

Edgar Lara Enríquez\*; Juan Gabriel Contreras Martínez\*\*; Juan Francisco Caballero Torres\*\*\*

Recibido: 17/07/20

Aceptado: 04/12/20

## RESUMEN

Las organizaciones empresariales han adoptado mecanismos que les permiten estar cerca de la clase gobernante ejerciendo poder e influencia. Los intereses de los grupos empresariales no sólo están determinados por cuestiones personales o estrictamente económicas, sino que se conjugan, a la vez, intereses políticos y de grupo. Las acciones y posicionamientos mediáticos determinan una estrategia de enfoque de los grupos del capital con base en la ideología empresarial. El desarrollo del trabajo es identificar las dimensiones de las acciones y discursos del sector empresarial que permitan evaluar el rendimiento e influencia del Consejo Coordinador Empresarial de Ciudad Juárez, México. Se utilizó el método hemerográfico y se obtuvieron 268 acciones y/o posicionamientos en el periodo de estudio del 2016 al 2019. La estructura y composición de las dimensiones están basadas en las distintas acciones de carácter de demanda empresarial que están sujetas a una ideologización en un proceso de construcción de influencia y poder de las posiciones del sector empresarial hacia el sector público. Los hallazgos que se obtuvieron fue la identificación de las dimensiones principales del sector empresarial determinadas como acción político-social, económico-administrativas y de seguridad como factores de influencia en la agenda pública.

**Palabras clave:** Empresarios; Centros empresariales; Acciones empresariales

## ABSTRACT

*Business organizations have adopted mechanisms that allow them to be close to the ruling class exercising power and influence. The interests of business groups are not only determined by personal or strictly economic matters, but are also combined with political and group interests. The actions and media positions determine a strategy of focus of the capital groups based on their business ideology. The development of the work is to identify the dimensions of the actions and speeches of the business sector that allow evaluating the performance and influence of the Business Coordinating Council of Ciudad Juárez, Mexico. The hemerographic method was used and 268 actions and / or positions were obtained in the study period from 2016 to 2019. The structure and composition of the dimensions are based on the different actions of a business demand nature that are subject to an ideologization in an influence and power building process of business sector actions towards the public sector. The findings that were obtained were the identification of the main dimensions of the business sector determined as political-social, economic-administrative and security actions as influencing factors in the public agenda.*

**Keywords:** Entrepreneurs; Entrepreneurial centers; Business actions

**JEL Classification:** M1

---

\* Doctorante y académico de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ). Correo electrónico: [eolara@uaci.mx](mailto:eolara@uaci.mx)  
<https://orcid.org/0000-0001-8336-9927>

\*\* Doctor y profesor investigador de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC). Correo electrónico: [juan\\_gabriel\\_c@hotmail.com](mailto:juan_gabriel_c@hotmail.com)

\*\*\* Doctor y académico de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC). Correo electrónico: [Francisco.caballero@uadec.edu.mx](mailto:Francisco.caballero@uadec.edu.mx)

## INTRODUCCIÓN

Las Organizaciones Empresariales han adoptado mecanismos que les permiten estar cerca de la clase gobernante, de las decisiones políticas y económicas, este tipo de prácticas les resulta muy conveniente en situaciones de crisis o cuando los intereses empresariales no son del todo favorables en las políticas públicas (Tirado 2015, Briz 2002).

El campo de estudio de las Organizaciones Empresariales es extenso, pero a la vez rico en su análisis y profundidad. La tipología de su revisión ha generado la necesidad de focalizarse en varias vertientes según las regiones y la problemática que se presenta. (Tirado, 2015, Briz 2002, Scott, Van Den Herik, 2008).

El estudio de las Organizaciones Empresariales en México se ha caracterizado por una amplitud de enfoques en su abordaje, principalmente por una mirada desde el punto de vista social con metodologías de entrevistas de profundidad a los actores claves, revisión documental y/o hemerográfica (Tirado & Luna 1995, Tirado 2015, Briz 2002, Ortiz 2005, Montesinos 2016, Montesinos & Martínez 2001, Aguilar, 2004).

### I ANTECEDENTES

El desarrollo de la organización empresarial requiere de estructura, reglas, normas, procedimientos que utilizan recursos implícitos o explícitos dentro de las organizaciones y éstos a su vez son medios a través de los cuales se ejerce el poder (Briz 2002).

Algunos autores consideran a las Organizaciones Empresariales como “conjuntos estructurados” que generan el control coercitivo, normativo y utilitario. A su vez su capacidad de interlocución con otros organismos gremiales y con el sector político es lo que les genera el poder de gestión (Cadena, Puga, 2005).

