



*Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.*



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

# I Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad

6 y 7 de diciembre de 2007. Zapopan, Jalisco

Área del Conocimiento:  
*Competitividad Global*

(Fuentes del conocimiento y la competitividad  
de pequeñas empresas)

## Ponencia

***BASES TEÓRICAS PARA EL DISEÑO DE UNA INVESTIGACIÓN SOBRE EL  
EMPRESARIO Y LA INNOVACIÓN EN EL CONTEXTO TAPATIO***

Autores	Hilda Vallín Sánchez <a href="mailto:hilda@iteso.mx">hilda@iteso.mx</a> Álvaro Pedroza Zapata <a href="mailto:apedroza@iteso.mx">apedroza@iteso.mx</a>
Institución de afiliación: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente Periférico Sur Manuel Gómez Morín 8585. Tlaquepaque, Jalisco, México. CP: 45090. Teléfono: +52 (33) 36693429 Fax: +52 (33) 36693405	

## **BASES TEÓRICAS PARA EL DISEÑO DE UNA INVESTIGACIÓN SOBRE EL EMPRESARIO Y LA INNOVACIÓN EN EL CONTEXTO TAPATIO**

### **RESUMEN**

El objetivo de este trabajo es sentar las bases teóricas y contextuales para el desarrollo de una investigación en el ámbito de los empresarios tapatíos y la innovación para la competitividad. Se propone identificar las variables económico-psicosociales que explican las disposiciones que favorecen u obstaculizan la conducta de incorporación tecnológica en empresas del sector industrial tapatío en base a los enfoques: (i) Estructural (ii) Teoría económica y psicosocial del empresario. Se muestra el contexto tapatío en las que se encuentra inmerso el empresario y las variables a estudiar en la relación empresario- innovación en dicho contexto.

*Palabras clave: empresario tapatío; pymes, innovación; competitividad.*

### **Abstract**

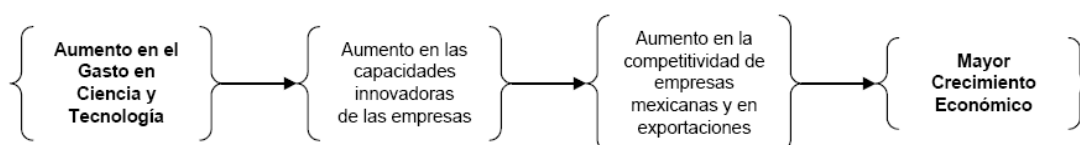
The objective of the present work is to establish the theatrical and contextual principles to development research about businessman from Jalisco (“Tapatios”) and innovations for competitiveness. It aims to identify the economical and psychosocial variables that could explain the disposition that are favor or not the incorporation of technology in industrial companies from Jalisco sector taking into account the approaches: (i) Structural and (ii) Economic and psychosocial theory of the businessman from Jalisco. It shows the Jalisco context in which the employer is engaged and the variables to consider in the relation businessman - innovation in that context.

**Key words:** businessmen from Jalisco; small and medium-size enterprises, innovation; competitiveness.

ANTECEDENTES:

A partir de este siglo XXI, los impactos de la globalización se han visto reflejados en todo el mundo, existiendo una fuerte competencia entre las naciones por posesionarse como un país competitivo. Reiteradamente se ha mencionado que, la vía para generar competitividad y desarrollo sostenido en cualquier economía es la innovación (Romer, 1989; Drucker, 1985), por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2005), establece que el objetivo final de la investigación científica así como de la inversión en tecnología e innovación, es contribuir a mejorar el desempeño económico y los niveles de vida de la población de un país, redundando todo ello en nuevos productos, crecimiento económico y competitividad, así como en la calidad de vida de los individuos.

Actualmente los países miden su crecimiento económico en función de las variables de Producto Interno Bruto (PIB) y el ingreso per capita de la población, los cuales son resultado del incremento en el gasto en ciencia y tecnología que impacta directamente al desarrollo de las capacidades de innovación en las empresas, factores que repercuten en un incremento en las exportaciones, quienes contribuyen finalmente al crecimiento económico del país. Una opción de representar la cadena de causalidad podría ser la que se presenta a continuación, aun cuando cabe aclarar que la innovación no precisamente sigue esta forma lineal para desarrollarse:



Fuente: Bazdresch y Romo, 2005, p25

Al vincular el porcentaje del PIB con el gasto en ciencia y tecnología, conocido internacionalmente como el Gasto Interno en Investigación y Desarrollo Experimental (GIDE), podemos apreciar el nivel de innovación que tiene un país, evidencia de ello es Japón, quien actualmente es una de las economías con mayor crecimiento económico mundial, destinando el 3.12% al GIDE de su PIB, en comparación con países Latinoamericanos como Argentina, Chile y México (0.40%); los cuales están por debajo del promedio que establece la OCDE (2.26%) e incluso del promedio establecido para América Latina (ver tabla 1).

