

margen N° 74 - setiembre 2014

Emprendimiento local para el desarrollo humano sustentable

Por Javier Carreón Guillén, Jorge Hernández Valdés, María de Lourdes Morales Flores, Cruz García Lirios, Erle García Estrada y José Francisco Rosas Ferrusca

Javier Carreón Guillén. Doctor en Administración, profesor titular “C”, ENTS, UNAM, México

Jorge Hernández Valdés. Maestro en Educación, Profesor titular “A” ENTS, UNAM.

María de Lourdes Morales Flores. Dra. En Geografía, profesora de asignatura, UAEM UAP Chimalhuacán.

Cruz García Lirios. Doctorante en Psicología Social y Ambiental, Profesor de Asignatura, UAEM-UAPH.

Erle García Estrada. Mtra. En Educación, Profesora de Tiempo Completo, UAEM-UAP Huehuetoca.

José Francisco Rosas Ferrusca. Dr. en Administración Pública, Profesor, UAEM-UAP Huehuetoca

Introducción

El emprendimiento es un fenómeno global que consiste en la gestión pública de conocimientos para su diseminación entre los actores políticos, agentes económicos y talentos sociales a fin de preservar los recursos naturales para el Desarrollo Sustentable de las representaciones, habitus, campos, capitales y capacidades de las generaciones futuras. Precisamente, el objetivo del presente trabajo es exponer las relaciones conceptuales entre las dimensiones del emprendedurismo en una localidad mexicana.

Para llevar a cabo tales propósitos se realizó una revisión teórica y empírica con la finalidad de discutir los conceptos y hallazgos circunscritos al espíritu empresarial. Ello permitirá abrir la discusión en torno a la relación entre Estado, transnacionales, pymes y comunidades en situaciones de escasez e inequidad en la distribución de recursos.

El Emprendedurismo supone representaciones, habitus, campos y capitales en torno a la producción, comercialización y formación empresarial. En cierto sentido, la objetivación y anclaje, procesos esenciales de las representaciones sociales, explican la transformación de saberes y conocimientos en sentido común, más precisamente, heurísticos desde los cuales la lógica de oferta y demanda se desvanece en afectos o sentimientos acerca de orientar tiempo y dinero a la producción de café.

Empero, no sólo los conocimientos son trastocados por fuerzas emprendedoras, sino además ajustados a la dinámica local ecoturista. En este sentido, el discurso entre otros elementos, es el medio para construir predisposiciones en torno a la caficultura.

Es así como a través de las representaciones sociales, la caficultura se transforma en habitus discursivos desde los que se sustentan las convenciones locales en referencia a las convenciones globales ya que las microempresas al estar vinculadas con transnacionales adoptan formas organizativas y discursos para fomentar el espíritu emprendedor en habitantes de “pueblos mágicos” como en el caso de la región huasteca en Xilitla, San Luis Potosí, México.

Se trata de un proceso en el que los símbolos, significados y sentidos son categorizados en imágenes que impactan la interpretación y acción personal, aunque tal proceso se disemina a los grupos y organizaciones relativas al café. Esto hace posible la distinción social de un sector emprendedor en alusión a la comunidad, pero incluso en referencia a los demás grupos agricultores de la región huasteca.

A nivel discursivo, no sólo es posible diferenciar los símbolos o significados en sus ámbitos temporales o espaciales, sino además anticipar la diversidad de expectativas que se generan luego de que una actividad empresarial se ha erigido como un sello distintivo de una comunidad en clara alusión a la industria, el comercio, el turismo o las pobreza, marginación, vulnerabilidad o exclusión. Tales dimensiones se condensan en propensión o aversión al futuro ya que mientras las representaciones sociales se conectan con el pasado y el futuro, generan predisposiciones de riesgo en torno a los cuales se planifica una siembra y cosecha. Es decir, la representación de la caficultura parece circunscribir a preferencias, acciones, sentimientos o pensamientos los cuales constituyen discursos que delimitan campos de expectativas y generan relaciones de cooperación y confianza.

¿Qué representaciones, habitus, campos, capitales en torno a la caficultura inciden en qué capacidades emprendedoras y en qué contextos de migración o comercio en Xilitla?

Tal cuestión implica cinco marcos teóricos explicativos de la imbricación de la caficultura en los discursos de productores y comerciantes. La Teoría de Representaciones Sociales al ser un proceso de comunicación de innovaciones respecto a la caficultura, se infiltra en los símbolos y significados que construyen los microempresarios. Una vez que estos se han infiltrado en imágenes y palabras, ahora son recuperados como repertorio de conocimientos respecto a la siembra o cosecha de café.

Si una representación vincula a la caficultura con otros menesteres personales o comunitarios, entonces supone disposiciones que facilitan la objetivación o el anclaje de la información relativa a la siembra, cosecha, clima, plagas, precios y cotizaciones. Si tales disposiciones han sido transferidas de generación en generación entonces un estudio longitudinal daría cuenta de las representaciones, objetivación y anclaje, así como de sus habitus, heredado o adquirido, a lo largo de un periodo relativamente transitorio en el que la comunidad pasó de ser migrante a microempresaria.

Es así como la Teoría del Habitus Discursivo enfoca los esfuerzos de explicación en aquellos símbolos de los que pueden derivarse símbolos, agruparse y resignificarse evidenciando al mismo tiempo un modo de pensar, actuar y sentir que distinguiría a Xilitla de otros pueblos originarios o mágicos dedicados a la caficultura.

Para los propósitos del presente estudio, diferenciar a las comunidades es el primer eslabón para inferir el proceso por medio del cual un grupo de migrantes se transformaron en microempresarios. En tal sentido, la Teoría de los Campos de Poder sostiene que los conflictos derivados de la distribución asimétrica de los insumos para la caficultura es el motor de los cambios que se avecinan en la producción y comercialización del café en la microrregión.

Sin embargo, tal transformación parece ser más discursiva ya que mientras los migrantes de Xilitla retornan, grupos de comerciantes se dan la tarea de emprender nuevos proyectos y planes de negocios que implican la difusión del pueblo como un lugar de turismo y recreación más que de producción y venta de café. A nivel de los símbolos, es necesario comprender las relaciones discursivas entre quienes generan empleos y quienes los diversifican con la difusión de innovaciones comunitarias tales como ecoturismo, producción orgánica, artesanía y comida típica.

Tal proceso de diversificación e imbricación de la caficultura está centrado en la formación de redes colaborativas ya no sólo discursas. Se trata de procesos de confianza en los que la cooperación entre las familias de caficultores hace factible su análisis como capitales sociales en las que el conocimiento ya no es un asunto de gestión, sino de representación, *habitus* y empoderamiento.

De este modo, Xilitla se asume como una entidad próspera en lo económico porque está anclada en discursos que versan sobre el emprendimiento, comercio y progreso. Es decir, cuando menos la comunidad ya no presenta síntomas de empobrecimiento discursivo o económico. Las personas que viven en ésta micro región se asumen como responsables de su propio destino y actúan en consecuencia, llevan a cabo acciones motivados por la diferenciación social que supone ser migrante, comerciante, caficultor o microempresario.

