
“MODELO DE LUCIDEZ, EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EN MICROEMPRESAS CAFILCULTORAS DEL CENTRO DE MÉXICO”

“MODEL OF LUCIDEZ, ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION IN MICROENTERPRISES CAFILCULTORAS OF THE CENTER OF MEXICO”

Investigadores: Tirso Javier Hernández Gracia, Arturo Sánchez Sánchez, Francisco Espinosa Morales, Rigoberto Sánchez Rosales, Cruz García Lirios¹
Universidad Autónoma de México, México

CDID “Centro de Documentación, Investigación y Difusión de Psicología Científica”²
Universidad Católica “Ntra. Sra. De la Asunción”

Recibido: 26 de Diciembre de 2017

Aprobado: 17 de Mayo de 2018

Resumen

96

En México se estima que el 40 por ciento de las microempresas sucumben a la competencia en los primeros tres años y no obstante que emplean al 90% de la población económicamente activa, 4 de cada 5 empleos que ofrecen no habían existido en el mercado laboral en los últimos tres años. Por consiguiente, el objetivo del presente trabajo es establecer la confiabilidad, la validez y la contrastación de un instrumento que midió las relaciones teóricas al compararlas con las observaciones realizadas en una microempresa dedicada a la caficultura, pero con procesos de lucidez, emprendimiento e innovación. A partir de un modelo estructural [$X^2 = 456,34$ (15gl) $p = 0,007$; GFI = 0,862; CFI = 0,995; RMSEA = 0,006] se aceptó la hipótesis nula relativa al ajuste de las correlaciones entre tres factores, inferidos por siete variables manifiestas para cada uno. Se recomienda extender la contrastación del modelo en contextos y muestras diferentes a las del estudio mediante análisis estadísticos más sofisticados ya que, el tipo de estudio exploratorio, el tipo de selección muestral intencional y el tipo de solución factorial de ejes principales con rotación promax, limitaron los hallazgos a la muestra del estudio.

Palabras Clave: Contrastación, Emprendimiento, Innovación, Lucidez, Modelo.

¹Correspondencia remitir a: Oscar Valdés Hernández, Doctor en Economía, Profesor de Carrera Titular "A", UNAM, México: oscarva@unam.mx Beatriz Llamas Aréchiga, Doctora en Mercadotecnia, Profesor de Tiempo Completo, USON, México: bllamas@petic.uson.mx Cruz García Lirios garcialirios@yahoo.com

²Correspondencia remitir a: revistacientificaeureka@gmail.com, o norma@figo.com.py “Centro de Documentación, Investigación y Difusión de Psicología Científica”, FFCH-Universidad Católica de Asunción-Paraguay.

Abstract

In Mexico it is estimated that 40 percent of microenterprises succumb to competition in the first three years and despite employing 90% of the economically active population, 4 out of 5 jobs offered had not existed in the market employment in the last three years. Therefore, the objective of this paper is to establish the reliability, validity and contrast of an instrument that measured the theoretical relationships when compared with the observations made in a microenterprise dedicated to coffee growing, but with processes of lucidity, entrepreneurship and innovation. From a structural model [$\chi^2 = 456.34$ (15gl) $p = 0.007$; GFI = 0.862; CFI = 0.995; RMSEA = 0.006] I accept the null hypothesis relative to the adjustment of the correlations between three factors, inferred by seven manifest variables for each one. It is recommended to extend the test of the model in different contexts and samples to those of the study by means of more sophisticated statistical analyzes since, the type of exploratory study, the type of intentional sample selection and the type of factorial solution of principal axes with promax rotation, limited the findings to the study sample.

Keywords: Contrast, Entrepreneurship, Innovation, Lucidity, Model.

La lucidez, entendida como el proceso organizacional en el que se alcanza una estabilidad, balance y madurez emocional por parte de líderes y seguidores ante los desafíos y las oportunidades, es el objeto de investigación del presente trabajo, así como establecer los retos y oportunidades de las mi pymes caficultoras ante el proteccionismo estadounidense y el consumismo alemán.