**Tabla 1**  
**Gasto Interno en Investigación y Desarrollo Experimental en países**

País	(GIDE) 2002 (% del PIB)
Argentina	0.39
<b>México</b>	<b>0.40</b>
Chile	0.50
España	1.03
Corea	2.91
Estados Unidos	2.67
<b>Japón</b>	<b>3.12</b>
Promedio OCDE	2.26
Promedio UE (2000)	1.93
Promedio Latinoamérica	0.64

Fuente: CONACYT (2004)

Ahora bien, la capacidad de innovación de los países y de las regiones trasciende la esfera de lo puramente científico y tecnológico para considerar los diversos aspectos sociales y estructurales que inciden en la creación de un entorno capaz de promover, complementar y multiplicar los esfuerzos compartidos de los diversos agentes que convergen en la producción, difusión y uso de conocimiento nuevo. Estos agentes son principalmente el gobierno, la industria y otros sectores, como la educación superior y centros de investigación, los cuales participan en el GIDE de cualquier país, y su vinculación entre ellos es el resultado de un país competitivo. Como puede observarse en la Tabla 2, los países desarrollados tienen una mayor participación de la Industria como porcentaje del GIDE, situación opuesta a México.

**Tabla 2**  
**Fuentes de financiamiento del GIDE en países seleccionados, 2003**

País	Gobierno	Industria	Otros
Alemania	32.1	65.1	2.8
Canadá	34.0	44.3	21.7
Estados Unidos	31.2	63.1	5.7
España (2002)	39.1	48.9	12.0
Francia (2001)	36.9	54.2	8.9
Italia (1999)	51.1	43.9	5.0
Japón (2002)	18.2	73.9	7.9
<b>México (2001)</b>	<b>59.1</b>	<b>29.8</b>	<b>11.1</b>
Reino Unido (2002)	26.9	46.7	26.4
Suecia (2001)	21.0	71.9	7.1

Fuente: CONACYT (2004)

La categoría "Otros" corresponde a contribuciones de los sectores educación superior, instituciones privadas no lucrativas y del exterior.

Entre los Proyectos prioritarios para su instrumentación a corto plazo propuestos por el Council on Competitiveness (2005) se sugiere “indagar al sector privado para entender mejor porqué no invierte y participa más en la investigación (I+D). Este estudio debe dilucidar porqué existe una cultura de aversión al riesgo en cuanto a invertir en nuevas tecnologías se refiere, y cómo podría alterarse esta cultura para fomentar la inversión de riesgo y la actividad empresarial”.

Por su parte, desde 1995 la OCDE (Estimé, 1994, p.20), ya había planteado ciertas variables cuyos efectos pudieran explicar los factores para la competitividad de cualquier organización y particularmente en las pequeñas y medianas empresas (pymes), resumiendo éstas en:

- La inversión intangible (la "gestión de la inteligencia"). Esto es, la capacidad de obtención y de utilización de la información científica y tecnológica apropiada, gracias a una vigilancia tecnológica, comercial y competitiva más o menos explícita así como la capacidad de investigación y desarrollo, al menos esporádica;
- La calidad de la organización de la empresa;
- La inversión tangible fundada en tecnologías apropiadas; y
- Su capacidad estratégica; innovación y flexibilidad
- El papel del propietario/dirigente (o de la dirección).

También de la OCDE (Estimé, 1994, p.8) señala que los principales factores que diferencian a las pymes modernas y tradicionales son la calidad y nivel de formación de sus recursos humanos y sobre todo su aptitud para obtener y controlar el recurso estratégico esencial en que se ha convertido la información científica y tecnológica.

En el caso mexicano el sector privado está constituido, en su mayoría, por pequeñas empresas por lo que, con base en el estudio realizado por la OCDE nos parece importante centrar la atención en el responsable de iniciar cualquier cambio: el papel del propietario/dirigente, del cual, no se puede dejar de lado la historia personal de éste, sus valores, normas, creencias y formación, elementos todos ellos que influyen directamente en procesos del cambio hacia la innovación.

Por lo anterior, nuestro propósito es sentar las bases teóricas y contextuales para el desarrollo de una investigación en el ámbito de los empresarios tapatíos con el fin de elevar el nivel competitivo de la región. Nos proponemos investigar la asociación entre variables económico-psicosociales y el proceso de incorporación de innovaciones. Más específicamente, nuestro objetivo es identificar las variables económico-psicosociales que explican las disposiciones que favorecen u obstaculizan la conducta de incorporación tecnológica en empresas del sector industrial tapatío.

El aspecto teórico será explorado en base a los enfoques: (i) Estructural: políticas de Estado, acceso a la tecnología y a financiamientos; (ii) Teoría económica y psicosocial del empresario, siendo éstas analizadas desde el enfoque de los principales teóricos de la economía del empresario del siglo XX. Posteriormente se mostrará el contexto de las estructura económica así como de la cultura tapatía en las que se encuentra inmerso el empresario, para finalmente proponer la estructura básica en el estudio de la relación empresario- innovación en el contexto tapatío.

## **MARCO TEORICO**

Durante las últimas décadas se han realizado esfuerzos importantes sobre el análisis del empresario y su vinculación con el crecimiento económico. A partir de esta situación y en vista de la gran importancia que tienen las pequeñas y medianas empresas en la generación de nuevos empleos y en el desarrollo regional se hace necesario indagar sobre las características del empresario innovador. Los estudios van desde la importancia del entorno hasta aspectos psicológicos y del comportamiento, los cuales influyen y repercuten en las acciones hacia la innovación.