El fortalecimiento de los Organismos Empresariales nacionales en México desde el punto de vista de su representación se incrementa a partir de los 70s debido a que grupos económicos nacionales consideran que es momento de ampliarse a un ámbito nacional y dejar de lado la representación sectorial (Tirado 2006).

La necesidad de lograr una mayor representación nacional de los Organismos Empresariales obliga a éstos a una estrategia institucional, uno de los factores claves fue la obligatoriedad de representación fijada desde el punto

de vista de la ley de Cámaras en México en 1941<sup>1</sup>. El segundo factor clave es la incorporación de la obligación de confederarse y financiar las actividades de representación (Tirado, 2006).

El sector empresarial en México orquestó una estrategia de unificación del sector empresarial en todo el país a través de la creación del Consejo Coordinador Empresarial (CCE) en 1975 y nace con la finalidad de integrar a todo el gremio empresarial, sobre todo en la búsqueda de lograr sistematizar una institucionalidad empresarial que requería México. (Briz 2002, Tirado 2015).

En el caso de Ciudad Juárez, México, los empresarios de la localidad siguen el patrón de integración empresarial nacional. A partir de 1993 se conforma el Consejo Coordinador Empresarial de Ciudad Juárez con la finalidad de integrar los esfuerzos de la iniciativa empresarial a favor del desarrollo económico de la localidad. En dicho Consejo, están integrados los organismos empresariales más representativos de la localidad tales como: *Asociación de Maquiladoras de Ciudad Juárez, INDEX Juárez, Asociación Civil. 2.-Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Ciudad Juárez. 3.-Cámara Nacional de la Industria de Transformación de Ciudad Juárez. 4.-Confederación Patronal de la República Mexicana, Cd. Juárez, Sindicato Patronal. 5.-Desarrollo Económico de Ciudad Juárez, Asociación Civil. 6.-Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción de Ciudad Juárez. 7.-Asociación de Transportistas de Ciudad Juárez, Asociación Civil. 8.-Asociación de Hoteles y Moteles de Ciudad Juárez, Asociación Civil. 9.-Asociación de Agentes Aduanales de Ciudad Juárez, Asociación Civil.*

### II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las Organizaciones Empresariales han adoptado mecanismos que les permiten estar cerca de la clase gobernante, de las decisiones políticas y económicas, este tipo de prácticas les resulta muy conveniente en situaciones de crisis o cuando los intereses empresariales no son del todo favorables en las políticas públicas (Tirado, 2006, Briz 2002).

En ese sentido, el ejercicio del poder e influencia en las Organizaciones Empresariales no sólo está representado por intereses de corte personal o estrictamente económicos, sino que se conjugan, a la vez, intereses políticos y de grupo. Las acciones y posicionamientos mediáticos determinan una estrategia de enfoque de los grupos del capital en base a su ideología empresarial (Tirado, 2015).

<sup>1</sup> “Ley de cámaras de comercio y de las de industria”, Diario Oficial de la Federación, 26/08/1941

En el caso del Consejo Coordinador Empresarial de Ciudad Juárez por ser un organismo empresarial cúpula situado en la Frontera Norte de México (FNM) los mensajes o discursos reflejan un posicionamiento o pensamiento ideológico sobre los intereses de los empresarios, dicho discurso muestra una ideología empresarial que pretende dominar ejerciendo una presión, influencia y/o poder por encima de otros intereses de colectivos similares (Montesinos & Martínez, 2001).

Los discursos o posicionamientos empresariales son un reflejo de una ideologización en base a los intereses de los empresarios (Montesinos, 2016), por lo tanto, en Ciudad Juárez, resulta clave determinar ¿cuáles son las dimensiones de las acciones y discursos del Consejo Coordinador Empresarial en Ciudad Juárez (CCECDJ) del sector empresarial en la agenda de las políticas públicas del Estado en el periodo de estudio del 2016 a 2019?

### **III REVISIÓN DE LITERATURA**

Tirado, R., & Luna, M. (1995), analizan las acciones empresariales del Consejo Coordinador Empresarial (CCE) Nacional que realizó el organismo cúpula en el periodo 1975-1993, con la intención de frenar las políticas "socialistas" de régimen de Echeverría. El estudio concentra el enfoque en las características de la acción empresarial, los estilos del liderazgo de los dirigentes, las acciones del organismo en el debate público. Dentro de las acciones, los autores realizan una intensa revisión hemerográfica de las acciones del CCE encontrando 1946 acciones en el periodo de estudio, logrando clasificar vertientes que se clasifican en los siguientes campos: económico-administrativo, acción laboral, acción político social, acción cívica o social, acción normativa y acción organizativa. Dichos campos permiten a los autores identificar diferentes etapas del activismo del organismo líder empresarial en México, tales como: 1.- Fundación, activismo normativo (1975), 2.- El repliegue político (1976-1980), 3.- Activismo Político-Social (1981-1984), 4.- Activismo económico-administrativo (1986-1989), 5.- El nuevo repliegue (1990-1993). (p.-3146).

