



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**MAESTRÍA Y DOCTORADO EN CIENCIAS AGROPECUARIAS**  
**Y RECURSOS NATURALES**

**EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR INNOVADOR EN LA FLORICULTURA**  
**DEL ESTADO DE MÉXICO**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN**  
**CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES**

**PRESENTA**

**L.C.F.I. HERMINIA DE LOS ANGELES PARRA AGUIRRE**

**Tenancingo, Estado de México. Julio 2016**



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**MAESTRÍA Y DOCTORADO EN CIENCIAS AGROPECUARIAS**  
**Y RECURSOS NATURALES**

**EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR INNOVADOR EN LA FLORICULTURA**  
**DEL ESTADO DE MÉXICO**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN**  
**CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES**

**PRESENTA**

**L.C.F.I. HERMINIA DE LOS ANGELES PARRA AGUIRRE**

**COMITÉ DE TUTORES**

**DR. JAVIER JESÚS RAMÍREZ HERNÁNDEZ**

**DR. TIRZO CASTAÑEDA MARTÍNEZ**

**DR. COSME RUBÉN NIETO HERNÁNDEZ**

**Tenancingo, Estado de México. Julio 2016**

## RESUMEN

En diversas partes del mundo se cultivan flores para alegrar a la humanidad (Alvarez *et al.* 2007). Por lo tanto, la floricultura como actividad agrícola utiliza altos niveles de mano de obra y de capital en relación con la superficie de terreno empleada (García *et al.* 2009), la cual representa una alternativa económica que en los últimos años ha cobrado gran auge debido a que representa una fuente de ingresos para las familias mexicanas.

En este sentido, los creadores de empresas florícolas son llamados emprendedores. El objetivo principal de la investigación es analizar el perfil del emprendedor innovador florícola y su importancia como un recurso potencial para la generación de innovaciones en la floricultura del Estado de México.

Para el desarrollo de la investigación, se utiliza la teoría del emprendedor innovador que propone Joseph Schumpeter, el cual decía que lo que mueve a un emprendedor, antes que el lucro, era el “deseo de fundar una dinastía privada, la intención de conquistar en una batalla competitiva, y el gozo de crear” (Citado en Bornstein, 2007), con la única finalidad de romper con lo que ya se conoce, y crear algo que de un giro de 380° y cambie el estado natural de las cosas.

En la investigación de campo, con ayuda de la aplicación de un cuestionario, la revisión de resultados de artículos especializados sobre el emprendedor y el innovador y la comparación con el modelo conceptual de la innovación propuesto por Bravo y Herrera (2009), fue posible contrastar e identificar una serie de características personales y saber si realmente existe un perfil del emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México.

Dentro de los hallazgos de la investigación, se puede afirmar que existen dos características de las siete que integran el perfil del emprendedor innovador, en la dimensión psicológica el riesgo y en la dimensión socio-cultural el contar con un sistema de normas y valores.

## ABSTRACT

In diverse parts of the world flowers are cultivated to make happy the humanity (Alvarez et to. 2007). Therefore, the flower growing like agricultural activity uses high places levels of workforce and the capital in relation with the surface of area used (García et to. 2009), which represents an economic alternative that in the last years he has received great summit due to the fact that it represents a source of income for the Mexican families. In this respect, the creators of flower companies are called entrepreneurs. The principal aim of the investigation is analyzes the profile of the innovative entrepreneur on flower companies and his importance as a potential resource for the generation of innovations in the flower growing of the State of Mexico. For the development of the investigation, there is in use the theory of the innovative entrepreneur proposes by Joseph Schumpeter, who was saying that what moves an entrepreneur, before that the profit, it was the " desire to found a private dynasty, the intention of conquering in a competitive battle, and the pleasure of creating " (Mentioned in Bornstein, 2007), with the only purpose of breaking what already is known, and something creating that of a draft of 380 ° and it changes the natural condition of the things. In the field investigation, with help of the application of a questionnaire, the review of results of articles specialized on the entrepreneur and the innovator and the comparison with the conceptual model of the innovation proposed for Bravo and Herrera (2009), was possible to contrast and to identify a series of personal characteristics and to know if really there exists a profile of the innovative entrepreneur in the flower growing of the State of Mexico. Inside the findings of the investigation, it is possible to affirm that there exist two characteristics of the seven that integrates the profile of the innovative entrepreneur in flower growing, in the psychological dimension the risk and in the sociocultural dimension to possess a system of procedure and values.

## CONTENIDO

RESUMEN.....	3
ABSTRACT.....	5
DEDICATORIAS.....	6
AGRADECIMIENTOS.....	7
CONTENIDO.....	8
LISTA DE TABLAS.....	11
I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. REVISION DE LITERATURA.....	15
2.1. La Floricultura en México: origen e Historia.....	15
2.1.1. La floricultura: de la práctica cultural al emprendimiento.....	17
2.2. Marco teórico.....	19
2.2.1. El Emprendimiento: Antecedentes.....	20
2.2.2. Un campo teórico en construcción.....	26
2.3. Perfiles del emprendedor.....	27
2.3.1 Perfil demográfico.....	28
2.3.2 Perfil psicológico.....	29
2.3.3 Perfil sociológico.....	32
2.3.4 Perfil cultural.....	34
2.4 Tipos de emprendedores.....	35

2.5. Teoría Neoclásica del emprendedor innovador .....	36
2.6. Teoría del capital humano .....	41
III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	43
IV. JUSTIFICACIÓN .....	47
V. HIPÓTESIS .....	50
VI. OBJETIVOS .....	51
VII. MATERIAL Y MÉTODO .....	52
VIII. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR QUE INCIDEN EN LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS .....	55
8.1 Introducción .....	56
8.2 Antecedentes.....	57
8.3 Metodología.....	63
8.4 Resultados.....	67
8.5 Discusiones .....	74
8.6 Conclusiones .....	76
8.7 Bibliografía.....	78
IX. EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR INNOVADOR EN LA FLORICULTURA DEL ESTADO DE MÉXICO .....	85
9.1 El perfil del emprendedor innovador .....	85
9.2 El perfil del emprendedor innovador en otros países .....	95

9.3 El perfil del emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México .....	98
9.4 Los retos del EI en la floricultura del siglo XXI.....	102
X. DISCUSIÓN .....	104
XI. CONCLUSIÓN .....	106
XII. BIBLIOGRAFÍA .....	108

## LISTA DE TABLAS

- Tabla 1. Roles del emprendedor en la historia de la Teoría Económica.
- Tabla 2. Clasificación de los tipos de emprendedores.
- Tabla 3. Aportaciones de autores neoclásicos a la Teoría del Emprendedor Innovador.
- Tabla 4. Ficha técnica de la investigación.
- Tabla 5. Perfil del emprendedor florícola en el sur del Estado de México.
- Tabla 6. Matriz de relación entre las características del emprendedor florícola y la capacidad innovadora.
- Tabla 7. Características del emprendedor según varios autores.
- Tabla 8. Características del innovador según varios autores.
- Tabla 9. Similitudes y diferencias existentes entre el emprendedor y el innovador.
- Tabla 10. El perfil del emprendedor innovador.
- Tabla 11. Perfil del emprendedor innovador en diversos países.
- Tabla 12. Perfil del emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México.

## I. INTRODUCCIÓN

La floricultura es una industria multi-billonaria que se nutre de muchas economías del mundo: actualmente existen 120 países activamente incluidos en dicha industria como productores globales (Martsynovska, 2011).

En México, la floricultura es una actividad que desde siempre ha estado ligada a la vida cotidiana de sus habitantes, esa relación indisoluble se refleja en su inclinación por el cultivo de las flores y de la jardinería, que es un gusto muy propio que llevan en la sangre y en el corazón (Vazquez y Norman 1996).

Desde el punto de vista comercial, en el Estado de México la floricultura se concentra en el llamado “corredor florícola”, integrado por los municipios de: Tenancingo, Coatepec Harinas, Ixtapan de la Sal, Tonalico, Zumpahuacán, y Villa Guerrero, cuya producción se distribuye en un área aproximada de 5 547 hectáreas (Gomora *et al.*, 2006), en donde su riqueza reside en su capital humano.

Una de las razones del crecimiento de la actividad de la floricultura en esta zona es que han existido personas que se incorporaron a la producción y venta, es decir, comenzaron a realizar este cultivo por diferentes circunstancias. En este sentido, los emprendedores ocupan un lugar importante en las economías de todo el mundo, y han sido reconocidos como los motores de la innovación y el desarrollo (Acs y Audretsch, 2003).

En México, las personas que deciden iniciar una empresa lo hacen más por necesidad que por la identificación de una oportunidad. En 2014, las tasas de emprendimiento en cada una de las tres etapas (empresas nacientes, nuevas y establecidas) consolidan una tendencia al alza iniciada desde 2012 en todos los

rubros y han alcanzado a la vez un máximo histórico desde que se inició la medición en 2001, posicionando a México como el país que se encuentra por encima del promedio para los países latinoamericanos (17.6%). El empresario medio mexicano está entre 25 y 44 años, mujer u hombre, con la educación postsecundaria, y en un negocio orientado por consumidor. Los resultados para México son más altos que en todos los países conducidos por la innovación en una etapa temprana (GEM, 2014).

Con base en estos argumentos resulta evidente el análisis sobre las características que posee el emprendedor en la floricultura mexicana, visto como un recurso potencial para promover las innovaciones en la organización. En este sentido, el análisis de la presente investigación utiliza un enfoque económico, pero también recurre a otras disciplinas como la historia, la antropología, la psicología, la sociología, para integrar un perfil más completo del sujeto emprendedor innovador florícola.

En primer lugar, se describe una breve historia de la floricultura mexicana y de la transición, en donde, de ser una práctica puramente cultural pasó al emprendimiento al vislumbrarse como una opción para la generación de empleos y recursos económicos en la zona sur del Estado de México.

En segundo lugar, se aborda el marco teórico, combinando la teoría neoclásica del emprendedor innovador y la teoría del capital humano para poder explicar de qué forma el emprendedor y su capacidad innovadora le permite impulsar las innovaciones dentro de la organización.

En un tercer momento, se presentan las “Características del emprendedor que inciden en la capacidad de innovación de las empresas florícolas”, realizado en Villa Guerrero, Estado de México, donde se muestran algunas características de estos emprendedores que se encuentran inmersos en la actividad florícola.

Dentro de la metodología utilizada podemos mencionar que se realizó trabajo de campo con ayuda de la Asociación Asflorvi, AC del municipio de Villa Guerrero y se hizo una búsqueda incesante de artículos especializados para identificar las características distintivas del emprendedor y del innovador, y finalmente integrar un perfil de manera general. Posteriormente, se identificaron características sobresalientes del emprendedor relacionadas con la capacidad innovadora bajo el modelo conceptual de Bravo y Herrera (2009), y finalmente, se hizo un contraste de las características para identificar cuáles características son las que mejor los definen.

Como hallazgos principales se puede afirmar que se determinó un perfil de emprendedor innovador para la floricultura del Estado de México, el cual se encuentra en un estado naciente al presentar únicamente dos de las siete características que integran al perfil de un emprendedor innovador.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

“La inclinación de los mexicanos por las flores, ya tenía una posición de valor ideal muy grande antes de la llegada de los españoles. Simbolizaban a los Dioses, a los humanos, al arte, la amistad y el dominio; también a la guerra, al cielo y a la tierra (...).El calendario utilizaba la imagen de la flor Xóchitl, la reina de la flor”.

(Fenner, 1992)

### 2.1. La Floricultura en México: origen e Historia

La floricultura en México es una actividad agrícola que desde hace siglos forma parte de nuestra cultura, ya que las civilizaciones que habitaron la Meseta Central cultivaban flores que utilizaban para adornar las diferentes festividades religiosas que celebraban (Avila, 2009).

La cultura de la floricultura en México se caracteriza por estar presente desde la época prehispánica, donde las civilizaciones que habitaron el territorio cultivaban flores, que utilizaban en la mayoría de sus festividades religiosas, así como para decorar sus hogares, tanto interna como externamente, entre otros usos. Es así, que los orígenes de la floricultura mexicana se remontan a la época pre-colonial, cuando los mexicas crearon grandes jardines para el placer del rey y colocaban flores en las ofrendas a sus Dioses, es decir, las flores tenían un significado de “objeto ritual”. Es por ello, que según descripciones y relatos de viejos frailes nos muestran que el recibir a personalidades importantes con ofrendas de flores era una costumbre muy arraigada en el México prehispánico y así describió Fray Diego de Durán la recepción de los conquistadores españoles por Moctezuma (Emperador de los aztecas). “En grandes bateas de calabaza ponían las flores

más bonitas y perfumadas; girasoles, magnolias y en medio izquixóchitl, las flores amarillas del tabaco, las flores del árbol de cacao, formando coronas de flores y collares y después de encontrarse con los extraños en Uitzillán, Moctezuma le regaló flores al capitán, el jefe de los soldados, le puso una corona de flores y adornó sus hombros con guirnaldas. Después puso ante él una cadena de oro y muchos otros regalos de bienvenida” (Heyden, 1985, citado por Fenner, 1992).

Posteriormente, desde la marcha de la costa hasta el altiplano central, les fueron regalando flores a los caballos, en la creencia de que eran dioses, al igual que sus jinetes, ya que muchas veces a los guerreros con méritos o a personas importantes se les reservaban las flores. De igual forma, “al que nacía el día de la flor se le atribuía la vocación natural de pintor, joyero, tejedor o escultor y las mujeres que nacían en este día tendían a poseer tejidos delicados y otras características de hermosura. A los trabajadores, les prometía no sufrir necesidades y la nobleza festejaba todos los años en Ce- Xóchitl, el día de la flor, siendo una gran fiesta en Culhuacán” (Fenner, 1992).

De este modo, el marcadísimo culto a las flores que existía en México otorgaba un carácter especial a regiones enteras, por lo que podemos apreciar que tanto afuera, como adentro de la Ciudad de Tenochtitlán se construyeron grandes parques y jardines, siendo el caso de los famosos jardines de Nezahualcóyotl en Texcoco, el de Iztapalapa y el de Chapultepec (jardines arreglados bajo condiciones controladas en zonas previamente seleccionadas, para aclimatar las diversas flores del país); los jardines de Atlixco en Puebla (donde se encuentra la plantación de estatices más grande de Latinoamérica en La Joya), los famosos “jardines flotantes” de Xochimilco y el de Oaxtepec en Morelos Observándose de este modo, la impresionante cultura florista que existió durante el reinado prehispánico basada en una infraestructura completa y compleja, ya que se

seleccionaban los lugares adecuados y se regaban y cuidaban de tal forma que siempre hubiera suficientes flores y capullos para ornar y hacer ofrendas (Fenner, 1992).

Finalmente, Mühlenpfordt 1844 citado en Avila 2009, nos hace otra descripción del significado e importancia cultural, religiosa, social, entre otras, que tenían y tienen las flores para la cultura mexicana: “La extraordinaria predilección por las flores, que Cortés encontró en los indígenas de Anáhuac, sigue siendo propia de ellos. En todas las fiestas, procesiones, etc. adornan las iglesias y sus atrios con guirnaldas, arcos de triunfo y ramos de flores los cuales trenzan y arreglan con gran delicadeza y gracia. En cada jardín indígena por más pequeño que sea, siempre se encuentran algunos macizos de flores junto a plantas útiles. En los mercados, generalmente se ven vendedoras de frutas y bebidas frecuentemente sepultadas por completo entre flores, con las cuales han decorado y arreglado sus mercancías y sus puestos. En días de fiestas religiosas, a veces se ve a los indígenas cubrir los pisos de las iglesias con guirnaldas, ramos y algunos cálices de flores de tal manera que todo tiene la apariencia de ser un tapete de punto, grandioso” (Fenner, 1992).

### **2.1.1. La floricultura: de la práctica cultural al emprendimiento**

A raíz del colapso del modelo primario exportador a consecuencia de la crisis 1929-1932, y las profundas reformas realizadas durante el periodo cardenista. A partir de las radicales transformaciones llevadas a cabo en ese periodo se identifica una primera fase de auge agrícola, de 1940 a 1958 durante la cual la agricultura crecía en forma irregular pero alcanzando una tasa promedio casi semejante a la tasa de crecimiento de la economía en su conjunto. Consecuentemente, la participación de la agricultura dentro de la economía nacional disminuía lentamente, reflejando los años agrícolas climáticamente

buenos o malos. En 1940, la agricultura representaba el 19% .En ese año se inició el periodo identificado como desarrollo estabilizador, correspondiendo a una estrategia de muy definida orientación hacia la industrialización por sustitución de importaciones (Gómez, 1994).

En ese mismo periodo, un grupo de japoneses llegó a Villa Guerrero, Estado de México con la finalidad de producir flores para su venta, debido a que encontraron en los micro-climas locales las condiciones óptimas para el cultivo de las flores. Los japoneses fijaron un nuevo sistema de producción en invernaderos a cielo abierto, trajeron su planta y se encargaban de producir nuevos esquejes o codos para sembrarlos e ir renovando las plantas, contrataron peones, a los que les tocaba la parte más pesada del trabajo, establecieron la semana laboral de cinco días y medio, con una jornada de trabajo de ocho horas y salarios por encima de los tasados localmente, contaban con una clara estructuración en los tiempos de trabajo y descanso para finalmente, sacar su producción en el servicio de autotransportes Corona Roja hacia Toluca y de ahí transbordaban para hacerlas llegar hasta la ciudad de México. Con estas condiciones de trabajo más favorables se generó una importante oferta de mano de obra de los peones locales. Sin embargo, después de las plagas de finales de los años cuarenta, que afectaron tanto al cultivo de aguacate como de durazno, los pobladores del municipio de Villa Guerrero, Estado de México encontraron un nuevo cultivo que incentivó aún más la expansión del municipio en particular y de la región en general: las flores (Castro, 2003).

No obstante, fue hasta a fines de los cincuenta y principios de los sesenta, cuando los habitantes de Villa Guerrero se fueron involucrando cada vez más con la floricultura, puesto que los trabajadores locales ya habían aprendido desde producir esquejes hasta el manejo de las plantas, y a partir de ello, muchos consideraron la posibilidad de tener su propio cultivo, pero como no era

sencillo conseguir el material vegetativo, optaron por extraer esquejes de los japoneses y se dió la primera expansión en los cultivos de la gladiola y el clavel a raíz de un robo (Castro, 2003).

Podría decirse, que el emprendimiento en la floricultura se consolidó aproximadamente en los años ochenta, y fue entonces, en ese momento que los trabajadores de Villa Guerrero percibieron que ya contaban con los conocimientos y la experiencia necesarios y se arriesgaron a emprender en el negocio de la producción de flores sin ayuda de los japoneses porque sabían que podían obtener mejores ingresos en comparación de lo que obtenían trabajando en otros cultivos en donde ellos no eran los propietarios.

Y fue a partir de ese momento, que se presentó un cambio en el uso y significado de la producción de las flores, como consecuencia de una conjunción de factores locales y de coyunturas políticas, entre las que destacan la adopción de nuevos cultivos y el interés económico gubernamental y privado, propician que en la década de los ochenta se iniciara un importante proceso de organización para la producción de flores y la formalización de empresas, cuyo destino fue la exportación (Domínguez, 2011).

## **2.2 Marco Teórico**

A partir del siglo XVI desde que aparece en Francia la palabra *entrepreneur*, hasta la actualidad, grandes teóricos económicos de la escuela pre-clásica y clásica como son: Cantillón, Say y Mill, los cuáles realizaron grandes esfuerzos para definir al emprendedor. Sin embargo, hay que resaltar que, el pionero en este caso fue el francés Richard Cantillon, ya que el que comenzó a introducir este término en las ciencias económicas, para darle un status al hombre como agente social, y se utilizó para nombrar a los hombres valientes que participaron

en las expediciones militares, en donde el acto de emprender hacia nuevos horizontes fue el significado de aquella época.

De acuerdo con Kukoc y Regan (2008), existe un segundo enfoque, representado por grupo de investigadores que consideran la dimensión de la innovación para distinguir emprendimiento de una forma simple de administración, podemos mencionar a los autores neoclásicos más reconocidos como Baumol, Knight, Thünen y Schumpeter, los cuales destacan en todo momento la función innovadora que realiza el emprendedor en su labor productiva, excepto Marshall quien le otorga una función como capitalista.

### **2.2.1 El Emprendimiento: Antecedentes**

El área de estudio denominado como Emprendimiento o *Entrepreneurship*<sup>1</sup> en la literatura internacional, es un campo de reciente formación, que en las últimas tres décadas ha experimentado un inusitado crecimiento (Veciana, 2007 citado en Zuluaga 2010), y al mismo tiempo ha ocurrido una transformación básica en la economía mundial, que ha pasado del capitalismo administrativo al capitalismo emprendedor (Acs y Armington 2006, Audrestch *et al.* 2006, Baumol *et al.* 2007), donde la noción de Emprendimiento ocupa un lugar central como motor del desarrollo económico y es uno de los factores que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar. En ese sentido, se pretenden determinar las principales particularidades que permiten que unas personas sean más exitosas que otras en la creación e implementación de dichas ideas de emprendimiento (Marulanda *et. al.* 2009).