### *a) ENFOQUES ESTRUCTURALES*

#### ➤ ***W. B. GARTNER (Estados Unidos).***

Plantea la existencia de una diversidad de tipos de emprendedores dificultando por ello establecer una conceptualización única y homogénea de éste, ya que existen elementos esenciales alrededor del mismo como es su entorno los cuales pueden o no, ser conducentes para la innovación. A partir de dicha importancia Gartner (1985, p. 696) identifica doce factores que pueden estimular la aparición de emprendedores y sus acciones hacia la innovación como son:

- La disponibilidad de capital de riesgo
- La experiencia de empresario con experiencia
- La existencia de fuerza de trabajo calificada
- Facilidades para conseguir proveedores
- Accesibilidad a consumidores y/o nuevos mercados
- Apoyos gubernamentales
- Proximidad con universidades
- Disponibilidad de terrenos e instalaciones
- Acceso a medios de transportes
- Actitudes propicias en la población circundante

- Disponibilidad de servicios de soporte
- Condiciones de vida favorables

En tanto, el Banco Interamericano de Desarrollo (Pérez, 2006 p.4) propone ciertos elementos que facilitan las acciones hacia la innovación como son los costos de instalación e inversión; las reglas para apoyo público a los empresarios; la ayuda brindada por el marco legal vigente, el acceso a tecnología de punta, entre otros.

Por su parte, la OCDE (González, n.d.) refiere la existencia de los llamados fallos sistémicos conocidos como variables estructurales los cuales pueden obstaculizar y/o no facilitar el proceso de innovación como pueden ser:

*Tabla 3*

**OBSTACULOS A LA INNOVACION**

Fallas de Mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La I+D y el conocimiento tienen carácter de “bien público, lo que desincentiva la actividad innovadora privada</li> <li>• Los beneficios de la investigación básicas no se pueden apropiarse con facilidad</li> <li>• Existen economías de escalas, difíciles de aprovechar si la investigación es efectuada por pequeñas empresas de modo individual</li> </ul>
Fallas Institucionales (Gobierno)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de educación inadecuados a las exigencias de la innovación</li> <li>• Falta de concientización sobre las oportunidades tecnológicas</li> <li>• Obstáculos administrativos y fiscales a la creación de empresas</li> <li>• Falta de cultura empresarial</li> </ul>
Fallas de Redes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de articulación y conexión entre empresas, universidades y centros de investigación,</li> <li>• Escasez de movilidad de trabajadores</li> <li>• Debilidad de la cooperación empresarial en innovación.</li> </ul>

Fuente: González (n.d.)

Con lo anterior se evidencia la importancia del gobierno así como de otras instituciones quienes contribuyen a crear entornos favorables que beneficien los procesos de incorporación de acciones orientadas a la innovación y tecnología, independientemente del sector o tamaño de la empresa.

b) ENFOQUE DE LA TEORÍA ECONÓMICA Y PSICOSOCIAL DEL EMPRESARIO.

Hasta hace algunos años era común considerar como sinónimo los conceptos de empresario y directivo dentro de las organizaciones, gracias a ellos podemos encontrar diferentes conceptos del empresario como pueden ser:



a) Un activo específico de la empresa con su saber y capacidades dinámicas (Teece y Pisano, 1994), como son, la habilidad para dirigir estratégicamente la adaptación, integración y reconfiguración de las habilidades internas y externas de la organización, recursos y competencias funcionales hacia el cambio del entorno; donde el tiempo es crítico, el sendero de la innovación se acelera y la naturaleza de la futura competencia y mercado son difíciles de determinar. Esta capacidad significa que el empresario visualizaría una representación y evolución del entorno y también de la configuración interna de la empresa que es relevante para las exigencias del entorno externo. (Cohendet et. al., 2000, p. 107).

b) Un creador, un “visionario” de un proyecto de empresa. El empresario tiene que desarrollar y difundir una específica “visión” del contexto de la empresa y del futuro y de acuerdo con esta, posicionará a la empresa en su entorno, definiendo su estrategia y su estructura interna. Ello significa que puede influir en el contexto competitivo.

c) Un organizador. La visión o la concepción del negocio, que es el input primario del empresario afecta la organización de la empresa misma. En esta perspectiva como procesador del conocimiento, el papel del empresario y el papel del directivo tienden a solaparse en la definición del “*core competences*” de la empresa, en la dirección del proceso del conocimiento; o bien, cuando el entorno es cambiante el proceso de distribución de recursos no puede ser separado del de creación. La realidad es que el empresario actual ejerce roles que van desde quien aporta recursos financieros, pasando a ser quien gestiona y/o supervisa el proceso de todos los recursos de la empresa a través del liderazgo y buen juicio (Say, Mill, Sombart, Weber, Marshall, Coase), hasta ser el líder del cambio y la innovación (Schumpeter, Shackle).

A principios del siglo XX diversos teóricos propusieron una serie de aspectos específicos del empresario que impactan directamente en el crecimiento económico, destacando a los teóricos:

- Joseph Shumpeter (1936) quien atribuyó, por primera vez al empresario, la función del actor central en el proceso del cambio en una organización.
- David McClelland (1961) define una serie de rasgos que contribuyen al éxito de un empresario y el cual debe ser capacitado en función de éstos, y
- Everett Hagen (1962) habla de la formación de la personalidad del empresario y la vinculación de éste a la sociedad y por tanto, a su crecimiento económico.

### ***Joseph Schumpeter (Estados Unidos.)***

Después de un par de siglos de analizar al emprendedor desde diferentes enfoques, Schumpeter rompe con el concepto tradicional del empresario donde se consideraba a éste como un factor ajeno

al crecimiento económico. Postula que uno de los factores principales que impulsan el progreso económico son los “empresarios innovadores” por ser éstos provocadores del desequilibrio al crear un proceso continuo para desarrollar y/o incorporar nuevos productos y tecnologías en la empresa, dando como consecuencia la destrucción de viejos patrones y formas de hacer negocios, aspectos que puede prescindirse únicamente en una economía estática.

