tiene soluciones aforísticas para ellos (los ancianos saben más; él debería escuchar a su padre) o concibe el éxito sin ninguna idea de los esfuerzos que conllevaría..."<sup>36</sup>. Estos valores tradicionales también son predominantes en Bogotá. (Al referirse a alguien, valga el caso, continuamente encuentra uno la frase "de buena familia" como una de las recomendaciones más fuertes que una persona puede dar de otra)<sup>37</sup>. Cuando la gente se reúne, una de las primeras cosas que se hace es establecer los apellidos; esto conforma inmediatamente un trasfondo y unos vínculos sociales.

Existe el estereotipo de considerar al europeo occidental como si estuviera orientado más racionalmente que el suramericano. En nuestra comparación de los *empresarios*, nacionales y extranjeros, empero, no se halló ninguna diferencia al medir estos valores. Esto ayuda a apuntalar el aforismo sociológico de que el rol de una persona afecta profundamente sus actitudes y valores. En este caso, parece que el rol de empresario ha sido mucho más importante que las diferencias de nacionalidad. Un empresario fructuoso requiere una orientación racional para lograr la maximización de beneficios para su organización, independientemente de sus orígenes nacionales. La racionalidad tal vez es, como sugerimos anteriormente, un componente integral del éxito empresarial y, por ello, solamente el colombiano inconforme y selectivamente racional podría sobrevivir ante la competencia con el europeo racional en el mercado internacional.

Es igualmente posible que el alto racionalismo exista debido a la *selectividad*: i. e., únicamente las personas orientadas racionalmente *ingresan* al mundo comercial o la tasa de mortalidad comercial diezma el número de co-

36 *Ibid.*, p. 369.

37 Esta frase está tan cargada de valores simbólicos que es imposible otorgarle un equivalente en inglés que conlleve con ella todas las dimensiones subentendidas cuando se emplea la frase entre los latinoamericanos.

merciantes orientados tradicionalmente. Es cierto que uno reconoce el hecho de que en el mercado internacional un empresario colombiano debe estar orientado racionalmente para la competencia en el mercado mundial. Sin embargo, en la misma Colombia existe aún una gran cantidad de protección oficial a los negocios, lo cual ofrece un marco de referencia tradicionalista dentro del cual todavía es posible operar nacionalmente. Es interesante especular sobre si el empresario manifestaría aun más racionalidad cuando la protección gubernamental de los negocios hubiese terminado.

Otra prueba de esta racionalidad se puede observar en los criterios de selección de personal (Ver Cuadro 15). El personal es reclutado racionalmente; se dió razón de que la familia jugaba solamente un pequeño papel. (Es interesante anotar que los dos empresarios que mencionaron que la familia era importante —ambos colombianos— estaban trabajando por debajo de su capacidad fabril productiva... Quizá se pueda deducir que los negociantes tradicionales sean suprimidos al competir con los racionales). Entre los empresarios nacionales y extranjeros no hubo diferencias en cuanto a la primera, segunda o tercera escogencia de criterios para la selección de personal (Ver Cuadro 16). La primera escogencia más frecuente fue la "preparación educativa (28 por ciento), seguida de la personalidad (22 por ciento), la capacidad de trabajo (20 por ciento) y la antigüedad (18 por ciento). La única diferencia significativa que surgió en esta área radica entre los empresarios de educación universitaria y aquellos que no habían asistido a la universidad. Aquellos subrayaban la personalidad mucho más que la antigüedad al seleccionar el personal; estos enfatizaban la antigüedad en lugar de la personalidad. La diferencia fue significativa a un nivel de .001 (Ver Cuadro 17). El empresario de educación universitaria aparentemente creía que, en el campo de los negocios, la competencia técnica puede estar subordinada a la competencia social, opinión que está en consonancia con la de-

CUADRO 15

*Criterio de selección de personal ejecutivo*

	<i>Primera Selección</i>		<i>Segunda Selección</i>		<i>Tercera Selección</i>	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Antigüedad	11	18%	9	18%	7	26%
Condiciones de personalidad	14	22%	23	47%	6	22%
Estudios realizados	17	28%	12	24%	8	30%
Capacidad	12	20%	2	4%	2	7%
Familia	2	3%	0		0	
Carácter-honradez, confianza, interés	1	2%	1	2%	2	7%
Técnica	1	2%	2	4%	0	
Otras	3	5%	0		2	7%
Sin respuesta					34	

CUADRO 16

*Criterio para seleccionar personal y nacionalidad del empresario*

	Primera Selección		Segunda Selección		Tercera Selección				
	Col.	Ext.	Col.	Ext.	Col.	Ext.			
Antigüedad	5	6	11	5	4	9	6	1	7
Personalidad	8	6	14	14	9	23	4	2	6
Estudios realizados	9	8	17	9	3	12	6	2	8
Capacidad	9	3	12	0	2	2	1	1	2
Familia	2	0	2	0	0	0	0	0	0
Carácter	1	0	1	0	1	1	1	1	2
Técnica	1	0	1	0	2	2	0	0	0
Otras	1	2	3	0	0	0	1	1	2
Sin respuesta				8	4	12	17	17	34
	36	25	36	25	36	25	36	25	

CUADRO 17

*Criterio para seleccionar personal (primera selección)  
y educación del empresario*

	Primaria		Secundaria		Universitaria		No resp.	Totales
	1-3	4-6	1-3	4-6	1-3	4-6		
Antigüedad	0	0	1	7	0	3	0	11
Personalidad	0	0	1	2	2	8	1	14
Estudios realizados	0	0	1	7	1	7	1	17
Capacidad	0	0	0	7	0	5	0	12
Familia	0	1	0	0	1	0	0	2
Carácter	0	0	0	0	0	1	0	1
Técnica	0	0	0	0	0	1	0	1
Otras	0	0	0	1	0	1	1	3
	0	1	3	24	4	26	3	

finición de Whyte de la nueva ética social del "hombre organización" <sup>38</sup>.

La visión que surge del empresario bogotano es disimilar a la de la población colombiana en general. Aun cuando aquel no pertenece necesariamente al grupo de las mayores riquezas, veremos en la discusión de la clase social (Capítulo V) que la mayoría tenía sus raíces en la clase media, en un país en donde la clase media es comparativamente pequeña. Nuestros líderes industriales están representados desproporcionadamente por el 41 por ciento de nacidos en el extranjero. Como en los Estados Unidos, su nivel educativo es mucho más alto que el de la población general. Al igual que en los Estados Unidos son gente de ciudad en desproporción con la población de sus países. En una sociedad relativamente orientada hacia la tradición, sus valores son racionales y modernos. Todo esto da apoyo a la tesis de que el empresario colombiano puede ser considerado como el prototipo de un desviado e inconforme social. Es un portador de valores exóticos y de un comportamiento que es incongruente con el orden social tradicional existente.

38 W. H. Whyte, Jr., *The Organization Man*, New York: Simon and Schuster, 1956.