Ortiz (2005), realiza una revisión basta sobre la relación de los empresarios y la política prestando mucha atención sobre los procesos y características de la politización de las Organizaciones Empresariales y sus dirigentes considerando la participación de sus actores desde distintos ámbitos de participación social a través de la historia de México. Presta mucha atención a los factores que propician que empresarios claves deciden participar en la política partidista. El surgimiento de Organizaciones Empresariales como el Consejo Coordinador Empresarial (CCE) es una respuesta a esta participación de los empresarios en el

poder como mecanismos de gestión de sus intereses (pp. 1-369).

Cokelet (2013) examina las elites empresariales de México realizando un análisis de red y su interacción con los diferentes nodos de liderazgo. Integra los episodios claves de la historia empresarial y su interacción con el poder del Estado desde el régimen de López Mateos (1958-1964) hasta Calderón Hinojosa (2006-2012). Realiza un énfasis en el ejercicio del poder e influencia de los empresarios (p.1-50).

Tirado (2014), realiza una revisión del rendimiento social del Consejo Coordinador Empresarial Nacional y lo enmarca desde las acciones que ejerce la organización desde el punto de vista político orientado a la política, económico y social. Asegura que el Consejo Coordinador Empresarial de México más allá de ser una organización civil es una organización económica y política. Desglosa las alianzas estratégicas que ha realizado el CCE Nacional para conformar un brazo fuerte desde el punto de vista técnico para generar sus posiciones institucionales (pp. 245-285).

Aguilar (2004), realiza un análisis de los intereses políticos del empresariado, concretamente los casos del Consejo Coordinador Empresarial (CCE) y el caso de COPARMEX en la coyuntura del cambio de gobierno del periodo del año 2000, realizando una integración de los discursos políticos en la prensa nacional de los Organismos Empresariales profundizando en las variables del mensaje de la cúpula empresarial dividiéndolo en cuatro periodos que definen la participación política del empresariado.

Smith, García, Pérez (2008) realizan un estudio sobre la ideología empresarial regiomontana desde un enfoque de la prensa escrita "*El Norte*" de mayor circulación en Monterrey, México. Los autores sostienen que la ideología empresarial del Norte de México está basada en "un modelo familiar tradicional y celosamente conservador", asumiendo un papel paternalista en el desarrollo de las empresas y la lucha contra los intereses empresariales en el Estado, la forma de manifestar esa ideología como factor de influencia fue agrupándose en cámaras empresariales como resistencia a las políticas del Gobierno y a través de mensajes, posiciones en la prensa escrita. El estudio concluye en la identificación de los temas más relevantes en la aplicación de la influencia de los grupos empresariales resaltando los ámbitos de las políticas públicas-económicas, las acciones, las críticas al gobierno y las temáticas político-social.

Diversos autores (Tirado & Luna 1995, Tirado 2015, Briz 2002, Ortiz 2005, Montesinos 2016, Montesinos & Martínez 2001) abordan la

ideologización de los Organismos Empresariales a través de la revisión hemerográfica con el objetivo de elaborar un análisis de los temas más recurrentes e intereses de los empresarios en la problemática económica-política social.

Resulta importante tener en cuenta que para poder comprender el quehacer de los Organismos Empresariales se debe analizar las acciones y las características de los mismos. En el caso del análisis de la estructura interna del Consejo Coordinador Empresarial (CCE) Nacional el proceso de legitimización de las acciones está determinado en mayor medida por el monopolio de la representación (Tirado & Luna, 1995), pero las distintas manifestaciones de discursos o posicionamientos pueden ser diferenciados en base a coyunturas (Montesinos 2016).

Las acciones y discursos de las Organizaciones Empresariales muestran una tendencia de la ideología empresarial pero también determinan las estrategias de la influencia de las entidades empresariales en las políticas públicas en el poder político. En base a lo anterior y de acuerdo con Tirado & Luna (1995) una acción es una intervención política.

#### IV METODOLOGÍA

Tomando como referencia a Tirado & Luna (1995) se llevó a cabo una recopilación hemerográfica del Consejo Coordinador Empresarial en Ciudad Juárez CCECDJ utilizando como fuente a la prensa escrita de mayor circulación en Ciudad Juárez<sup>2</sup>. La información extraída, no se alteró de ninguna forma, pues, el objetivo de realizar este proceso es con la finalidad de analizar su contenido, pero sobre todo construir las dimensiones de los discursos y demandas empresariales. El presente artículo es descriptivo, exploratorio de corte transversal.