Para Schumpeter, el imitador no es un auténtico empresario y el agente innovador dejará de serlo si no lleva efectivamente a la práctica “nuevas combinaciones”. En el presente, la distinción entre inventor e innovador, innovadores e imitadores, es forzada ya que gran parte de *la innovación es un proceso continuo*, que contribuye al desarrollo de un nuevo producto o proceso. Por ello si la imitación es una mera reproducción de lo existente, no un proceso que incluye elementos creativos no puede ser llamado innovación.

Desde su visión, Schumpeter establece que lo que necesita el empresario innovador no es tanto una capacidad de visión superior cuanto una voluntad o determinación superior, insistiendo en que es la innovación y no el descubrimiento, lo que identifica al empresario y en lo que esencialmente consiste su contribución al proceso económico. Propone diferentes tipos de innovación (1950:181):

- Introducción de un nuevo bien o uno con distinta calidad del ya existente.
- Introducción de un nuevo método de producción.
- Apertura de un nuevo mercado.
- Conquista una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes semi-terminados.
- Creación de una nueva organización de una industria, como ocurre cuando se obtiene una posición de monopolio o se rompe una ya existente.

Desde su perspectiva las innovaciones “radicales” crean cambios importantes, mientras que las “incrementales” avanzan continuamente en el proceso del cambio.

Este tipo de innovaciones tienen repercusiones organizacionales en dos niveles:

- Interno. Por la creación de una cultura hacia la innovación en el recurso humano de la organización.
- Externo: Al generarse un ciclo continuo en cuanto a la capacidad para adquirir y crear nuevos conocimientos; incremento en los niveles de productividad así como en la generación de ventajas competitivas.

➤ **David McClelland (Estados Unidos)**

Es el conductista que vincula la función empresarial con el crecimiento económico. Establece a finales de los 60, en conjunto con D.G. Winter, la existencia de una serie de rasgos empresariales que contribuyen en el éxito de la empresa, clasificándose en tres grandes grupos:

- Persistencia, compromiso con un contrato de trabajo, demanda de calidad y asumir riesgos.
- El ejercicio de la planeación; fijación de objetivos; búsqueda de información.
- Aspectos relacionados con rasgos asociados al poder; generación de redes y auto confianza.

Una vez identificados estos rasgos, define una propuesta de capacitación para estimular la conducta empresarial en dichos rasgos, a fin de generar una cultura propicia para el crecimiento de las capacidades empresariales ya que desde su perspectiva, en todos los seres humanos existe una cultura orientadas al éxito, que él define como “el deseo de hacer algo por hacerlo más que con fines de poder, amor, reconocimiento o si se quiere, lucro”. Dicha cultura hacia el éxito se adquiere, ya que las expectativas crecen conforme se tiene ciertas experiencias, hasta convertirse en un impulso por si mismo.

En cuanto a los rasgos que caracterizan la personalidad del empresario, McClelland identifica que la mayoría de las personas tienen en cierto grado un espíritu empresarial, no obstante la motivación para iniciar y/o dirigir una organización puede no ser necesariamente un aspecto primordial en la propia jerarquía de auto motivación que un individuo tiene. Las auto motivaciones son resultado de experiencias obtenidas en la niñez, formando en los individuos un factor psicológico particular que él denomina “la necesidad de logro” (*the need for achievement*), los cuales redundan en la auto confianza y los resultados orientados a la excelencia.

Una observación interesante es que, desde la perspectiva de McClelland, existe una mayor cantidad de personas con una alta necesidad de logro en países desarrollados, respecto a los pocos individuos que existen en los países en desarrollo y quienes además deciden dirigirse a ámbitos diferentes de la industria y negocios.

No obstante, McClelland también refiere que la existencia de los estímulos intrínsecos de cada persona pueden ser modificados al cambiar la naturaleza de las características situacionales, llevando a nuevas formas de conducta, de ahí la importancia de la capacitación orientada a estimular las conductas empresariales.

➤ *Everett Hagen (Estados Unidos)*

En una orientación similar a McClelland desde una perspectiva del comportamiento, Hagen vincula la formación de la personalidad y la capacidad empresarial con el crecimiento económico de la sociedad (Hagen, 1962). Para Hagen, el empresario es un solucionador de problemas creativo, el cual está impulsado por un “deber de lograrlo”, siendo esta actitud resultado de una personalidad moldeada desde la infancia caracterizada por una calidez maternal; formación orientada a la autoconfianza y altos niveles de excelencia, desembocando en personalidades más creativas las cuales al encontrarse con obstáculos emergentes, responden de manera emprendedora.

Desde su perspectiva una situación similar ocurre en la sociedad, ya que sociedades tradicionales crean personalidades tradicionales en sus habitantes como es una baja autoestima, autoritarismo y resistencia a la innovación. En tanto que, una sociedad moderna con altos niveles de alfabetización en sus habitantes, desarrolla ambientes creativos naciendo así una cultura impulsada por la energía creativa, llevando a la vinculación de grupos empresariales que a través de innovaciones, contribuyen sustancialmente al crecimiento económico.