José Saramago ha escrito un *Ensayo sobre la Lucidez* que describe el dilema de servir a la organización o conducirse de acuerdo a ciertos principios éticos. Sucede que, en una ciudad de Portugal, la gente ha asistido a votar, pero no lo ha hecho por algún candidato de los tres partidos (derecha, centro e izquierda). Frente a este problema de legitimidad, las autoridades, organizan un atentado y después deciden poner en estado de sitio a la ciudad hasta que las personas reconozcan o denuncien a los autores intelectuales del voto en blanco.

Durante muchos días las personas conviven minimizando las acciones represivas del estado. Mientras tanto, el primer ministro junto con sus secretarios de defensa, de cultura y del interior discuten y planifican los mecanismos para que la gente cambie su actitud y acciones hacia el sistema democrático que el Estado práctica. Después de mucho tiempo, una carta llega a la oficina de un asistente del primer ministro, éste se asegura de que no se difunda su contenido y ordena al ministro del interior que esclarezca su contenido, éste asigna el caso a un comisario y dos ayudantes. Se considera que los vínculos ancestrales entre EU y Alemania han propiciado un relación comercial asimétrica que afecta a México en cuanto a oportunidades de comercialización del café, pero si las mi pymes aprovechan las características de éste vínculo ancestral como son el comercio minorista y digital, entonces podrán resarcir esos efectos negativos en positivos siempre que las mi pymes orienten sus esfuerzos al emprendimiento de la venta del café con estrategias de promoción digital y minorista.

Si se considera que la relación comercial entre EU y Alemania es asimétrica en torno al comercio del café, entonces las mi pymes de México tienen dos opciones: 1) aceptar la asimetría y sus efectos negativos en la venta de productos y servicios, o bien, 2) resarcir ese efecto negativo emprendiendo una estrategia de comercialización acorde al porcentaje de comercio minorista en protocolos digitales que demandan los consumidores estadounidenses y alemanes.

Por consiguiente, es menester desentrañar la cultura laboral del comercio minorista en Internet de las mi pymes de EU y Alemania para adoptar estilos de gestión administración, dirección, producción, comercialización que reduzcan los efectos negativos de la asimetría generacional entre EU y Alemania a fin de poder insertar los productos de México en ambos mercados (Villegas, García y Hernández, 2018).

Las diferencias entre organizaciones del primer mundo y las mi pymes de países emergentes estibarán en las estrategias de emprendimiento e innovación exacerbadas en las economías desarrolladas con respecto a los mercados emergentes (García, 2018a).

En virtud de que las organizaciones comercializadoras del café están centradas en el menudeo a través de protocolos digitales, entonces será posible observar que el café adquiere un valor en sí mismo, aunado a la accesibilidad que supone la venta en Internet su valor será mayor.

En ese sentido, las estrategias de comercialización adoptadas en las organizaciones que compiten en economías desarrolladas, permitirá una transferencia de conocimientos centrados en el emprendimiento y la innovación con la finalidad de transformar el mercado local y regional de las mi pymes caficultoras de Xilitla.

Precisamente, a partir de la descripción de este comisario se puede derivar una variable que podría etiquetarse como lucidez organizacional. Es decir, una vez que el comisario decide indagar la probable relación entre una mujer que no quedo ciega en la epidemia que azoto a la ciudad hace cuatro y el voto en blanco, dice frases y realiza acciones que pueden ser el contenido de la lucidez organizacional.

A continuación, se ejemplifica esta variable con la trama final del libro en cuestión.

Tres indicadores de la lucidez organizacional pueden ser las frases que el comisario dice, la estrategia que sigue para contrarrestar el efecto de una difusión en contra de la mujer que no quedo ciega y las inferencias que realiza cuando está perdiendo su estatus de autoridad.

La situación en la que se encuentra, una vez que no ha logrado establecer una relación causal entre la ceguera simulada de mujer y el voto en blanco. Pareciera asumir una postura crítica ante un sistema que emplea cualquier mecanismo para legitimarse.