El periodo de estudio de la recopilación de la información fue del 2016 al 2019 periodo de cuatro años que permite determinar y analizar las demandas empresariales en términos de un estudio transversal bajo el contexto de este grupo de estudio, pero sobre todo de comparar anualmente el comportamiento de los discursos del sector empresarial como un mecanismo de una ideología empresarial en la influencia de las políticas públicas y acciones del Estado de Chihuahua, México. El levantamiento de la información se llevó a cabo de agosto 2019 a octubre del 2019, periodo de tres meses para la obtención de la información.

La recopilación de la información parte de la base de la construcción de una clasificación de las notas periodísticas que permitan identificar dimensiones de análisis sobre los temas de mayor interés del sector empresarial en Ciudad Juárez como factor de influencia. La estructura y composición de las dimensiones están basadas en las distintas acciones de carácter de demanda empresarial que están sujetas a una ideologización en un proceso de construcción de influencia y poder de las acciones del CCECDJ hacia el Gobierno del Estado de Chihuahua, México.

#### V RESULTADOS

Las distintas acciones abren un abanico de intereses que genera la impresión de una dispersión de temas por lo que fue necesario agruparlas en dimensiones que permitan el análisis sobre la influencia del sector empresarial: 1.- acciones laboral/maquiladora, 2.- acciones organizativas, 3.- acciones bloque fronterizo, 4.- acciones fiscales, 5.- acciones normativas, 6.- acciones económico-administrativo, 7.- acciones de educación, 8.- acciones de local/frontera, 9.- acciones instituciones públicas, 10.- acciones de atención a la migración, 11.- acciones de opinión pública, 12.- acciones político-social, 13.- sector empresarial, 14.- acciones de seguridad, 15.- acciones de transporte, logísticas e infraestructuras. (Ver tabla 1).

**Tabla 1. Dimensiones y Acciones Hemerográfica del Consejo Coordinador Empresarial de Ciudad Juárez 2016-2019**

No.	Dimensiones de Acciones	Temas y acciones	Conceptualización
1	Acciones Laboral/Maquiladora	Salarios, trabajadores, huelgas, legislación empleo.	Acciones y demandas enfocadas al sector que incluyen a los trabajadores, empresas, legislación, leyes, cuestiones laborales.

2 Para mayor referencia de la fuente de información consulte a: El Diario de Juárez: <https://diario.mx/seccion/Juarez/>

No.	Dimensiones de Acciones	Temas y acciones	Conceptualización
2	Acciones Organizativas	Visión empresarial, Presidentes, directivos, creación y desarrollo de procesos empresariales, foros y eventos empresariales.	Acciones y/o mensajes sobre el desarrollo, funcionamiento y desempeño de las organizaciones empresariales en Ciudad Juárez.
3	Acciones Bloque Fronterizo	Construcción y desarrollo de estrategias fronterizas, decreto fronterizo, actividades comerciales, políticas fronterizas.	Acciones y propuestas sobre la conformación del Bloque Fronterizo como estrategia de propuesta de políticas de desarrollo a la Frontera Norte de México.
4	Acciones Fiscales y Tributarias	Impuestos, ahorro, incertidumbre fiscal, Decreto Fiscal de la Frontera Norte de México.	Acciones y propuestas en leyes, reglamentos, decretos en materia fiscales y tributarias a la actividad económica y empresarial en la Frontera Norte de México.
5	Acciones normativas	Sistema y partidos políticos, democracia, gobierno federal, estatal y municipal, corrupción, valores sociales.	Acciones enfocadas al conjunto de leyes, normatividades o reglamentos que rigen conductas institucionales públicas o privadas.
6	Acciones económico-administrativas	Formas de participación, desempeño de la economía nacional o estatal, inflación, deuda del Estado, precios y salarios, inversión, tipos de cambio, crédito, privatización, industria, finanzas, tratados comerciales.	Acciones y posicionamientos sobre la dirección, control y desempeño sobre la correcta aplicación sobre las medidas económicas y financieras nacionales para el desarrollo y crecimiento económico.
7	Acciones en educación	Escuelas, universidades, docentes, programas de docencia, sindicatos, política educativa.	Acciones y posicionamientos entorno a la política educativa e instituciones educativas.
8	Acciones de local/frontera	Cruces y puentes fronterizos, economía fronteriza, aranceles de importación y exportación, problemas de trámites fronterizos.	Acciones y posicionamientos sobre la problemática de la frontera entre México y Estados Unidos con particularidad en Ciudad Juárez.
9	Acciones de Instituciones públicas	Problemática y Rendimiento de las instituciones, eficiencia/ineficiencia de las instituciones públicas, falta de recursos.	Acciones y posicionamientos entorno a los organismos, dependencias e instituciones que cumplen una función de interés o atención público, principalmente hospitales, servicios de salud, vivienda y desarrollo social.
10	Acciones de atención a la migración	Política migratoria (migrantes), estadísticas, desempeño de las autoridades.	Problemática migración de Ciudad Juárez, eficiencia/ineficiencia de las autoridades migratorias, articulación social ante el fenómeno.
11	Acciones de opinión pública	Opinión pública.	Participación de actores empresariales en opiniones públicas en prensa escrita (Editoriales y/o artículos).
12	Acciones político-social	Desempeño de los gobernantes, participación empresarial en las decisiones públicas o políticas, relaciones con el gobierno (diálogo, confianza, conflicto, disenso).	Acciones y/o opiniones enfocadas a la intervención política y decisiones político-institucionales.
13	Acciones sector empresarial	Gestión empresarial, impulso, desarrollo e incentivos al sector empresarial, empresarios, innovación y emprendimiento.	Acciones enfocadas al desarrollo empresarial, empresarios y oportunidades de negocios.