➤ OTROS TEORICOS

*Kirzner (Inglaterra)*

La función empresarial aparece como un proceso de descubrimiento en el curso del cual se crean las correspondientes rentas o beneficios. El problema central no es tanto el descubrimiento de oportunidades de beneficio, sino el hacerse con él una vez que ha sido percibido. La función del empresario, de su liderazgo económico, consiste en ser capaz de romper con los modos de actuación establecidos al uso. Lo que necesita no es tanto una capacidad de visión superior cuanto una voluntad o determinación superior.

Lo que inspira la actividad del empresario con éxito no es el ver lo que otros no ven, sino el poseer la voluntad, determinación y cualidades de liderazgo necesarias para hacer aquello que todos ven pero que nadie hace. (Kirzner, 1980)

## **SITUACION ECONOMICA Y COMPETITIVA DE MEXICO**

De acuerdo a estudios realizados por el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP, 2005), la competitividad en México está siendo afectada por factores externos que enfrentan todas las empresas y particularmente los estratos micro, pequeño y mediano quienes representan el 99% (Observatorio PyME, 2003) de la planta productiva nacional. Estos factores incluyen la alta competencia originada desde la economía informal, así como los elevados índices

de corrupción vinculados a las autoridades por lo que las empresas tienen que hacer frente en primera instancia, a las circunstancias del entorno que le están impactando directamente antes de desarrollar procesos orientados a la I+D.

En tanto, los resultados sobre competitividad realizados por el Instituto Mexicano de la Competitividad (IMCO) evidencian las circunstancias generales y particulares que vive hoy el país, en este rubro, como son:

- El estudio realizado *sobre la Situación Competitiva Internacional* en el 2006 (Instituto Mexicano de Competitividad, México, 2006) muestra que México ha pasado del lugar 30 al 33 de los 45 países que se evalúan. A nivel Latinoamérica pasó del lugar 2 en el 2004, al lugar No. 5 para el 2006.
- En el Estudio del *Índice de Competitividad Estatal: Preparando a las Entidades Federativas* del 2006 (Instituto Mexicano de Competitividad, México, 2006), el Distrito Federal ocupa el lugar No. 1; Estado de México, lugar 21; Nuevo León, lugar No. 3 y Jalisco, lugar No. 16, a pesar de que en estos cuatro estados se concentra el 44.6% del PIB nacional.
- Sobre los resultados de la *Competitividad Urbana 2007* (Instituto Mexicano de Competitividad, México, 2007) las zonas urbanas con mayor potencial competitivo resultaron ser Monterrey Guadalajara y Chihuahua de 71 ciudades evaluadas.

Si este último estudio demuestra que Guadalajara es la segunda zona urbana más competitiva, ¿cómo es que esto no se ve reflejado en la aplicación y aprovechamiento de tecnologías para la innovación en las pymes?

## **CONTEXTO TAPATIO**

### *a) Variables estructurales*

Desde la lógica de cualquier sistema económico, la responsabilidad de un gobierno es crear condiciones, conciliar intereses y generar consensos que coadyuven a las organizaciones a crear riqueza redundando en crecimiento económico para cualquier región y/o país.

A partir de la referencia del marco teórico respecto a las variables del entorno que puede o no favorecer a los procesos de cambio orientados a la innovación, se observa que las condiciones que prevalecen en las organizaciones jaliscienses no contribuyen a dichos procesos ya que las acciones del gobierno están orientadas más hacia la disputa del poder que a la de proveer políticas económicas que redunden en mayor crecimiento económico; prueba de ello son los indicadores del Centro de Capital Intelectual y Competitividad (CECIC) quien refiere que Jalisco ocupa el lugar 25 en el rubro de corrupción y buen gobierno, y el lugar No. 30 en el capital gubernamental esto, es,

apoyo institucional al desarrollo (Público,2005). Adicional a ello, en una investigación realizada por el periódico Público (2005) indica:

- Una deficiente infraestructura en carreteras que no favorecen la conexión entre aeropuertos y aduanas marítimas;
- La falta de leyes que contribuyan a disminuir los altos índices de piratería y comercio informal;
- El desfase de leyes, reglamentos y tramites que se tienen que realizar en los tres niveles de gobierno, asfixia a las empresas por la excesiva “tramitología” que se tiene que realizar al estar formalmente establecido y
- La existencia de diversos programas federal y/o estatal que contribuyen a procesos como la exportación en las organizaciones, por ejemplo, son desconocidos por los empresarios dejando pasar oportunidades de crecimiento, son aspectos poco favorables para que el empresario tapatío intente acceder a la búsqueda de estrategias y acciones de las organizaciones orientadas a la innovación.

#### b) Variables psicosociales

El empresario tapatío, por encontrarse durante décadas sin competencia dentro de la misma ciudad (como fue el caso de ciudades como el Distrito Federal), y en medio de un clima benigno sin problemas con la agricultura y sequías (como puede ser en la Ciudad de Monterrey), se dedicó a “circular” productos, sin sentir ninguna competencia cercana a ellos, favoreciendo su “comodidad”. Ante ello, se gestó una *actitud* mas caracterizada por la compra de casas y autos que por continuar invirtiendo las utilidades en la organización; así, las inversiones del empresario fueron dejando de lado la búsqueda de acciones innovadoras para ser mas competitivos. De ahí el dicho de que “Guadalajara es la ciudad de empresas pobres y empresarios ricos” (Rodríguez, 1997).

Este escenario fue reforzado durante los años 70’s, con las políticas nacionales de sustitución de las importaciones, fortaleciendo los comportamientos tradicionales y actitudes de una ausencia en la búsqueda de innovaciones, “!si nos va bien!”

