

margen N° 88 - marzo 2018

Discursos en torno a la lucidez organizacional en las alianzas estratégicas y las redes de conocimiento entre mipymes caficultoras del centro de México

Por Gregorio Elizarraráz Guarneros, Héctor Daniel Molina Ruíz, María Luisa Quintero Soto, Rigoberto Sánchez Rosales, Cruz García Lirios

Gregorio Elizarraráz Guarneros. Maestrante en Sistemas Políticos Complejos, Profesor de asignatura, CEPS, Cuernavaca, México.

Héctor Daniel Molina Ruíz. HD. Investigador Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México.

María Luisa Quintero Soto. Doctora en Ciencia Política, Universidad Iberoamericana. Profesora de Tiempo Completo, Universidad Autónoma del Estado de México. Adscrita al Sistema Nacional de Investigadores, nivel 1.

Rigoberto Sánchez Rosales. Doctor en Administración. Profesor, UAEMEX-UAP, Huehuetoca, México

Cruz García Lirios. Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) · Unidad Académica Profesional Huehuetoca, México

Introducción

El presente artículo se inscribe en la disciplina de Trabajo Social, área de estudios locales, pero incluye conceptos provenientes de la psicología organizacional como es el caso de liderazgo, emprendimiento e innovación, conceptos de la sociología del trabajo como es el caso de la *habitus*, conceptos de los estudios organizacionales como es el caso de clima de relaciones, apoyos, tareas, innovaciones y relaciones, así como conceptos de la economía laboral como es el caso de alianzas estratégicas y redes de conocimiento.

De este modo, el objetivo del presente trabajo es interpretar los discursos en torno a la lucidez, indicada por la formación de alianzas estratégicas y redes de conocimiento, principalmente observados en el clima de relaciones, apoyos, tareas e innovaciones que por su grado de significancia develan una estructura de comunicación y motivación vertical y unidireccional que orienta las ventajas competitivas de las mipymes caficultoras del centro de México.

De este modo, la lucidez organizacional es entendida desde la psicología organizacional como un rasgo del liderazgo autocrático, una cultura adocrática y un clima de relaciones emocionales predominante sobre el clima de innovaciones, apoyos y tareas.

Empero, la psicología organizacional reduce su observación a las mipymes sin considerar su interrelación con el entorno, las demás y los recursos disponibles. Por consiguiente, la visión de la sociología del trabajo es útil al plantear que las organizaciones desarrollan *habitus* o disposiciones a la colaboración, el emprendimiento, la innovación o la satisfacción, pero en el caso de la lucidez organizacional esta va más allá de los atributos y rasgos personales de un líder o de los grupos con los que interactúa. Más bien es el sistema organizacional el que complementa esos rasgos comunicativos y motivacionales del líder autocrático.

Los estudios organizacionales han avanzado al respecto al proponer que los climas de relaciones son resultado de las alianzas estratégicas entre las mipymes y que al formar redes de conocimiento con instituciones públicas generan un entorno favorable a sus intereses, el cual se traduce en su ventaja competitiva más significativa.

De este modo es que la lucidez, desde la óptica de los estudios organizacionales es observable en el tipo de clima laboral y sus efectos en las disposiciones de los líderes y seguidores, pero desde la perspectiva de la economía laboral, las alianzas estratégicas y las redes de conocimiento son parte de un engranaje superior en el que el mercado parece estructurarse de tal manera que obliga a las organizaciones a aliarse con instituciones y a los líderes a colaborar con los grupos de empleados.

Por consiguiente, desde el Trabajo Social, la lucidez es entendida como el proceso organizacional en el que se alcanza una estabilidad, balance y madurez emocional por parte de líderes y seguidores ante los desafíos y las oportunidades, es el objeto de investigación del presente trabajo.