No.	Dimensiones de Acciones	Temas y acciones	Conceptualización
14	Acciones de seguridad	Seguridad/inseguridad, homicidios, robos, recursos, coordinación.	Acciones y posicionamientos entorno a la seguridad y exigencia a una mejora sustancial a la inseguridad de Ciudad Juárez, Chihuahua. México.
15	Acciones de transporte, logísticas e infraestructuras.	Transporte público, infraestructura urbana, plan de movilidad, tráfico vehicular.	Acciones y posicionamientos sobre la logística y movilidad urbana, transporte, tráfico vehicular e inversiones.

Fuente: Elaboración propia.

En el periodo de estudio del 2016 al 2019 el Consejo Coordinador Empresarial de Ciudad Juárez (CCECDJ) generó 268 acciones y/o posicionamientos en la prensa. Estas cifras equivalen a un promedio de 67 acciones por año, 5.58 mensuales o 1.39 acciones semanales. El número de posicionamientos pone de manifiesto un activismo alto del sector empresarial y demuestra un CCECDJ con presencia en la arena política y en las coyunturas sociales. Resulta importante señalar que el comportamiento de las acciones no es similar, podemos observar que el 2017 resalta con 102 notas periodísticas, es decir, un 38% del total del periodo estudiado. Para el caso del 2019, el número de registros tiene 72 notas, equivalente a un 26.86% del total. La diferencia absoluta de los dos años con mayores observaciones es de 30 posiciones mediáticas lo que representa 2.5 notas al mes. En el caso del 2016 y 2018 representan 46 y 48 observaciones respectivamente y son los años que se presentan menores posiciones y mayor pasividad en el periodo de estudio. (ver tabla 2).

**Tabla 2. Posiciones Mediáticas Mensuales del Consejo Coordinador Empresarial de Ciudad Juárez 2016-2019**

No.	Mes	2016	2017	2018	2019
1	Enero	4	7	8	10
2	Febrero	4	6	2	12
3	Marzo	3	5	2	9
4	Abril	0	8	5	5
5	Mayo	10	8	8	5
6	Junio	5	7	3	9
7	Julio	1	8	2	8
8	Agosto	2	12	2	5

No.	Mes	2016	2017	2018	2019
9	Septiembre	1	13	3	7
10	Octubre	6	10	4	2
11	Noviembre	2	11	5	0
12	Diciembre	8	7	4	0
	Total	46	102	48	72

Fuente: Elaboración propia

Las acciones del CCECDJ apuntan a ciertos grupos los cuales se les atribuye una crítica de las decisiones o políticas públicas que afectan el entorno político-económico de Ciudad Juárez, el principal destinatario de las acciones es el sector público<sup>3</sup>. El objetivo de las acciones es con la finalidad de señalar una crítica o ineficiencias de las políticas públicas, pero también es con el objetivo de marcar una agenda de interés público, pero con un matiz de los intereses del sector empresarial.

La tabla 3 muestra los estadísticos descriptivos de las posiciones mediáticas mensuales del Consejo Coordinador Empresarial de Ciudad Juárez del periodo del 2016 al 2019. Se cuenta con 268 observaciones con una media de 5.8 notas y una moda de 5. En base al método de la asimetría de Pearson los datos presentan un sesgo positivo en la distribución normal, es decir, una asimetría a la derecha de la campana de las observaciones, por lo tanto; una asimetría positiva implica que hay más valores distintos a la derecha de la media para inferir que los datos tienen una distribución normal. La distribución bidimensional de las frecuencias de las observaciones muestra una dependencia o asociación entre los periodos de estudio.

<sup>3</sup> Entendemos como sector público a todos los puestos de representación popular: presidente de la república, diputados federales, senadores, gobernadores, diputados locales, alcaldes municipales y regidores del ayuntamiento. Funcionarios públicos federales, estatales y municipales.