---

<sup>1</sup> La palabra *entrepreneurship* se toma en general como el “emprendimiento” es decir, el campo que estudia la capacidad, la habilidad y la competencia de los emprendedores o *entrepreneurs* para crear o mejorar el proceso de creación de empresas.

Aunque las primeras teorizaciones sobre el fenómeno del emprendimiento pueden encontrarse en economistas del siglo XVIII y XIX. La comprensión del fenómeno emprendimiento requiere analizarlo desde su evolución de aspecto económico y social, y proponer su análisis desde el punto de vista desde el aspecto psicológico, antropológico, cultural, como menciona Rodríguez (2009) en que el estado del arte del emprendimiento exige estudiar de manera inter y trans-disciplinaria su naturaleza y sus diversos objetos de estudio para poder comprenderlo.

La palabra Emprendimiento proviene de la raíz emprender, que significa “acometer y comenzar una obra o empresa”. Es un rasgo distintivo de un individuo o una institución, es una conducta y su base es conceptual y teórica no meramente intuitiva (Drucker, 1994). Según la OCDE (2010), el Emprendimiento se define como la acción de generar valor mediante la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados. Por lo tanto, implica el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades, la introducción de nuevos bienes y servicios, nuevas formas de organización y nuevos procesos y materiales. Incorpora en su dominio de estudio la explicación de por qué, cuándo y cómo se explotan las oportunidades existentes, el análisis de cuáles son las fuentes de esas opciones de negocio y el estudio del proceso de descubrimiento y evaluación de las oportunidades, desde la adquisición de recursos hasta la organización de esfuerzos para su explotación (Shane y Venkataraman, 2000, citado en Delgado 2008). Dentro del campo del Emprendimiento el objeto de estudio es el emprendedor.

Si se parte de que los cambios positivos que más han influenciado a la humanidad a lo largo de la historia no han surgido por casualidad o por situaciones del destino, sino de que estos han sido el resultado de grandes esfuerzos de hombres que buscaban permanentemente el mejoramiento de su

condición de vida y del entorno que los rodeaba. Los seres humanos que han facilitado los cambios que han permitido el desarrollo de la sociedad, se han caracterizado por ser pioneros en su campo, por su alta capacidad para identificar nuevas oportunidades, por encontrar mecanismos creativos para satisfacerlas y por su tenacidad y decisión en el momento de defender y ejecutar sus ideas, hasta convertirlas en realidad. Los pioneros de los cambios actuales son llamados emprendedores (Lanzas *et al.* 2009).

Etimológicamente el término emprendedor deriva de la voz castellana *emprender*<sup>2</sup>, que proviene del latín *in, en, y prenderé*, coger o tomar. Es decir, detectar las necesidades que requiere todo ser planetario o las oportunidades de negocio que se encuentran en él, dando origen a nuevos productos o nuevas empresas o nuevos empleos y así, mejorar la calidad de vida de una comunidad, de una región o de un país. La palabra fue definida por primera vez en el Diccionario de las Autoridades de la Real Academia Española del año 1732, algunas de esas connotaciones se mantienen vigentes, como “la persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar con resolución y empeño alguna operación considerable y ardua<sup>3</sup>”

En este sentido, emprendedor se deriva de la palabra *entrepreneur*, que aparece originalmente en la lengua francesa a principios del siglo XVI para designar a los hombres relacionados con las expediciones militares. Sin embargo, es hasta principios del siglo XVIII, cuando los franceses extendieron el significado del término a otros aventureros como los constructores de puentes, los contratistas de rutas y caminos y los arquitectos.

---

<sup>2</sup> Diccionario de la Lengua Castellana, en que se explica el verdadero sentido de las voces.

<sup>3</sup> Real Academia Española. Diccionario de Autoridades. Tomo Tercero. 1º Edición. Imprenta dela REA. Madrid. España. 1732.

En su origen, la palabra *entrepreneur* estaba asociada con una acción de envergadura que implica, entre otras cosas, aventura, incertidumbre y riesgo. *Entrepreneur* “quiere decir ¡hacer!” (Cohen, 1995).

No obstante, a lo largo de la construcción y evolución de la historia empresarial, muchos investigadores a partir del siglo XVIII y XIX han aportado sus conocimientos en su afán de describir y entender al emprendedor en base al rol que desempeña dentro de la actividad económica (Ver Tabla 1), otorgándole muchos adjetivos y características, aunque es importante mencionar que hoy en día no existe unificación en la forma de conceptualizar al emprendedor y en la forma en que es concebido.

Tabla 1. Roles del emprendedor en la historia de la Teoría Económica

---

1. El emprendedor es la persona que asume el riesgo asociado con la incertidumbre ( <i>por ejemplo: Cantillon, Thünen, Mill, Hawley, Knight, Mises, Cole, Shakle</i> ).	2. El emprendedor es la persona que suministra el capital financiero ( <i>por ejemplo: Smith, Turgot, Böhm-Bawerk, Pigou, Mises</i> ).
3. El emprendedor es un innovador ( <i>por ejemplo: Baudeau, Bentham, Thünen, Schmoller, Sombart, Weber, Schumpeter</i> ).	4. El emprendedor es una persona que le gusta tomar decisiones ( <i>por ejemplo: Cantillon, Menger, Marschall, Wieser, Amasa Walker, FrancisWalker, Keynes, Mises, Shakle, Cole, Schultz</i> ).

5. El emprendedor es un líder industrial *(por ejemplo: Say, Sain-Simon, Amasa Walker, Francis Walker, Marshall, Wieser, Sombart, Weber, Schumpeter).*
6. El emprendedor es un director o subdirector de una empresa *(por ejemplo: Say, Mill, Marshall, Menger).*
7. El emprendedor es un administrador y coordinador de los recursos económicos *(por ejemplo: Say, Walras, Wieser, Schmoller, Sombart, Weber, Clark, Davenport, Schumpeter, Coase).*
8. El emprendedor es el dueño de una empresa *(por ejemplo: Quesnay, Wieser, Pigou, Hawley).*
9. El emprendedor es la persona que combina los factores de producción *(por ejemplo: Amasa Walker, Francis Walker, Wieser, Keynes).*
10. El emprendedor es una persona que estipula contratos *(por ejemplo: Bentham).*
11. El emprendedor es un arbitrajista *(por ejemplo: Cantillon, Walras, Kirzner).*
12. El emprendedor es una persona que posiciona y diversifica los recursos *(por ejemplo: Cantillon, Kirzner, Schultz).*

Fuente: Traducción propia en base a Hebert & Link (1988).

Sin embargo, Schumpeter (1912) es quien termina por refinar el concepto, y quien rompe de forma radical con la economía tradicional al postular al desequilibrio dinámico producido por el empresario innovador como centro de la teoría económica y su práctica. El concepto de “empresario innovador” es independiente de la economía clásica e incompatible con ella, pues ésta no puede explicar al empresario innovador bajo los esquemas tradicionales, porque

tiende a considerarlo como un factor exógeno, tal y como se ve al clima, el gobierno, la política, la guerra y la tecnología. Incluso Marx, quien dio una gran importancia a la tecnología, nunca contempló al empresario innovador dentro de su sistema económico (Drucker, 1985).

Aportaciones posteriores de pensadores como Knight, Baumol, Braudel y Casson ayudaron a poder diferenciar entre emprendedores e inversionistas o capitalistas, concluyendo que para separar el concepto de emprendedor de los demás es necesario centrarse en el proceso de desarrollo y no en los resultados de su actividad (Martinelli, 2001). Por lo que se puede afirmar junto con Pereira (2003) que lo que permite definir a un empresario/emprendedor no es una acción específica concretada en la creación de una empresa o en la acumulación de capital, sino el proceso de la innovación constante.

Por su parte, el Global Entrepreneurship Monitor GEM<sup>4</sup>, determina que emprendedor no sólo es aquel que intenta abrir una nueva empresa como modo de autoempleo, sino también el que crea una nueva unidad de negocio o expanda un negocio existente, es decir, también se considera como emprendedor aquel que realiza innovaciones dentro de una empresa ya establecida (GEM, 2013).

De manera institucional en México, y en específico el Instituto Mexiquense del Emprendedor IME<sup>5</sup>, define al emprendedor como la persona que toma decisiones innovadoras para crear, desarrollar, consolidar y expandir empresas, tomando los riesgos y acciones necesarias. De tal forma, que la actividad de emprender persigue la oportunidad más allá de los recursos que se controlan en

---

<sup>4</sup> Estudio internacional generado desde 1999 que lleva por objetivo medir la actividad emprendedora entre diversos países participantes.

<sup>5</sup> Organismo público descentralizado de la Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de México.

la actualidad, asumiendo así el riesgo (Stevenson, 2000, citado por Gajón, Reyna, Armenteros y Mijares, 2014).

En definitiva, los emprendedores se podrían definir como individuos que innovan, identifican y crean nuevas oportunidades de negocios, reuniendo y coordinando nuevas combinaciones de recursos para extraer los máximos beneficios de sus innovaciones en un entorno incierto (Amit et al., 1993; citado en Alonyo y Galve 2008). Y para efectos del presente trabajo, se identifica como emprendedores a *los individuos que inician una unidad productiva en la floricultura*.

### **2.2.2 Un campo teórico en construcción**

Actualmente, el campo del Emprendimiento se encuentra en estado incipiente de desarrollo, se caracteriza por ser un área interdisciplinaria (gran proliferación de teorías), donde convergen numerosas disciplinas, entre las que sobresalen la economía, la sociología, la psicología y la administración. Como campo aún en proceso de configuración, presenta una pluralidad de perspectivas, complementarias en algunos aspectos, divergentes en otros, situación que denota un débil desarrollo paradigmático pero con enfoques teóricos bien definidos en pugna. Presenta un debate por imponer las definiciones que limiten el campo, objetos de investigación legítimos, las metodologías, las unidades de análisis, los enfoques teóricos, enfoques disciplinares, y en general la forma de enfocar el estudio del *Entrepreneurship* (Zuluaga, 2010).

El primer problema al que se enfrenta el investigador al abordar el campo del Emprendimiento es la polisemia semántica del concepto y la ardua cantidad de términos utilizados, a veces erróneamente como sinónimos. Esto ha hecho que difícilmente se pueda decir que existe una comunidad de académicos y que se

cuenta con conceptos sólidos. Es así como, desde el punto de vista terminológico, podemos observar discrepancias a la hora de hablar del concepto de creación de empresas, espíritu emprendedor, proceso emprendedor, empresario y, por ende, del emprendimiento. Sin embargo la confusión conceptual más difundida en América Latina (sobre todo en el ámbito de las PYMES) en forma general y dentro de los medios académicos de formación ha sido la homologación conceptual entre los términos empresario/emprendedor.

Kalantaridis (2004), sostiene la idea de la debilidad del marco conceptual y metodológico en el estudio del *Entrepreneurship*, y menciona que se debe en parte al carácter multidisciplinar de sus primeras construcciones donde las diferentes disciplinas no se han integrado (Kalantaridis, 2004, citado en Zuluaga 2010).

Pese a toda discrepancia existente entre la concepción del término emprendedor innovador, y su carácter multidisciplinario, para este trabajo de investigación se parte del enfoque económico de algunos autores de la teoría neoclásica. Sin embargo, es necesario precisar que el trabajo se sostiene de los aportes de Joseph Schumpeter, por ser el neoclásico que hace mayor énfasis sobre la función innovadora que lleva implícita el emprendedor.

### **2.3 Perfiles del emprendedor**

Diversos autores han realizado estudios acerca de los diferentes perfiles del emprendedor para obtener sus características y brindar mayor información sobre esta figura y la forma en que éstas características le ayudan u obstaculizan para la creación de empresas. Por su parte, el GEM estudia las características de las personas –individuos- con respecto al comienzo y gestación de un negocio (Ámoros, 2011).

Existen numerosas clasificaciones o perfiles para estudiar al emprendedor, dependiendo del punto de vista de quien lo estudia. En sus principios solo se estudiaba la personalidad del emprendedor, pero debido a las críticas de que todos los acercamientos que existen eran puramente económicos o empresariales, se decide estudiar las variables psicológicas y sociales, para determinar un perfil psico-social, como es el caso del estudio de Moriano, *et. al* (2006).

En el caso de autores como (García y Lajara 1999; citado en Fuentes y Sánchez 2010), señalan que al emprendedor se le ha estudiado en base a tres dimensiones: su perfil demográfico, su perfil psicológico y su perfil sociológico. Por ello, la figura del empresario se ha abordado desde diversas ciencias sociales y con enfoques diferenciados.

No obstante, otros estudios consideran sólo la dimensión de propiedad de una empresa o negocio para definir emprendimiento, otras investigaciones señalan que además, se debe incluir la dimensión de innovación (Benz 2009). Aunada a la propuesta anterior, la presente investigación incluye también la dimensión cultural, por ser considerada la floricultura como una tradición, lo cual nos podría arrojar información valiosa sobre este tipo de emprendedor.

### **2.3.1 Perfil demográfico**

Dentro del perfil demográfico, se mencionan algunos rasgos como: la edad y el sexo las variables de formación y las de experiencia (López *et. al.* 2007). Los rasgos demográficos sobresalen por su importancia en la toma de decisiones estratégicas; la formación y experiencia son consideradas cada vez más importantes como factores de éxito en la explotación de oportunidades empresariales (Fayolle *et al.*, 2004, citado en Fuentes y Sánchez, 2010).

Las variables sociodemográficas son atributos reales del emprendedor, fácilmente verificables, que no se pueden modificar con facilidad como: edad, sexo, antecedentes familiares, experiencia previa y educación (Lanzas, *et. al.* 2009).

De acuerdo con Jaramillo *et al.* (2012), el nivel de escolaridad fue una de las variables que utilizó para su estudio para explicar los factores que explican la innovación en los microempresarios agropecuarios.

Muchos académicos han acudido a los rasgos demográficos para encontrar el perfil del individuo con comportamiento emprendedor. Bajo este planteamiento demográfico, entonces, se analiza y explica la forma en que cada una de las referidas variables motivan al individuo emprendedor (García y García 2007).

### **2.3.2 Perfil psicológico**

Es importante destacar que ciertos trabajos de *Entrepreneurship* sobre los rasgos psicológicos del emprendedor señalan la autonomía e independencia como una de las características más relevantes del emprendedor exitoso (Delgado *et al.*, 2008).

Por otra parte, la perspectiva individual ha marcado un movimiento que, en base a algunos rasgos de personalidad y a los antecedentes individuales (Brunet y Alarcón 2004), cuajó en la definición de emprendedor como: individuo cuyo objetivo es ganar dinero; que organiza y dirige la combinación de factores productivos para obtener un producto para venderlo en el mercado; que es confiado y aventurero, al asumir el riesgo asegurando una renta al <<indeciso>>

o <<tímido>> y finalmente, que es altamente innovador. Desde esta perspectiva, el empresario participa con vehemencia en la destrucción creativa, al propiciar nuevas oportunidades y romper con el *statu quo* subyacente. El empresario busca, por su capacidad innovadora, hacer las cosas de una manera nueva y mejor.

Mientras que Sánchez y Almagro (2003), citado en Moriano *et. al* 2006, clasifica las variables psicosociales en tres espacios: familiar, socio-laboral y personal, mismas que permiten explicar el desarrollo de una carrera profesional a través del autoempleo.

Con respecto al perfil psicológico, se considera que el emprendedor presenta atributos como: originalidad e innovación; moderada aversión al riesgo; aceptación de sus responsabilidades; conocimiento de los resultados de sus actos; planificación en base al largo plazo (McClelland 1961, citado en Fuentes y Sánchez, 2010).

También, coincide en la identificación de tres principales rasgos a los cuales se remiten y reconocen como “distintivos” de las personas que poseen potencial para realizar actividades emprendedoras. Ellas son: a) la motivación al logro, también llamada necesidad de logro; “este rasgo está asociado con el impulso de sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito”. Definición ésta dada por McClelland en 1961 al desarrollar su Teoría de las Necesidades (Robbins, 1999, citado en López *et. al* 2007), b) el grado de propensión al riesgo, la iniciativa de identificar oportunidades, trae consigo la necesidad de adoptar conductas arriesgadas por parte del emprendedor, quien a mayor riesgo, va en busca de mayores recompensas y, el control interno (McClelland 1961; citado en López *et. al* 2007) como “la creencia generalizada de que una persona puede controlar su propio destino” (2004, citado en López *et. al* 2007). Mientras que Rotten 1966 citado por Gironde 2004 estableció la

hipótesis de que los individuos con control interno luchan con más fuerza para conseguir logros personales que los que creen en el destino, y que las personas que juzgan que los resultados de sus acciones no dependen de sus decisiones y de sus esfuerzos, difícilmente se decidirán por crear y dirigir una empresa. Aquellas personas que atribuyen el control de los eventos a ellos mismos, se le denota como personas que tienen “control interno”. Por tanto, el emprendedor busca el control propio de los resultados esperados, por ello se plantea metas factibles, para lograr su participación proactiva y segura.

También la literatura suele coincidir en asociar a los emprendedores atributos como la necesidad de logro, la autoconfianza y el optimismo, la creatividad y la autonomía (Boydson *et al.*, 2000; citado en Fuentes y Sánchez, 2010).

Por otra parte, Sánchez-Almagro (2003), citado en Moriano *et. al.* (2006), menciona que dentro de los rasgos de personalidad del emprendedor las variables psicológicas que incluye son: la necesidad de logro, el locus de control interno, la capacidad para asumir riesgos, la perseverancia, la creatividad y la iniciativa. Sin embargo, no ha sido posible establecer un perfil concreto de aquellos individuos que son más susceptibles de crear una empresa que el resto (Naffziger *et al.*, 1994; citado en Fuentes y Sánchez, 2010).

En el estudio de la literatura de los últimos años, se citan una gran multiplicidad de atributos que intentan explicar las características del emprendedor. Sin embargo, los rasgos que más se repiten en los diferentes estudios y que han comprobado empíricamente son: alta necesidad de logro, control interno, una moderada orientación al riesgo, alta tolerancia a la ambigüedad, autoconfianza, necesidad de autonomía y ser innovador (Durham University Business School, 1988; Koh, 1996; Cromie 2000).

### 2.3.3 Perfil sociológico

Por su parte, la investigación ha identificado distintos factores que pueden influir en que los individuos opten por la carrera emprendedora. Entre ellos destaca el estudio de los factores sociales (Davidsson y Honig, 2003; citado en Delgado, 2008), para determinar un perfil sociológico.

Los factores sociales son las conexiones interpersonales y el apoyo social con el que cuenta el nuevo empresario, es decir, las relaciones entre el emprendedor y aquellos que le proporcionan los recursos para el establecimiento del negocio (Larson, 1991; citado en Delgado, 2008).

En este sentido, Moriano *et. al.* (2006), hace referencia al apoyo social, como una variable hace referencia a la creencia acerca del apoyo que el sujeto espera obtener por parte de los grupos de pertenencia (padres, hermanos y cónyuge) y de referencia (amigos, colegas y profesores) en el caso de crear su propia empresa o trabajar por cuenta propia.

Por otra parte, López *et. al.* (2007), menciona que tanto la infancia del emprendedor como sus antecedentes familiares contribuyen como algunos de los factores positivos que influyen sin lugar a dudas en el perfil del emprendedor son a) infancia, es decir, la situación familiar por la cual ha tenido que pasar el emprendedor durante su infancia contribuye también a que llegada la etapa adulta y teniendo las herramientas para lograrlo, el individuo se decida a emprender su propia unidad productiva. Entre los problemas más críticos que atraviesa el individuo durante su infancia, y que pudieran marcar en él su potencial emprendedor, se encuentran el abandono o la muerte de los padres. “Haber tenido una infancia dura, turbulenta, con escasez de recursos económicos de la familia y otras limitaciones, es factor motivante que hace que el emprendedor se preocupe y busque la manera de no vivir más dicha situación”

(Veciana, 1988, citado en López *et. al* 2007) y b) antecedentes familiares, ya que existen evidencias empíricas que demuestran que los grandes empresarios descenden de familias en la que algunos de sus miembros fueron auto-empleados. Esto reafirma la idea de que tener un padre que fue emprendedor y participar en actividades emprendedoras, aumenta las probabilidades de que un hijo repita este patrón de actividad al observar desde las etapas iniciales de su vida estos comportamientos emprendedores en sus progenitores, aprendiendo entonces a desarrollar la capacidad de creatividad, innovación y desarrollando un perfil psicológico acorde a lo que observa en sus padres.