Sin embargo, el proceso estaría incompleto si no reconociéramos las oportunidades en consonancia con las capacidades y responsabilidades de los habitantes de Xilitla para con sus generaciones futuras y demás redes de capital social que actúan a favor del progreso de la comunidad o por lo menos el distanciamiento con la pobreza. La Teoría de las Capacidades Económicas en consonancia con las libertades de elección para el revestimiento del tejido social en cuanto a empleo, salud y educación, asume que los individuos son agentes de conocimiento y gestión cuyas capacidades permiten la diseminación de responsabilidades para con los grupos en los que están inmersos.

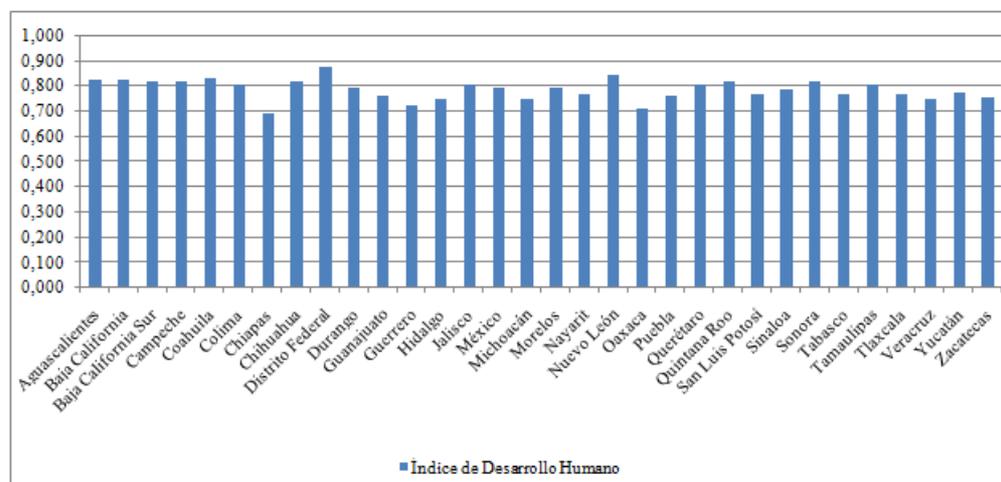
Precisamente, es en este punto donde los símbolos y los significados respecto a la caficultura se vinculan con escenarios de colaboración y transferencia de saberes que les permiten a los comerciantes adentrarse en un mercado local. Es aquí donde parece emerger el conocimiento que posibilita la diferenciación de la caficultura en siembra, cosecha, refinamiento, empaquetamiento, logística, distribución, preparación y venta. Las nuevas generaciones de caficultores no sólo han objetivado o anclado el conocimiento, sino además lo han asumido como parte de sus estilos de vida y modos discursivos.

Frente a las problemáticas ambientales de sequías o inundaciones, las redes de capitales sociales en Xilitla responden con organización del cultivo en etapas diversificadas, pero confinadas al logro de metas que les garanticen el ciclo productivo. Más aún, el proceso productivo es complementado con la gestión y promoción de la caficultura en otras localidades de la región y más allá de la misma como entidad turística. Esta es la clave del éxito económico y la prosperidad en Xilitla de la que las remesas siguen siendo parte fundamental de la dinámica económica, pero es el capital simbólico el que impulsa las relaciones sociales, políticas y económicas. La cultura del emprendimiento o el espíritu emprendedor de Xilitla socava la pobreza e incentiva las capacidades empresariales y laborales para estabilizar las representaciones, *habitus*, campos y capitales relativos a la caficultura.

Problemáticas locales antropocéntricas y ecoperiféricas al desarrollo humano sustentable

La demarcación de estudio tiene un nivel de Desarrollo Humano cercano a 0,80 en el índice correspondiente de las Naciones Unidas (PNUD, 2010). Empero, este índice se compone por los rubros de educación, empleo y salud relativos a oportunidades y capacidades vinculantes con los *habitus* de emprendimiento, pero ligados a valores, conocimientos y habilidades antropocéntricas que justifican el Desarrollo Humano a partir de la explotación de los recursos naturales (véase gráfico 1).

Gráfico 1. Índice de Desarrollo Humano nacional



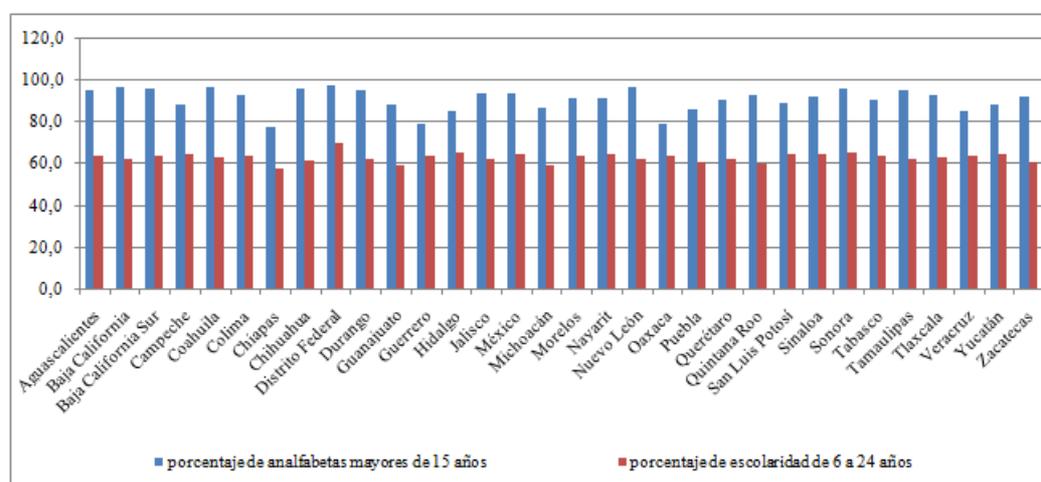
Fuente: PNUD (2010)

En este sentido, el antropocentrismo emerge de competencias escolares indicadas por tres niveles de alfabetización, analfabetismo y analfabetismo funcional (INEGI, 2010). De este modo, una alfabetización está cercana al antropocentrismo en tanto que desarrolla creencias de escasez de recursos que la ciencia y la tecnología deberán aquilatar para garantizar las oportunidades y capacidades de las futuras generaciones. Además, el Estado, desde una visión antropocéntrica alfabetizada, es rector del Desarrollo Humano Local Sustentable, ya que la participación alfabetizada supone la emergencia de estilos de vida consumistas y austeros en la medida en que las políticas públicas regulan las tarifas de los servicios públicos.

En el caso del municipio de estudio, su grado de alfabetización (60%) en población de 6 a 24 años es menor al de la población analfabeta (80%). Es decir, la alfabetización estaría relacionada con creencias antropocéntricas, mientras que las visiones ecoperiféricas serían vinculatorias del analfabetismo local.