**Tabla 3. Estadísticos Descriptivos de las Posiciones Mediáticas Mensuales del Consejo Coordinador Empresarial de Ciudad Juárez 2016-2019**

No.	Media ( $\bar{X}$ )	Moda (Mo)	Desviación Estándar	Coficiente de Asimetría Pearson	Dependencia de la Distribución bidimensional g(x) h(y)
268	5.8	5	3.3	0.72	0.0074 $\neq$ 0.1269

Fuente: Elaboración propia

Las acciones del CCECDJ muestran una tendencia clara de donde se concentran los intereses del sector empresarial pero principalmente las características de la agenda del interés público.

En la tabla 4 podemos observar que las dimensiones con mayor presencia mediática son las acciones político-social, acciones económico-administrativas y acciones de seguridad de manera consistente en el periodo de estudio.

**Tabla 4. Dimensiones de las Acciones y Posiciones Mediáticas Mensuales del Consejo Coordinador Empresarial de Ciudad Juárez 2016-2019**

No.	Acciones y Posiciones	2019 %	2018 %	2017 %	2016 %
1	Fiscales y tributarias	34.7	4.17	4.9	0
2	Seguridad	13.9	25.0	23.5	13.0
3	Acciones político-social	25.0	31.3	14.7	13.0
4	Acciones Económico-Administrativas	5.6	8.3	25.5	23.9
5	Acciones Normativas	0	2.1	0	2.2
6	Acciones organizativas	1.4	8.3	4.9	6.5
7	Laboral/maquiladora	2.8	2.1	2.9	6.5
8	Instituciones públicas	1.4	12.5	10.8	13.0
9	Local/frontera	2.8	4.2	4.9	13.0
10	Atención a la migración	4.2	2.1	0.98	0
11	Bloque Fronterizo	6.9	0	0	0
12	Opinión pública	1.4	0	0	0
13	Transporte, logística e infraestructuras	0	0	2.9	0
14	Educación	0	0	0.98	0
15	Sector empresarial	0	0	2.9	8.7
TOTAL		100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia con datos hemerográficos de El Diario de Juárez.

En el caso de la dimensión de las acciones fiscales y tributarias podemos observar que no se ha comportado de manera consistente y el grado de relevancia ha venido ocupando un espacio en la agenda del CCECDJ a partir del 2017 con una frecuencia del 4.9% del total de las acciones de ese año, posteriormente se reduce marginalmente en el 2018 posicionando en un 4.17% y en el siguiente año crece hasta un 34.7% del total de las acciones en el 2019.

Este último se explica en base a la política del Gobierno de México en implementar un Decreto Fiscal

de la Frontera Norte de México como mecanismo de incentivo a la actividad comercial en la franja fronteriza entre México y Estados Unidos, la cual originó una serie de cuestionamientos del sector empresarial sobre la factibilidad y las facilidades de la implementación de dicho programa federal.

Las dimensiones de las acciones del CCECDJ se concentran principalmente en lo político-social, posteriormente en la seguridad y en la tercera posición a las acciones económico-administrativo. En base a lo anterior, podemos observar un CCECDJ crítico del desempeño de los gobernantes, de las decisiones

públicas o políticas y de los procesos de interlocución con la clase gobernante en el diálogo, disensos y consensos. Sin embargo, resulta clave determinar si la crítica en el discurso empresarial resulta eficiente en el bien común o la agenda de los intereses corporativos se impone a través de las estrategias de interlocución de sus líderes.

Las actividades se concentran en acciones político-social, acciones económico-administrativas, acciones de seguridad y fiscales-tributarias ya que representan en conjunto 183 acciones en conjunto en el periodo de estudio, es decir el 68.28% del total general. Este agrupamiento de las dimensiones de acciones de enfoque o vocación empresarial la denominaremos “naturaleza de acciones de influencia”.

Las acciones con mayor frecuencia son las de carácter político-social con 54 posiciones totales en el periodo de estudio. Esta dimensión muestra el interés del CCECDJ en influir en la intervención política y decisiones político-institucionales, tales como el desempeño de los gobernantes, participación empresarial en las decisiones públicas o políticas, relaciones con el gobierno (diálogo, confianza, conflicto, disenso). La siguiente dimensión principal es la seguridad con 52 acciones y representan las participaciones, posicionamientos sobre la seguridad y exigencia a una mejora sustancial a la inseguridad de Ciudad Juárez, Chihuahua. México, es decir, seguridad/inseguridad, violencia y homicidios, robos, recursos, coordinación. La tercera dimensión principal se refiere a las acciones económico-administrativas con 45 observaciones y se concentra en las exigencias y posicionamientos sobre la dirección, control y desempeño; así como la correcta aplicación de las medidas económicas y financieras nacionales para el desarrollo y crecimiento económico, es decir, formas de participación, desempeño de la economía nacional o estatal, inflación, deuda del Estado, precios y salarios, inversión, tipos de cambio, crédito, privatización, industria, finanzas, tratados comerciales. La cuarta dimensión principal tiene que ver con las acciones fiscales-tributarias que se concentra en las exigencias y propuestas en leyes, reglamentos, decretos en materia fiscal a la actividad económica y empresarial en la Frontera Norte de México, lo que significa que contempla a los impuestos, ahorro, incertidumbre fiscal, Decreto Fiscal de la Frontera Norte de México. (Ver tabla 5).