Consecuentemente, duda de los medios de comunicación y hasta de cualquier persona con la excepción de la mujer que no quedo ciega. De este modo, un indicador de la lucidez organizacional es no confiar, por muy conveniente que sea el caso para la institución en la que trabaja.

En el final del libro, el comisario infiere que el mejor lugar para esconderse y llamar por teléfono es el lugar en el que se encuentra laborando como asegurador. Esto indica una ingenuidad de su parte porque evidentemente habían intervenido su teléfono y lo vigilaban constantemente. Por consiguiente, se necesita ser ingenuo para tener una lucidez organizacional.

Finalmente, la forma en como muere y después es irónicamente condecorado con el máximo reconocimiento del país, implica otro rasgo de la lucidez organizacional: el reconocimiento de un elemento que actuó en contra de la institución.

Tres son los indicadores para identificar la lucidez organizacional; el escepticismo, la ingenuidad y el sarcasmo de actuar en contra de la institución. En efecto ser lúcido significa cuando menos oscilar entre los principios personales y las reglas institucionales.

Teorías de la organización que implican a la lucidez

El marco teórico y conceptual en el que se explica la lucidez organizacional es el de la cultura laboral, la cual incluye cuatro dimensiones:

1) colaborativa, 2) jerárquica, 3) adhocrática y 4) mercadocrática, así como a partir de la teoría del capital humano, con énfasis en la teoría del capital intelectual, el capital tecnológico y el capital social, los cuales, grosso modo, advierten que: 1) las mi pymes que gestionan el conocimiento son emprendedoras e innovadoras; 2) los estilos de dirección son determinantes de la cultura laboral de las mi pymes; 3) los liderazgos, principalmente los intelectuales y tecnólogos son determinantes de un emprendimiento que transforme el mercado local (Carreón, 2016: p. 40).

La cultura laboral colaborativa centra su interés en la identidad ya que, se asume a la lucidez como resultado de la lealtad y la identificación del empleado con el líder, o bien, ambos con la organización. Esto es así porque el individualismo merma y limita la lucidez colaborativa en tanto que destaca las virtudes personales sin asociarlas en un equipo de trabajo (Carreón et al., 2014).

La cultura laboral jerárquica enfocada en la seguridad, pero no en el sentido de producción sino, en la reducción de la incertidumbre que resulta de un desbalance entre demandas externas y recursos internos. La lucidez, en la jerarquía de decisiones, supone capacidades: habilidades y conocimientos orientados a la diferenciación entre líderes y seguidores (García et al., 2012).

La cultura laboral adhocrática resalta la creatividad de líderes y talentos, enalteciendo la comunicación y la motivación bidireccional, así como la horizontalidad en la toma de decisiones.

Ello supone una participación sistemática de los grupos colaborativos dedicados a la producción del conocimiento, pero también implica un alto grado de compromiso que no siempre distingue a los equipos (García, 2010).

La cultura laboral mercadocrática destaca el balance entre las demandas externas y los recursos internos a las organizaciones. A través de un sistema de recompensas, salarios y prestaciones, las organizaciones equilibran la producción de conocimiento en relación con las exigencias del mercado, pero la ausencia de una estrategia de gestión y alianzas genera una fuga de talentos, o bien, la aparición de líderes tradicionales (Carreón y García, 2017).

En cada tipo de cultura laboral es posible observar rasgos de lucidez organizacional que determinan el clima de relaciones, apoyos, tareas y metas.

Desde la perspectiva de las teorías del liderazgo, la lucidez está centrada en la toma de decisiones, pero en función de estilos de dirección: a) sostenible, b) formativo, c) flexible y d) gerencial (Ortíz y García, 2008).

En el primer estilo, la lucidez es observada en el balance de las demandas y los recursos. Se trata de un estilo de dirección centrado en la motivación del personal, aún y cuando ésta dependa de la selección de talentos, será la comunicación bidireccional y la toma de decisiones horizontal la que definirá el grado de lucidez del líder (García, Carreón y Hernández, 2014).

El segundo estilo formativo se distingue por su alto grado de motivación y orientación al logro de resultados, pero la lucidez estriba más bien en la estrategia de gestión de conocimiento que permite el establecimiento de objetivos, tareas y metas factibles de llevarse a cabo en tiempo y forma.

