Estrategias para la competitividad

Empresas, sectores y regiones

Adriana Martínez Martínez
Daniel H. Villavicencio Carbajal
Pedro Luis López de Alba

Coordinadores

Primera edición: enero de 2011

© Adriana Martínez Martínez, Daniel H. Villavicencio Carbajal,
Pedro Luis López de Alba.
© Concyteg Guanajuato.
© Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco
© Plaza y Valdés, S. A. de C. V.

Plaza y Valdés, S. A. de C. V.
Manuel María Contreras 73. Colonia San Rafael
México, D. F., 06470. Teléfono: 50 97 20 70
editorial@plazayvaldes.com

Calle Murcia 2. Colonia de los Ángeles,
Pozuelo de Alarcón 28223, Madrid, España
Teléfono: 918 62 52 89
madrid@plazayvaldes.com
www.plazayvaldes.com

ISBN: 978-607-95030-9-3 (Concyteg)
ISBN: 978-607-402-346-6 (Plaza y Valdés)

Impreso en México / *Printed in Mexico*

Contenido

Introducción 9

Primera parte
Empresas, actores y estrategias

Las estrategias empresariales: un medio para explicar
la acción empresarial 21
Marcela Hernández Romo

Análisis del entorno competitivo de las pequeñas empresas mexicanas 37
Pablo Manuel Chauca Malásquez

Análisis de la información pertinente para la toma de decisiones.
Una percepción de empresarios de Celaya 67
Alejandra López Salazar y Ricardo Contreras Soto

Explotación y exploración del conocimiento productivo
en las organizaciones. El caso de la empresa "M" 93
Juan Andrés Godínez Enciso, Lisbeth Lechuga García y Rosa Azalea Canales

El acceso a los mercados: ejemplo de construcción
de capacidades entre pequeños productores rurales en México 123
Rebeca de Gortari Rabiela y María Josefa Santos

Estructura de coordinación en el trabajo y desarrollo de capacidades
organizacionales. El caso de Continental TEMIC 145
Alejandro García Garnica y Adriana Martínez Martínez

Implicación del liderazgo en la cultura organizacional.
Un estudio de caso 167
J. Jesús Sotelo Barroso y Adriana Martínez Martínez

Segunda parte
Sectores, instituciones y capacidades

Las corporaciones multinacionales en México 191
Jorge Carrillo, Ismael Plascencia y Redi Gomis

La estructura productiva y los procesos de innovación
en la industria mueblera en Jalisco 229
Katia Magdalena Lozano Uvario

Cultura emprendedora y estrategias empresariales.
El caso de desarrolladoras de *software* en Guadalajara 267
Rubén Oliver Espinoza

Oportunismo en instituciones financieras.
La necesidad de un supervisor central 299
Miguel Angel Sámano Rodríguez

Tercera parte
Regiones y políticas

La revolución macroeconómica del sector servicios:
Estados Unidos, México, Nuevo León y Guanajuato 325
Gustavo Garza Villarreal

Parques industriales y cambio tecnológico en la industria
manufacturera: cuatro estudios de caso en Morelos 355
Alejandro García Garnica

Un modelo de gestión ambiental: una propuesta
para el Estado de México 379
Graciela Carrillo González, Claudia González Pérez y Raúl Hernández Mar

Sobre los autores 403

Cultura emprendedora y estrategias empresariales. El caso de desarrolladoras de *software* en Guadalajara

Rubén Oliver Espinoza

Introducción

El objetivo de este capítulo es exponer un conjunto de características asociadas a la cultura emprendedora de empresarios (capital humano, medio social y experiencia laboral) y la forma en que ésta incide sobre la definición de estrategias y la acumulación de capacidades organizacionales de un conjunto de empresas desarrolladoras de *software* de Guadalajara, Jalisco.

Algunos enfoques sobre cultura emprendedora la señalan como condicionante de la capacidad innovadora de los individuos. El enfoque de innovación aquí adoptado la sujeta a la definición de estrategias acordes a capacidades organizacionales; éstas manifiestan las posibilidades de innovación de las empresas. De manera que la observación de características de cultura emprendedora da pauta para entender los rasgos que explican las características de las organizaciones y las condiciones de competencia y colaboración de las empresas en estudio.

Implícito está que los empresarios con un sentido emprendedor más desarrollado tienden a impulsar los proyectos más innovadores y a crearse las condiciones organizacionales más sólidas para encauzar su crecimiento; son, asimismo, los empresarios capaces de absorber y explotar el conocimiento generado en el ambiente, con las mayores probabilidades de éxito.

De acuerdo con la observación que se ha realizado con respecto a la industria del software de Guadalajara (Casalet, González, Buenrostro y otros, 2008; Oliver, 2009; Oliver y González, 2008), las oportunidades de explotación de conocimiento giran

en torno a dos opciones no excluyentes, pero delimitables con respecto a sus impulsores y la lógica que las conduce: por un lado, el gobierno, en acuerdo con agentes productivos locales, que define una política de formación de capacidades tecnológicas basadas en la certificación de procesos de desarrollo de *software* (MoPorsoft y CMMI), la formación de recursos humanos, la dotación de una infraestructura productiva y el impulso a la creación de una oferta se *software* satisfactoria de las necesidades de desarrollo en el ámbito regional. Por el otro, la existencia de estándares internacionales (el mismo CMMI, las certificaciones de diseños dominantes en particular), impulsados por modelos de negocio dominantes de actores globales del *software*, como condición para lograr la competitividad extrarregional.

En el marco de estas opciones, los emprendedores diseñan estrategias y despliegan capacidades de manera que, a la luz de este trabajo, fue posible detectar tres grupos de empresas.

Por estrategias hacemos referencia a los compromisos que la empresa formula para ser realizados en atención a un cúmulo de capacidades organizacionales. Por capacidades se hace referencia a las rutinas estabilizadas, las actividades en dominio de la empresa. Ambas (estrategias y capacidades) se conjugan para el establecimiento de vínculos con el ambiente externo y con el mercado en el cual compiten.

El documento se estructura de la siguiente manera: en el primer apartado se discute brevemente un conjunto de teorías que asocian la cultura emprendedora y la innovación, y que son retomadas para la discusión de la evidencia hallada. En el segundo apartado se discute con respecto a la innovación y el papel de la estrategia y las capacidades. La evidencia empírica se muestra en los siguientes dos apartados; en éstos se exponen los resultados de la cultura emprendedora encontrados y se describen las estrategias y capacidades de las empresas. Por último se presentan las conclusiones.

Cultura emprendedora e innovación

Schumpeter (1996) señala que los empresarios capitalistas se caracterizan por ser individuos propensos al riesgo, que identifican el éxito social con el éxito económico, y en el marco de esa identificación adoptan una postura de proclividad por el azar en busca de capturar recompensas económicas no distribuidas azarosamente. Esa noción seminal del emprendedor ha tendido a ser abordada desde perspectivas diversas.