En comparación a las creencias antropocéntricas, las ecoperiféricas consisten en el respeto, miedo y mistificación de la naturaleza. A menudo, está indicado por altos índices de percepción de riesgo, incertidumbre e inseguridad que correlacionan con creencias de abundancia de los recursos naturales (véase gráfico 2).

Gráfico 2. Alfabetización nacional - Fuente: INEGI (2010)

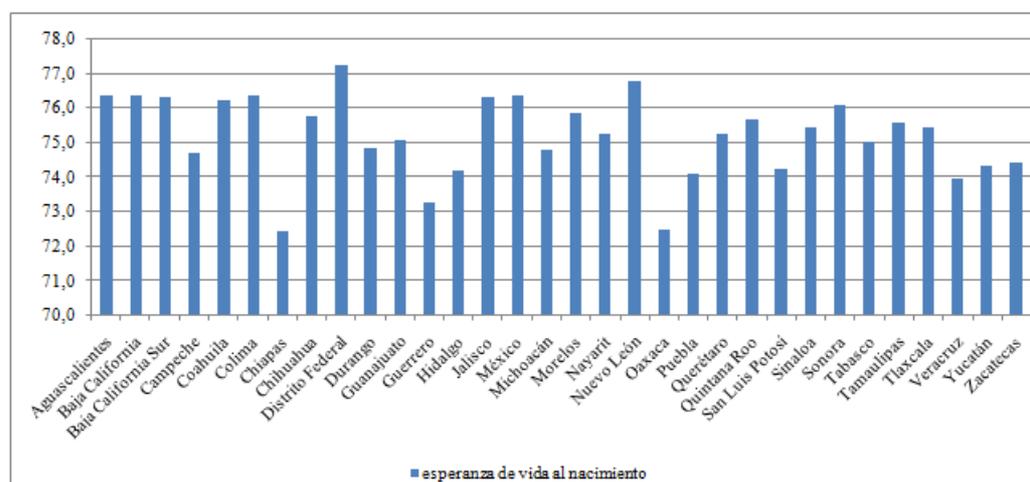


De este modo, el analfabetismo, relacionado con creencias ecoperiféricas correlacionaría con una alta esperanza de vida, no sólo por el consumo de productos locales y naturales, sino por los estilos de vida de aversión a los riesgos. En contraste, una baja esperanza de vida supone propensión a riesgos que fundamentan creencias antropocéntricas.

En la demarcación de estudio, la esperanza de vida es de 74 años, pero si se toma en cuenta que el deterioro de la calidad de vida inicia diez años antes, entonces es probable considerar que el antropocentrismo y la propensión a riesgos son factores de estilos de vida en los que el consumismo incrementa la probabilidad de enfermedades relacionadas con el corazón, diabetes o hipertensión (véase gráfico 3).

Empero, si contrastamos la esperanza de vida del Distrito Federal con la de San Luis Potosí, entonces será posible advertir una contradicción ya que mientras la esperanza de vida supera 78 años en la capital de México, la diferencia con respecto a la esperanza de vida en la demarcación de estudio es de cinco años (PNUD, 2010).

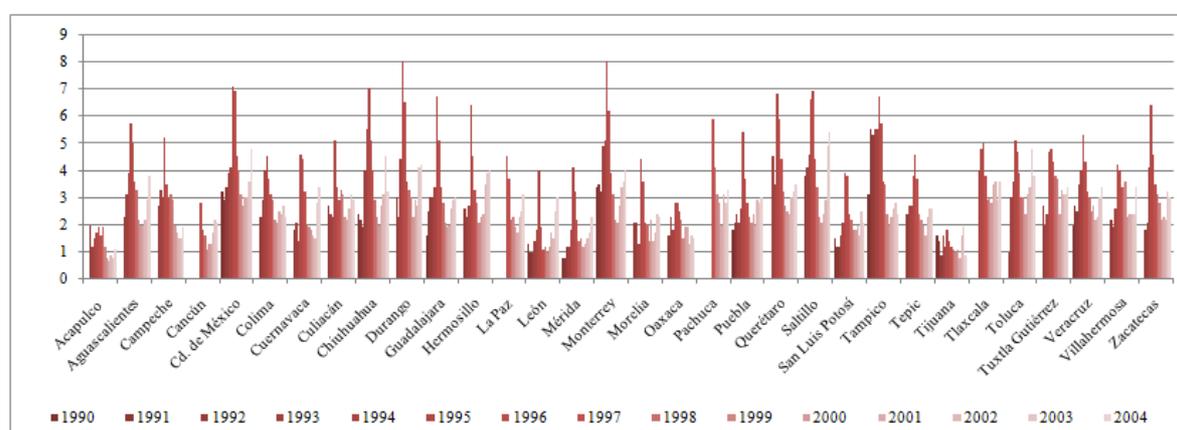
Gráfico 3. Esperanza de vida al nacimiento



Fuente: PNUD (2010)

En efecto, la esperanza de vida parece indicar que el antropocentrismo urbano garantiza una mayor calidad de vida que el ecoperiferismo rural, sin embargo, el 4% de la tasa de desempleo local es menor al 7% de la tasa de desempleo del Distrito Federal (INEGI, 2010).

Gráfico 4. Tasa de desempleo abierto - Fuente: INEGI (2010)

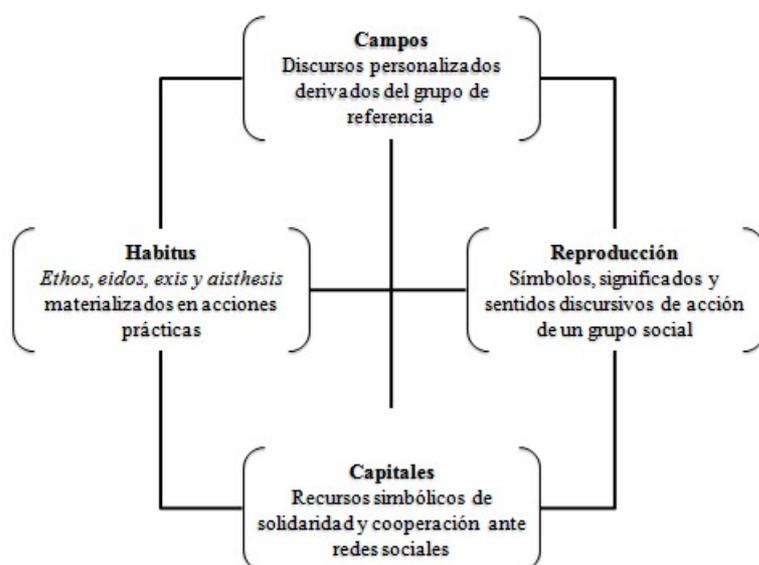


El contraste entre los índices parece mostrar que el Desarrollo Humano Local Sustentable depende de la educación, esperanza de vida y empleo siempre que se trata de entidades urbanas. En referencia a las demarcaciones rurales o semiurbanas, las creencias antropocéntricas y ecoperiféricas podrían explicar las diferencias cuando menos con respecto a la capital del país.