La investigación en el campo de estudio de los emprendedores ha señalado repetidamente que los modelos sociales que proporciona el entorno familiar influyen positivamente en el desarrollo de la carrera profesional a través del autoempleo (Shapiro, 1982, citado en Moriano, *et al.* 2006). Por lo que, provenir de un núcleo familiar con vinculación empresarial hace que la persona se introduzca poco a poco en el mundo empresarial.

#### **2.3.4 Perfil cultural**

La cultura, entendida como los valores y creencias que prevalecen en una sociedad, es un factor determinante del espíritu emprendedor de las regiones o de los países (Pinillos, 2011).

Hasta la última década del siglo XX no habían sido muchos los trabajos que analizaron la relación entre valores culturales y actividad emprendedora; es decir, estudios en los que empíricamente se compararan los valores y las creencias de la población en diferentes localizaciones territoriales y éstos se hubieran relacionado con las diferencias espaciales en los ratios de creación de empresas. Hasta entonces, se trataba de explicar las diferencias en el nivel de

actividad emprendedora de los países a partir del estudio de las diferencias en factores de naturaleza económica (Davidsson y Delmar 1992; citado en Pinillos, 2011).

A partir de estos trabajos se ha encontrado evidencia empírica de que las diferencias en los ratios de creación de empresas están relacionadas con las diferencias culturales, y que los factores estructurales y culturales, que parecen influir en los niveles de formación de nuevas empresas, están correlacionados positivamente; por lo que no se pueden sacar conclusiones sólidas analizando sólo el impacto de uno de estos factores (McGrath *et al.*, 1992<sup>a</sup>; citado en Pinillos, 2011).

Entender la influencia de los valores culturales en el comportamiento emprendedor es importante porque las características culturales están enraizadas en la población y cambian más lentamente que lo hacen las condiciones económicas, lo que puede proporcionar una explicación de los diferentes efectos que políticas económicas similares podrían tener dependiendo de la cultura (Pinillos, 2011).

Entonces, a partir del punto de partida para la comprensión del comportamiento emprendedor en nuevos contextos geográficos debe, por consiguiente, ser los valores culturales. A este respecto, existe un cuerpo creciente de la literatura que, basada fundamentalmente en las dimensiones culturales propuestas por Hofstede (2001), y comúnmente utilizadas en la investigación *cross cultural*, han constatado la existencia de diferencias en el comportamiento emprendedor atendiendo a dichas variables.

Existe, por tanto, una relación entre la cultura que posee una sociedad y las innovaciones que una sociedad puede crear. Y de manera contraria, las

innovaciones son factores que generan un impacto significativo en la creación de patrones culturales de las sociedades. Entonces, hablar de cultura de innovación supone analizar cómo estos conceptos encajan en el modelo de sociedad y el modo en que son internalizados por cada uno de los individuos que la componen (Cornejo, 2010).

Asimismo, el rol de la cultura para promover la innovación se manifiesta en las normas, creencias y valores que son ampliamente compartidos por los miembros de la organización para facilitar que se generen ideas y se implementen nuevos enfoques (O'Reilly 1989). De este modo, cuando la gente tiene una actitud positiva hacia nuevas ideas puede gestionar las unidades organizativas capaces de liderar el proceso de innovación (Gopalakrishnan y Damampour 1994).

## **2.4 Tipos de emprendedores**

Hoy en día, dentro de los negocios se escucha hablar constantemente sobre la existencia de varios tipos ó subtipos de emprendedores, los cuáles se clasifican de acuerdo a lo siguiente: 1) por el ámbito donde trabajan; 2) por la experiencia de creación de empresas, y 3) por su disciplina o campo de acción (Ver Tabla 2).

Tabla 2. Clasificación de los tipos de emprendedores

<b>Clasificación</b>	<b>Tipo de emprendedor</b>
<i>Por el ámbito donde trabajan (García 2003, citado en Gamez y Abreu, 2007)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intrapreneur</li> <li>• Entrepreneur</li> </ul>
<i>Por la experiencia en la creación de empresas (Brunet y Alarcón 2004)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habitual</li> <li>• Novice</li> <li>• Serial</li> <li>• Portfolio</li> </ul>
<i>Por su disciplina o campo de acción</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social</li> <li>• Académico</li> <li>• Innovador</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, para el desarrollo de la presente investigación siguiendo esta tabla se estudiará al *entrepreneur* o emprendedor, *novice* que se desempeña en la floricultura y, por su campo de acción, aquel que presenta un carácter innovador.

## 2.5 Teoría Neoclásica del Emprendedor Innovador

El neoclasicismo, tuvo sus orígenes hacia fines del siglo XIX, es el cuerpo de pensamiento económico más generalmente aceptado en el mundo de hoy (Ferguson, 1979).

Aunado a lo anterior, tenemos que nombrar forzosamente a Joseph Schumpeter, como el pionero en otorgarle un papel clave al emprendedor innovador en la actividad económica, mostrándolo como un individuo que rompe el equilibrio e introduce una nueva realidad que impacta en el mercado.

Sin embargo, le dio vida a este personaje sólo en una economía en vía de desarrollo, en donde su única función es la de realizar nuevas combinaciones de factores de producción, la cual constituyó una parte fundamental que abordó en su obra *Teoría del Desarrollo Económico*.

Otra de las características que adjudicó al emprendedor, fue la innovación y al papel tan importante que esta desempeñaba en el desarrollo del sistema económico, y que haciendo uso de esa herramienta lograba realizaciones. Fue así, como comenzó a definirlo como una persona con un *talento especial*, en donde la necesidad de logro se convirtió en su valor más importante. Y es por eso que a Schumpeter se le atribuye en la actualidad el concepto moderno y actual del emprendedor.

Según Schumpeter, comienza a concebir que esa combinación de factores de producción y/o innovaciones podrían ser desde: la creación de nuevos productos; métodos de producción y empresas; hasta la conquista de nuevos mercados y fuentes de materias primas.

En este sentido, hay que mencionar que Schumpeter se refiere a la acción misma de *emprender*, que en su origen etimológico: *emprender* viene del latín *in-prehendere* que es tomar o coger. Y emprendedor es quien, según el Diccionario de la Real Academia Española (22ª edición), "*emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas*" y emprender es "*acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro*", (Pfeilstetter, 2011).

Cabe resaltar, que el emprendedor en Schumpeter es un líder nato, persigue, en palabras del autor, una posición social poderosa, el placer de sentirse independiente y superior a los demás, el impulso de lucha y conquista constante y la satisfacción de crear. Y es irracional también porque las innovaciones que incorpora no surgen de un proceso de estudio riguroso, sino de su propia intuición. El emprendedor actúa innovando, ve con facilidad la existencia de nuevas combinaciones de factores y las implementa (Alonso y Fracchia, 2011).

Sin embargo, conviene aclarar que el emprendedor no era el que hacía un descubrimiento técnico (inventor), sino era la persona que lo introducía de manera satisfactoria dentro del mercado exitosamente. Para Schumpeter el emprendedor es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, con las rutinas establecidas. Debe ser una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar. El emprendedor tiene la habilidad de ver las cosas como nadie más las ve. Los emprendedores no son managers (al estilo de Marshall) ni inversores, son un tipo especial de personas. El emprendedor Schumpeteriano también se guía por emociones (Goss, 2005). El emprendedor es un creativo inconformista (Carrasco y Castaño, 2008).

Schumpeter delinea la figura del emprendedor como agente motor de un proceso de transformaciones continuas en la organización de la producción que configura un avance no lineal de la sociedad. Es importante notar que para él no era necesario que existieran más factores productivos para el desarrollo (en efecto, eso constituye una simple adaptación); lo que importa es que se hagan cosas nuevas con los factores existentes, que se los combine de formas más eficientes, que se creen nuevos productos. El emprendedor es el agente que genera esas innovaciones (Alonso y Fracchia 2011).

A continuación se presentan algunos aportes de los autores neoclásicos que sirven de soporte para el desarrollo de la presente investigación, tomando como base principal la teoría del emprendedor innovador de Joseph Schumpeter, la cual afirma la existencia de la figura del emprendedor innovador como un agente potencial para la generación de conocimiento e innovación (Ver Tabla 3).

Tabla 3. Aportaciones de autores neoclásicos a la teoría del emprendedor innovador

<b>Autor Neoclásico</b>	<b>Aportación</b>	<b>Importancia</b>
Johann Heinrich von Thünen (1783-1850)	Describió al <i>entrepreneur</i> como aquel que toma riesgos y que es innovador. Ambas roles a la vez.	Propone la relación clara entre el <i>entrepreneur</i> y el beneficio.
Hans von Mangoldt (1824-1868)	Propuso una Teoría de la ganancia del <i>entrepreneur</i> .	Incluyó el elemento de tiempo en la ecuación de “asumir un riesgo”.
John Bates Clark (1847-1938)	Describió al emprendedor como el coordinador de la actividad económica.	Separó el beneficio y el interés del <i>entrepreneur</i> .
Alfred Marshall (1847-1924)	Estableció que los <i>entrepreneurs</i> son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo condiciones de incertidumbre.	Introdujo consideraciones morales para el análisis de la función empresarial.
Frank Knight (1885-1972)	Desarrolla una Teoría dinámica del beneficio empresarial. Ve en el <i>entrepreneur</i> la persona que toma a su cargo los riesgos no asegurables de la producción.	Estableció que los <i>entrepreneurs</i> siguen un proceso metódico para crear la empresa.

Joseph Schumpeter (1883-1950)	Le confiere al <i>entrepreneur</i> la función de innovador, y el papel que ella representa en el desarrollo del sistema económico. Lo define como el hombre innovador y de iniciativa, sea cual sea el lugar que ocupe.	Le brinda al <i>entrepreneur</i> un papel trascendental en el desarrollo económico en sus análisis a nivel meso. Hace aparecer la figura del empresario, como aquel que realiza el acto empresarial.
----------------------------------	---	--

Fuente: Elaboración propia.

A lo largo de sus obras, Schumpeter estructura un claro análisis económico desde lo micro a lo meso, y aunque con menor claridad, también lo hace desde lo meso a lo macro. En sus propuestas micro, ubica al emprendedor en el centro del escenario (Dopfer, 2007 citado en Tarapuez, 2007) y desde allí le brinda un papel trascendental en el desarrollo económico, se refiere básicamente a la innovación y al papel que ella representa en el desarrollo del sistema económico.

También afirmaba que: “para actuar con confianza se requieren aptitudes que solamente se dan en una pequeña fracción de la población y caracterizan tanto al tipo como a la función de empresario. Esa función no consiste, esencialmente, en inventar algo ni en crear de otro modo las condiciones que la empresa explota. Consiste en lograr realizaciones” (Schumpeter 1971a, citado en Tarapuez, 2007).

Con lo anterior empezaba a caracterizar al empresario como una persona con un talento especial y la necesidad de logro como uno de los principales valores del emprendedor. A Schumpeter en 1976 se le atribuye el concepto moderno de lo que actualmente se conoce como emprendedor. Él intuye que hay una impresión de sentido común respecto a que existe algo que se llama capacidad

para los negocios, que incluye una aptitud para la administración eficiente y para la decisión rápida.

Finalmente, estos economistas han abierto futuros escenarios para definir al emprendedor innovador, desde una perspectiva más clara y objetiva que permita conocerlo y describirlo más a profundidad.

## **2.6 Teoría del capital humano**

En el nuevo contexto de la economía del conocimiento, el recurso más valioso de las organizaciones son las personas. La innovación necesita y, a su vez, genera un capital humano cualificado y difícil de sustituir (Pérez 2010).

Se entiende por capital humano al conocimiento (explícito o tácito e individual o social)<sup>6</sup> que poseen las personas y grupos, así como su capacidad para generarlo, que resulta útil para la misión de la organización. En definitiva, el capital humano se integra por lo que las personas y grupos saben y por la capacidad de aprender y de compartir dichos conocimientos con los demás en aras de beneficiar a la organización<sup>7</sup>. Por lo tanto, es fundamental reconocer la caracterización del emprendedor y del emprendimiento en tanto que se supone que es un factor de crecimiento económico y un exponente esencial del capital humano de toda sociedad (Baumol, 1993, citado en Brunet y Alarcón 2004).

En consecuencia, es importante analizar las contribuciones de la teoría del capital humano para entender la forma en que el emprendedor innovador genera conocimiento dentro de una empresa u organización con miras a la introducción

---

<sup>6</sup> En la línea de las argumentaciones desarrolladas por Nonaka y Takeuchi (1995) y Nelson y Winter (1982).

<sup>7</sup> En la línea de Wright et al (1994) los recursos humanos son el elemento ocasionador de las competencias necesarias para la creación de la capacidad innovadora.

de innovaciones. Desde el enfoque basado en el conocimiento se destaca la capacidad de absorción (Cohen y Levinthal 1990) o el conocimiento tácito (Nonaka 1995, Grant 1996) como elementos clave de la capacidad de innovación. Por lo tanto, la capacidad de innovar requiere de la implicación de los recursos humanos (Subramaniam y Youndt 2005) en tanto son las personas las generadoras de ideas y conocimiento (Hitt *et al.* 2001).

Más concretamente sería necesario contar con un capital humano dentro de la empresa que posea conocimiento de alto valor y además que dichos conocimientos tengan un carácter único y que las personas que los posean tengan un espíritu emprendedor (López *et al.* 2009), que se puede promover a través de una cultura emprendedora que dota a los individuos de imaginación para reconocer una oportunidad y ver dónde pueden aplicarla en interés de la organización (Guns 1998), pero sino existe un contexto adecuado difícilmente se van a potenciar sus aportaciones y la interacción necesaria para que se produzcan (Richer y Teramoto 1995).

El Informe COTEC (2009) señala que: “El capital humano, los conocimientos y habilidades de que dispongan las personas que viven en España, son un factor crucial para la competitividad de la economía y para la participación activa de la sociedad y de las empresas en la dinámica de innovación en que se halla el país”. Finalmente, la disponibilidad de recursos humanos altamente calificados en las empresas es, por lo tanto, una característica clara de las empresas innovadoras exitosas (Freeman 1982, citado en Dutrenit *et al.* 2007). Estas empresas consiguen reclutar personal con conocimientos especializados y con aptitudes exigidas por los procesos de innovación tecnológica (principalmente conciencia de la importancia de la calidad, capacidad de comunicación, iniciativa y creatividad, capacidad para resolver problemas, capacidad de cooperación, trabajo en equipo y flexibilidad).

### III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Estado de México la floricultura es una actividad económica importante dentro del sector agropecuario, por la gran dinámica económica que presenta, por el número de empleos generados y porque ocupa el primer lugar en producción de flor de corte a nivel nacional, aportando cerca del 90% de la producción estatal y porque el 80% del total de ornamentales son exportables principalmente a EE. UU. y Canadá, y el 61.5% del valor total de la producción de ornamentales del país (SAGARPA, 2015).

No obstante, el panorama en el cual se encuentra el sector florícola de México y particularmente el del Estado de México, no es muy alentador para el país en relación ciertos países exitosos. A pesar ser un sector dinámico el contexto internacional señala que este país tiene rezagos, ya que en el país se encuentran más de 10 mil productores, 95% de ellos son pequeños y medianos, los cuales deben profesionalizarse, y a quienes se debe orientar en operaciones en un entorno más empresarial. Aunado a esto, la producción de flores en México presenta las siguientes características: baja productividad, baja calidad, poca innovación, falta de capitales, por tanto, baja tecnificación, resistencia a asociarse, casi nula investigación y desarrollo, preferencia por el mercado interno, uso ilegal de semillas y material de propagación, desconocimiento de los requisitos para exportar, falta de capacitación a los productores e infraestructura de transporte y refrigeración obsoleta (Ramírez *et al.* 2010).

A raíz de la entrada en vigor del TLCAN (Tratado de Libre Comercio con América del Norte) en 1994, el ingreso de flores y plantas al mercado estadounidense y canadiense simbolizó una gran oportunidad para que México incrementará sus exportaciones al país vecino, pero también suponía un gran esfuerzo para que todos los pequeños productores cumplieran con los requisitos que exigía la

exportación (Hernández y Mendoza 2003). Es por eso, que desde sus inicios la Unión de Productores y Comerciantes de flores del Distrito Federal afirmó que la floricultura nacional se encontraba en riesgo al señalar que:

[...] por la importación indiscriminada: pese a que México ocupa el cuarto lugar en el mundo en la producción de flores y que la actividad genera 1.5 millones de empleos, los floricultores enfrentan problemas que ponen en riesgo la actividad, entre ellos la importación y canales de comercialización restringidos (Excélsior, 2002 citado en Domínguez 2011).

Sin embargo, uno de los problemas principales es la fuerte dinámica de importación de material vegetativo de países como Holanda, Estados Unidos, Colombia y Chile, por mencionar los más importantes, en donde se observa también la existencia de monopolios de empresas que se dedican a la importación y comercialización local de material vegetativo (esquejes, bulbos, rizomas, etc), problema que se sigue atenuando cada vez más porque entre más se importa, más ganan estos monopolios y menos interés existe en materia de innovación para la creación de nuevas variedades. Por su parte, Domínguez (2011) afirma que entre los problemas que enfrentan las microempresas rurales dedicadas a la producción de flores en Atlixco, Puebla se pueden mencionar los siguientes: una menor productividad, un atraso tecnológico, el escaso apoyo gubernamental, el deterioro de los recursos naturales, la corrupción y una gran segmentación de las tierras.

Por lo tanto, existe la evidencia de que la actividad florícola comparte algunos de los problemas anteriormente mencionados en diferentes estados del país. Es por eso que, uno de los organismos que se creó en México con la finalidad de dar dirección a las acciones encaminadas para fortalecer la cadena de valor, se llama Plan Rector Sistema Nacional de Ornamentales, que se compone básicamente de un esquema de visión del Sistema Producto, de la caracterización de los actores participantes, y de la definición de las estrategias que permiten la consolidación de la visión consensada del sistema para finalmente identificar, por parte de los actores, los proyectos que permitan concretar las estrategias. Por lo cual, en diciembre del 2007, se realizó un diagnóstico en el Estado de México en donde se identificó una serie de problemáticas con el objetivo de presentar propuestas de solución. De tal forma, que todas las problemáticas que se generaron por área fueron: a) organización, b) fomento productivo, inversión y capitalización, c) financiamiento y seguro, d) capacitación y asistencia técnica, e) sanidad e inocuidad, f) investigación y transferencia de tecnología, g) comercialización, industrialización y mercadotecnia y, h) información y planeación.

No obstante, aún con toda esta serie de problemáticas que se presentan en la floricultura tanto a nivel nacional, como a nivel local, la Universidad Autónoma del Estado de México forma recursos humanos con miras a resolver los problemas que presenta el campo mexicano con la oferta de la carrera Ingeniero Agrónomo en Floricultura. Sin embargo, a pesar de que existe un interés real en que sea una alternativa de negocio potencial a través de la preparación del personal ligado a esta actividad, empresarios o interesados en esta actividad, la floricultura requiere conocimientos tanto de administración de negocios, como de la actividad de producción, para evitar que se fracase al desconocer sobre administración (2000Agro, 2016).

En este sentido, es el capital humano, llamado emprendedor es el que desempeña un rol muy importante en la creación y desarrollo de las empresas florícolas y el que pudiera generar el cambio que se requiere para que la floricultura despunte. Sin embargo, es evidente, el desconocimiento de este emprendedor, no se sabe qué características presenta, cuáles son las características que necesita para tener una empresa exitosa o si necesita desarrollar nuevas capacidades, en qué áreas de la empresa, etc.

Es por ello, que la presente investigación se desarrolla en torno a los emprendedores, los cuáles son los responsables de la toma de decisiones efectivas que benefician a la organización, a través de la integración del perfil de los emprendedores florícolas del Estado de México, desde una perspectiva que permita conocer más a fondo cuáles son las características que lo distinguen y de qué forma resultan ser un recurso potencial para crear ambientes innovadores dentro de su organización, siendo éste uno de sus grandes retos hoy en día.

#### IV. JUSTIFICACIÓN

Durante los últimos años, se ha desarrollado un considerable discurso académico y político sobre el Emprendimiento (Entrepreneurship) en el campo de la teoría económica y de otras disciplinas de las ciencias sociales. En donde, existe un amplio consenso en torno a que los emprendedores juegan un papel importante por tener la capacidad de impulsar las innovaciones en las empresas, ya que la creación de una cultura de la innovación empieza normalmente en el individuo (Trompenars y Hampden 2010).

Actualmente, bajo las nuevas políticas de gobierno mexicano existe evidencia del interés sobre el tema de Emprendimiento especialmente en proyectos e ideas que retoman la ciencia, tecnología e innovación. Vidales (2013) menciona que la mano de obra barata ya no resulta suficiente para competir, así mismo las riquezas naturales comienzan a agotarse, de tal forma que se busca una mejor coordinación para fortalecer las actividades, trasladándose al sistema económico, en donde el emprendedor cobra sentido.