El estilo de dirección centrado en la flexibilidad supone un clima de relaciones prevaleciente sobre cualquier otro clima, pero también implica un alto grado de empatía, confianza y compromiso entre el líder y sus seguidores. Se trata de un escenario de administración de talentos y creatividades ya que, los recursos superan a las demandas externas a la organización (Carreón et al., 2014).

El estilo gerencial no sólo advierte una filosofía de obediencia y conformidad sino, además se destaca por sus límites a las propuestas e innovaciones. La lucidez está presente en cada decisión de control (García, 2018b).

Estudios organizacionales que implican a la lucidez

La cultura laboral, entendida como un continuum de dimensiones relativas al desarrollo, la racionalidad y la jerarquía estaría vinculada a la lucidez gerencial del mercado ya que, la cultura jerárquica y la cultura racional coadyuvan en la cultura del desarrollo y como el liderazgo gerencial orientado al mercado está sujeto a resultados, entonces requiere de un sistema de valores y normas que permitan la distribución de tareas para la obtención de metas (García, 2004).

No obstante, cuando las organizaciones han alcanzado una madurez y plenitud, su lucidez más bien está centrada en el esfuerzo y la superación de sus mismos logros, objetivos, tareas y metas. Es el caso de la cultura laboral colaborativa en la que el liderazgo sostenible genera una comunicación unidireccional que todos respetan, pero con una motivación al logro que muchos reconocen y llevan a pie juntillas (Carreón et al., 2016).

Se trata de organizaciones que, al haberse mantenido y consolidado en el mercado laboral, han generado una cultura de éxito centrado en la seguridad, pero su rasgo más distintivo está en la sabiduría o lucidez de sus líderes quienes con sus méritos incentivan a los empleados (Hernández, Carreón y García, 2018).

Es decir que la consistencia de la toma de climas de relaciones, toma de decisiones y productividad distingue a una organización lúcida de otra que aspira a serlo. Es el caso de las culturas organizaciones que han aprendido a adaptarse a las contingencias del mercado, pero también han generado sus oportunidades que le permiten anticipar escenarios de incertidumbre y motivar a sus talentos creativos para la disminución de riesgos (García, 2006).

Si la cultura organizacional es determinada por el liderazgo transformacional, entonces la lucidez consiste en la disminución de transacciones entre los departamentos y la alta gerencia, así como una gestión del conocimiento que permita ser más eficaz y efectiva a la organización. Es el caso de empresas de telecomunicaciones o softwares que deben sumar esfuerzos y valores agregados a sus productos con la finalidad de motivar la innovación en sus talentos (Elizarraraz et al., 2018).

El eje que va de la lucidez a los demás nodos advierte que una organización alcanza ese nivel cuando establece un sistema de gestión centrada en la experiencia de sus líderes y la creatividad de sus talentos. Principalmente, en la combinación de una cultura adhocrática con un liderazgo sostenible. Es decir que la lucidez es una sabiduría intergeneracional que se desarrolla ante las contingencias del mercado.

El eje que va de la cultura a los demás nodos representa el inicio de cada ciclo de la lucidez ya que, es en la cultura laboral donde se gestan las ideas que la gestión del conocimiento perfilará como una opción estratégica ante los conflictos internos por la falta de logros o por un clima de tareas sin compromiso (García, 2018c).

El eje que va del liderazgo a los demás nodos señala que es la lucidez una interrelación entre la experiencia directiva y laboral. Se trata de un escenario en el que la toma de decisiones está centrada en el equilibrio de las demandas externas y los recursos internos debido a la sobre producción de ideas.

El eje que va del compromiso a los demás nodos muestra que en la medida en que una organización se consolida, genera una serie de compromisos que se diseminan entre empleados y líderes, pero no sólo en las funciones o responsabilidades, sino en las disposiciones de colaboración (García, Espinosa y Carreón, 2018).

El eje que va de la empatía a los demás nodos refleja un tipo de organización centrada en el clima de relaciones más que en los climas de metas, apoyos o innovaciones.