Teoría del emprendimiento social

En virtud de que el emprendimiento social depende del entorno sociopolítico y ambiental, al definirse como un sistema de iniciativas orientadas al Desarrollo Humano en sus rubros educativos, sanitarios y laborales, así como a la propensión a lo local sustentable, la Teoría del Emprendimiento Social incluye cuatro factores que explican la interrelación entre los indicadores (véase figura 1).

Figura 1. Teoría del Emprendimiento Social



Fuente: Elaboración propia

El concepto de habitus alude a un conjunto de disposiciones ancladas, si se quiere relacionar con las representaciones sociales, en el núcleo o centralidad de un contexto (Bourdieu, 2011). En tanto sistema de disposiciones, están indicadas por asociaciones entre personas, comportamientos, sentimientos, oportunidades, capacidades, responsabilidades o libertades (Capdevielle, 2011). Sin embargo, sus síntomas psicológicos son sólo parte de dimensiones sociológicas desde las que es posible advertir diferencias entre grupos, comunidades, sociedades, culturas o generaciones (García, 2011). Se trata de relaciones entre las estructuras, creencias, normas y valores, que pueden estar en organizaciones o instituciones, pero al no ser exclusivas de tales contextos abre la posibilidad de que los habitus sean en sí mismos contextos de escenarios (Vega, Madrazo y García, 2011). En tal proceso, el habitus discursivo se enlaza con prácticas que enaltecen las diferencias entre individuos ya que pueden actuar bajo el mismo contexto, pero la significación o resignificación de espacios, objetos o personas es diferente. Esto es así porque los habitus son producto de asimetrías, discrepancias, controversias, desencuentros o tensiones que pueden ser de corta duración, aunque puedan extenderse dada la magnitud del conflicto y sobre todo, la influencia

del contexto (Castro y Martins, 2010). Lo cierto es que un contexto impacta acciones, sentimientos, percepciones y pensamientos de un modo más duradero porque se infiltra en la estructura de las habilidades discursivas y al ser naturalizadas, siguiendo el discurso de las representaciones sociales, ya no sólo están en la periferia, sino se han incorporado al núcleo central. Es decir, los habitus son el resultado de la penetración del contexto en el repertorio cultural de los individuos y al haberse infiltrado en los conceptos de defensa han logrado familiarizarse con los elementos centrales (Castro, 2011).

Joignant (2012) reconoce que los habitus son, en esencia, una consecuencia del contexto en forma de esquema y organización de símbolos. Esta dualidad hace más factible reconocer la complejidad del contexto ya que los habitus son sus indicadores. Se trata de un contexto, en términos de vida humana, corto ya que son estructuras heredadas y aprendidas en los primeros años de vida. Tal proceso devela una dimensión sociohistórica del habitus y por ende otra dimensión sociopolítica consistente en la socialización de los esquemas y estructuración de las disposiciones cual si fuese un proceso dialéctico, pero no lo es porque más bien se trata de la influencia del contexto en los esquemas personales (Robles y Leso, 2012).

Al igual que las representaciones sociales que se defienden de la emergencia de otros símbolos, el habitus no reparara en contrarrestar la influencia de otros habitus mientras define las acciones a seguir según los contextos a disuadir puesto que nuevos acontecimientos implicarían una diversidad de respuestas, pero tales recursos son más bien homogéneos gracias a que cada persona incorporó un sistema de símbolos, significados y sentidos que los diferencian de otras personas o de sí mismas bajo circunstancias similares o diametralmente diferentes (Basta, Cavalleri, Fink, López, Maiola, Stancanelli y Vdovsov, 2012).

En suma, los habitus provienen del pasado ubicado en la infancia, pero también al ser adquirido y no sólo heredado, supone disposiciones emergentes que indican la penetración del contexto en la estructura de disposiciones (Martínez, 2013).

En el caso de la migración y el emprendimiento, los habitus explican el proceso por medio del cual una sociedad transita de expulsores a comerciantes (Chinchilla y Cruz, 2010). Esto desde luego, va más allá de la influencia del contexto en las comunidades o individuos, supone la incidencia de políticas públicas relativas al turismo ya que la comunidad huasteca de Xilitla obtiene sus ingresos a partir de la promoción de su espacio ecoturista, zonas montañosas y boscosas así como sus usos y costumbres cafetaleros. De este modo, los habitus del pasado comunitario explican la migración ya que en su afán de construir un patrimonio los residentes de Xilitla tuvieron que buscar empleo fuera de su territorio. Una vez edificado un patrimonio, los exmigrantes retornaron a su comunidad para establecer los discursos adquiridos en el exterior y que es posible identificar como un proceso de emprendimiento si se asume que para tal propósito se generó un clima de confianza, compromiso y satisfacción. Es decir, las nuevas generaciones de emprendedores son el resultado de una generación que heredó un habitus migratorio y/o transformó en un habitus emprendedor, pero tal proceso debió ocurrir en un contexto en el que las políticas de fomento empresarial estratégicamente se orientaron al turismo y sus derivados. Se cumple así la premisa sociohistórica del habitus según la cual una coyuntura es el resultado de una estructura, aunque no del todo influida, si ha sido trastocada en sus fundamentos ya que la comunidad de Xilitla ahora es emprendedora. La repavimentación de sus calles, la remodelación de sus edificaciones, la reubicación de sus residuos, el financiamiento de su comercio y la inversión en infraestructura hotelera, restaurantera y carretera hacen suponer que la comunidad apuesta por el turismo como alternativa de progreso y prosperidad, pero existe un sector cafetalero que ha sabido insertarse en el habitus migrante y ahora en la nueva dinámica emprendedora ya que emplea a otros trabajadores de pueblos circundantes y comercializa con otros grupos de caficultores de la región

huasteca.

Si bien es cierto que el habitus migrante y empresarial son discursos relativos a la búsqueda de oportunidades, capacidades y responsabilidades, llama la atención que en el caso del habitus migrante las emociones predominan sobre las acciones o deliberaciones que corresponden al habitus emprendedor (Vargas, 2011). Es decir, la diferenciación entre uno y otro habitus estriba en que la situación económica impedía la realización de innovaciones y orientaba las acciones a la migración mientras que en la situación actual parecen conjuntarse los factores mínimos para la realización de proyectos que son financiados por el Estado a través de la secretaria de turismo y del trabajo, pero que son aceptados y desarrollados por la comunidad (Vargas, 2013).