José Saramago ha escrito un *Ensayo sobre la Lucidez* que describe el dilema de servir a la organización o conducirse de acuerdo a ciertos principios éticos. Sucede que, en una ciudad de Portugal, la gente ha asistido a votar, pero no lo ha hecho por algún candidato de los tres partidos (derecha, centro e izquierda). Frente a este problema de legitimidad, las autoridades, organizan un atentado y después deciden poner en estado de sitio a la ciudad hasta que las personas reconozcan o denuncien a los autores intelectuales del voto en blanco. Durante muchos días las personas conviven minimizando las acciones represivas del estado. Mientras tanto, el primer ministro junto con sus secretarios de defensa, de cultura y del interior discuten y planifican los mecanismos para que la gente cambie su actitud y acciones hacia el sistema democrático que el Estado práctica. Después de mucho tiempo, una carta llega a la oficina de un asistente del primer ministro, éste se asegura de que no se difunda su contenido y ordena al ministro del interior que esclarezca su contenido, éste asigna el caso a un comisario y dos ayudantes.

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

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

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

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

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

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

Por consiguiente, se necesita ser ingenuo para tener una lucidez organizacional.

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

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

En tal sentido es que la lucidez organizacional estaría vinculada a la gestión producción y transferencia del conocimiento ya que la formación de alianzas estratégicas entre las mipymes supone el establecimiento de liderazgos transformacional, con una comunicación asertiva y una motivación bidireccional (véase Tabla 1).

Tabla 1. Formación de alianzas estratégicas y redes de conocimiento

<i>Objetivos</i>	<i>Tareas</i>	<i>Metas</i>
<i>Satisfacción del cliente</i>	Acuerdos de distribución, proposición de alineamiento, cooperación de marcas	Expansión del mercado, presencia y capacidad local-global, líneas de contacto y puntos de ventas, referencia mutua, relevancia de la marca
<i>Desarrollo de producto / servicio</i>	Proyecto conjunto, licencia de tecnología	Uso de capacidad y tecnología externa
<i>Creación de ventajas competitivas</i>	Inversión compartida, uso recíproco de staff, riesgos de suministro	Economía de escala, experiencia y beneficios externos

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, la lucidez en torno a la gestión, producción y transferencia del conocimiento supone indicadores observables en el nivel de clima laboral. Es el caso de las relaciones que se superponen a los apoyos, las tareas y las innovaciones siempre que el liderazgo sea autocrático como es el caso de la lucidez.

Teorías de la lucidez para las alianzas estratégicas y las redes de conocimiento

El marco teórico y conceptual en el que se explica la lucidez organizacional es el de la cultura laboral, la cual incluye cuatro dimensiones: 1) colaborativa, 2) jerárquica, 3) adhocrática y 4) mercadocática.

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

La cultura laboral jerárquica enfocada en la seguridad, pero no en el sentido de producción sino,

en la reducción de la incertidumbre que resulta de un desbalance entre demandas externas y recursos internos. La lucidez, en la jerarquía de decisiones, supone capacidades: habilidades y conocimientos orientados a la diferenciación entre líderes y seguidores (García et al., 2012).

La cultura laboral adhocrática resalta la creatividad de líderes y talentos, enalteciendo la comunicación y la motivación bidireccional, así como la horizontalidad en la toma de decisiones. Ello supone una participación sistemática de los grupos colaborativos dedicados a la producción del conocimiento, pero también implica un alto grado de compromiso que no siempre distingue a los equipos (García, 2010).

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

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

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

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

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

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

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

En el ámbito de las alianzas estratégicas, la lucidez organizacional supondría una gestión y administración de las demandas del mercado que al sobrepasar los recursos de la organización inducen a éstas a establecer alianzas estratégicas de cooperación a fin de poder incrementar las capacidades de mipymes con el apoyo de transnacionales, o bien, desarrollar estrategias competitivas a través de la transferencia de tecnología y la implementación de la calidad de los procesos y los productos. De este modo, las mipymes sobreviven al proceso de selección y se suman al efecto multiplicador de inversiones, transferencias y procedimientos.