Se trata de un escenario en donde la lucidez consiste en la comunicación y la motivación necesarias para llevar a cabo las tareas que correspondan a los objetivos y permitan alcanzar las metas.

Planteamiento del problema

¿Cuáles serán las diferencias entre las organizaciones desarrolladas con respecto a las mi pymes emergentes en cuanto a la comercialización minorista del café a través de protocolos digitales en cuanto a la lucidez, emprendimiento e innovación de sus estrategias?

¿Cuáles son los significados de la lucidez, el emprendimiento y la innovación que las organizaciones en economías desarrolladas han generado con respecto a la comercialización al menudeo y difusión electrónica de productos y derivados del café?

¿Cómo pueden transferirse los significados de lucidez, emprendimiento e innovación en torno al emprendimiento y la innovación en las mi pymes de México, principalmente en las Xilitla atendiendo a sus particularidades y localismos?

Hipótesis

Hipótesis nula: Los marcos teóricos y empíricos revisados en el estado de la cuestión al explicar fenómenos globales como la lucidez, el emprendimiento y la innovación permitirán observar éstas mismas variables en un contexto específico como el de una microempresa dedicada a la comercialización del café y sus derivados.

Hipótesis alterna: No obstante que las teorías revisadas explican fehacientemente a la lucidez, al emprendimiento y a la innovación en diferentes escenarios, la especificidad de la microempresa caficultora supone procesos distintos a los observables en otros contextos y muestras implicadas en la comercialización del café y sus derivados.

Método

Se llevó a cabo un estudio documental con una selección muestral de fuentes indexadas a repositorios nacionales, considerando la discusión sobre la cultura y liderazgo organizacional, así como sus implicaciones para el constructo de la lucidez. Se procesó la información mediante la técnica Delphi y se complejizó un modelo para el estudio de la variable en comento. Se advierte una línea de investigación relativa a la formación profesional.

Se realizó un estudio no experimental, transversal, exploratorio, cualitativo y cuantitativo. Se llevó a cabo una selección intencional de 10 líderes caficultores locales para el estudio en su fase cualitativa y una selección no probabilística de 130 comerciantes del café regionales, considerando el tamaño de su organización, el enfoque minorista y su accesibilidad o penetración en redes digitales

Se construyó una escala de lucidez, emprendimiento e innovación en organizaciones minoristas con presencia en Internet y contactos en EU y Alemania. Incluirá reactivos alusivos a las dimensiones de emprendimiento e innovación como: oportunidad, utilidad, calidad, estrategia, transversalidad, flexibilidad y riesgo.

Se entrevistaron a los participantes e informantes en las instalaciones de las organizaciones locales y regionales, previa garantía por contrato de confidencialidad y anonimato de su perfil y respuestas a los instrumentos. La información fue procesada en el paquete de análisis de datos cualitativos (QDA por su acrónimo en inglés versión 4,0) y el paquete estadístico de ciencias sociales (SPSS por su acrónimo en inglés versión 17,0).

Se estimó el coeficiente alfa de Crombachh para evidenciar la consistencia interna del instrumento en contextos y muestras diferentes. Se ponderó el estadístico Kayeser-Meyer-Olkin para establecer las posibles correlaciones entre los indicadores y el factor. Un valor cercano al 1 evidencia una adecuada distribución, pero un valor inferior al 0,6 sugiere una reducción de los ítems de la escala. Se llevó a cabo la prueba de Bartlett para establecer la solución factorial idónea para los análisis de validez. Del mismo modo, un valor cercano a cero o la unidad evidencian una distribución acorde a la validez. Se llevó a cabo un análisis de ejes principales con rotación promax, siguiendo la lógica de valores próximos a la unidad como evidencia de indicadores del constructo y cercanos al cero como evidencia de indicadores de otros constructos.

Se elaboraron tablas de correlaciones chi cuadrada para evidenciar la dependencia o independencia entre las variables, así como su interpretación de diferencias entre muestras independientes.