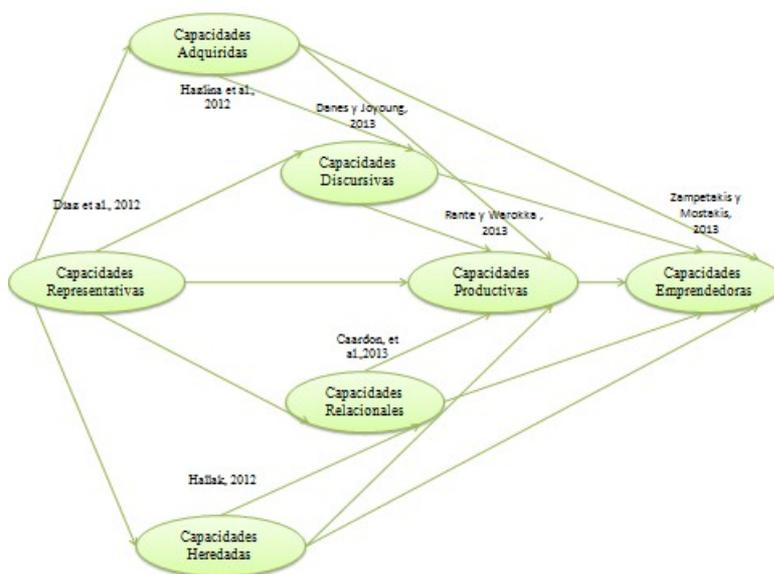
Empero, a la par de que se forjó un habitus emprendedor, se redistribuyeron los recursos, principalmente los discursos y sus bienes simbólicos que dieron origen a escenarios de poder sin los cuales sería imposible explicar las diferencias entre jornaleros y caficultores, autoridades y ciudadanos, políticos y comerciantes.

Estado del conocimiento

Los estudios relativos al emprendimiento social muestran que las capacidades emprendedoras están determinadas por discursos, relaciones, producciones, adquisiciones y representaciones alusivas a iniciativas que apoyadas en niveles suficientes de educación, empleo y salud generan iniciativas locales sustentables (véase figura 2).

Se trata de investigaciones que parten del supuesto según el cual las oportunidades que brinda el Estado tienen una correspondencia con valores, habilidades y conocimientos que podrán orientarse al dominio de la naturaleza (antropocentrismo), o bien, a la mistificación de la misma (ecoperiferismo). En el primer caso, el consumismo de los recursos y servicios públicos es un indicador que contrasta con la austeridad, principal indicadora del ecoperiferismo.

Figura 2. Estado del conocimiento del emprendimiento social



Fuente: Elaboración propia

El espíritu emprendedor ya sea heredado en el lugar de origen o adquirido en el lugar de estancia migrante supone un proceso que culminaría con la satisfacción de vida a medida que la remuneración se incrementa o las oportunidades se diversifican (Chiang, Méndez y Sánchez, 2010). Es decir, la satisfacción de vida parece tener un vínculo con el espíritu emprendedor en cuanto a la búsqueda de utilidad, ganancia y beneficio por una actividad sistemática y que implica un compromiso con una organización.

Es por ello que en contextos de incertidumbre el Mobbing inhibe la satisfacción de vida y ressignifica el espíritu emprendedor ya que los obstáculos que representan las relaciones de tarea están socavados por las relaciones humanas (López, Vázquez y Montes, 2010). En efecto, si las relaciones entre compañeros se sobrepone a los objetivos del grupo, entonces en el espíritu emprendedor emergen dimensiones de orden resiliente en los que el individuo desarrollará estrategias de afrontamiento ante los inconvenientes de laborar bajo un clima de tensión.

En tal escenario, el espíritu emprendedor correlaciona con estilos de liderazgo transformacional en los que cada uno de sus síntomas están sustentados por acciones específicas de innovación que trastocan otros estilos correctivos, evitativos, o motivadores (Molero, Recio y Cuadrado, 2010). En este sentido, las relaciones humanas entre líderes y subordinados parecen influir en el emprendimiento individual más que colectivo o grupal por el simple hecho de incluir valores egocéntricos más que altruistas.

También se observan diferencias entre hombres y mujeres con respecto a situaciones de estrés en las que el espíritu emprendedor es inhibido más en los grupos masculinos que en los femeninos (Moreno, Ríos, Canto, García y Perles, 2010). Al parecer, las relaciones que se establecen entre hombres facilita el afrontamiento de ruido.

Es en los grupos masculinos en donde se gesta un clima de confianza que se vincula más con la satisfacción de vida, principal indicador del espíritu emprendedor (Omar, 2010). A medida que las tareas implican la mayor coordinación se incrementa la colaboración entre los trabajadores, pero una reducción de la misma está más próxima a la frustración, aunque ello implica la innovación de ideas como otro síntoma del emprendedurismo.

Sin embargo, los acuerdos entre líderes parece afectar más la dinámica de trabajo entre los subordinados e incluso los motiva a llevar a cabo estrategias para ajustar sus acciones a las decisiones de los altos mandos (Yañez, Arenas y Ripoll, 2010). Ello significa que el espíritu emprendedor también estaría motivado por la dinámica de decisiones y sus efectos sobre la estabilidad laboral de los empelados.

Si la satisfacción laboral es el resultado de un clima de tareas y relaciones positivas, entonces el espíritu emprendedor tendría dos dimensiones. La primera dimensión sería el producto de contextos favorables a la formación de grupos así como a la consecución de objetivos mientras que la segunda sería el resultado de una serie de barreras y obstáculos desde las que se incentiva la creatividad y la innovación (Adenike, 2011).

Empero, si los resultados se alejan de las metas establecidas, entonces surgen una serie de conflictos que avizoran el cambio el cambio de paradigma en las relaciones interpersonales y el modo en que el trabajo en equipo se lleva a cabo (Celik, Turunc y Begenirbas, 2011).

En otros caso, el espíritu emprendedor al correlacionar espuriamente con la satisfacción de vida denota otros factores que le estarían influyendo ya que estaría más bien indicado por factores de orden impersonal y cercanos a niveles de estrés que lejos de aminorar el emprendedurismo lo acreditan como una alternativa ante contingencias organizacionales (Jyoti y Jyoti, 2011).

En referencia al desempeño y la productividad, ambas dimensiones del espíritu emprendedor anuncian la incorporación de estilos de vida que se desarrollan al interior de las organizaciones como respuesta a la ausencia de liderazgos (Rodríguez, Retamal, Lizana y Cortejo, 2011). Esto significa que cuando los canales de comunicación se encuentran bloqueados, entonces los empleados se adaptan a un patrón de producción que los lleva a conseguir las metas. Esto es así porque en ámbitos laborales está de por medio la estabilidad económica de talentos que ante la embestida de problemáticas inherentes a la alta dirección o crisis de reconocimiento, desarrollan habilidades, conocimientos y valores orientados a la innovación de los procesos más que al control de calidad (Rojas, García & García, 2011). El emprendimiento es, bajo el contexto del conflicto, una construcción de las necesidades, expectativas y competencias de empleados.

Sin embargo, el espíritu emprendedor también subyace por el sentido de comunidad, arraigo e identidad en torno a una región, localidad o espacio (Yuangion, 2011). Es decir, los trabajadores que residen en las zonas aledañas a las organizaciones están dispuestos a aceptar las condiciones de trabajo mientras se generen empleos que favorezcan a la comunidad, aunque la empresa se lleve la mayor de las ganancias. Son los procesos de identidad los que envuelven el emprendedurismo, pero también la competencia por los recursos. En ambos casos, el compromiso organizacional se devela como un factor relevante al incidir sobre el desempeño, la satisfacción y las competencias (Anwar y Norulkamar, 2012).