**Tabla 5. Total de Acciones y Posiciones Mediáticas Principales por Dimensiones del Consejo Coordinador Empresarial de Ciudad Juárez 2016-2019**

No.	Acciones y Posiciones	Número de acciones por dimensión	%
1	Acciones político-social	54	29.58
2	Seguridad	52	28.41
3	Acciones Económico-Administrativas	45	24.5
4	Fiscales-tributarias	32	17.48
	Tota de acciones por dimensiones de naturaleza	183	100

Fuente: Elaboración propia con datos hemerográficos de El Diario de Juárez.

Podemos observar que las acciones de influencia tienen un comportamiento al alza en el periodo de estudio pasando del 49.9% en el 2016 hasta llegar al 79.2% (Ver tabla 6).

**Tabla 6. Naturaleza de Acciones e Influencia en la Agenda Pública del Consejo Coordinador Empresarial de Ciudad Juárez. 2016-2019**

Agrupamiento de dimensiones	2019	2018	2017	2016
Naturaleza de acciones de influencia	79.2%	68.7%	68.2%	49.9%

Fuente: Elaboración propia

El crecimiento de las acciones en el agrupamiento determina la “naturaleza” de la agenda pública de los intereses del CCECDJ y pone de manifiesto que las acciones se asemejan a un grupo de presión política durante el periodo del 2016 al 2019.

## VI HALLAZGOS Y CONCLUSIONES

Los Organismos Empresariales desarrollan de manera explícita o implícita una ideología o pensamiento basada en el desarrollo de los intereses de los grupos del capital. Las estrategias de estos colectivos están basadas en la gobernanza interna de sus propios intereses y regularmente lo hacen a través de la sucesión o cuadros de líderes con la función de dar continuidad al legado empresarial (Salas-Porras 2014).

La construcción de la ideología social-empresarial se realiza a través de los mensajes, acciones y posiciones mediáticas que por monopolio de la representación empresarial o por estrategia de los intereses particulares de grupo ejercen de manera

recurrente ocupando los espacios de los líderes de los organismos empresariales para ejercer su influencia y poder en las acciones de gobierno.

En el Caso de Ciudad Juárez, el organismo cúpula de los empresarios manifiesta su influencia a través de las acciones y posicionamientos en la prensa escrita. El periodo de estudio del 2016 al 2019 fue posible determinar 15 dimensiones, al momento de agrupar las acciones, existe una similitud sobre los intereses del sector empresarial en la frontera norte concentrándose en tres principales ámbitos definiendo la naturaleza de acciones e influencia de la agenda pública de los intereses del CCECDJ: 1.-acciones político-social, 2.-acciones económico-administrativas y 3.-acciones de seguridad. En el caso de las acciones fiscales-tributarias surgen de manera coyuntural en el periodo de estudio.

Si las élites de poder no se ven forzadas a tomar acciones desarrollistas y/o lograr influenciar las políticas públicas, el Estado no tendrá incentivo de cambiar su política depredadora (North, et al, 2002;

Hernández 2013). Es más rentable para el Estado el atraso como sociedad, estableciendo controles, concesiones, derechos de propiedad, esquemas de favorecimiento de las políticas públicas que favorecen la renta del Estado y los grupos del poder cercano a la clase gobernante. Por lo tanto, es erróneo asumir que el Estado implementará acciones de desarrollo de manera automática.

En el caso de los empresarios en Ciudad Juárez, México su influencia en la agenda pública es utilizada como una estrategia dual para ejercer su poder monopólico de la representación gremial de los dueños del capital manifestando su ideología y por otro lado como una vía de visibilización del rendimiento empresarial ante la ausencia de rendición de cuentas de los empresarios ante la sociedad.

La naturaleza de acciones e influencia de la agenda pública de los intereses del CCECDJ constituye las estrategias institucionales de un grupo de presión social y un mecanismo de influencia y ejercicio de poder en las políticas públicas.