Un valor no significativo es interpretado como una relación independiente entre las variables. Se estimó el coeficiente de correlación P de Pearson para establecer las posibles asociaciones entre las variables a medir en el instrumento. Valores cercanos a uno demuestran una fuerte asociación y probable relación de dependencia. Los valores cercanos al cero serán asumidos como espurios.

Se establecieron las relaciones de dependencia entre las variables relativas al emprendimiento y los indicadores vinculados a la innovación como factores de desarrollo local y regional. Valores beta cercanos a la unidad evidencian relaciones de dependencia y cercanos al cero demuestran que existen otras variables no contempladas incidencia en la relación.

Se ponderó la bondad de ajuste y el índice de ajuste para demostrar que las relaciones entre las variables enunciadas en el estado del conocimiento teórico se ajustan a las relaciones observadas en el estudio empírico, valores cercanos a la unidad significan la aceptación de la hipótesis nula de correspondencia entre la teoría y la empíria. Se estimaron los coeficientes de ajuste para evidenciar la probabilidad de error de medición y la aceptación de la hipótesis nula de correspondencia entre la matriz de observaciones esperadas y la matriz de ponderaciones estimadas.

Resultados

La Tabla 1 muestra las propiedades psicométricas del instrumento que mide la lucidez, el emprendimiento y la innovación en la microempresa de estudio.

Tabla 1.

Descriptivos del instrumento

Código	Ítem	M	DE	A	F1	F2	F3
<i>Subescala de lucidez</i>				0,691			
LZ1	El jefe nos da opciones para decidir qué hacer	3,25	1,02	0,671			0,384
LZ2	El director nos ofrece escenarios para tomar una decisión	3,84	1,04	0,601			0,325
LZ3	El gerente nos plantea situaciones a fin de prevenir riesgos	3,50	1,05	0,621			0,305
LZ4	El líder nos presente esquemas para orientar el desempeño	3,25	1,06	0,693			0,384
LZ5	El dueño escucha las propuestas antes de elegir alguna	3,54	1,08	0,621			0,354
LZ6	El gestor nos involucra en la imagen de la empresa	3,21	1,14	0,623			0,382
LZ7	El patrón nos organiza con base en su experiencia	3,43	1,26	0,602			0,301
<i>Subescala de emprendimiento</i>				0,681			
EP1	En la empresa se llevan a cabo distintas ideas	3,05	1,22	0,604		0,306	
EP2	En la empresa se ejecutan diferentes iniciativas	3,58	1,04	0,683		0,392	
EP3	En la empresa se imitan las propuestas exitosas	3,26	1,46	0,621		3,245	
EP4	En la empresa se siguen las ideas excéntricas	3,34	1,24	0,683		30,40	
EP5	En la empresa se instrumentan las propuestas conservadoras	3,01	1,46	0,694		0,384	
EP6	En la empresa se promueven ideas consolidadas	3,05	1,49	0,680		0,394	
EP7	En la empresa se reportan las iniciativas externas	3,26	1,20	0,632		0,356	
<i>Subescala de innovación</i>				0,690			
IN1	Se comercializa el café en formas diversas	3,21	1,03	0,603	0,391		
IN2	Se vende el café en colores distintos	3,24	1,29	0,645	0,339		
IN3	Se ofrece el café a los visitantes	3,46	1,25	0,652	0,304		
IN4	Se regala café a los turistas	3,57	1,59	0,614	0,382		
IN5	Se compra el café de la competencia	3,49	1,29	0,625	0,403		
IN6	Se oferta el café al menudeo	3,40	1,04	0,623	0,321		
IN7	Se utiliza el café en la decoración	3,16	1,28	0,642	0,302		

Método de extracción: ejes principales, rotación promax. Adecuación y esfericidad [$X^2 = 621,23$ (14gl) $p = 0,000$; $KMO = 0,778$] $M =$ Media, $DE =$ Desviación estándar, $A =$ Alfa de Crombach quitando el valor del ítem. $F1 =$ Lucidez (27% de la varianza total explicada y alfa de 0,691), $F2 =$ Emprendimiento (17% de la varianza total explicada y alfa de 0,681) $F3 =$ Innovación (13% de la varianza total explicada y alfa de 0,690). Todos los ítems se responden con cinco opciones de respuesta: 0 = no he experimentado esa situación, 1 = he experimentado muy poco esa situación, 2 = he experimentado poco esa situación, 3 = he experimentado moderadamente esa situación, 4 = he experimentado mucho esa situación, 5 = he experimentado bastante esa situación.