Así mismo, el IMCO8 (2014), presentó un estudio referente a los emprendedores en la industria TIC en México; este documento, entre otros elementos, afirma que uno de los problemas en las nuevas empresas es: la capacidad de innovación.

Sin embargo, en México el tema de los emprendedores es relativamente nuevo, su entorno ha sido escasamente estudiado, y solo se han realizado algunas investigaciones en otros sectores. Es por ello que la presente investigación se realizará en la floricultura, y el estudio se dirigirá de forma más concreta hacia la

---

<sup>8</sup> Instituto Mexicano para la Competitividad.

identificación de las características de los emprendedores florícolas, ya que existen aspectos del individuo que no se conocen, y que son una necesidad real señalada por la visión del Sistema Producto, y que su desconocimiento podría causar un impacto negativo al momento de esperar resultados en la implementación de políticas públicas encaminadas a la actividad florícola, obviando que los emprendedores son capaces de generar acciones positivas dentro de la empresa cuando el panorama es realmente incierto.

También, resulta necesario analizar la relación que guarda el emprendedor florícola con el potencial que presenta para generar innovaciones dentro de su organización, ya que la innovación constituye una vía para crecer, sobrevivir y alcanzar el éxito en las organizaciones (Santarelli y Vivarelli, 2006; citado en González y Peña, 1999), y tomando en cuenta de que no existe precedente alguno sobre esta temática y podría significar para las empresas dedicadas a la producción de flores, una mejor toma de decisiones, al canalizar sus esfuerzos hacia el reforzamiento de las capacidad y habilidades que necesitan para potencializar las innovaciones.

La innovación nace de ideas y propuestas concebidas y expresadas por personas, se concreta en planes o proyectos elaborados por personas, y son personas las que llevan los proyectos innovadores a la práctica. En todos los casos, serán personas quienes, de forma individual o colectiva, abordarán problemas o tomarán decisiones que favorecerán o frenarán la innovación. Desde el punto de vista empresarial, es por tanto muy importante tener en cuenta este papel central de la persona para que sus procesos de innovación funcionen eficazmente (COTEC 2007). La innovación, así, va a descansar finalmente en los propios individuos, a los que se considera tanto fuente de creatividad como responsables de desarrollarla al máximo a favor de las organizaciones, la sociedad e incluso de sí mismos (Alonso y Fernández 2011).

Cabe resaltar, que de conocer más a fondo el perfil del emprendedor innovador se podría vislumbrar un nuevo comienzo de la floricultura donde se pueda contemplar el desarrollo de capacidades y habilidades en materia de innovación, que permita: la creación de variedades para disminuir la fuerte dinámica importadora de material vegetativo; la implementación de una producción orgánica y sustentable, en donde no sólo mejorarían los ingresos sino también se reducirían los daños en materia de salud y medio ambiente; la eliminación del miedo a la exportación a través de una mayor capacitación y adquisición de conocimientos; adquisición de confianza para la creación de empresas y su éxito esperado y finalmente, se establecería la importancia de crear una cultura, tanto emprendedora, como innovadora, como una forma de vida, en donde, cada cambio y cada novedad sea promovida por este binomio.

## **V. HIPÓTESIS**

Características específicas de tipo demográfico, psicológico y socio-culturales, son rasgos principales que constituyen el perfil emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México.

## VI. OBJETIVOS

### General

Analizar el perfil del emprendedor innovador en la floricultura y su importancia como un recurso potencial para la generación innovaciones en la floricultura del Estado de México.

### Específicos

1. Identificar las características del emprendedor y del innovador, en diferentes sectores de la economía y diversos países.
2. Contrastar las características del emprendedor y del innovador, para encontrar similitudes y diferencias.
3. Determinar el perfil del emprendedor innovador en un contexto generalizado.
4. Identificar y clasificar las características del emprendedor innovador que están presentes en la floricultura, bajo las dimensiones (demográficas, psicológicas y socio-culturales).
5. Determinar el perfil del emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México.

## VII. MATERIAL Y MÉTODO

La presente investigación se caracteriza por ser exploratoria, descriptiva, y pionera en el tema de los emprendedores innovadores en la floricultura del Estado de México, ya que no existen precedentes de este tipo de estudios, el cual muestra una visión aproximada a dicho objeto de estudio. Para ello, el diseño del trabajo se clasificó en investigación de campo y en investigación documental.

En primer lugar, se consulta material bibliográfico sobre la floricultura para tener un punto de partida y contextualizar la temática de la investigación. Posteriormente, se hace una revisión exhaustiva de resultados publicados en revistas especializadas en el campo del Emprendimiento, tesis de grado de maestría y/o doctorado, revistas y diarios electrónicos de cobertura internacional relacionadas con el tema actual de la investigación, bajo el enfoque económico para integrar el marco teórico que respaldará la investigación actual, así como se apoya también de enfoques de diversas disciplinas para determinar y explicar las características más resaltantes que distinguen emprendedor innovador en diferentes sectores y países.

En segundo lugar, para la recolección de los datos se mantuvieron una serie de entrevistas a profundidad con actores clave para encontrar una asociación que fueran representativa del Estado de México, y que a su vez, mostrara apertura para colaborar con la investigación. Sin embargo, la asociación seleccionada fue Asflorvi AC, (Asociación de Floricultores de Villa Guerrero, AC), la cual forma parte de los asociados regulares dentro del Consejo Mexicano de la Flor, A.C. (Sistema Producto Ornamentales), la cual agrupa a más de 600 unidades productivas están integradas por productores de flores y/o plantas de ornato, su función principal es apoyar a los productores con asesoría técnica, venta de insumos, servicios de comercialización, almacenaje, transporte e información de

precios y mercados, lo cual es importante para el desarrollo y crecimiento de sus afiliados. También, hay que mencionar que esta asociación empieza a mostrar interés en materia de innovación. Se diseñó un muestreo no probabilístico por conveniencia, en donde nos arrojó un total de 104 muestras, pero se obtuvo una sub-muestra porque se trabajó únicamente con aquellos socios que emprendieron su negocio y en total de aplicaron sesenta y un encuestas válidas. El instrumento diseñado para la recolección de información fue un cuestionario semi-estructurado integrado por 95 ítems, en donde se incluyeron tres secciones: en la primera, se abordó el tema de las características de los emprendedores; en la segunda sección, el tema fue relacionado a como se administran los recursos dentro y, la tercera sección, se trató de las actividades relacionadas con la innovación en la floricultura, en donde, el instrumento de medición utilizada fue la escala tipo Likert. La aplicación de encuestas efectuadas a socios activos de la asociación se realizó entre Octubre de 2014 y Abril de 2015. Para el procesamiento de los datos obtenidos, se integró una base de datos en Excel que permitiera contar con un registro coherente para determinar las proporciones de cada una de las respuestas y describir lo que revelaron los datos recogidos.

En tercer lugar, se procedió a realizar el análisis de los datos por secciones. En la primera sección referente a las características del emprendedor, sólo se describen los resultados en términos porcentuales y se agrupan bajo las dimensiones demográficas, psicológicas y socio-culturales. En la segunda y tercera sección, se aplicó la metodología que proponen Bravo y Herrera (2009), para identificar las buenas prácticas que se encuentran relacionadas con la capacidad de innovación dentro de la floricultura, en base a cada uno de sus recursos (actores/capital humano, liderazgo, cultura y estructura y sistemas), y con ello, determinar si hay algunas prácticas nuevas relacionadas con la capacidad de innovación.

Finalmente, para elaborar el capítulo IX, sobre perfil del emprendedor innovador en la floricultura, se integró la información obtenida de resultados relevantes de artículos sobre las características que presenta el emprendedor, y el innovador de forma separada, de forma conjunta en estudios de perfil de emprendedor innovador y determinar así un perfil del emprendedor innovador de manera general. En una segunda fase, se contrastaron esas características con las características resultantes del análisis de las características del emprendedor relacionadas con las buenas prácticas, que a su vez, estas se encuentran relacionadas con la capacidad de innovación, para obtener únicamente aquellas características que estaban presentes dentro del perfil del emprendedor innovador, y determinar con el ello, el perfil del emprendedor innovador de la floricultura del Estado de México.

El proceso que se siguió para la obtención del perfil pudiera parecer muy complicado, aunque hay que señalar que se tuvo la necesidad de crear esta dinámica, debido a que no existen estudios que le precedan a la presente investigación.

## VIII. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR QUE INCIDEN EN LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS<sup>9</sup>

En México, la floricultura se distingue como una de las actividades agrícolas que generan ingresos a los productores en el país. Sin embargo, existe ausencia de información acerca de los rasgos de los emprendedores florícolas, sus motivaciones, necesidades de apoyo y su contribución al proceso de innovación local. Así, la presente investigación tiene el propósito de identificar las características demográficas, psicológicas y socio-culturales que distinguen a los emprendedores florícolas y determinar cuáles de éstas inciden sobre la capacidad innovadora. Esta investigación está basada en la teoría neoclásica del emprendedor innovador de Schumpeter y la teoría de las capacidades dinámicas. La metodología aplicada consistió en compilar información en campo sobre el emprendedor en la Asociación Asflorvi AC, Villa Guerrero, Estado de México, se analizó con el modelo conceptual de la capacidad de innovación que proponen Bravo y Herrera (2009) en un estudio realizado en empresas innovadoras del sector audiovisual. En los resultados destacan algunas de las características de los emprendedores florícolas que inciden sobre la capacidad innovadora: el nivel de estudios, la experiencia, el nivel de riesgo e incertidumbre, la capacidad para resolver problemas, la perseverancia, la colaboración, la consciencia sobre el cuidado del medio ambiente y el ingenio. En conclusión, las características del emprendedor florícola se encuentran relacionadas con la capacidad innovadora que tiene la organización y la presencia o ausencia de éstas, impactará en forma positiva o negativa a cada uno de sus recursos organizativos a través de la forma en que crean, absorben, integran y reconfiguran el conocimiento.

---

<sup>9</sup> Este capítulo corresponde al artículo enviado a la Revista Ecosistemas y Recursos Agropecuarios de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

## 8.1 Introducción

En México, la floricultura es la actividad económica más importante en el sector agropecuario (SAGARPA 2015), se distingue como una de las más exitosas entre las creadoras de empleo en el país, genera trabajo para 15 mil familias en 26 estados de la república mexicana. Esta actividad crea 188 mil empleos permanentes, 50 mil empleos eventuales y hasta un millón de empleos indirectos (Torres 2014).

Es importante resaltar, que es en el sur del estado donde se encuentran la mayor parte de productores, los cuales presentan diferentes características; una parte de las empresas florícolas están definidas de acuerdo con régimen legal de su conformación en las que se identifican personas físicas, empresas ejidales, empresas de sociedad anónima y sociedades de responsabilidad limitada de capital variable (Gali 1995), por otro lado, están los pequeños floricultores no constituidos como empresas en términos legales, fiscales y empresariales, son unidades productivas pequeñas que operan de forma individual y en ocasiones se integran en asociaciones. Cabe señalar que su práctica se limita a ciertos municipios, en particular Villa Guerrero, el cual es considerado como el núcleo del corredor florícola y al mismo tiempo es la principal zona exportadora del país (Ramírez *et al.* 2010). No obstante, los factores básicos que juegan un papel determinante en la localización y desarrollo de la floricultura son: las favorables condiciones climáticas e hidrológicas del lugar, así como la calificación empírica del capital humano (Lara 1999), además individuos que emprendan actividades de producción o comercialización, es decir, el emprendedor, el cual se muestra como un actor relevante.

Por su parte en México, la atención al tema emprendedor data de la década de los noventas, por lo tanto, es baja la cantidad de investigaciones sobre este tópico, en específico para documentar las características de los emprendedores, dado que las políticas de promoción y apoyo son muy recientes (Pérez *et al.* 2006) e indudablemente están implícitas las bajas tasas de participación y formación del recurso humano (Morales *et al.* 2011). No obstante, a pesar de este hecho señalan a México como uno de los países más emprendedores del mundo (Fairlie y Woodruff 2005).

## **8.2 Antecedentes**

Durante las últimas décadas la operación de micro y pequeñas empresas en un país o una región ha sido un tema que ha ganado relevancia debido a su aportación a la dinámica de la economía, en términos de empleo y de producto. Por ello, el proceso de creación de empresas, definida con el término Emprendimiento ó *Entrepreneurship*, se reconoce como el motor que impulsa la innovación y genera el desarrollo económico (Busenitz *et al.* 2000). En el caso particular de México, la Secretaría de Economía publicó en el Diario Oficial de la Federación el 12 de Diciembre de 2015 las reglas de operación del Fondo Nacional Emprendedor (FNE) para el Ejercicio fiscal 2016, cuyo objeto es incrementar la productividad en las micro, pequeñas y medianas empresas, principalmente las ubicadas en sectores estratégicos, para incentivar el crecimiento económico nacional, regional y sectorial, mediante el impulso al fortalecimiento ordenado, planificado y sistemático del emprendimiento y del desarrollo empresarial en todo el territorio nacional, así como la consolidación de una economía innovadora, dinámica, incluyente y competitiva (DOF 2015). Sin embargo, el tema de emprendedor es posible abordarlo desde diferentes disciplinas, enfoques e incluso intereses, un tópico está en los diversos perfiles del emprendedor que pueden ser analizados, derivado de ello se obtengan sus

características y se integre un perfil que brinde mayor información sobre la forma en que éstas podrían repercutir dentro de la organización. La gama de puntos de vista para el análisis de emprendedor es diversa. En primer lugar, es preciso señalar que en la actualidad no existe una definición única, ya sea oficial o globalmente aceptada del término emprendedor (Galindo y Méndez 2011). De forma general, el concepto emprendedor se asocia con valores positivos, ya que habitualmente se refiere a personas con empuje e iniciativa, que se lanzan a la aventura de crear una empresa, superando las dificultades que puedan encontrarse en dicho proceso (Uribe y de Pablo 2011). En sus principios solo se estudiaba la personalidad del emprendedor, pero debido a las críticas de que todos los acercamientos que existían eran estrictamente económicos o empresariales, se decide estudiar las variables psicológicas y sociales, para determinar un perfil psico-social, (Moriano, *et al.* 2006). Sin embargo, García y Lajara 1999, citado en Fuentes y Sánchez 2010, señalan que al emprendedor se le ha estudiado en base a tres dimensiones: su perfil demográfico, su perfil psicológico y su perfil sociológico. Dentro del perfil demográfico, se mencionan algunos rasgos como: la edad y el sexo las variables de formación y las de experiencia (López *et al.* 2007). Los rasgos demográficos sobresalen por su importancia en la toma de decisiones estratégicas; la formación y experiencia son consideradas cada vez más importantes como factores de éxito en la explotación de oportunidades empresariales (Fayolle, *et al.* 2004 citado en Fuentes y Sánchez, 2010). Con respecto al perfil psicológico, se considera que el emprendedor presenta atributos como: originalidad e innovación; moderada aversión al riesgo; aceptación de sus responsabilidades; conocimiento de los resultados de sus actos; planificación en base al largo plazo (McClelland, 1961 citado en Fuentes y Sánchez 2010). Es importante destacar que ciertos trabajos

de *Entrepreneurship*<sup>10</sup> sobre los rasgos psicológicos del emprendedor señalan la autonomía e independencia como una de las características más relevantes del emprendedor exitoso (Delgado *et al.* 2008). Por otra parte, Sánchez-Almagro, 2003 citado en Moriano *et al.* 2006, menciona que dentro de los rasgos de personalidad del emprendedor, las variables psicológicas que incluye son: la necesidad de logro, el locus de control interno, la capacidad para asumir riesgos, la perseverancia, la creatividad y la iniciativa. Por su parte, se han identificado distintos factores que pueden influir en que los individuos opten por la carrera emprendedora. Entre ellos, destaca el estudio de los factores sociales para determinar un perfil sociológico (Davidsson y Honig, 2003 citado en Delgado *et al.* 2008). Los factores sociales son las conexiones interpersonales y el apoyo social con el que cuenta el nuevo empresario, es decir, las relaciones entre el emprendedor y aquellos que le proporcionan los recursos para el establecimiento del negocio (Larson, 1991 citado en Delgado 2008). Por otra parte, López *et al.* (2007), menciona que tanto la infancia del emprendedor como sus antecedentes familiares contribuyen como algunos de los factores positivos que influyen sin lugar a dudas en el perfil del emprendedor. La investigación en el campo de estudio de los emprendedores ha señalado repetidamente que los modelos sociales que proporciona el entorno familiar influyen positivamente en el desarrollo de la carrera profesional a través del autoempleo (Shapero, 1982 citado en Moriano, *et al.* 2006). También existe el perfil gerencial, el cual hace énfasis en la eficiencia y el emprendimiento al interior de la empresa (Jaramillo *et al.* 2012).

Finalmente, debido a que el emprendedor responde a un contexto multidimensional, es necesario complementar el estudio con un perfil cultural que ayude a analizar la relación entre los valores culturales y la creación de

---

<sup>10</sup> La palabra *entrepreneurship* se toma en general como el “emprendimiento” es decir, el campo que estudia la capacidad, la habilidad y la competencia de los emprendedores o *entrepreneurs* para crear o mejorar el proceso de creación de empresas.

empresas, entendiendo a la cultura como aquellos valores y creencias que prevalecen en una sociedad, los cuales son un factor determinante del espíritu emprendedor de las regiones o de los países (Pinillos 2011). Por otra parte, se han encontrado estudios que afirman que la cultura dicta la forma de pensar de los grupos menores y de la sociedad global. Además, dado que muchas de las pequeñas empresas que nacen son familiares o de apoyo mutuo, la familia es quizá la cultura más antigua (Trompenaars y Hampden 2010), y en ella se siembran los valores que regirán a la persona en el trayecto de su vida.

Es necesario aclarar, que el concepto de emprendedor ha sido abordado desde diversos campos del conocimiento y diversas perspectivas teóricas, pero no existe un consenso sobre este (Alonso y Galve 2008). Tradicionalmente, al emprendedor se le ha considerado como un individuo cuyos comportamientos están determinados por características intrínsecas Winslow y Solomon, 1989 citado en Salvador 2008, pero en los últimos años la figura del emprendedor ha ido tomando una posición mítica, que lo ubica a la par de un héroe que lucha contra las fuerzas del mercado para iniciar su aventura de negocio, instalando una empresa, pero que en realidad estos personajes están soportados por otras personas que la mayoría de las veces son familiares, en donde la familia en todo momento determina el comportamiento del emprendedor (Lozano y Niebla 2011).

No obstante, el GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) considera al emprendedor como aquella persona que está inmersa en un proceso de puesta en marcha de un negocio, del que va a poseer una parte o la totalidad del mismo (Galindo 2008). Por otra parte, Ripsas (1998), lo define como una persona que toma riesgos, un innovador, un líder industrial y la lista todavía es interminable, mientras que para Carrasco y Castaño (2008) el emprendedor es un creativo inconformista. Finalmente, para Schumpeter (1934) el emprendedor es el

fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, con las rutinas establecidas, debe ser una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar. El emprendedor tiene la habilidad de ver las cosas como nadie más las ve. Los emprendedores son un tipo especial de personas. En definitiva, se podría definir a los emprendedores como aquellos individuos que innovan, identifican y crean nuevas oportunidades de negocios, reuniendo y coordinando nuevas combinaciones de recursos para extraer los máximos beneficios de sus innovaciones en un entorno incierto (Amit *et al.* 1993, citado en Alonso y Galve 2008). En las definiciones abordadas, destaca que una gran parte de ellas en el emprendedor figura la palabra innovador como un adjetivo calificativo, es decir, que cuenta con capacidades innovadoras, en otras palabras, surge como un subtipo especial, así como los emprendedores sociales y académicos; el cual denota que tiene cierto grado de especialización y/o presencia de características especiales, dentro de un contexto en particular. Entonces, los sujetos promotores de las innovaciones, también tendrían que tener distintos perfiles o rasgos distintivos, los cuales les permita crear algún tipo de innovación. En este sentido, la innovación requiere individuos con un conocimiento único y exclusivo de la empresa Dyer y Shafer, 1999 citado en Pizarro *et al.* 2011, ya que es ampliamente aceptado que la capacidad de innovar de una organización está estrechamente vinculada a su capital humano (Subramaniam y Youndt, 2005, citado en Pizarro, *et al.* 2011). Así mismo, Chandler (2000), menciona que la relación entre el emprendedor y la capacidad innovadora son elementos que coadyuvan al crecimiento de las empresas, de manera que el espíritu innovador del directivo influye positivamente en el grado de innovación de su empresa. De igual forma, si se da una mirada a la historia de la humanidad, indudablemente se han registrado una serie de eventos, descubrimientos y hechos trascendentales, que han dado respuesta a las necesidades y deseos del hombre mediante procesos de creación e innovación (Orrego 2006). También,

se ha llegado a reconocer que hay elementos semejantes en todas estas definiciones y por lo tanto en las clasificaciones de los tipos de emprendedores, estas semejanzas son: la capacidad de innovación que se requiere para realizar cambios en los patrones de empleo de los recursos, y la creación de nuevas capacidades que brindan nuevas oportunidades para posicionarse en los mercados (Stopford y Baden-Fuller 1994). Debido a que el concepto de emprendedor se aborda desde distintas disciplinas y perspectivas, para efectos del presente estudio se define al emprendedor en el sector de la floricultura como aquel individuo con cualidades y características, tanto de origen innato como desarrolladas en los procesos de infancia y experiencia, que como consecuencia, le permiten fundar su propia organización.