Ante estas condiciones, cuando México abre sus fronteras comerciales al mundo a finales de los 80’s, los empresarios tapatíos se vieron inesperadamente amenazados e invadidos por inversiones extranjeras, sin tener estrategias y estructuras organizacionales adecuadas para hacer frente a la nueva competencia, generando en primera instancia que se convirtiera en un empresario celoso de su negocio y de su información (Lasso, 1999) , disminuyendo al mismo tiempo la posibilidad de generar alianzas con empresarios de su mismo sector, y optando por expandir su segmento de mercado con la misma gama de productos en lugar de buscar ser innovadores.

Tal como refiere Shumpeter, estas características evidencian las actitudes tradicionales de los empresarios que no favorecen al crecimiento económico de la región, al vivir ajeno a las condiciones que prevalecen en el entorno económico y por tanto sin visión a largo plazo, dando como consecuencia la ausencia de lo que él denominó “empresarios innovadores,” quienes provocan la creación de nuevos patrones y formas de hacer negocio, aspectos básicos en una economía dinámica.

Otro factor que ha favorecido la cultura tradicional y conservadora tapatía (Martínez-Reding, 1985), son las formas particulares de organización entre las que destacan:

- la toma de decisiones, la cual recae de manera unilateral en el fundador o jefe de familia siendo éstas tomadas en base a sus valores y criterios personales, sin tomar en cuenta, en muchas ocasiones, la opinión y/o conocimientos que pudieran tener los familiares directos de éste;
- la colaboración familiar es considerada un recurso insustituible para la prosperidad del negocio;
- la tendencia hacia la reproducción de establecimientos antes que atender al crecimiento y fortalecimiento de éstos;
- la preferencia al intercambio, ligada a la especulación como principio generador de capital (Arias, 2004).

Mantener este tipo de cultura conservadora y tradicional incrementa la resistencia hacia cualquier tipo de cambio incluyendo a la innovación, independientemente de las condiciones del entorno; la formación educativa, creatividad y autoestima que pueda existir en un empresario tapatío, tal como refiere Hagen.

Otras características que destacan en la cultura empresarial de los tapatíos de acuerdo a investigaciones de Lasso (1999) son:

- El tapatío, con tal de quedar bien con su contraparte, en muchas ocasiones no mide sus tiempos y se compromete a algo aun cuando se sabe de antemano que no podrá cumplir con los compromisos.
- La base de las negociaciones se establecen en una relación de respeto y confianza, llegando en ocasiones a tener una “lealtad” hacia empleados y clientes, aun cuando éstos no cumplen con las expectativas.
- La ruta hacia el ascenso dentro de las empresas depende, en muchas ocasiones, más de las influencias personales que del trabajo sobresaliente que tenga en si mismo el empleado.

- El empresario tapatío es celoso de su negocio y de su información, por lo que la búsqueda de alianzas tiene poco éxito. Esta desconfianza genera, en reiteradas ocasiones, acciones diferentes de las que les gustaría hacer.
- En ocasiones, los empresarios prefieren evadir el conocer realmente a sus competidores para no tener enfrentamientos directos con éstos, representando con ello una fuga de información que se podría utilizarse para buscar diferenciarse y ser más competitivos.
- Los empresarios tapatíos son poco arriesgados e innovadores por el temor a que su competencia “imite” su producto o servicio poco tiempo después de introducir éste en el mercado, sin haber invertido recursos en el proceso de creatividad e innovación. Este suceso favorece que reiteradamente los empresarios se concentren más en producir en serie, que en invertir en procesos orientados a la innovación.

Por otro lado, de acuerdo con la investigación del Periódico Público, donde se buscó indagar sobre “Que frena a Jalisco?,” destacan los siguientes resultados del CECIC, donde Jalisco ocupa:

- el onceavo lugar nacional en el Índice de “Capital laboral”, esto es, en el impulso a la formación y desarrollo de habilidades en los trabajadores;
  - el diecisieteavo, en el índice de “capital intelectual”, que mide la capacidad para desarrollar nuevos procesos y conocimientos;
- y el veinteavo, en el “capital empresarial”, que mide la disposición al cambio, y evaluación hacia nuevas formas de hacer las cosas (Publico, 2005).

Estas características difieren de algunos de los rasgos de personalidad que McClelland estableció como exitosos para la función empresarial como el compromiso, la calidad, la creación de redes con grupos similares así como la auto confianza para ser mejores y mantenerse competitivos en el mercado. Asimismo, aun cuando McClelland también refiere la posibilidad de que un estímulo intrínseco puede ser modificado si cambian las características del entorno, resulta importante investigar si el peso que tiene la tradición y cultura de la sociedad tapatía pudieran ser mayores en muchas ocasiones.

No obstante lo planteado hasta ahora, no se puede dejar de lado que muchos de los empresarios viven actualmente la necesidad de una cultura empresarial orientada al conocimiento de los cambios del entorno para a partir de ahí, buscar innovar y diferenciarse de su competencia.

Esta cultura ya existe y se fortalece en algunos sectores competitivos como el de la electrónica, biotecnología y alimentos y en donde, aun cuando no se ha realizado ningún análisis formal a



estos perfiles, se puede partir del supuesto de que aun con la posibilidad de que existan tanto las variables estructurales como psicosociales planteadas aquí a nivel teórico como empírico, estos sectores están teniendo éxito local, regional, nacional e internacionalmente.