Los valores de confiabilidad de la escala general (alfa de 0,688) y de las subescalas (alfas de 0,691; 0,681; 0,690 respectivamente) se aproximan al mínimo indispensable de consistencia interna (alfa de 0,700). Respecto a la validez, el porcentaje de varianza total explicada de los tres factores se acerca al 60%.

Una vez establecidos la consistencia interna y la validez de tres constructos, se procedió al contraste del modelo, entendido como una representación de los ejes y las trayectorias de las variables esgrimidas en la revisión de la literatura. En tal sentido, los cinco ejes y trayectorias relativas a la lucidez organizacional (véase Figura 1).

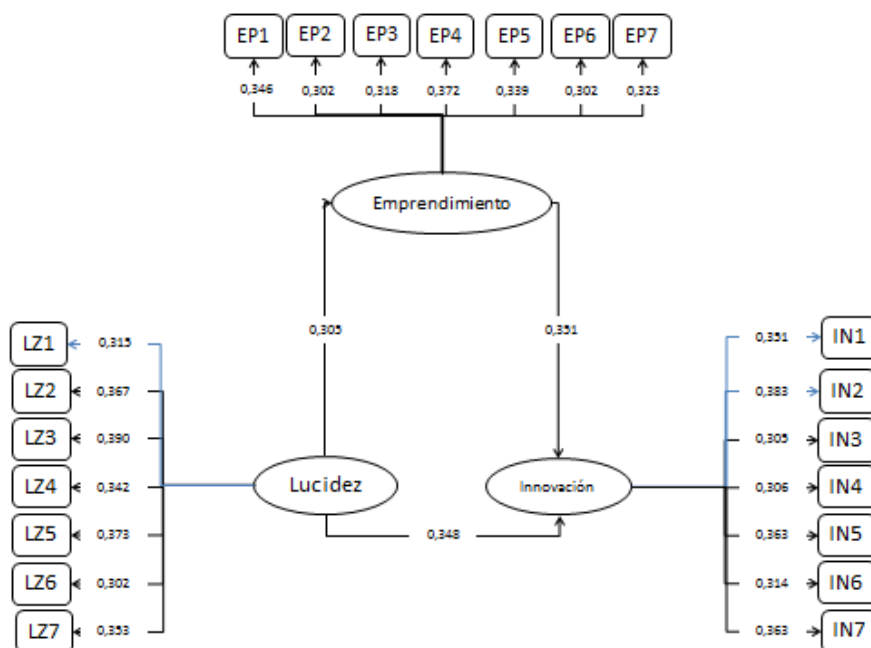


Figura 1. Modelo estructural

Los parámetros de ajuste [$\chi^2 = 456,34$ (15gl) $p = 0,007$; GFI = 0,862; CFI = 0,995; RMSEA = 0,006] sugieren la aceptación de la hipótesis nula relativa al ajuste de las relaciones teóricas con respecto a las relaciones observadas en el modelo estructural.

Discusión

El aporte del presente trabajo a la literatura consultada estriba en la confiabilidad, la validez y la contrastación de un instrumento que mide la lucidez organizacional, el emprendimiento y la innovación, pero la selección de la información y la técnica de procesamiento limitan los alcances del modelo. Se recomienda una revisión de la literatura en repositorios internacionales como Ebsco, Scopus o Copernicus para llevar a cabo una minería de textos y poder enriquecer el modelo de lucidez organizacional.

Respecto al estudio de Carreón y García (2017) en el que la formación profesional está en función de la identidad y el compromiso del empleado o futuro líder para con la organización, el presente trabajo ha especificado en modelo en el que la formación profesional dependería de la cultura, la empatía y el liderazgo ya que, si bien es cierto que el compromiso aglutina los tres factores, también es necesario decir que son éstas tres variables las que fundamentan el clima de relaciones en el que se establece la formación profesional.