En aquellas localidades en donde las trasnacionales implementaron sistemas de gestión de conocimiento y transfirieron a la comunidad un modelo de producción, el compromiso laboral se intensificó (Díaz, Hernández y Roldán, 2012). Esto es, se generó un conocimiento compartido, pero en los casos en donde el conocimiento fue el resultado de la tecnología de trasnacionales y la participación local comunitaria, el compromiso también se incrementó sustancialmente (Hallak, Brown y Lindsay, 2012). Los mismos procesos se observaron en aquellos casos en los que las empresas trasnacionales implementaron modelos de gestión de conocimiento en las pequeñas y medianas empresas locales (Hazlina, Mohd y Rohaida, 2012). El compromiso laboral parece haber sido el determinante principal del emprendedurismo siempre que la confianza y la innovación estuvieron correlacionadas con ambas variables (Tayo y Adeyemi, 2012).

A partir de tales revisiones es posible afirmar que el emprendedurismo tiene como indicadores esenciales al compromiso, confianza, innovación, cooperación y resiliencia (Cardon, Gregoire, Stevens & Patel, 2013; Danes y Joyoung, 2013). Al relacionarse con la cultura local, los usos y costumbres comunitarios así como con la identidad regional, el espíritu emprendedor incrementó sustancialmente sus valores de satisfacción de vida (Rante y Warokka, 2013).

No obstante, la planificación estratégica a partir de estándares internacionales de calidad ha repercutido en una mayor productividad e intensificación de la competitividad más que los modelos híbridos y las alianzas entre trasnacionales y pymes (Zampetakis y Mostakis, 2013).

En síntesis, el estado de la cuestión advierte sobre la emergencia del emprendedurismo en contextos locales desde los que se gestan alianzas estratégicas a nivel regional y local en los que las comunidades adoptan sistemas de gestión, producción, logística y ventas diseminados por las trasnacionales a través de pymes o micro-empresas.

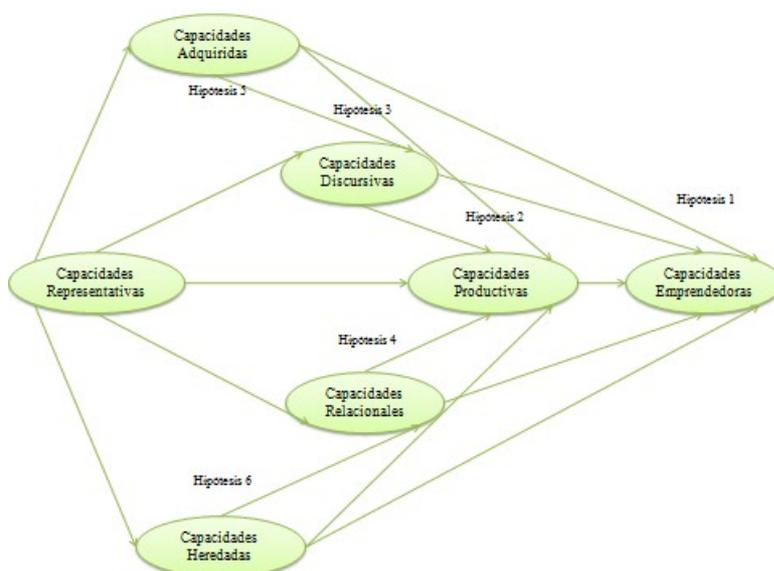
En un contexto en el que las políticas de fomento empresarial se intensifican, el espíritu emprendedor parece ser una respuesta de las comunidades que anteriormente eran migrantes y que ahora son escenarios de inversión federal y local que los adentró en una dinámica sobre la cual construyeron representaciones, habitus, campos, capitales y capacidades orientadas al desarrollo local.

Especificación de relaciones entre factores para el estudio del emprendimiento social

En virtud de que el emprendimiento social es considerado una capacidad, los factores que lo explican son también capacidades que al interrelacionarse construyen un sistema antropocéntrico o ecoperiférico (véase figura 3).

En el sistema antropocéntrico las capacidades emprendedoras son resultado de la productividad que supone los discursos de dominación de la naturaleza y la cooperación para tal fin (hipótesis 1), pero también implican la adquisición y herencia de estilos de vida que por su grado de consumismo develan representaciones de escasez de los recursos y por consiguiente, la formación de capacidades que permitan el acaparamiento de los mismos o la exclusión de comunidades con las que se comparten los recursos (hipótesis 2 y 3).

Figura 4. Especificación de relaciones



Fuente: Elaboración propia

Por el contrario, el emprendimiento considerado ecoperiférico es producto de la confianza y cooperación entre comunidades que desarrollan habilidades y saberes de respeto y conservación de los recursos naturales (hipótesis 4 y 5), pero también este emprendimiento ecoperiférico está sustentado en creencias de abundancia de los recursos naturales y por ende de representaciones de inconmensurabilidad e impredecibilidad de los fenómenos naturales y catástrofes ambientales (hipótesis 6 y 7).

Es decir, en el emprendimiento social coexisten creencias antropocéntricas y ecoperiféricas que son generadas por la escasez o abundancia de recursos, valores altruistas y egocentristas, conocimientos y saberes, así como habilidades de conservación o consumismo.

Discusión

El emprendedurismo en un contexto de migración y comercialización de los recursos naturales en Xilitla está determinado por representaciones, hábitos, campos y capitales desde los cuales se diseminan indicadores de confianza, compromiso, innovación, gestión, liderazgo, competitividad y

desempeño. Una revisión de los estudios en torno a los determinantes del espíritu emprendedor confirma supuestos en torno a los cuales la resiliencia es un factor consustancial a su surgimiento cuando se gestan dinámicas estresantes en las que el agotamiento, despersonalización o frustración emergen como sus principales síntomas. Empero, el emprendedurismo subyace en contextos de arraigo e identidad los cuales son aprovechados por las transnacionales al momento de establecer alianzas con pymes locales y cooperativas locales. En este sentido, las capacidades emprendedoras adquieren nuevas estrategias de producción, distribución y venta aprovechando redes de relaciones comunitarias.

Las representaciones sociales de las marcas globales parecen formar hábitos de consumo desde los que se construyen campos discursivos de poder que dan valor a los productos y servicios transnacionales a través de las organizaciones locales. En este proceso se compaginan los modelos de alianzas estratégicas con los recursos discursivos que se desarrollaron en las comunidades a partir de la entrada de multinacionales. Lejos de usurpar los recursos naturales, las transnacionales aprovecharon los contextos discursivos para implementar modelos de negocios que se complementaron con el aprendizaje de los migrantes en su travesía por los EU.

De este modo, el emprendedurismo en Xilitla reduce las diferencias entre multinacionales y pymes locales para construir discursos en torno a la cooperación, compromiso e innovación plasmados en la producción de café orgánico y promoción ecoturista que hacen de Xilitla un pueblo mágico emprendedor.