### **Las capacidades dinámicas: Una perspectiva para entender las capacidades innovadoras basadas en los recursos organizativos**

La mayor parte de los estudios sobre los elementos clave que ayudan a las empresas a adquirir la capacidad de innovación han propuesto a los recursos y las competencias como elementos fundamentales para el entendimiento de la innovación (Verona y Ravasi 2003). Con el propósito de entender la presencia o no de capacidades innovadoras para hacer contribuciones positivas dentro de la organización traducidas como buenas prácticas, esta perspectiva permite identificar los recursos organizativos que presenta una empresa, los cuales configurados efectivamente ayudan a construir la capacidad de innovación. Además, se ha considerado la capacidad de innovación como un tipo de capacidad dinámica (Teece *et al.* 1997). No obstante, en general estas capacidades representan la habilidad de una organización para crear, ampliar o modificar deliberada y sistemáticamente las rutinas operacionales (Winter 2003). La capacidad innovadora ha sido definida como la habilidad para transformar continuamente el conocimiento y las ideas en nuevos productos, procesos y

sistemas que benefician a la organización y los *stakeholders* (Lawson y Samson 2001). En este modelo, la capacidad de innovación se muestra como el resultado de cuatro procesos: creación de conocimiento, absorción de conocimiento, integración de conocimiento y reconfiguración de conocimiento. No obstante, en general estas capacidades representan la habilidad de una organización para crear, ampliar o modificar deliberada y sistemáticamente las rutinas operacionales (Winter 2003). De acuerdo con la literatura que analiza la gestión del conocimiento, las capacidades dinámicas más comúnmente asociadas a la innovación son: la creación de conocimiento (Nonaka y Takeuchi 1999), la absorción de conocimiento (Zahra y George 2002), la integración de conocimiento (Grant, 1996) y la reconfiguración de conocimiento (Lavie 2006). Con base en lo anterior, este trabajo tiene como propósito identificar las características distintivas del emprendedor en el sector de la floricultura que inciden sobre las buenas prácticas relacionadas con la innovación en las unidades productivas de la Asociación, Asflorvi, A.C.

### **8.3 Metodología**

Debido a que son escasos los estudios sobre el objeto de la presente investigación, ha sido necesario emplear una metodología basada en un enfoque cualitativo, de tipo exploratorio (Hernández *et al.* 2003), para recopilar información primaria que permita integrar la muestra. La población universo está formada por todos los productores afiliados a la Asociación Asflorvi, A.C. (Asociación de Floricultores de Villa Guerrero, A.C.).

Cabe señalar, que a pesar de que esta asociación apenas empieza a mostrar interés por realizar innovaciones, presenta algunas características que hacen muy especial analizarla: primero, porque en ella se encuentran afiliados algunos de los pioneros de la floricultura; segundo, cuenta con empresas productoras

muy tecnificadas o productores que son ya verdaderos empresarios (Gali 1995) y tercero, forma parte de los asociados regulares dentro del Consejo Mexicano de la Flor, A.C. (Sistema Producto Ornamentales), la cual agrupa a más de 600 unidades productivas están integradas por productores de flores y/o plantas de ornato, en donde los afiliados (grandes y pequeños) tienen la posibilidad de obtener crédito gubernamental y privado, en este renglón la Secretaria de Desarrollo Agropecuario (SEDAGRO) del gobierno del Estado de México, es la principal fuente de financiamiento. Los productores que no están asociados no sólo no tienen la oportunidad de apoyo, sino que desconocen el mercado y los precios (Orozco *et al.* 2009). Es una asociación cuya función principal es apoyar a los productores con asesoría técnica, venta de insumos, servicios de comercialización, almacenaje, transporte e información de precios y mercados, lo cual es importante para el desarrollo y crecimiento de sus afiliados (Orozco 2007).

La muestra se ha diseñado siguiendo un muestreo no probabilístico por conveniencia, en donde se hace una distinción de los que eran emprendedores florícolas y los que no, es decir, de las ciento cuatro encuestas aplicadas se obtuvo una sub-muestra de un total de sesenta y un emprendedores porque fueron los que afirmaron haber iniciado su empresa, en comparación de los que no lo eran ya sea por haber heredado la empresa de alguno de sus antecesores (padres, abuelos ó bisabuelos), o bien, por haberse asociado con algún conocido, amigo. Entonces, la muestra ha quedado formada definitivamente por un total de sesenta y un encuestas de emprendedores válidas. Con base en Ramírez (2010) se elabora la ficha técnica de la investigación que se presenta en la tabla 4.

Tabla 4. Ficha técnica de la investigación

Ámbito geográfico: Local (Villa Guerrero, Estado de México)
Población universo: Productores miembros de la asociación ASFLORVI, A.C. (Asociación de Floricultores de Villa Guerrero, A.C.).
Tamaño del universo: 600 productores asociados.
Modo de aplicación: Encuesta a través de cuestionario semi-estructurado.
Método de muestreo: Muestreo por conveniencia.
Tamaño de la muestra: 104 encuestas semi-estructuradas aplicadas. El número de encuestas válidas de emprendedores son 61.
Fracción de muestreo: 10.16%
Fecha de aplicación: Octubre de 2014 y Abril de 2015.

Fuente: Elaboración propia.

En este estudio exploratorio se tomó la decisión de construir un instrumento para la obtención de información, diseñando un cuestionario semi-estructurado propio, integrado por un total de 104 ítems. En la primera sección se abordan las características demográficas del emprendedor. En una segunda sección se abordan todos los aspectos relacionados con el crecimiento de la empresa. Una tercera sección identifica la forma en que el emprendedor administra sus recursos. Finalmente se abordan las actividades que ayudan a identificar las capacidades de innovación.

Sin embargo, para efectos de esta investigación, la segunda sección se decidió no incluirla porque al interiorizar la teoría en la cual se apoya la investigación se encontró que esta no fue sustancial para el aporte de información acerca del emprendedor y su capacidad innovadora. El instrumento de medida que se ha utilizado para la sección uno son únicamente preguntas de opción múltiple, para la sección tres y cuatro fue valorado el cuestionario en una escala likert de 5 puntos, en el cual 1 representa un “Muy inadecuada” y 5 “Muy Adecuada”, y para la sección cuatro de igual forma se ha empleado una escala likert de 5 puntos, en el cual 1 representa un “Nunca” y 5 “Siempre”, con los aspectos que se abordan en cada pregunta. Finalmente, el cuestionario se aplicó de manera personal.

El análisis de la información se hizo por sección, en primer lugar, se determinaron las características o rasgos por tipo de dimensión (demográfica, psicológica y socio-cultural) que integran el perfil del emprendedor florícola.

En segundo lugar, para la sección tres y cuatro, se identificaron las buenas prácticas relacionadas con los constructos del modelo conceptual de la capacidad de innovación (Bravo y Herrera 2009), en un estudio que se aplicó en empresas del sector audiovisual basado en treinta y cuatro buenas prácticas asociadas a los recursos organizativos y se aplicó en la floricultura para identificar únicamente aquellas que estaban presentes y se anexaron las nuevas prácticas encontradas.

Posteriormente, se elaboró una matriz de doble entrada en la cual se identificaron las características del emprendedor (primera columna) y las buenas prácticas asociadas a la capacidad de innovación (segunda columna) que se encuentran presentes en las unidades productoras que integran la Asociación Asflorvi, A.C. de Villa Guerrero y se asociaron a cada uno de los recursos

organizativos, para posteriormente describir la relación que tienen las características de los emprendedores florícolas con las buenas practicas relacionadas a la capacidad de innovación y el recurso empleado.

## 8.4 Resultados

**Características del emprendedor florícola.** El perfil del emprendedor florícola que se encuentra afiliado a la Asociación Asflorvi, A.C., tiene características muy peculiares (Ver Tabla 5), casi en su totalidad son del sexo masculino con un 98.36% y 1.64% forman parte del sexo femenino. El promedio de edad de los emprendedores es de 44 años, en donde, el más joven tiene 18 y el mayor 70. En lo que respecta al nivel de estudios, se encontró que el 52.46% de los emprendedores terminó solo hasta la primaria, 29.51 % terminó la secundaria, 4.92% terminó la preparatoria, el 4.92% terminó una carrera técnica y el 8.20 % no tenía ningún tipo de estudios. Castro (2003), menciona que después de las plagas de finales de los años cuarenta, que afectaron tanto al cultivo de aguacate como de durazno, los pobladores del municipio de Villa Guerrero, Estado de México decidieron incorporarse a trabajar a lado de los japoneses en el cultivo de las flores. Sin embargo, hay que resaltar, que su experiencia adquirida con el paso del tiempo es muy importante ya que el 11.48% son productores que llevan de 1 a 5 años en el negocio de la flor, el 19.67% lleva de 6 a 10 años, el 39.34% lleva de 11 a 20 años; que es donde se concentra el mayor número de emprendedores (empresa en etapa de crecimiento), el 13.11% lleva de 21 a 30 años, el 8.2% lleva de 31 a 40 años, el 4.92% lleva de 41 a 50 años y el 3.28% lleva de 51 a 60 años. Lo cual indica, que la actividad no es nueva, ya que lleva muchos años en práctica y por tanto representa varias generaciones de conocimiento. Por su parte, el emprendedor florícola es un individuo que está acostumbrado al trabajo duro y constante que demanda el trabajo del campo, en

donde la mayoría de las veces el emprendedor presenta siempre i) altos niveles de riesgo e incertidumbre, desde los cambios climáticos que pudieran afectar gravemente en algún momento al cultivo y se presente alguna plaga y/o enfermedad que pueda afectar severamente el cultivo, aunado al alto costo para combatirla y finalmente, el no tener la certeza del precio final que estará en el mercado, de acuerdo a la oferta y la demanda, lo cual en muchas ocasiones se traduce en escasas o nulas ganancias económicas; pero la experiencia en la actividad florícola y ii) la capacidad para resolver los problemas casi siempre está presente y les ayuda a buscar rápidamente alguna alternativa para subsanar y resolver los problemas en cada una de las fases del cultivo, así como en la post-cosecha de las flores. Pese a esto, el emprendedor tiene como cualidad iii) la perseverancia, ya que casi siempre después de haber tenido experiencias malas de pérdidas totales de su inversión, no pierden la fe ni se da por vencido y decide continuar con su actividad con la firme convicción de que el próximo ciclo de producción será distinto porque la floricultura para el simboliza una tradición. Otra característica que lo distingue siempre, es iv) la colaboración que comparte con los miembros dentro de la organización desde el momento de la planeación de la producción hasta la etapa de comercialización de las flores, ya que es bien sabido que se necesita de la sinergia para para la cosecha de flores hermosas al final del ciclo. De igual manera, el emprendedor florícola de ahora está casi siempre consciente de que v) el cuidado del medio ambiente es un factor esencial en las empresas, por lo que han empezado a incrementar el uso de productos que son más amigables con el ambiente y les permita cuidar la salud humana. Finalmente, otro de los aspectos que arrojó el estudio, fue vii) el ingenio que a veces presentan estos emprendedores ya en muchas de las ocasiones tienen que realizar adaptaciones en las diversas estructuras e instalaciones y/o hacen reparaciones de las herramientas y equipo y también, utilizan su ingenio para detectar y corregir problemas en alguna etapa del ciclo del cultivo.

Tabla 5. El Perfil del emprendedor florícola en el sur del Estado de México

<b><i>Tipo de dimensión</i></b>	<b><i>Características</i></b>
<i>Demográfica</i>	<p>El 98.36% son hombres los que se dedican a la producción de flores.</p> <p>La edad promedio de los emprendedores es de 44 años. En donde, el más joven tiene 18 años y el mayor 70 años.</p> <p>El 52.46% solo concluyó sus estudios hasta el nivel primaria.</p> <p>El 39.34% lleva de 11 a 20 años produciendo flores.</p>
<i>Psicológica</i>	<p>El nivel de riesgo e incertidumbre del emprendedor se encuentra desde la producción hasta la venta del producto.</p> <p>Utilizan su capacidad para resolver problemas en producción y/o comercialización.</p> <p>La perseverancia los define a pesar de los fracasos.</p>
<i>Socio-cultural</i>	<p>Todos los empleados colaboran en las distintas actividades referentes a la producción de flores.</p> <p>Se tiene consciencia sobre el cuidado del medio ambiente y la salud humana.</p> <p>Hacen uso de su ingenio para realizar las adaptaciones durante el ciclo del cultivo de flores.</p>

Fuente: Elaboración propia

## **Las características del emprendedor florícola y la capacidad innovadora**

Después de haber usado el modelo conceptual de innovación que proponen Bravo y Herrera (2009), se encontró que de las treinta y cuatro buenas prácticas asociadas a cada uno de los recursos organizativos (capital humano, liderazgo, cultura y estructura y sistemas), en las unidades productivas de los miembros de la Asociación Asflorvi, A.C. sólo se identificaron cinco; 1) directivos experimentados 2) predisposición a la creatividad, 3) fomento del diálogo y la interacción, 4) comunicación frecuente informal y 5) tiempo libre para la experimentación. Esto podría indicar que las empresas florícolas presentan una baja capacidad innovadora en relación a esta propuesta, pero también se identificaron seis buenas prácticas para el caso específico de la floricultura, lo cual indica que existen áreas de mejora importantes para esta actividad. Para aclarar este punto, se observa un total de diez características que poseen los emprendedores florícolas relacionados con la capacidad innovadora asociadas a uno de los cuatro recursos organizativos (Ver Tabla 6). En primer lugar, la característica imprescindible del emprendedor florícola es el nivel de estudios, ya que le permite un amplio conocimiento, desarrollo de habilidades, destrezas y competencias, y a pesar de que su nivel de estudios es bajo, está podría ser un área de oportunidad para la organización si se enfoca en obtener capacitación constante y actualizada. La creatividad, también es una característica básica del emprendedor florícola, por lo tanto, los trabajadores presentarán una predisposición a la misma. De este modo, son creativos porque ofrecen producir algo nuevo en vez de limitarse o modificar lo que ya existe (Gámez 2007), esto se ejemplifica cada año cuando se acerca la festividad de algún santo patrono de un pueblo, el emprendedor florícola participa la mayoría de las veces donando flores y junto con sus trabajadores diseñarán y elaborarán la fachada o arco del templo conmemorado, como ofrenda para que bendiga su actividad productiva, propiciando el intercambio de ideas. Otra característica que hay que mencionar del emprendedor florícola es el ser un individuo comunicativo, es decir, tiene la

capacidad para expresarse adecuadamente y la utiliza eficazmente para impactar en el cerebro de los clientes que comprarán sus productos. El hecho de que un emprendedor florícola sea un experimentador habla de una persona que dedica parte de su tiempo a realizar actividades que le ayuden a mejorar la calidad de las flores, a pesar de que en su empresa no cuenta con un departamento de I+D como tal, aplica su conocimiento empírico e introduce cambios graduales en sus procesos de producción. La floricultura como toda actividad relacionada con el campo conlleva riesgos inminentes, principalmente las condiciones externas relacionadas con el estado del tiempo (calor, frío, polvo o humedad en exceso), lo que podría traducirse en la presencia de las plagas y/o enfermedades que pudieran afectar la calidad del producto, también el emprendedor asume un riesgo alto en aspectos de producción, en la incorporación de tecnología y productos novedosos, en el uso de productos químicos tóxicos ocasionando la presencia de enfermedades infecciosas en los trabajadores como: dermatosis, problemas respiratorios, dermatitis, intoxicaciones, por mencionar solo algunas y finalmente la estabilidad en el precio al final de la cosecha, en donde se pueden presentar escasas o nulas utilidades, y todo esto dependiendo de la oferta y la demanda en el mercado local. Aunado a esto, el emprendedor florícola tiene la capacidad para resolver los problemas que se presentan siempre y cuando existan alternativas que puedan mitigar los problemas, y en conjunto con la perseverancia se mantienen firmes en la actividad a pesar de las adversidades. También la acción o comportamiento de colaborar en la organización es otro de los rasgos distintivos del emprendedor florícola que ayuda posteriormente a explicar la decisión de colaborar para innovar. Finalmente, esta serie de características abren paso a esta última característica que distingue al emprendedor florícola y es el ingenio que utiliza para hacer las adaptaciones necesarias en su infraestructura, equipos y herramientas, ante los escasos recursos económicos, ya que la innovación no es algo cerrado en algunos departamentos técnicos, ni siquiera en quienes

tienen a su cargo la dirección de proyectos de innovación, sino más bien es una actitud colectiva acerca del aprovechamiento de oportunidades para cambiar y mejorar lo existente (Goñi 2004).

Finalmente, en lo que respecta a cada una de las características del emprendedor florícola que están asociadas a algún recurso organizativo, hay que puntualizar que se observa claramente un desequilibrio en el uso e implementación de éstos en las empresas florícolas, lo cual se puede explicar por la forma que se crea y configura el conocimiento y si vemos hace falta reforzar el liderazgo de la empresa para que permita el fortalecimiento paralelo del recurso humano y con ello, se construya una buena estructura dentro de la organización. No obstante, la cultura tiene un enorme peso dentro de este subtipo de emprendedor, lo cual indica las posibles herramientas a utilizar para el robustecimiento de los recursos que presentan una oportunidad de mejora.

Tabla 6. Matriz de relación entre las características del emprendedor florícola y la capacidad innovadora

		Buenas prácticas- Capacidad de innovación	Recursos Organizativos			
			Capital humano	Liderazgo	Cultura	Estructura y Sistemas
Características del emprendedor	Nivel de estudios	Directivos experimentados.		X		
	Creatividad	Predisposición a la creatividad			X	
	Comunicativo	Fomento del diálogo y la interacción			X	
	Comunicativo	Comunicación frecuente,			X	

	informal, directa, abierta.				
Experimentador	Tiempo libre para la experimentación.				X
Nivel de riesgo e incertidumbre.	Identificar rápidamente los riesgos potenciales y neutralizarlos.		X		
Capacidad para resolver problemas.	Identificación de problemas y búsqueda de alternativas para resolverlos eficazmente.		X		
Perseverancia	Mantener la constancia en los proyectos de la empresa.	X			
Colaboración	Empleados que comparten una dirección común, con un sentido de comunidad y apoyo mutuo.			X	
Consciencia sobre el medio ambiente	Incremento en el uso de productos más amigables con el medio ambiente.			X	
Ingenio	Hace adaptaciones creativas para la			X	

		realización de actividades.				
--	--	-----------------------------	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

## 8.5 Discusiones

En primera instancia, se observa que los emprendedores florícolas de la Asociación Asflorvi, AC casi en su totalidad pertenecen al sexo masculino, aunque esto no quiere decir que no existan mujeres que estén al frente de esta actividad, simplemente que en este caso dentro del universo encuestado no se muestra un porcentaje muy significativo, lo cual podría explicarse como lo menciona Aponte (2002), que las mujeres parecen menos dispuestas a asumir riesgos y su percepción de mayor responsabilidad en el cuidado del hogar les lleva a estar menos dispuestas a dedicar tiempo a un negocio propio. Caso contrario a la producción de flores en Chile, ya que la mayoría se encuentra en las manos de las mujeres (Samarotto 2007). Estos diferentes escenarios muestran que el sexo no es una condicionante para la creación de empresas florícolas, pero que sin duda, dependerán de la influencia de tradiciones culturales existentes para el caso específico del país de que se trate. La edad que presenta el emprendedor florícola más joven, el mayor y el promedio de edad es distinto a lo reportado por Sánchez (2009), en donde los emprendedores mexicanos tienen entre 16 y 24 años, y la media de edad se sitúa en 33.5 años. Sin embargo, Coria *et al.* (2011), en su estudio menciona que los emprendedores florícolas de San Andrés, Totoltepec, Tlalpan tienen un promedio de edad de 53 años, lo cual es muy distinto a lo encontrado en los emprendedores de Villa Guerrero, Estado de México, lo que podría significar un descenso importante en la edad promedio para emprender en la floricultura. Por lo tanto, no existe una edad mínima o máxima para emprender, sino que este dato dependerá de una serie de factores o bien, del contexto que rodea a un sector o región en particular.