Por tanto, se recomienda el estudio de la formación profesional como indicador de la lucidez organizacional ya que, una organización que aspira al equilibrio entre recursos internos y demandas externas debe formar a sus futuros líderes con una lógica de sostenibilidad.

Conclusión

El objetivo del presente trabajo ha sido la contrastación de un modelo para el estudio de la lucidez, el emprendimiento y la innovación en una microempresa caficultora, aunque se recomienda un análisis factorial confirmatorio de componentes principales con rotación varimax a fin de poder establecer el ajuste de las relaciones teóricas y empíricas en otros contextos y muestras de estudio.

La contrastación confirmatoria del modelo permitirá establecer una base teórica y empírica para incluir otros constructos relativos a la cultura y al clima laboral de relaciones y apoyos.

Referencias

- Carreón, J., Hernández, J., Morales, M. L. y García, C. (2014). Discursos en torno a una red de formación profesional. *Tlatemoani*, 16, 104-133
- Carreón, J. y García, C. (2017). Specification of a model for the study of vocational training and job. *International Journal of Advances in Social Science and Humanities*, 5 (6), 13-18
- Carreón, J., Hernández, J., Quintero, M. L., García, C. y Mejía, S. (2016). Redes de conocimiento en torno a la complejidad organizacional: aprendizaje de autorregulación, disipación, adaptabilidad y dinamismo ante los cambios. *Prospectivas en Psicología*, 2 (2), 57-70
- Carreón, J., Morales, M. L., Rivera, B. L., García, C. y Hernández, J. (2014). Emprendedurismo migrante y comerciante: Estado del conocimiento. *Tlatemoani*, 15, 158-187
- Elizarraraz, G., Molina, H. D., Quintero, M. L., Sánchez, R. y García, C. (2018). Discursos en torno a la lucidez organizacional en las alianzas estratégicas y las redes de conocimiento entre mipymes caficultoras del centro de México. *Margen*, 88, 1-11
- García, C. (2004). Una modelación de los determinantes de la eficacia organizacional. *Revista Internacional de Psicología*, 5 (1), 1-12
- García, C. (2006). Un modelo de empresa universidad. *Ciencias Sociales*, 3 (2), 39-47
- García, C. (2010). Estructura del clima laboral en un supermercado. *Poesis*, 20, 1-10
- García, C. (2018a). Contrastación de un modelo de cultura organizacional en universidades públicas del centro de México. *Nómadas*, 4, 1-17
- García, C. (2018b). Emprendimiento caficultor en migrantes de la región huasteca del centro de México. *Equidad y Desarrollo*, 30, 119-147
- García, C. (2018c). Interpretación de discursos de gestión del conocimiento para la comprensión de narrativas de emprendimiento innovador. *Inclusiones*, 5, 96-111

- García, C., Carreón, j. y Hernández, J. (2014). La formación profesional del capital humano en la civilización del cambio climático. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 10 (81), 107-125
- García, C., Carreón, J., Hernández, J., Bautista, M. y Méndez, A. (2012). Modelamiento de variables psico organizacionales a partir de la revisión del estado del arte. *Trabajo Social*, 28, 13-60
- García, C., Espinosa, F. y Carreón, J. (2018). Model of tangible assets and capitals in organizations. *International Journal of Research in Humanities and Social Studies*, 5 (4), 1-12
- Hernández, J., Carreón, J. y García, J. (2018). Governance a quality control in a mexican organization central México. *International Journal of Advances in Social Science*, 6 (1), 1-7
- Ortíz, P. y García, C. (2008). Estudio sobre clima y satisfacción laboral en una empresa comercializadora. *Psicología para América Latina*, 13, 1-36
- Saramago, J. (2004). *Ensayo sobre la lucidez*. Madrid: Alfaguara.
- Villegas, E., García, C. y Hernández, T. J. (2018). Establecimiento de una política de ciencia y tecnología para la incubación de microempresas innovadoras del conocimiento. *Inclusiones*, 5, 19-26