#### PROPUESTA DE INVESTIGACION.

Ante la información anterior, el planteamiento que se propone es el siguiente:

Identificar qué variables psicosociales están más asociadas con la conducta de innovación en el empresario tapatío, por lo que éstas serán tratadas como variables independientes; en tanto que las variables estructurales – que limitan o posibilitan la incorporación de la innovación- se mantendrán constantes a ciertos valores. Esto, que no supone concebirlas como residuales sino como “condiciones iniciales” del fenómeno, hará posible, con los datos recogidos, responder también a la pregunta acerca de cuánto de la variancia en la conducta de innovación es explicado por las variables psicosociales y cuánto por las estructurales.

El planteo que proponemos es el siguiente: Dado un modelo de rol de empresario que cumpla adecuadamente la función de innovación (modelo definido al nivel de la organización), identificar las características de personalidad de los ocupantes de dicho rol en organizaciones identificadas como innovadoras (Bart, 1996; Deutschman, 1994). En otras palabras, la pregunta más general con que nos acercamos al problema es: **¿En que se diferencian, en términos de personalidad, los empresarios que pertenecen a empresas innovadoras de los que pertenecen a empresas que no lo son?**

El esquema del cual partiríamos incluye actores con personalidades, es decir, con conjuntos consistentes de actitudes (creencias, sentimientos y tendencias a actuar) hacia el cambio, en particular hacia el cumplimiento de la función de innovación del rol de empresarios y organizaciones caracterizadas a lo largo de un aspecto de variables estructurales.

La respuesta a la pregunta general que planteamos en la sección anterior acerca de las diferencias entre empresarios de empresas innovadoras y no innovadoras, permitirá también responder a otras preguntas:

1. ¿Qué variables psicosociales están asociadas con la incorporación o no-incorporación de innovaciones?

2. ¿Qué parte de la conducta de incorporación de innovaciones (a nivel de las empresas) es explicada por variables psicosociales y psicológicas (a nivel del empresario) y qué parte por variables estructurales?

La incorporación de innovaciones es el resultado de la conducta de los empresarios que se manifiestan al nivel de las organizaciones. Sobre dicha conducta actúa un conjunto de factores – estímulos y barreras- que ponen límites tanto a los modos como a la intensidad con que se manifiesta. Proponemos clasificar al conjunto de las variables independientes en dos subconjuntos: variables estructurales y variables psicosociales.

Las variables estructurales actúan al nivel de las ramas de actividad, al nivel de las organizaciones que pertenecen a dichas ramas y al nivel de los empresarios que se desempeñan en las organizaciones. Entre estas variables, las que se manifiestan al nivel de la actividad y al de la empresa son predominantemente económicas. Para el primer nivel hemos seleccionado: la política económica del Estado, el grado de concentración de recursos y producto dentro de la actividad, y la disponibilidad y acceso a tecnología. Al nivel de la empresa hemos seleccionado: tamaño de la empresa y su posición relativa dentro de la actividad, origen del capital y acceso a fuentes de financiación. Por último, a nivel del individuo se han seleccionado las siguientes variables sociológicas: Municipio de la zona conurbana donde opera, origen de clase, nivel de educación y canales de acceso a la posición empresarial.

Al nivel individual los actores están caracterizados no sólo por su pertenencia a grupos sociales sino también por rasgos psicológicos y psicosociales entre los cuales, los que hacen a su desempeño del rol dentro de la organización, constituyen sólo un sector. Este es el sector que se analizará en esta investigación.

En la siguiente tabla se presenta un esquema en el que se distingue –para cada subconjunto- el status de las variables, su naturaleza y el nivel al que actúan y su medición.

*Tabla 4*  
**TIPO Y NATURALEZA DE LAS VARIABLES Y NIVEL DE MEDICION**

Tipo de variables	Naturaleza		Nivel de medición
Independientes	Estructurales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política económica del Estado</li> <li>• Grado de concentración</li> <li>• Disponibilidad y acceso a tecnología</li> </ul>	Actividad
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tamaño y posición dentro actividad</li> <li>• Origen del capital</li> <li>• Acceso a financiación</li> </ul>	Empresa
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nacionalidad</li> <li>• Educación</li> <li>• Origen de clase</li> <li>• Canal de acceso</li> </ul>	Empresario
	Psicosociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personalidad</li> <li>• Organización</li> <li>• Sistema social</li> </ul>	Empresario
Dependientes	Conductuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación en productos, procesos y en administración</li> </ul>	Empresa-Empresario

#### REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- Alba, C. & Kruijt, D. (1988). *Los empresarios y la Industria en Guadalajara*. Guadalajara, México. Colegio de Jalisco
- Arias, P. (2004). *Linaje y Vicisitudes de la Cultura Empresarial en Jalisco*. Revista Espiral num. 030. Guadalajara, México.
- Bazdresch C. y Romo D. (2005) *El Impacto de la Ciencia y la Tecnología en el Desarrollo de México* Serie de Documentos de Trabajo en Ciencia y Tecnología CIDEcYT05-01. Extraído el día 01 octubre, 2007, del sitio <http://www.cidecyt.org/documentos/CIDEcYT%2005-01.pdf>
- Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, CEESP. (2005) *Encuesta sobre Gobernabilidad y Desempeño empresarial*. Extraída el 26 septiembre, 2007, del sitio [www.cce.org.mx/ceesp](http://www.cce.org.mx/ceesp)
- Cohendet, P.& Llerena, P. & Marengo, Luigi. (2000). Nueva York. *Is There a Pilot in the Evolutionary Firm?*. Nicolai Foss and Volker Mahnke. Competence, Governance and Entrepreneurship. Oxford University Press.
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT (2004). *Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología 2004*. México.