El proceso que implicó la transformación de una localidad migrante a una comunidad comerciante significó el cambio de representaciones sociales el cuál consistía en símbolos de subsistencia fuera de la región. Una vez en los EU los migrantes aprendieron hábitos de consumo que les influyó en sus decisiones de retornar a Xilitla para implementar los modelos de comercio aprendidos. Su llegada a Xilitla fue respaldada con campos discursivos en torno a los cuales ellos representaban el progreso para la comunidad no sólo en términos económicos, sino además en aspectos sociales. En ese sentido, la inversión de capital semilla se complementó con las políticas de fomento empresarial que el gobierno federal y local se encargaron de diseminar entre quienes podían valorar y utilizar responsablemente el capital encomendado. Por último, la llegada del capital extranjero complementó la dinámica emprendedora de Xilitla ya que permitió la construcción de infraestructura hotelera que potencializó a la comunidad como pueblo mágico, ecoturista y caficultor.

Sin embargo, está pendiente la explicación en torno a la relación entre transnacionales y pymes ante sequías e inundaciones. En efecto, el cambio de clima parece ser la amenaza potencial de la región ya que sus actividades dependen directamente de la distribución equitativa del agua. Un desbalance en la asignación de agua entre transnacionales, pymes y comunidades incidiría en los modelos de producción, distribución y venta.

La Teoría de la Fiabilidad Social (SRT por sus siglas en inglés) señala que a diferencia de los contextos de satisfacción de vida en los que la confianza y el compromiso son sus principales ejes, en un contexto de incertidumbre el emprendedurismo subyace como una respuesta solidaria ante la desgracia ecológica, económica o social. Precisamente, las representaciones, hábitos, campos, capitales y capacidades emprendedoras en Xilitla parecen converger más con el modelo emprendedor de estabilidad en referencia al modelo de incertidumbre.

Es por ello fundamental promover la fiabilidad social entre los actores implicados en el desarrollo local de Xilitla. No obstante, la participación del gobierno local y federal ya no sólo se reduciría a la asignación de capital semilla, sino que ahora su función consistiría en la organización

de una red de libertades, oportunidades, capacidades y responsabilidades traducidos a un sistema de gobernanza. La transparencia en la asignación de recursos financieros no sería suficiente si ante una contingencia o catástrofe las autoridades procuraran el bienestar de un sector en detrimento de otro. Se requiere un sistema de gobierno en el que las decisiones ya no sean discrecionales y se ajusten a principios de Desarrollo Local Sustentable.

La gobernanza de los recursos naturales orientada al desarrollo local supone la construcción de una agenda pública en la que los temas centrales son relativos a la fiabilidad social y el emprendimiento.

Conclusión

El espíritu empresarial supone la implementación de políticas de fomento productivo en comunidades y localidades que establecen alianzas estratégicas con transnacionales a través de pymes. Asimismo, es el resultado de un proceso de representación social en el que su núcleo central está conformado por valores, habilidades y conocimientos de emprendimiento transmitidos de generación en generación. Son las experiencias en su estancia como migrantes en los EU las que complementan las representaciones sociales y develan habitus heredados en Xilitla y adquiridos en EU.

Es en el habitus adquirido de donde se derivan campos discursivos de poder que hicieron líderes a los ex migrantes ya que se los considera por parte de la comunidad como ejemplos a seguir en cuanto a espíritu empresarial se refiere. Palabras tales como; “marketing”, “business”, “commitment” o “capabilities” han sido incorporados en la comunidad como símbolos de poder discursivo y significados de comercio. Aunado a los campos discursivos, la formación de microempresarios se llevó a cabo a partir de la confianza y la cooperación que se tradujeron en alianzas estratégicas de la comunidad para con transnacionales.

En suma, la localidad de Xilitla adquirió las capacidades empresariales suficientes para promoverse como pueblo mágico, ecoturista y caficultor. Una vez que su imagen de migrante fue transformada en una imagen de comercio, la comunidad y sus autoridades están ante la posibilidad de enfrentar contingencias ambientales que trastoquen su desarrollo local.

Bibliografía

Adenike, A. (2011). Organization climate as a predictor of employee job satisfaction. *Business Intelligence Journal*. 4, 151-166

Anwar, F. y Norulkamar, U. (2012). Mediating role of organizational commitment among leadership and employee outcomes, and empirical evidence from telecom sector. *Processing International Seminar on Industrial Engineering and Management 2*, 116-161

Arnau, L. y Montané, J. (2010). Aportaciones sobre la relación conceptual entre actitud y competencia, desde la teoría del cambio de actitudes. *Journal of Research in Educational Psychology*. 8, 1283-1302

Basta, R., Cavalleri, M., Fink, T., López, X., Maiola, F., Stancanelli, M., y Vdovsov, L. (2012). Una aproximación a la producción teórico metodológica de Pierre Bourdieu. Su influencia en el Trabajo Social Argentino. *Plaza Pública*, 8, 39-51

Berdecia, Z., González, J. y Carrasquillo, C. (2012). Estilos de liderazgo para el éxito organizacional: estudios de casos múltiples en empresas. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 1, 21-32

Borjas, L. (2010). El espíritu empresarial desde las representaciones sociales: caso Venezuela. *Ciencias Sociales*, 5, 149-165

Bourdieu, P. (2011). Las estrategias de reproducción social. México: Siglo XXI

Capdevielle, J. (2011). El concepto de habitus. *Anduli. Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 10, 31-45

Cardon, M., Gregoire, D., Stevens, C. y Patel, P. (2013). Measuring entrepreneurial passion: conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 28, 373-396

Castel, G. y Freundlich, F. (2010). Percepciones de los socios y no socios cooperativista sobre la satisfacción laboral. *Revesco*. 103, 33-58

Castro, M. y Martins, M. (2010). The relationships between organizational climate and employee satisfaction in information and technology organization. *Tydskriff vir Bredyfsielkunde*. 36, 1-9

Castro, M. (2011). Habitus lingüístico y derecho a la información en el campo médico. *Revista Mexicana de Sociología*, 73, 231-259

Caykoylu, S., Egri, C., Havlovic, S. y Bradley, C. (2011). Key organizational commitment antecedents for nurses, paramedical professionals and non-clinical staff. *Journal of Health Organization and Management*. 25, 7-33

Celik, M., Turunc, O. y Begenirbas, M. (2011). The role of organizational trust, Burnout and interpersonal deviance for achieving organizational performance. *International Journal of Business and Management Studies*. 3, 179-190

Chiang, M., Méndez, G. y Sánchez, G. (2010). Cómo influye la satisfacción laboral sobre el desempeño: caso empresa de reatail. *Revista Theoria*. 19, 21-36

Chinchilla, N. y Cruz, H. (2010). Diversidad y paradigmas de empresa: un nuevo enfoque. *Revista Empresa y Humanismo*, 14, 47-79

Coronel, A. (2010). Capacitación del capital humano para una inversión de desarrollo. *Eureka*, 7, 71-76

Cuesta, A. (2012). Modelo integrado de gestión humana y del conocimiento: una tecnología de aplicación. *Revista Venezolana de Gerencia*, 57, 86-98