En lo que respecta al bajo nivel de estudios que presenta el emprendedor florícola de Villa Guerrero, Estado de México coincide con lo que afirma Coria *et al.* (2011), ya que el 42% de los emprendedores florícolas presentan estudios básicos. Sin embargo, dista mucho de los resultados en el trabajo de Dosal *et al.* (2008), en donde, el 100% de los emprendedores innovadores mexicanos del sector manufacturero y servicios cuentan con preparatoria o escuela técnica concluida, por lo que este sector denota que tiene un mayor grado de especialización que los emprendedores florícolas. No obstante, la experiencia de los emprendedores florícolas es tan importante como los años que llevan en la actividad florícola, porque finalmente, su experiencia se traduce en la permanencia activa de su organización dentro del mercado local. Lo cual, en cierta parte concuerda con lo reportado por Jaramillo *et al.* (2012), al afirmar que la experiencia del emprendedor en su actividad productiva le ayuda a definir un dominio de sus procesos productivos, para incorporar innovaciones en sus procesos. En relación a las características del emprendedor florícola y la capacidad innovadora, se encuentran rasgos muy importantes a pesar de su bajo nivel de estudios y existen buenas prácticas, lo cual representa una oportunidad para seguir fortaleciendo su perfil y aportar más a su organización. Por ello, es muy importante la voluntad de innovar de los directivos, si estos son hábiles para influir en las personas para que se empeñen voluntariamente y apliquen su iniciativa para lograr la innovación, estarán incentivando la capacidad innovadora a nivel colectivo (IADE 2003).

Por su parte, Jaramillo *et al.* (2012), en su estudio coincide en que las características: el nivel de escolaridad, la experiencia, y la disposición ante el riesgo, se encuentran relacionadas con la capacidad innovadora. Así mismo, coincide con lo señalado por van der Veen (2010), el cual categoriza a los emprendedores y a la capacidad de tomar riesgos dentro del perfil de los innovadores. También Andrew y Sirkin (2008) afirman que el asumir y manejar los riesgos forma parte de la innovación.

En lo que respecta a la consciencia sobre el cuidado ambiente Escalante (2010) coincide al argumentar que la empresa ECO Flor Viveros de Xochimilco, México presenta un alto nivel de conciencia sobre la conservación de los recursos naturales. Otro de los autores que coincide con estas características es Chacón (2005), quien considera que “el individuo creativo es una persona que resuelve problemas con regularidad, elabora productos o define cuestiones nuevas en un campo de un modo, que al principio, es considerado nuevo, pero al final llega a ser aceptado en un contexto cultural concreto”, lo cual es muy notorio en los emprendedores florícolas ya que casi todo el tiempo se encuentran ideando como resolver los distintos problemas a los que se enfrentan en cualquier etapa del cultivo, o bien, en la post-cosecha.

## **8.6 Conclusiones**

El emprendedor florícola y la capacidad innovadora suponen un estudio complejo pero muy necesario hoy en día para hacer frente a los nuevos retos en la floricultura si se toma en cuenta que es el individuo quien lleva el timón dentro de las empresas, se entiende que todo parte de un algo (emprendedor) para llegar a un sitio determinado (capacidad innovadora). El análisis sobre el perfil del emprendedor florícola y la capacidad innovadora indica claramente que existe una relación entre ambos, ya que el conocimiento que posee el emprendedor está basado casi en su totalidad en la experiencia adquirida antes tomar la decisión de serlo y esto impacta de manera positiva en la organización si éste ostenta características (demográficas, psicológicas y socio-culturales) que ayuden a promover las buenas prácticas dentro de la empresa y, a su vez, impacta negativamente si existe una ausencia de las mismas. Sin embargo, algo que es muy notorio en la presente investigación, es que el emprendedor miembro de la Asociación Asflorvi, A.C. necesita robustecer sus capacidades dinámicas a través de una combinación eficiente de los recursos organizativos al mostrar

una fuerte tendencia de procesar el conocimiento por la vía cultural, por lo consiguiente, se necesitan potencializar los otros tres recursos, es decir, necesitan elevar su nivel de estudios, capacitarse sobre aspectos de organización, producción, gestión y comercialización de flores, participar en ferias nacionales o locales, tener una mayor articulación de actores, lo cual le permitirá tener una visión más amplia y tener una mayor creación, absorción, integración y reconfiguración simultánea del conocimiento y pueda darle a su empresa un mejor enfoque hacia la innovación, partiendo desde la concepción del término mismo hasta el considerar que su empresa pudiera llegar a ser altamente innovadora, empleando mejor sus recursos organizativos.

Hay que puntualizar, que el emprendedor florícola presenta características importantes, por lo cual, valdría la pena en estudios futuros la detección de aquellas características que no están presentes y a qué factor puede atribuírsele, porque en la medida en que se presenten o no, podría afectar a la organización en grande o menor medida.

Todo ello permite afirmar que la cultura resultó ser un recurso muy valioso del emprendedor florícola porque dicta en su mayoría la forma de generación de su conocimiento, lo cual ofrece la posibilidad de buscar la ruta hacia el equilibrio de una forma que no imponga una nueva forma de creación del conocimiento, sino utilizar la vía que se utiliza actualmente para crear nuevo conocimiento traducido en el desarrollo de nuevas destrezas, capacidades y habilidades que complementen el perfil del emprendedor florícola y de esta forma, le permita ampliar su capacidad innovadora en pro de su organización.

## 8.7 Literatura citada

- Alonso NMJ, Galve GC (2008) El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*. 26: 5-44.
- Andrew JP, Sirkin HL (2008) *Explota tu innovación*. 1ª. Edición. LID Editorial Empresarial, S.L. Madrid, España. 254P.
- Aponte M (2002) Factores condicionantes de la creación de empresas en Puerto Rico: un enfoque institucional. Departament d'Economia de l'Empresa. ISBN: 8468817961.
- Bravo IE, Herrera L (2009) Capacidad de innovación y configuración de recursos organizativos. *Revista Intangible Capital*. 5: 301-320.
- Busenitz LW, Gómez C, Spencer JW (2000) Country Institutional profiles: unlocking Entrepreneurial phenomena. *Academy of Management Journal*. 43 (5): 994-1003.
- Carrasco I, Castaño MS (2008) El emprendedor Schumpeteriano y el contexto social. *Revistas ICE*. 845: 121-134.
- Castro DP (2003) *Burros, chayotes y machetes*. El Colegio Mexiquense, A.C. México. 471P.
- Chacón AY (2005) Una revisión crítica del concepto de creatividad. *Instituto de Investigación en Educación*. 5 (1):1-30-
- Chandler GN, Keller C, Lyon DW (2000) Unraveling the determinants and consequences of an innovation-supportive organizational culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 25(1): 59-76.

- Coria PAL, Torres HZ, Pastor RI (2011) Competitividad y sustentabilidad a través de la innovación tecnológica: Caso productores del sector floricultor del pueblo de San Andrés Totoltepec, Tlalpan. Sociedades rurales, producción y medio ambiente año. 11 (22):109-131.
- Delgado PMI, Martínez GL, Romero MAM, Vázquez IE (2008) Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. Cuaderno de Gestión. 8: 11-24.
- DOF (2015) Reglas de Operación del Fondo Nacional Emprendedor para el ejercicio fiscal 2016. [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5421766&fecha=30/12/2015](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421766&fecha=30/12/2015). Fecha de consulta 15 de Enero de 2016.
- Dosal C, Gutiérrez CI, Saracho A (2008) ¿Quiénes son los emprendedores innovadores mexicanos?.United States Agency International Development. Fundación Idea. México. 56P.
- Escalante EMC (2010) ECO Flor Viveros, Floricultura Ecológico. Fundación Produce Distrito Federal. <http://www.siac.org.mx/fichas/45%20D.F.%20Ecoflor.pdf>. Fecha de consulta 05 de Enero de 2014.
- Fairlie R, Woodruff C (2005) Mexican Entrepreneurship: A Comparison of Self-Employment in Mexico and the United States. National Bureau of Economic Research.11527: 1-55.
- Fuentes GFJ, Sánchez CSM (2010) Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. Estudios de Economía Aplicada. 28-3:1-28
- Gali BA (1995) Producir en México. Horticultura Ornamental. 9: 96-97.

- Galindo MMA (2008) La importancia de los emprendedores ante la situación económica. *Gestión de Empresas*. 204:76-83.
- Galindo MMA, Méndez PMT (2011) La actividad emprendedora y competitividad: factores que inciden sobre los emprendedores. *Papeles de Europa*. 22: 61-75.
- Gámez F, Abreu JL (2007) Valores que un emprendedor debe ejercer al crear su empresa. *International Journal of Good Conscience*. 2(2):124-148.
- Goñi ZJJ (2004) ¿Un innovador o muchos innovadores?. *Intangible Capital*. 0 (0):1-9.
- Grant RM (1996) Prospering in dynamically-competitive environments: Organizational capability as knowledge integration. *Organization Science*. 7(4): 375-387.
- Hernández SR, Fernández CC, Baptista LP (2003) *Metodología de la Investigación*. 2da. Edición. Mc-Graw Hill. México. 501P.
- IADE Instituto Universitario de Administración de Empresas (2003) Modelo "Intellectus" Documento intellectus. Estrategias, Conocimientos e Innovación II.  
<http://www.madrimasd.org/revista/revista20/bibliografias/bibliografia1.asp>. Fecha de consulta 20 de Marzo del 2016.
- Jaramillo VJL, Escobedo GJS, Morales JJ, Ramos CJG (2012) Perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla. *Revista Entramado*. 8: 44-57.
- Lara SM (1999) Flexibilidad productiva y trayectorias laborales: la floricultura de exportación en México. *Agricultura de exportación en tiempos de la*

globalización. El caso de las hortalizas, frutas y flores. Editorial Juan Pablo. México. 310P.

Lavie D (2006) Capability reconfiguration: An analysis of incumbent responses to technological change. *Academy of Management Review*. 31(1): 153-174.

Lawson B, Samson D (2001) Developing Innovation Capability in organizations: A dynamic capabilities approach. *International Journal of Innovation Management*. 5 (3): 377-400.

López WMM y Briceño M (2007) Rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de Contaduría Pública. *Actualidad Contable Faces*.10: 80-94.

Lozano CO, Niebla ZJC (2011) El emprendedor de la empresa familiar mexicana, una visión crítica. *Revista Gestión y estrategia* 40:65-72.

Morales NI (2011) Las pymes en México entre la creación fallida y la destrucción creadora. *Economía Informa*.366: 39-48.

Morales ME, Ortiz RC, Arias CMA (2011) Factores determinantes de los procesos de innovación: una mirada a la situación en Latinoamérica. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. 72:148-163.

Moriano LJA, Palací DFJ, Morales DJF (2006) El perfil psicosocial del emprendedor universitario *Revista de Psicología del Trabajo y de las Empresas*. 22: 75-99.

Nonaka I, Takeuchi H (1995) *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press. USA. 257P.

- Orozco HME (2007) Entre la competitividad local y la competitividad global: floricultura comercial en el Estado de México. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*.14: 111-160.
- Orozco HME, Campos ME, Guerrero PA (2009) hacia la gestión de un nuevo desarrollo rural: el caso de los pequeños productores de flor en Villa Guerrero, México. *Quivera*.11: 91-102.
- Orrego CCI (2006) El ser humano y la innovación. *Semestre Económico*. 9: 133-144.
- Pérez HP, Oliver ER, Merrit TH, Márquez A, León AJ (2006) El emprendedor en México: ingenio vs innovación. Primer Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación, CTS+I. Mesa 12:1-11.
- Pinillos CMJ (2011) Cultura post-materialista y variaciones en el espíritu emprendedor. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. 17: 37-55.
- Pizarro MIR, Real JC, Rosa MD (2011) La incidencia del capital humano y la cultura emprendedora en la innovación. *Cuadernos de Economía y Dirección de empresas*. 14: 139-150.
- Ramírez HJJ (2010) ¿Los estudiantes universitarios del sur del Estado de México tienen espíritu emprendedor que contribuye al desarrollo económico? *Anales de Economía Aplicada 2010*, Madrid: ASEPELT Delta Editores.
- Ramírez HJJ, García VR, González DJG (2010) Condiciones de producción de los pequeños floricultores en el sur del Estado de México: Villa Guerrero y Tenancingo. *Anales de Economía Aplicada 2010*. ASEPELT Delta Editores. Madrid, España. 26P.

- Ripsas S (1998) Towards and Interdisciplinary theory of Entrepreneurship. *Small Business Economics*. 10(2):103-115.
- Salvador CM (2008) Impacto de la inteligencia emocional percibida en la autoeficacia emprendedora. *Boletín de Psicología*. 29:65-80.
- Samarotto M (2007) Innovación en floricultura en Chile. *Revista Horticultura Internacional*. 58: 34-39.  
[http://www.horticom.com/revistasonline/horticultura/rhi58/34\\_39.pdf](http://www.horticom.com/revistasonline/horticultura/rhi58/34_39.pdf). Fecha de consulta: 23 de Marzo de 2016.
- Sánchez JC (2009) Aprendizaje social e intenciones emprendedoras: un estudio comparativo entre México, España y Portugal. *Revista Latinoamericana de Psicología*. 41:109-119.
- SAGARPA (2015) Floricultura actividad económica más importante del sector agropecuario en el Edomex Boletín de prensa. Delegación federal en el Estado de México.  
<http://www.sagarpa.gob.mx/Delegaciones/edomex/boletines/2015/mayo/Documents/B0352015.pdf>. Fecha de consulta: 13 de Febrero de 2015.
- Schumpeter JA (1934) *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle* (Vol. 55). Transaction Publishers. 257P.
- Stopford JM, Baden-Fuller FCWF (1994) Creating corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*. 15(7):521–536.
- Teece DJ, Pisano G, Shuen A (1997) Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7): 509-533.

- Torres LR (2014) Floricultura Mexicana: Gran industria en el anonimato. Tierra Fértil. <http://www.tierrafertil.com.mx/tag/floricultura-mexicana/>. Fecha de consulta 15 de Marzo de 2016.
- Trompenaars F, Hampden TC (2010) Innovación en tiempos de crisis. 1ª. Edición. LID Editorial.293P.
- Uribe TJ, De Pablo VJ (2011) Revisando el emprendedurismo. Boletín Económico de ICE. 3021:53-62.
- Van der Veen M (2010) Agricultural innovation: invention and adoption or change and adaptation?. *World Archaeology*. 42(1):1-12.
- Verona G, Ravasi, D. (2003) Unbundling dynamic capabilities: an exploratory study of continuous product innovation. *Industrial and Corporate Change*.12 (3): 577-606.
- Winter SG (2003) Understanding dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*. 24(10): 991-995.
- Zahra SA, George G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2):185-203.

## **IX. EL EMPRENDEDOR INNOVADOR EN LA FLORICULTURA DEL SUR DEL ESTADO DE MÉXICO**

Desde Joseph Schumpeter hasta la actualidad, se escucha hablar en forma redundante del “*emprendedor innovador*” y su presencia en varios sectores de la economía. En algunos resultados de estudios actuales se vislumbran algunas similitudes y diferencias para definir la personalidad del emprendedor y la del innovador, pero sin lugar a dudas falta mucho por estudiar para que este binomio pueda ser reconocido a nivel mundial. Sin embargo, el emprendedor innovador surge como un subtipo especial, así como los innovadores sociales, académicos, proactivos, etc., el cual denota que tiene cierto grado de especialización y presencia de características especiales.

Por lo tanto, es necesario precisar que para efectos de la presente investigación se entenderá al emprendedor innovador como *aquel individuo que inicia una unidad productiva en la floricultura, en donde la cultura de la innovación forma parte de la visión de su empresa*. Esta definición considera la innovación como como eje principal para el desarrollo del presente capítulo.

### **9.1 El perfil del emprendedor innovador**

Si se habla del factor humano en acción, forzosamente se habla del emprendedor-innovador, ya que ambos forman parte de la propuesta de varios teóricos para el desarrollo y crecimiento de las economías ante la era de la información y los cambios vertiginosos, los cuáles exigen otro nivel de conocimiento, en donde las empresas tienen que ser capaces de instituir una

cultura de la innovación desde la dirección de la empresa, y con ello, contribuir de manera efectiva para alcanzar el éxito de las empresas y mejorar el entorno. En este sentido, para poder estudiarlos primero hay que tener claro qué es lo que los motiva. En el caso del emprendedor, él anhela la realización humana (más común en los países de crecimiento económico), a través de la identificación de oportunidades que le generen un valor económico (Corma 2011), aunque en el caso de las economías más pobres y en desarrollo el único objetivo es generar un medio de supervivencia frente al hambre y la pobreza (Trompenaars y Hampden 2010). Por su parte, el innovador no sólo busca generar nuevos conocimientos que se puedan aplicar en un campo en específico y que sea útil, práctico y trascendente para la evolución de la humanidad, sino que él busca transformar la realidad que vive, y construir la realidad que sueña, aquí y ahora, en el mismo momento en que se está transformando así mismo.

Es necesario mencionar que, la relación entre ser emprendedor y ser innovador no resulta tan clara ni inmediata (Auletta y Puente 2010). Por lo tanto, resulta trascendental conocer los rasgos o atributos que los autores le atribuyen a cada uno, tomando en cuenta las tres dimensiones para su estudio: demográfica, psicológica y socio-cultural.

Para ello, primero se presentan las características que son atribuidas al emprendedor (Véase Tabla 7).

Tabla 7. Características del emprendedor según varios autores.

Dimensión	Emprendedor	
	Características	Autores
Demográfica	Nivel de estudios	(Jaramillo et al. 2012, Lanzas <i>et al.</i> 2009, Sepúlveda y Bonilla 2011, Vesga 2010)
	Experiencia (laboral y emprendedor)	(Acosta 2012, Baughn <i>et al.</i> 2006, Davidsson y Honig 2003, Fuentes y Sánchez 2010, Lanzas <i>et al.</i> 2009, López 2007, Moriano et al. 2006, Vesga 2010, Vesga 2010)
	Capacitación	(Jaramillo <i>et al.</i> 2012)
Psicológica	Liderazgo	(Horth y Buchner 2009)
	Autonomía	(Delgado <i>et al.</i> 2007, Boydson <i>et al.</i> 2000)
	Propensión al riesgo	(Alcaraz 2006, Boydson <i>et al.</i> 2000, Jaramillo <i>et al.</i> 2012, López <i>et al.</i> 2007, Rohrmann, 1997, Vesga 2010, )
	Creatividad	(Alcaraz 2006, Boydson <i>et al.</i> 2000, Fuentes y Sánchez 2010, Lozano y Niebla 2011)
	Necesidad de logro	(Boydson <i>et al.</i> 2000, Lanzas et al. 2009, McClelland 1961, Walevska 2007, Trompenaars y Hampden 2010)
	Control interno	(Alcaraz 2006, Cromie 2000, Gironde 2004, López 2008, Sanchez 2009, )
	Optimismo	(Fuentes y Sánchez 2010, López 2007, Vesga 2010)
	Autoeficacia	(Bandura 1977, Delgado 2008, Luthans <i>et al.</i> 2000, De Noble <i>et al.</i> 1999, Sanchez 2009)
	Proactividad	(Ares 2004, Seibert et al. 2001, Sanchez 2009)
Socio cultural	Infancia	(López <i>et al.</i> 2006, López 2007)
	Antecedentes familiares	(Davidsson y Honig(2003), Fabre y Smith 2003, Fuentes y Sánchez 2010, Jaramillo <i>et al.</i> 2012,

		Lanzas <i>et al.</i> 2009, López <i>et al.</i> 2006, Pérez y Merrit 2008)
	Sistema de normas y valores	(Gámez y Abreu 2007, Moriano <i>et al.</i> 2006, Pinillos 2011)

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a las características que presenta el emprendedor en forma más recurrente, dentro de la dimensión demográfica podemos mencionar: el nivel de estudios, la experiencia laboral y la capacitación. Sin embargo, es necesario mencionar que en muchos estudios también se incluye al género y la edad del emprendedor, pero para la presente investigación no se encontraron resultados que indiquen que son importantes para el emprendedor.

En la dimensión psicológica, las características más sobresalientes son: el liderazgo, la autonomía, la propensión al riesgo, la creatividad, la necesidad de logro, el control interno, el optimismo, la autoeficacia y la proactividad.

Finalmente, en la dimensión socio-cultural sólo los antecedentes familiares y el sistema de norma de valores, son algunos resultados que se consideran influyentes dentro de la personalidad del emprendedor.

Ahora, es el turno del innovador, conocer sus características más resaltantes según los estudiosos (Véase Tabla 8).

Tabla 8. Características del innovador según varios autores.