Council on Competitiveness (2005) *Impulsando la innovación transfronteriza: La iniciativa de las ciencias de la vida en México*. Informe Fase I, Diciembre de 2005. Extraído el 05 de septiembre, 2007, del sitio [http://w.w.w.compete.org/pdf/Iniciativa\\_de\\_las\\_Ciencias\\_de\\_Vida\\_en\\_Mexico-Fase\\_I\\_Informe\\_2005.pdf](http://w.w.w.compete.org/pdf/Iniciativa_de_las_Ciencias_de_Vida_en_Mexico-Fase_I_Informe_2005.pdf)

Creation of Enterprise through the Formation of Entrepreneurs, CEFE. (n.d.). *Breve historia de la Función Empresarial*. Extraída el día 01 octubre, 2007, del sitio <http://www.cefe.net/espanol/products/papers/2143241e.htm>

Drucker, P. (1985) *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, New York, Collins.

Estimé, F. (1994) *Las pequeñas y medianas empresas: tecnología y competitividad*. Francia. Madrid: Ediciones Mundi-prensa:

Gartner, W. (1985). *A conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation*. Academy of Management Review, vol. 10 (4) pp. 696-706.

González, A. (2007, 22 Octubre) *Conocimiento, Innovación y Crecimiento Económico*. Extraído el 22 de octubre, 2007, del sitio <http://www.madrimsd.org/revista/revistaespecial1/articulos/gonzalez.asp>

Grupo de Investigación Espíritu Empresarial. (n.d.) *El Espíritu Emprendedor desde el espacio SELF*. Extraído el 22 de octubre, 2007, del sitio [http://grupoe2.puj.edu.co/mt\\_FP.PDF](http://grupoe2.puj.edu.co/mt_FP.PDF)

Hagen Everett E (1962) *On the Theory of Social Change: How Economic Growth Begins*. Dorsey Press. Homewood, Ill.

Instituto Mexicano de Competitividad, IMCO. (2006). *Índice de la Competitividad Estatal. Preparando a las Entidades Federativas*. Extraído el día 06 octubre, 2007, del sitio [www.imco.org.mx](http://www.imco.org.mx)

Instituto Mexicano de Competitividad, IMCO. (2006). *Situación Competitiva de México 2006. Punto de Inflexión*. Extraído el día 01 octubre, 2007, del sitio [www.imco.org.mx](http://www.imco.org.mx)

Instituto Mexicano de Competitividad, IMCO. (2007). *Ciudades, piedra angular en el desarrollo del país*. Extraído el 26 octubre, 2007, del sitio [www.imco.org.mx](http://www.imco.org.mx)

Kirzner, I. (1980) *Perception, Opportunity and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.

Lasso, P. (1999) *Cultura Tapatía en los Negocios*. Guadalajara, México. ITESO

Loera, E. (2001, Mayo 07) *Urge Una cultura Empresarial*. Gaceta Universitaria, Sección Región Guadalajara, México.

Manual de Oslo, (n.d.). *Notas de la Tercera edición del Manual de Oslo*, amplía el concepto de innovación a la de Carácter no Tecnológico. Extraído el 09 octubre, 2007, del sitio

[http://www.mityc.es/NR/rdonlyres/20286CE5-9EB8-48D0-92AD-28EC1D4FE4CE/0/1P217228\\_Ei36019.pdf](http://www.mityc.es/NR/rdonlyres/20286CE5-9EB8-48D0-92AD-28EC1D4FE4CE/0/1P217228_Ei36019.pdf)

Martínez-Reding F. (1985). *Guadalajara*. México. H. Ayuntamiento de Guadalajara

McClelland, D. C. (1961) *The Achieving Society*. New York. Free Press.

McClelland, D. C. and Winter, D. G. (1969) *Motivating economic achievement*. New York. Free Press.

Observatorio PyME México. (2003). *Primer Reporte de Resultados 2002*. Extraído el día 25 de septiembre, 2007, del sitio [www.cipi.gob.mx/html/reporteanalitico.pdf](http://www.cipi.gob.mx/html/reporteanalitico.pdf)

OCDE (1998): *Technology, Productivity and Job Creation. Best Policy Practice*. OCDE, Paris.

Pérez, P. & Oliver, R. & Merrit, H. & Márquez, A. & León, J. (2006, octubre 22). *El emprendedor en México: Ingenio vs Innovación*. Extraído el día 22 de octubre, 2007, del sitio <http://www.oei.es/memoriasctsi/mesa12/m12p25.pdf>

Publico, Periódico. (2005). *Jalisco Según... Que Frena a Jalisco?*. Extraído el 11 octubre, 2007, del sitio <http://www.jaliscosegun.com.mx>

Rodríguez P. (1997, enero 06) *Seramente Rezagada, la Cultura Empresarial Jalisciense*. Gaceta Universitaria., Sección Investigación. Guadalajara, México.

Schumpeter, J. (1936) *The Theory of Economic Development*. Cambridge Press.

Schumpeter, J. (1950) *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Barcelona. Ariel

Teece, D. and G. Pisano (1994), 'The Dynamic Capabilities of Firms: an Introduction', *Industrial and Corporate Change*, 3: 537-556.