Danes, S. y Juyoung, J. (2013). Copreneural identity development during new venture creation. *Journal of Family Business Management*, 3, 45-61

Díaz, C., Hernández, R. y Roldán, J. (2012). A structural model of the antecedents to entrepreneurial capacity. *International Small Business Journal*, 30, 850-872

Díaz, S. (2013). Lo humano en la Teoría de las Organizaciones. *Visión gerencial*, 12, 45-57

Figueiredo, H., Grau, E., Gil, P. y García, J. (2012). Síndrome de quemarse por el trabajo y satisfacción laboral en profesionales de enfermería. *Psothema*, 24, 271-276

Fortich, M. y Moreno, Á. (2012). Elementos de la teoría de los campos. *Verba Iuris*, 27, 47-62

Fuentes, F. y Sánchez, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28, 1-28

Galindo, R. y Echavarría, M. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la escuela de ingeniería de Antioquia. *Revista de la Escuela de Ingeniería de Antioquia*, 15, 85-94

García, A. (2011). Micro conflictos espaciales y habitus político de los grupos contra hegemónicos. *Nomadas*, 3, 1-20

Gargallo, A. (2010). Percepciones de los socios y no socios cooperativistas sobre la satisfacción laboral. *Revesco*, 103, 33-58

Gaxiola, J., Frías, M., Hurtado, M., Salcido, L. y Figueroa, M. (2011). Validación del inventario de resiliencia (IRES) en una muestra del noreste de México. *Enseñanza e Investigación en Psicología*. 16, 73-83

Giddens, A. (2011). *La constitución de la sociedad. Bases para la Teoría de la Reestructuración*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

González, E. y Pérez, E. (2012). Condiciones laborales y desgaste profesional en trabajadores de salud. *Alternativas en Psicología*, 27, 8-22

González, F., Sánchez, S. y López, T. (2011). Satisfacción laboral como factor crítico para la calidad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 1047-1068

Guillén, M. Lleó, A. y Perles, G. (2011). Repensando la confianza como factor crítico en la gestión organizativa. *Cuadernos de Gestión*. 11. 33-47

Hallak, R., Brown, G. y Lindsay, N. (2012). The place identity performance relationships among tourism entrepreneurs: a structural equation modeling analysis. *Tourism Management*, 33, 143-154

Hazlina, N., Mohd, A. y Rohaida, S. (2012). Nurturing intrapreneurship to enhance job performance: the role of pro-intrapreneurship organizational architecture. *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprises*, 9, 1-9

Joignant, A. (2012). Habitus, campo y capital. Elementos para una teoría general del capital político. *Revista Mexicana de Sociología*, 74, 587-618

Jyoti, J. y Jyoti S. (2011). Factors affecting orientation and satisfaction of women entrepreneurs in rural India. *Annals of Innovation Entrepreneurships*, 2, 1-8

Lanier, J. (2012). Leadership and organizational theory dynamics between middle market private equity forms and the portfolio companies they control. *Journal of Practical Consulting*, 4, 6-21

Long, H. (2013). The relationships among learning orientation, market orientation, entrepreneurial orientation, and firm performance. *Management Review*, 20, 37-46

López, Á., Vázquez, P. y Montes, C. (2010). Mobbing: antecedentes psicosociales y consecuencias sobre la satisfacción laboral. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42, 215-224

Manning, A. (2010). Development of the psychological climate scale for small business. *Journal of New Business Ideas & Trends*. 8, 50-63

Martínez, E. (2013). Cabilia: la problemática génesis del concepto de habitus. *Revista Mexicana de Sociología*, 75, 125-131

Mendoza, M., Orgambídez, A. y Carrasco, A. (2010). Orientación de la calidad total, satisfacción laboral, comunicación y compromiso en establecimientos de turismo rural. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 8, 351-361

Molero, F., Recio, P., y Cuadrado, I. (2010). Liderazgo transformacional y transaccional: un análisis de la estructura factorial del multifactor Leadership Questionnaire (MLQ). *Psicothema*. 22, 495-501

Morales, A., Ariza, A. y Muñiz, N. (2012). El emprendedor social y e-empowerment de las redes sociales. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 152-177

Moreno, M., Ríos, L., Canto, J., García, J. y Perles, F. (2010). Satisfacción laboral y Burnout en trabajos poco cualificados: diferencias entre sexos en población inmigrante. *Revista de Psicología del Trabajo y las Organizaciones*, 26, 255-265

Omar, A. (2010). Liderazgo transformador y satisfacción laboral: el rol de la confianza en el supervisor. *Liberabit*. 17, 129-137

Rante, Y. y Warokka, A. (2013). The interrelative nexus of indigenous economic growth and small business development: do local culture, government role, and entrepreneurial behavior play the role? *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprises*. 19, 1-19

Ríos, M., Téllez, M. y Ferrer, J. (2010). El empoderamiento como predictor del compromiso organizacional en las pymes. *Contaduría y Administración*. 231, 103-125

Rodríguez, A., Retamal, R., Lizana, J. y Cornejo, F. (2011). Clima y satisfacción laboral como predictores del desempeño: en una organización estatal chilena. *Salud y Sociedad*. 2, 219-234

Rojas, R., García, V. y García, E. (2011). The influence on corporate entrepreneurship of technological variables. *Industrial management & Data System*, 111, 984-1005

Sen, A. (2011). *The idea of justice*. Cambridge: Harvard University Press

Sobrados, L. y Fernández, E. (2010). Competencias emprendedoras y desarrollo del espíritu empresarial en los centros educativos. *Educación XXI*, 13, 15-38

Tayo, E. y Adeyemi, A. (2012). Job involvement & organizational commitment as determinants of job performance among educational resource centre personal. *European Journal of Globalization and Development Research*. 5, 301-313

Vargas, J. (2011). Organización del trabajo y satisfacción laboral: un estudio de caso en la industria del calzado. *Revista Electrónica Nova Scientia*. 4, 172-204

Vargas, J. y Mota, C. (2013). Gerencia social para la equidad de género en las organizaciones. *International Journal of Good Conciensus*, 8, 130-47

Vargas, J. (2013). Las organizaciones como cerebros para generar capital social. *International Journal of Good Conscience*, 8, 82-93

Vargas, M. y Arenas, M. (2012). Competencias emprendedoras en estudiantes de psicopedagogía de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 1, 25-30

Vera, L., Madrazo, S. y García, L. (2011). Fuentes de satisfacción laboral en campesinos asalariados jóvenes. *Revista Concyteg*. 77, 1281-1306

Yáñez, R., Arenas, M. y Ripoll, M. (2010). El impacto de las relaciones interpersonales en la satisfacción laboral. *Liberabit*, 16, 193-202

Yuangion, Y. (2011). The impact of strong ties on entrepreneurial intention. An empirical study based on the mediating role of self-efficacy. *Journal Entrepreneurship*, 3, 147-158

Zampetakis, L. y Moustakis, V. (2013). Entrepreneurial behavior in the Grekk public sector. *Emerald*, 13, 1-7