Dimensión	Innovador	
	Características	Autores
Demográfica	Nivel de estudios	(Araneda et al 2016, Chamorro 2013, Pérez 2010, Schramm et al., 2004, Souto 2015)
	Capacitación	(Araneda et al 2016, Chamorro 2013, Monroy 2013, Souto 2015)
	Experiencia (gestor)	(OCTE 2007, Trompenaars y Hampden 2010)
Psicológica	Fracaso	(Lovio y Välikangas 2010, Pérez 2010, Skotnicka et al 2013, Trompenaars y Hampden 2010)
	Tomar riesgos	(Estrin 2009, Chamorro 2013, Jaramillo <i>et al.</i> 2013, Auletta y Puente 2010)
	Liderazgo	(Horth y Buchner 2009)
	Perseverancia	(Auletta y Puente 2010, Chamorro 2013, Monroy 2013)
	Creatividad	(Alonso y Fernández 2013, Araujo 2010, Auletta y Puente 2010, Florida 2002, Goñi 2004, Mirón <i>et al.</i> 2004, OCTE 2007, Labarces 2015, Pérez 2010, Schumpeter 1934, Souto 2015, Trompenaars y Hampden 2010)
	Ver más allá	(Souto 2015,
	<i>Innovator's DNA:</i> Capacidad para asociar, preguntar, observar, experimentar, crear redes.	(Dyer y Gregerson 2009, Peralta 2014)
Socio-cultural	Valores (éticos y responsabilidad social)	( Schein 1988, Vila 2008)

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a las características que presenta el innovador en forma más recurrente, dentro de la dimensión demográfica podemos mencionar: el nivel de estudios, y la capacitación. En la dimensión psicológica: el fracaso, tomar riesgos, el liderazgo, la perseverancia, la creatividad, ver más allá, la capacidad para asociar, preguntar, observar, experimentar y crear redes. Y finalmente en la dimensión socio-cultural, únicamente se encontró información relevante sobre valores éticos.

Ahora bien, una vez que ya se identificaron las características más sobresalientes del emprendedor y del innovador, es importante contrastarlas para encontrar las similitudes y diferencias que existen entre el emprendedor y el innovador (Véase Tabla 9).

Tabla 9. Similitudes y diferencias entre el emprendedor y el innovador.

Dimensión		Similitudes y diferencias		Dimensión
		Emprendedor	Innovador	
Demográfica	S	Nivel de estudios	Alto Nivel de estudios	Demográfica
	S	Experiencia (laboral y emprendedor)	Experiencia (gestor)	
	S	Capacitación	Capacitación (Especializada)	
Psicológica	S	Liderazgo	Liderazgo	Psicológica
	S	Propensión al riesgo	Tomar riesgos	
	S	Creatividad	Creatividad	
	D	Autonomía	Perseverancia	
	D	Necesidad de logro	Crisis/Fracaso	
	D	Control interno	Ver más allá	
	D	Optimismo	Capacidad para asociar	
	D	Autoeficacia	Preguntar	
	D	Proactividad	Observar	
Socio-cultural	D	Infancia	Experimentar	Socio-cultural
	D	Antecedentes familiares	Crear redes	
	S	Sistema de normas y valores	Valores (éticos y responsabilidad social)	

Fuente: Elaboración propia.

Las similitudes que existen entre el emprendedor y el innovador de acuerdo con las dimensiones que se muestran son siete. En primer lugar, el nivel de estudios; para el caso del emprendedor hay algunos que presentan niveles altos y otros sólo los estudios básicos, pero en el caso del innovador su nivel de estudios casi siempre corresponde a nivel maestría.

En segundo lugar, se señala la experiencia como otro punto de convergencia, sin embargo, también hay que aclarar que en el caso del emprendedor ésta se basa en la experiencia previa o bien en la experiencia adquirida durante su carrera profesional, para el caso del innovador, la experiencia está basada en la capacidad de gestión ya que es muy importante para lograr introducir con éxito las innovaciones dentro de los mercados. En tercer lugar, se encuentra la capacitación; en el caso del emprendedor esta capacitación se traduce como el medio para acceder a las innovaciones, y en el caso del innovador, la capacitación se basa principalmente en una formal, hasta volverse expertos bien entrenados en su campo.

En cuarto lugar, se resalta el liderazgo como una capacidad muy importante del emprendedor para influir en su organización y lograr los objetivos que persigue, para el innovador su liderazgo está enfocado en crear dirección, alineación y compromiso en torno a la innovación, en otras palabras en la creación de una cultura de innovación. En quinto lugar, se presenta el riesgo siendo esta una característica que los define muy bien a ambos, para el emprendedor ¿qué tanto está dispuesto a arriesgarse para cumplir sus objetivos? por su parte, el innovador toma riesgos inminentes, al invertir en su idea, al invertir tiempo, al invertir esfuerzo, sin saber cuánto tiempo se tardará en cristalizar su idea en una innovación, es decir, no se puede concebir a un innovador sin esta característica.

En sexto lugar, el emprendedor usa la “creatividad” para identificar oportunidades de negocio y presenta un perfil económico-administrativo, mientras que el innovador usa la “inteligencia creativa” como elemento principal, ya que estudios demuestran que utiliza los dos lados del cerebro; cuenta con un grado más alto de conocimiento técnico y/o especialización, conocido como el “*know-how*” para llevar la idea imaginada o creada a la consolidación de un producto exitosamente posicionado en el mercado y aparte esta creatividad se

aplica mayormente para la resolución de problemas, ya que durante su proceso el deberá no sólo detectar una oportunidad sino afinarla de tal modo, que nada interrumpa su proceso, buscando alternativas para convertir la idea innovadora en algo innovador.

Finalmente, la última similitud se refiere a los valores los cuales están definidos por una dimensión cultural, en donde, para el emprendedor supone que existe una serie de un sistema de normas y valores, donde los integrantes de una organización definen para establecer una convivencia sana, que se traduzca en la consecución de los objetivos, aunque para el caso del innovador, como hay muchas cosas importantes en juego, aquí los valores que se consideran más importantes son los valores éticos que posibiliten la convivencia armónica y faciliten el desarrollo de las personas, y por su parte, la responsabilidad social traducida con la forma de enfrentar los desafíos de cuantificar el impacto de sus actividades, es decir, la influencia de la innovación sobre el medio ambiente y el entorno social.

Después de conocer las similitudes que comparten el emprendedor y el innovador, es preciso conocer también el otro lado de la moneda, es decir, en qué no se parecen, (véase Tabla 9). Cabe mencionar, que existen ocho características que difieren entre el ser emprendedor y el ser innovador.

En el caso de las características del emprendedor dentro de la dimensión psicológica se pueden mencionar: la autonomía, la necesidad de logro, control interno, optimismo, autoeficacia y la proactividad; y en la dimensión socio-cultural la infancia y los antecedentes familiares como emprendedor. Cabe mencionar, que todas las características psicológicas se refieren a su manera de actuar del emprendedor y las características socio-culturales indican de alguna forma que los motivó a emprender.

Pero en el caso del innovador es distinto, ya que ostenta de igual forma ocho características que se ubican dentro de la dimensión psicológica que son: perseverancia, crisis o fracaso, ver más allá, capacidad para asociar, preguntar, observar, experimentar y crear redes. Sin embargo, contar con estas características exige mayores conocimientos, habilidades y destrezas que las que posee el emprendedor, ya que el innovador, como gestor activo, interactúa con un sinnúmero de personas e instituciones que están desvinculadas a la empresa que de alguna forma coadyuvarán para que la innovación pueda concretarse, es decir, no sólo requiere de su propio esfuerzo sino de toda una red de personas para patentar finalmente su innovación.

Finalmente, tras haber analizado las similitudes y diferencias entre el emprendedor y el innovador, es necesario puntualizar las características que de manera general, están presentes tanto en el emprendedor, como en el innovador, las cuáles son: dentro de la dimensión demográfica se mencionan las siguientes: nivel alto de estudios, experiencia como gestor y capacitación técnica; en la dimensión psicológica se encuentran: el liderazgo innovador, la toma de riesgos y la inteligencia creativa y, finalmente en la dimensión socio-cultural el sistema de normas y valores (Tabla 10).

Tabla 10. El perfil del emprendedor innovador

<b>Perfil del emprendedor innovador</b>	
<i>Dimensión</i>	<b>Características</b>
<i>Demográfica</i>	Nivel alto de estudios
	Experiencia como gestor.
	Capacitación técnica.
<i>Psicológica</i>	Liderazgo innovador.
	Toma de riesgos.
	Inteligencia creativa.
<i>Socio-cultural</i>	Sistema de normas y valores.

Fuente: Elaboración propia.

Es necesario aclarar, que estas características forman parte de la revisión de los resultados en artículos especializados, que no precisamente corresponden a un solo sector, o a un solo país en concreto, sino que fueron las características más resaltantes dentro de varios estudios relacionados con el emprendedor y el innovador.

## **9.2 El perfil del emprendedor innovador en otros países**

A lo largo y ancho del mundo, existen diferentes concepciones sobre los rasgos o características que integran el perfil del emprendedor innovador. Por lo cual, resulta de gran utilidad analizar los resultados de tres estudios de perfiles: el perfil del emprendedor innovador mexicano (Dosal *et al.*, 2008), el perfil del emprendedor innovador estadounidense (March 2002) y el perfil del

emprendedor innovador colombiano (Lanzas et al. 2009), los cuáles se desarrollan en contextos distintos y bajo concepciones distintas, por lo que debería arrojar importante información sobre este binomio (Ver Tabla 11).

Tabla 11. El Perfil del emprendedor innovador en diversos países

<b>México</b>	<b>Estados Unidos</b>	<b>Colombia</b>
<b>Nivel socioeconómico alto</b>	Búsqueda de oportunidad de mercado	Estilo de trabajo/gestión
<b>El 94% cuenta con título universitario</b>	Poseer una formación académica de carácter técnico	Alta motivación de logro:
<b>Experiencia en el sector privado y gobierno</b>	Poseer experiencia positiva previa como emprendedor	Autovaloración positiva de las propias capacidades
<b>Existe vinculación con centros de investigación y universidades</b>	Preferencia por trabajar como gestor	Capacidad de liderazgo
<b>Toma riesgos</b>		Control percibido/asunción de riesgos

Fuente: Elaboración propia en base a Dosal *et al.* 2008, March 2002 y Lanzas *et al.* 2009.

Para el caso de México, pareciera que las características del emprendedor innovador son resultado de la percepción que el sistema económico tiene sobre la innovación, es decir, que al hablar de innovación se refiere a un status socio-económico alto, ya que los emprendedores innovadores se caracterizan porque

pertenecen a familias adineradas, debido a que sus padres cuentan con estudios de nivel superior concluidos en forma satisfactoria, por lo tanto, ellos cuentan con un título universitario y con estudios más elevados, utilizan de sus propios recursos, fruto de su trabajo en una empresa privada o de gobierno, o bien, son apoyados por sus familiares y/o amigos más cercanos para poner en marcha su empresa. Y una de las características que sobresalen en el estudio de Dosál *et al.* (2008), es que son individuos que saben tomar riesgos aún ante un panorama económico incierto.

Para el caso concreto del perfil del emprendedor innovador estadounidense, se observa claramente que tiene una visión clara, una formación técnica y la experiencia necesaria, lo cual marca la pauta para tener un amplio conocimiento del mercado y finalmente, sabe que si utiliza su capacidad de gestión, puede aprovechar mejor las oportunidades que se le presenten en mercados altamente exigentes. Un dato de llamar la atención, es que la toma de riesgos no aparece en este perfil, lo cual podría explicarse debido a que este país es concebido como de primer mundo, donde ni la información ni los recursos resultan ser una limitante para dirigir en forma efectiva una empresa.

Finalmente, en el caso Colombia, sucede algo parecido que con el perfil del emprendedor innovador de Estados Unidos, existe algo que lo motiva y está seguro de que puede lograr lo que se proponga, presenta un estilo de trabajo enfocado en la gestión, y es diferente porque este presenta una capacidad de liderazgo que será la característica que le ayude a impregnar a todos los miembros de la organización de una visión clara hacia la innovación, para que de esta forma le sea más fácil la creación de una cultura innovadora. Finalmente, dentro de su perfil también se encuentra la toma de riesgos, de igual forma que en México, lo cual pudiera explicarse porque son países que se encuentran en

desarrollo, llevando implícito el riesgo para la creación de empresas innovadoras exitosas.

Como conclusión, en México todo pareciera indicar que la persona que quiera convertirse en un emprendedor innovador necesita tener un *status quo* alto ya tendrá que invertir recursos propios para crear una empresa innovadora, ya sea porque no encuentra un financiamiento que lo soporte, o bien, porque no cuenta con la experiencia como gestor para conseguir sus recursos, o ya bien, pudiera deberse a factores externos lo cual hace un poco más complicado el perfil de este sujeto debido a la escasa información que existe en torno al tema.

Sin embargo, en Colombia se muestra un perfil del emprendedor innovador un poco más maduro, es decir, que cuenta con las características claves para dirigir una empresa innovadora, pero que indudablemente también va acompañado de riesgos. Finalmente, en el caso de Estados Unidos, el emprendedor innovador está basado en conocimiento técnico altamente especializado y en su capacidad de gestión, lo cual lo convierte en un perfil con mayores probabilidades de éxito.

### **9.3 El perfil del emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México**

Una vez determinado el perfil del emprendedor innovador de manera general, se procede a contrastar estas características con las características del emprendedor florícola que se encontraron en la matriz de relación entre las características del emprendedor florícola y la capacidad innovadora (Tabla 6), para saber si existe realmente la figura del emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México (Ver Tabla 12), en base a las características que presenta.

Tabla 12. El Perfil del emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México

***Perfil del emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México***

<b><i>Dimensión</i></b>	<b><i>Características que integran el perfil del emprendedor innovador (Tabla 10)</i></b>	<b><i>Características identificadas en la matriz de relación entre las características del emprendedor florícola y la capacidad innovadora (Tabla 6)</i></b>
<b><i>Demográfica</i></b>	Nivel alto de estudios	
	Experiencia como gestor.	
	Capacitación técnica.	
<b><i>Psicológica</i></b>	Liderazgo innovador.	
	Toma de riesgos.	X
	Inteligencia creativa.	
<b><i>Socio-cultural</i></b>	Sistema de normas y valores.	X

Fuente: Elaboración propia.

Es muy importante resaltar, que de las siete características que distinguen a este sujeto de manera general, el emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México presenta únicamente dos de ellas, es decir, presenta un perfil muy bajo o en un estado incipiente de desarrollo. En lo que respecta a la dimensión demográfica no presentó ninguna característica, pero en la dimensión psicológica y socio-cultural, se identificaron dos características muy importantes: la capacidad para tomar riesgos y presenta algunos de los valores que integran el sistema de normas y valores.

Ahora bien, ya se tiene claro cuáles son las características que presenta el emprendedor innovador dentro de la floricultura y con cuáles no cuenta. Por lo tanto, es necesario explicar la importancia de la presencia de las características que ostenta para potencializar las innovaciones dentro de las empresas florícolas del Estado de México.

En la floricultura del Estado de México, si se habla de que los emprendedores innovadores tienen la capacidad de tomar riesgos, esto supone una característica esencial, ya que la actividad florícola conlleva una serie de riesgos desde sus inicios, pero el más importante es el riesgo financiero, porque la producción requiere de inversión de capital antes, durante y después de la cosecha, así como para los momentos en que se tienen que resolver problemas.

En un primer lugar, el emprendedor se arriesga al adquirir el material vegetativo (esquejes, bulbos, rizomas, etc.) procedente de otros países, como Holanda, Chile, Colombia, Estados Unidos, entre otros, y que muchas veces son plantas que al entrar en contacto con el suelo, no pueden desarrollarse al ciento por ciento como en su país de origen, lo que origina que al final no se obtenga la calidad por la que se cree que se paga al momento de la compra.

Sin embargo, no existe otra opción en México que la importación del material vegetativo para la producción de flores y follajes, ya que en México no se hace uso de la biotecnología para la creación de nuevas variedades de flores, lo que significa costos variables elevados para las empresas florícolas porque éstos dependen de la fluctuación de los precios de las flores a nivel mundial y de las tendencias en base a los gustos de los consumidores.

A pesar de su alta biodiversidad florícola, México no tiene materiales patentados en el mercado internacional, principalmente por dos razones: 1) existe una

escasa vinculación entre los centros de investigación y los productores y, 2) el mercado de la flor está fuertemente influenciado por la moda y es necesario un abastecimiento constante de nuevas variedades, para lo cual no tienen capacidad las empresas mexicanas (Massieu 2001). En segundo lugar, el riesgo se hace presente durante la etapa de producción, donde se pueden presentar una serie de problemáticas como puede ser la pérdida de plantas durante la fase de adaptación o crecimiento, debido a algún problema fitosanitario o bien, de desnutrición, o de baja o mala fertilización, etc., lo cual finalmente al momento de la cosecha se traduce en baja calidad y en pérdidas económicas.

En tercer lugar, el riesgo que corre el emprendedor es al momento de vender el producto, ya que en muchas ocasiones al llegar al mercado local los precios se encuentran muy por debajo de lo esperado y se pierde aún más. Sin embargo, se especula que es por cuestiones de una sobre oferta, pero hasta el día de hoy se desconoce la verdadera causa. Es importante resaltar, que en algunos casos, el emprendedor no logra recuperar ni el costo de la planta, la inversión realizada no retorna, y por lo consiguiente no hay utilidad, el tiempo dedicado al cultivo se traduce en dinero y tiempo perdido. Otro riesgo muy peligroso que se presenta en la floricultura en el Estado de México, es la aplicación de productos químicos durante toda la etapa del cultivo, ya que supone un fuerte riesgo para la salud los que se dedican a la aplicación de dichos productos.

Sin embargo, hay que destacar que en la dimensión socio-cultural, el hecho de que el emprendedor presente valores como: la colaboración, el trabajo en equipo, una comunicación abierta, la consciencia sobre el cuidado del medio ambiente y la salud humana, son valores que promueven las relaciones de empatía y confianza dentro de los miembros de la organización, lo cual es bueno para poder implantar más adelante una cultura innovadora, debido a que todos los miembros se sienten cómodos para expresar y aportar ideas.

#### **9.4 Los retos del EI en la floricultura del siglo XXI**

El emprendedor innovador que se encuentra inmerso en la floricultura del Estado de México presenta un perfil en construcción, lo cual significa que se tiene que enfocar en el desarrollo de nuevas habilidades que le permitan complementar su perfil para que un futuro no muy lejano se pueda hablar realmente de un emprendedor innovador, para que pueda romper con la forma tradicional de hacer las cosas y comenzar una nueva etapa de desarrollo en la actividad florícola, ya que el cambio tecnológico actual sugiere que la dinámica innovadora dependa menos de los recursos disponibles y más de los procesos de aprendizaje, los cuales tienen un carácter acumulativo, sistemático y cultural, en donde el conocimiento tácito desempeña un papel importante.

Por lo tanto, algunos retos que tiene que enfrentar el emprendedor innovador en el siglo XXI son los siguientes:

- Elevar su nivel de estudios, de ser posible contar mínimo con un título de Ingeniero en Floricultura o carreras afines y con miras a conseguir un grado más.
- Diseñar un esquema de capacitación constante y formal, en áreas como alta dirección, gestión administrativa, computación, biotecnología, producción orgánica, tecnologías de producción (enfocada a flores), control de calidad, mercadotecnia online, exportación, logística y certificación agroambiental.
- Promover una cultura de liderazgo e innovación dentro de las empresas y construir habilidades empresariales, de empoderamiento, de visión de

futuro para entender que la manera de integrarse efectivamente a los mercados internacionales.

- Elevar su red de contactos, es decir, vincularse más con instituciones de gobierno que ofrecen apoyos relacionados con la floricultura, con instituciones bancarias y/o de financiamiento, con centros de investigación y con las universidades.

## X. DISCUSIÓN

Con base en los resultados obtenidos, se encontró que existen algunas características de los emprendedores en la floricultura del Estado de México que se encuentran asociadas a la innovación y ayudan a definir al emprendedor innovador en la floricultura, las cuáles podrían desempeñar un rol importante y significativo, no sólo por el hecho de que son los individuos los que crean el conocimiento y las innovaciones, sino porque ayudan a conocer cuáles características están ausentes en su perfil y por lo tanto, se puede promover el desarrollo de nuevas habilidades y capacidades con miras a la inserción de una cultura de innovación que permita crear un ambiente propicio para la generación de innovaciones en las empresas.

De acuerdo con la hipótesis planteada al inicio de la investigación donde se afirmaba que el perfil del emprendedor innovador de la floricultura del Estado de México presentaría características de tipo demográfico, psicológico y socio-culturales, no puede ser aceptada en un cien por ciento, debido a que no presentó ninguna característica dentro de la dimensión demográfica, pero si presenta una característica en cada una de las dos dimensiones restantes.

Es importante resaltar, en la floricultura del Estado de México, un emprendedor innovador presenta el nivel de riesgo como una característica en su perfil, lo cual coincide con lo reportado por Auletta y Puente (2010), las cuáles afirman que es una habilidad que siempre va acompañada de una actitud emprendedora. Por su parte, Jaramillo *et al.* (2012), afirma que el productor pequeño del medio rural es un innovador, toda vez que cotidianamente enfrenta el riesgo de sus procesos de producción de alimentos.