## REFERENCIAS

- Aguilar, R. (2004). Participación política empresarial: El Caso del CCE y COPARMEX en la coyuntura de cambio de gobierno del 2000 (Tesis para obtener el grado de Licenciatura en Sociología). Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de <https://repositorio.unam.mx/contenidos/394749>
- Briz, M. (2002). El Consejo mexicano de hombres de negocios: Surgimiento y consolidación. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Recuperado de <http://www.librosoa.unam.mx/handle/123456789/2250>
- Cadena, J. Puga, C. (2005). Criterios para la evaluación del desempeño de las asociaciones. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. XLVII, núm. 193, Universidad Nacional Autónoma de México Distrito Federal, México. pp. 1340. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42119302>
- Cokelet, B. (2013). The Mexican Council of Businessmen: Business Politics, Elites, and Decision-Making in México. *International Business & Politics*. New York University. Recuperado de <https://poderlatam.org/wp-content/uploads/2014/12/CMHN-Business-Politics-Elites-and-Decision-%C2%ADMaking-in-Mexico-English-May-2014.pdf>
- Hernández, M. (2013). Las grandes organizaciones empresariales en México. Aproximación a una perspectiva institucional. *Perspectivas de la administración y la concepción organizacional contemporánea*. Edición: 1, UAM-A HESS, pp.160-195. Recuperado en [https://www.academia.edu/31987775/Las\\_grandes\\_organizaciones\\_empresariales\\_en\\_M%C3%A9xico\\_Aproximaci%C3%B3n\\_a\\_una\\_perspectiva\\_institucional](https://www.academia.edu/31987775/Las_grandes_organizaciones_empresariales_en_M%C3%A9xico_Aproximaci%C3%B3n_a_una_perspectiva_institucional)
- Montesinos, R, & Martínez G. (2001). "El Pensamiento Empresarial y El Poder." *El Cotidiano* 18(110): 81–90. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32511008>
- Montesinos, R. (2016). *Empresarios: Una historia de lujuria y vergüenza por el poder*. El Cotidiano, núm. 200. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco. Distrito Federal, México. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32548630011>
- North, D. C., Lou, W., Weingast R. (2002). Orden, desorden y cambio económico: Latinoamérica vs. Norte América, *Revista Instituciones y Desarrollo*. No.12-13. Intitut Internacional de Governabilitat de Catalunya, Córcega 255, 5º 1º 08036 Barcelona, España. Recuperado en: <http://biblioteca.hegoa.ehu.es/registros/13734>
- Ortiz, A. (2005). *Empresarios y acción política-partidista en el cambio democrático: México 1982-2000 La configuración del imaginario político del empresariado*. (Tesis que para obtener el Doctorado en Ciencias

- 
- Políticas. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales) Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de <https://repositorio.unam.mx/contenidos/75679>
- Salas-Porras, A. (2014). Las élites neoliberales en México: ¿cómo se construye un campo de poder que transforma las prácticas sociales de las élites políticas? *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Año LIX, núm. 222. Universidad Nacional Autónoma de México. pp. 279-312 | ISSN-0185-1918.  
<http://www.scielo.org.mx/pdf/rmcps/v59n222/v59n222a12.pdf>
- Scott, B. & Van Den Herik, P. (2008). Exercising Power in Organizations. *Organization Development Network*. Vol. 40 No. 1 200834. Recuperado de <http://bevscott.com/bvs-content/uploads/2013/09/Exercising-Power-In-Organizations-OD-Practitioner-Jan-2008.pdf>
- Smith, C; García, Nancy; Pérez, J. (2008). Análisis de la ideología empresarial regiomontana: Un acercamiento a partir del periódico El Norte. *CONfines de relaciones internacionales y ciencia política*, 4(7), 11-25. Recuperado en 31 de octubre de 2019, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-35692008000100001&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-35692008000100001&lng=es&tlng=es).
- Tirado, R. (2006). El poder en las cámaras industriales de México. *Foro Internacional* vol. XLVI, núm. 2, abril-junio, 2006, pp. 197-226. El Colegio de México, A.C. Distrito Federal, México. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59918401>
- Tirado, R. (2014). Rendimiento social del consejo coordinador empresarial de México. *El rendimiento social de las organizaciones sociales / coordinadores Sara Gordon Rapport, Ricardo Tirado*. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM México. Recuperado en [http://ru.iis.sociales.unam.mx/jspui/bitstream/IIS/4914/1/rend\\_social.pdf](http://ru.iis.sociales.unam.mx/jspui/bitstream/IIS/4914/1/rend_social.pdf)
- Tirado, R. (2015). Teorías y conceptos para analizar a las organizaciones gremiales de empresarios. *Revista Mexicana de Sociología* 77, núm. 3 (julio-septiembre). Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32139236005>.
- Tirado, R., & Luna, M. (1995). El Consejo Coordinador Empresarial de México. De la unidad contra el reformismo a la unidad para el TLC (1975-1993). *Revista Mexicana de Sociología*, 57(4), 27. Disponible en: <https://www.jstor.org/stable/3540904>.