Otra característica presente en el perfil del emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México, es que cuenta con un sistema de normas y valores establecidos, lo cual resulta ser un factor positivo para crear un ambiente propicio para las innovaciones. Lo cual coincide con lo que argumenta Etkin (1993), al definir los valores como criterios que guían los comportamientos de las personas en forma individual o como integrantes de grupos, organizaciones y comunidades mayores. También, coincide con lo reportado por Gámez y Abreu (2007), en donde los emprendedores indican que los valores que son importantes para su empresa son: la responsabilidad, el liderazgo, la libertad y señalaron a la perseverancia como el valor más importante.

Cabe mencionar, que los resultados obtenidos en la presente investigación no pueden aplicarse en otros sectores o contextos, debido a que las características de los emprendedores innovadores difieren de un país a otro, de una región a otra, de un individuo a otro, y de una actividad a otra.

Finalmente es de vital importancia, realizar estudios futuros en la floricultura enfocados a los factores que obstaculizan y motivan a los emprendedores a contar un nivel de estudios mayor, si se relacionan con aspectos demográficos, psicológicos o socio-culturales, ya que si el conocimiento es generado por los individuos y el emprendedor no cuenta con los conocimientos necesarios, esta situación los imposibilita para introducir innovaciones en sus organizaciones.

## **XI. CONCLUSIÓN**

Hoy en día, en la floricultura mexicana la dirección del personal tiene una relevancia crítica en el desarrollo de una cultura de innovación, al permitir la motivación y la creación de innovaciones. Por tanto, la gestión de una cultura de innovación a lo largo del tiempo implica fundamentalmente una adecuada dirección del personal y del trabajo en equipo. Aunque ambos pilares deben enfocarse siempre hacia la creación de un lugar de encuentro y expresión de las personas, para posibilitar la generación e impulso de ideas y cambios encaminados a la mejora de la eficiencia y eficacia (Souto 2015).

Muchas veces se desea incrementar la capacidad innovadora, pero no se sabe cuáles son las pautas de comportamientos que permiten activarla y de qué manera hacerlas progresar. Una de ellas es sin duda actuar sobre los perfiles y competencias personales de cara a la innovación, en donde, la formación y sobre todo el desarrollo de capacidades innovadoras en las personas de la organización son elementos básicos.

Sin embargo, esta responsabilidad recae en la figura del emprendedor, ya que las empresas no innovan por accidente, sino gracias a una adecuada orientación de todos sus empleados hacia ese fin. Es por eso que, el emprendedor innovador debe poseer un perfil ambicioso en el sentido de que le permita tener una visión clara de la empresa encaminada hacia la innovación, ya que es ampliamente aceptado que el capital humano es la principal fuente creadora de ideas y de cosas nuevas.

En el caso muy particular, de la floricultura en el Estado de México, no se puede afirmar que existe un perfil del emprendedor innovador con todas las características esenciales, debido a que se encontraron características más enfocadas al ser emprendedor. No obstante, se puede afirmar que el perfil del

emprendedor innovador en la floricultura del Estado de México se encuentra en un estado incipiente. No obstante, hay que resaltar que la perseverancia de los emprendedores innovadores nacientes permite la permanencia de esta noble actividad, y el hecho de que se fracase durante algún ciclo de cultivo no significa que se fracasará en el siguiente, porque si damos una mirada a las empresas innovadoras exitosas se puede ver claramente que tanto la perseverancia, como el fracaso con el tiempo se traducen en el éxito. Sin embargo, es necesario que el emprendedor persiga en todo momento la innovación como un estilo de vida.

Finalmente, la contribución de cada uno de los emprendedores es construir conocimiento nuevo y concebirlo no solo como un instrumento para explicar y comprender la realidad, sino también como un motor de desarrollo y un dinamizador del cambio social y económico. Por lo tanto, si la floricultura precisa de un mayor número de emprendedores innovadores, entonces será necesario incidir sobre estas variables que componen el perfil del Emprendedor Innovador florícola.

## XII. BIBLIOGRAFÍA

2000Agro (2016) Destacan potencial de la floricultura. Revista Industrial del Campo. [www.2000agro.com.mx/floricultura/destacan-potencial-de-la-floricultura](http://www.2000agro.com.mx/floricultura/destacan-potencial-de-la-floricultura). Fecha de consulta: 15 de Febrero de 2016.

Acosta, PJC (2012) Liderazgo y Emprendimiento Innovador en nuevas empresas de base tecnológica: Un estudio de casos basado en un enfoque de gestión del conocimiento. 1(1):5-13.

Acs, ZJ Armington, C (2006) Entrepreneurship, Geography, and American Economic Growth. Administrative Science Quarterly. 52(1): 156-157.

Alcaraz, RF (2006) El emprendedor de éxito. McGraw-Hill. 5ta. Edición. México. 319pp.

Alonso, LE Fernández, C (2013) Los discursos del presente. Un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos. Editorial Siglo XXI de España. Madrid. 320 pp.

Alonso, C Fracchia, E (2011) El emprendedor Schumpeteriano: Aportes a la Teoría Económica Moderna. Revista de Administración, Finanzas y Economía 5(1):1-22.

Álvarez, HCF Acevedo, AJ Hernández, CC Piedrahita, AS (2007) Gestión y certificación agroambiental: camino a la sustentabilidad de la floricultura. Producción + Limpia. 2(1):67-90.

Amorós, JE (2011) El Proyecto Global Entrepreneurship Mnotiro (GEM): Una aproximación desde el contexto latinoamericano. Academia Revista Latinoamericana de Administración.46:1-15.

Araneda, GC Pedraja, RL Rodríguez, PE (2016) Innovación y empresas: un análisis de sus características a nivel regional. *Idesia (Arica)*. 34(1), 69-75.

Araujo, LAJ (2010) La cultura organizacional innovadora desde una perspectiva valorativa. *Visión General*. 9(2): 219-239.

Arellano, HA Lozga, RL (2006) Territorio, conocimiento y tecnología. *México UAM*. 12(36):115-118.

Ares, PA (2004) La conducta proactiva de los emprendedores. *Portularia* 4. 493-498.

Audretsch, DB Keilbach, MC Lehman, EE (2006) *Entrepreneurship and Economic Growth*. New York: Oxford University Press. 219 pp.

Auleta, N Puente, R (2010) ¿Qué hace a un emprendedor innovador?. *Debates IESA*. 15(2): 28-34.

Avil,a CGI (2009) Origen e Historia de la Floricultura en México. Periódico electrónico *Tiempo, Sociedad, Cultura y Tecnología*. <http://www.tiempouam.org/#!historia-de-la-floricultura/cm8>. Fecha de consulta: 12 de Febrero de 2012.

Bandura, A (1977) Self-Efficacy - Toward A Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review* 84(2):191-215.

Baughn, CC Cao, JSR Le, LTM Lim, VA Neupert, KE (2006): «Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and the Philippines». *Journal of Developmental Entrepreneurship*. 11(1):57-77.

Baumol, WJ Litan, RE Schramm, CJ (2007) *Good capitalism, bad capitalism, and the economics of growth and prosperity*. Yale University Press. New Haven. 321 pp.

Benz, M (2009) Entrepreneurship as a non-profit-seeking activity. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 5(1): 23-44.

Bornstein, D (2007) *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*. Updated Edition. Oxford University Press. New York 368 pp.

Brunet, AAI (2004) Teorías sobre la figura del emprendedor. *Revista de Sociología*. 73: 81-103.

Castro, DP (2003) *Burros, chayotes y machetes*. El Colegio Mexiquense A.C. México. 471 pp.

Chamorro, PT (2013) Las 5 características de los innovadores exitosos. <http://institutokennedycallan.blogspot.mx/2013/10/las-5-caracteristicas-de-los.html>. Fecha de consulta: 15 de Abril de 2016.

Cohen, R (1995) La docencia en la educación empresarial. En *Memorias del Primer Simposio Nacional sobre Educación Empresarial*. Santiago de Cali: ICESI. 52-65.

Cohen, WM y Levinthal, DA (1990): Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*. 35:128-152.

Corma, CF (2011) *Innovación, innovadores y empresa innovadora*. Editorial Díaz de Santos S.A. Madrid. 192 pp.

Cornejo, CM (2010) "Indicadores de Innovación: nuevas demandas". VIII Congreso Iberoamericano de Indicadores de Ciencia y Tecnología. Madrid. Centro de Investigaciones Energéticas, Medioambientales y Ecnológicas (CIEMAT) – Unidad de Investigación en Cultura Científica.

COTEC (2009) *Tecnología e innovación en España*. Fundación COTEC para la Innovación

Tecnológica. <http://www.osimga.gal/export/sites/osimga/gl/documentos/d/ogsi/d>

oc\_ext/ambito\_estatal/inform\_cotec\_espana\_2008.pdf. Fecha de consulta: 15 de Marzo 2015.

COTEC (2007) La persona protagonista de la innovación. Fundación COTEC para la Innovación Tecnológica. Madrid. 14pp.

Cromie, S (2000) Assessing entrepreneurial inclinations: Some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 9 (1): 7-30.

De Noble, AF Jung, D Ehrlich, SB (1999): «Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action». En P. Reynolds et al. (Eds.): *Frontiers of entrepreneurship research*. Babson College, MA: Babson Park, pp. 73-87.

Domínguez, RMC (2011) Asociaciones y redes de conocimiento: El caso de floricultores de Puebla. *Revista de Comercio Exterior Bancomext*. 61(2): 37-40

Drucker, PF (1985) *Innovation and Entrepreneurship*. Routledge. 368 pp.

Drucker, P (1994) *Gerencia para el futuro: el decenio de los 90 y más allá*. Norma.

Dutréni, G y Villavicencio, D (2007) *Globalización, acumulación de capacidades e innovación: Los desafíos para las empresas, localidades y países*. Fondo De Cultura Economica USA.

Dyer, JH Gregersen, HB Christensen, CM (2009) The innovator's DNA. *Harvard business review*. 87(12): 60-67.

Estrin, J.(2009): *Closing the innovation Gap*. Nueva York. McGrawHill. 272 pp.

Etkin, JR (1993) *La doble moral de las organizaciones. Los sistemas perversos y la corrupción institucionalizada*. España: McGraw-Hill Interamericana. 328 pp.

Fabre, F y Smith R (2003). Building the Entrepreneurial Culture of Mexico, México, NAFINSA [http://vfi.cgu.edu/download/Entrepreneurship%20in%20Mexico.pdf]. fecha de consulta: 25 de Agosto de 2013.

Fenner, J (1992) Las flores de la muerte. Ensayo sobre la floricultura mexicana. Ediciones GEA, A.C. México DF. pp.87.

Ferguson, J (1979) Historia de la economía. Fondo de Cultura Económica. México. 286 pp.

Florida, R (2002) La clase creativa. Editorial Espasa Libros S.L.U. 509 pp.

Gamez, F Abreu, JL (2007) Valores que un emprendedor debe ejercer al iniciar su empresa. Daena: International Journal of Good Conscience. 2(2) : 124-148.

García, VCA Jiménez, MEJ León, GSA Pérez, GJA (2009) La floricultura en México: Un reto a la exportación. Tesis. Insituto Politécnico Nacional. Tepepan, México. 204 pp.

García, CAM García, SMG (2007) Diferencias culturales y comportamiento emprendedor: Un análisis cross cultural intrapaís. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa. 16(4): 47-68.

GEM (2013) Monitor Global de la Actividad Emprendedora México 2013. 2014http://www.gemconsortium.org/docs/download/3368. Fecha de consulta: el 10 de diciembre de 2015.

GEM (2014) Strong perceptions of opportunities and capabilities, with a growing level of entrepreneurial activity. http://www.gemconsortium.org/country-profile/87. fecha de consulta: 23 de Febrero de 2015.

Gajón, GE García, GR Acosta, MA Mijares, VM (2014) Innovando la educación en México: factores internos que impactan al emprendimiento universitario. Global Conference on Business and Finance Proceeding. Vol. 9 No.1.

Gómez, OL (1994) El papel de la agricultura en el desarrollo de México. Desarrollo de la

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación de la Oficina. Regional para América Latina y el Caribe en Santiago de Chile. Proyecto FAO UTF/MEX/030/MEX. 1-52.

Gomora, JA Sánchez, MJC Pacheco, SVF Pavón, STB Adame, MS Barrientos, BB (2006) Integración de indicadores de desempeño ambiental para la producción florícola. [http://www.uaemex.mx/red\\_ambientales/docs/congresos/morelos/extenso/gd/eo/gdo-27.pdf](http://www.uaemex.mx/red_ambientales/docs/congresos/morelos/extenso/gd/eo/gdo-27.pdf). Fecha de consulta: 24 de Noviembre de 2013.

Gopalakrishnan, S y Damanpour, F (1994) Patterns of Generation and Adoption of Innovations in Organizations: Contingency Models of Innovations Atributes. Journal of Engineering and Technology Management.. 11: 96–116.

Goss, D (2005) «Schumpeter's Legacy? Interaction and Emotions in the Sociology of Entrepreneurship». Entrepreneurship Theory and Practice. 29 (2): 205-219.

Guns, B (1998) Faster learning. Executive Excellence pp. 7–8.

Hébert, R y Link, A (1988) The entrepreneur: mainstream views and radical critiques (2nd ed.). Praeger Publishers. New York. 196 pp.

Hofstede, G (2001) Culture's Consequences Comparing values, behaviours, institutions and organizations Across Nation. California Sage. 596 pp.

Horth, D Buchner, D (2009) Liderazgo en materia de innovación.Center for creative leadership. [www.ccl.org/leadership/pdf/research/InnovationLeadershipSpanish.pdf](http://www.ccl.org/leadership/pdf/research/InnovationLeadershipSpanish.pdf). Fecha de consulta: 25 de Febrero de 2016.

IMCO (2014) Los Emprendedores de TIC en México: Recomendaciones de política pública para su nacimiento, crecimiento y consolidación. [http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2014/05/20140507\\_Los\\_Emprendedores\\_de\\_TIC\\_en\\_Mexico.pdf](http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2014/05/20140507_Los_Emprendedores_de_TIC_en_Mexico.pdf). Fecha de consulta: 30 de Junio de 2015.

Kalantaridis, C (2004) Understanding the entrepreneur: An institutionalist perspective. Gower Publishing, Ltd.

Koh, HC (1996) Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*. 11(3): 12 - 25.

Kukoc, K Regan, D. (2008) Measuring Entrepreneurship. *Economic Roundup, Australian Treasury*. P.15.

Labarcés, BC (2015) Aspectos de Innovación Schumpeteriano: El emprendimiento, perfil del empresario en el contexto social.*Dictamen Libre*. 17 :73 - 80.

Lanzas, DAM Lanzas, DVE Lanzas, DFD (2009) Propuesta para medir el perfil de los emprendedores de base tecnológica. *Scientia*.

López, W Montilla, M Briceño, M (2007). Rasgos determinantes de las Aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de Contaduría Pública. *Actualidad Contable FACES*. 10(14): 81-94.

Lovio, R y Välikangas, L (2010) National Innovation System of Finland.*Wiley Encyclopedia of Management*.

Luthans, F Stajkovic, A Ibrayeva, E (2000): «Environmental and psychological challenges facing entrepreneurial development in transitional economics». *Journal of World Business*. 35(1):95-110.

March, CI (2002) El perfil del emprendedor innovador: Resultados de un estudio empírico en USA. Colección Directivos.<http://www.camaravalencia.com/colecciondirectivos/leerArticulo.asp?intArticulo=1595>. Fecha de consulta: 13 de Febrero de 2013.

Martinelli, A (2001) "Entrepreneurship," en Smelser, N. J. y Baltes, P. B., (Eds.) *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. Oxford. Pergamon. pp. 4545-4552.

Martsynovska, O (2011) *Global floriculture industry value chain*. Lund University. School of Economics and Management. 63 pp.

Marulanda, JA Correa, G Mejía, LF (2009) *Emprendimiento: visiones desde las teorías del comportamiento humano*. *Revista EAN*. 66: 153-168.

Massieu, TYC (2001) *La biotecnología en la Floricultura Mexicana: ¿Un potencial desperdiciado?*. *Biotecnología*. 6(1):1-5.

McClelland, DC (1961) *The Achieving society*. Princeton NJ, D. Van Nostrand & Co.

Miro, E Erez, M Naveh, E (2004) *Do personal characteristics and cultural values that promote innovation, quality, and efficiency compete or complement each other?*. *Journal of organizational behavior*. 25(2): 175-199.

Monroy, C (2013) *Conozca las características de los innovadores exitosos*. <http://www.innovacion.cl/2013/11/conozca-las-caracteristicas-de-los-innovadores-exitosos/>. Fecha de consulta: 27 de Mayo de 2015.

Nonaka, I (1994) A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization Science*, 5 (1): 14–37.

Nonaka, I Takeuchi, H (1995) *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press. USA. 257P.

Nonaka I, Takeuchi, H (1999) *La organización creadora de conocimiento*. México: Oxford University Press.

Nonaka, I (2003): *La empresa creadora de conocimiento*. Ediciones Deusto: Bilbao.

O'Reilly, C (1989) Corporations, Culture and Commitment: Motivation and Social Control in organizations. *California Management Review*. 31(4): 9–25.

Peralta, R (2014) 10 características claves de un innovador. *Innovación y emprendimiento*. <http://innovaciondisruptiva.blogspot.mx/2014/05/10-caracteristicas-claves-de-un.html>. Fecha de consulta: 24 de Mayo de 2016.

Pereira, F (2003) “Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano”. *Economía, Gestión y Desarrollo*. 1, (1):9-26.

Pérez, AGPM (2009) *Creatividad e innovación: Una destreza adquirible*. *Teoría Educativa* 2(1):179-198.

Pérez, LA (2010) el papel de la innovación en el desarrollo económico. ¿Inversión o gasto?. *Mediterráneo Económico*. 17:35-49."

Pérez, HMPM, Merrit TH (2008) *El emprendedor-innovador en México: análisis y perspectivas*. 1-25.

Pfeilstetter, R (2011) El emprendedor: Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto. *Gazeta de Antropología* 27(1): 1-11.

Richter, FJ y Teramoto, Y (1995) "Interpreneurship": A New Management Concept from Japan. In Management and International Review. (pp. 91-104). Gabler Verlag.

Rodríguez, RA (2009) Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pensamiento y Gestion. 26 :94-119.

Rohrmann, B (1997). Risk orientation questionnaire: Attitudes towards risk decisions (pre-test version). University of Melbourne.

Schein, E (1988) La cultura empresarial y EL liderazgo. Barcelona: Plaza & Janes. 336 pp.

Schramm, NJ Lawrence, P Sivesind, KH (2004) Management in Scandinavia. Edward Elgar.

Schumpeter, JA (1912) Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Duncker & Humblot. Leipzig.

Seibert, SE Kraimer, ML Crant, JM (2001) What do proactive people do? A longitudinal model linking proactive personality and career success. Personnel Psychology. 54 (4): 854-874.

Sepúlveda, JP Bonilla, CA (2011) The attitude toward the risk of entrepreneurial activity: Evidence from Chile Academia. Revista Latinoamericana de Administración. 46: 72-80

Skotnicka, I López, SJ López de Avila, MM Grond, N Rey, A (2013) Emprendedores Innovadores. Ebook emotools No.1.[http://www.emotools.com/static/upload/2013/02/05/eBook\\_Emprendedores\\_Innovadores\\_eMOTools.pdf](http://www.emotools.com/static/upload/2013/02/05/eBook_Emprendedores_Innovadores_eMOTools.pdf). Fecha de consulta. 02 de Abril de 2016.

Souto, JE (2010) Gestión de una Cultura de Innovación Basada en las Personas. Journal of Technology Management & Innovation. 10(3):60-65.

Subramaniam, M y Youndt, MA (2005) The Influence of Intellectual Capital on the Types of Innovative Capabilities. The Academy of Management Journal. 48(3): 450-463.

Vázquez, GLM Norman, MTH (1996) Crónicas de la evolución de la floricultura de México. Universidad Autónoma del Estado de México. 79 pp.

Vesga, A (2010) El perfil del emprendedor de éxito. Revista Emprendedores. Capítulo 52: 831-838.

Vidales, CP (2013) Un México de Emprendedores. Importancia de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación. Ponencia IMEF 2013. <http://imef.org.mx/PONENCIAIMEF2013/pdf/Capitulo4.pdf>. Fecha de consulta: 16 de diciembre de 2014.

Vila, J (2008) Cultura innovadora: valores, principios y prácticas de primeros ejecutivos en empresas altamente innovadoras. BBVA. [https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/static/pdf/19\\_VILA\\_ESP.pdf](https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/static/pdf/19_VILA_ESP.pdf). Fecha de consulta: 27 de Enero de 2016.

Zuluaga, JC (2010) Emprendimiento e Historia Empresarial. Apuntes para un diálogo interdisciplinario en América Latina. In Congreso Latinoamericano de Historia Económica. Sesión II: 1-32.