Antes bien, la gestión de conocimiento materializada en alianzas estratégicas supone la producción y la transferencia de conocimientos para los cuales la formación de redes es el

instrumento por excelencia que, a partir del advenimiento de las tecnologías de información y comunicación (TIC's), la competitividad y el establecimiento de un clima relaciones emerge la sistematización de recursos internos como externos con la finalidad de establecer un cambio organizacional orientado al desarrollo de procesos y productos, así como a la implementación de criterios y protocolos de calidad. En el caso de la adopción de tecnología supone una transferencia de habilidades y conocimientos que se pueden establecer entre los institutos y las mipymes con el concurso del gobierno local o federal, principal promotor y auspiciador de ferias de inversión o fomento emprendedor, así como de formación, prácticas y empleo

En el marco de las TIC's, las organizaciones establecieron alianzas estratégicas y redes de conocimiento con la finalidad de potencializar su capital humano, intelectual e innovador. La prevalencia del clima de relaciones y el clima de innovación con respecto al clima de tareas y el clima de apoyos propició la creación de conocimientos y valores agregados a los productos y los procesos organizacionales, incrementando su calidad diversidad y complejidad. En ese sentido, la difusión de innovaciones no sólo determina el consumo, sino además el establecimiento de sectores tales como: innovadores, seguidores, precoces, tardíos y rezagados.

Estudios organizacionales que implican a la lucidez

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

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

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

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

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

Aguilar et al., (2013) establecieron cuatro factores relativos al crecimiento de las mipymes: capacidad de producción (alfa de 0,912, conocimiento del mercado (alfa de 0,825), diferenciación del producto (alfa de 0,742) y logística (alfa de 0,864). Sin embargo, las mipymes tendrían su

principal factor multiplicador en la difusión de sus productos y servicios en protocolos digitales como Facebook. En otro estudio, el 60% de las mipymes no han establecido un organigrama de dirección, producción y control de calidad, pero es la percepción del cliente el que determina la compra de productos y la requisición de servicios de las mipymes (Rojas, Rincón y Mesa, 2014).

Es así como la lucidez organizacional antecede a las alianzas estratégicas y éstas determinan la formación de redes de conocimiento, indicadas por la prevalencia del clima de relaciones sobre el clima de tareas, apoyos e innovaciones. Se trata de un modelo de gestión, producción y transferencia del conocimiento enfocado en la representación de los ejes y las trayectorias de las variables esgrimidas en la revisión de la literatura.

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

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

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

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

El eje que va de la empatía a los demás nodos refleja un tipo de organización centrada en el clima de relaciones más que en los climas de metas, apoyos o innovaciones. Se trata de un escenario en donde la lucidez consiste en la comunicación y la motivación necesarias para llevar a cabo las tareas que correspondan a los objetivos y permitan alcanzar las metas.

Formulación: ¿Cuáles son los significados de las alianzas estratégicas, redes de conocimiento y clima de innovación en microempresarios de una localidad caficultora del centro de México?

Hipótesis de simplicidad: Los marcos teóricos y empíricos revisados en la literatura al considerar que las alianzas estratégicas y la formación de redes de conocimiento están soportadas por climas laborales centrados en las relaciones más que en los apoyos, las tareas o las innovaciones, otorgan un significado específico al fenómeno de estudio en virtud de que se trata de disposiciones heredadas y aprendidas en la interrelación entre los grupos con una misión y visión compartida como es el caso de la venta y consumo del café.

Hipótesis de complejidad: No obstante que las teorías han avanzado en la comprensión del fenómeno de la gestión, producción y transferencia del conocimiento desde la influencia del líder, así como desde los seguidores, la especificidad del fenómeno en un contexto local supone otro tipo de climas de relaciones centrados en la incidencia del capital semilla de migrantes respecto a las mipymes dedicadas a la caficultura.

Método

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

Posteriormente, se realizó un estudio no experimental, exploratorio, transversal y cualitativo. Se llevó a cabo un muestreo no probabilístico con una selección intencional de cuatro emprendedores informantes, considerando su experiencia en alianzas estratégicas, redes de conocimiento y clima de innovación (véase Tabla 2).

Tabla 2. Descriptivos de la muestra

<i>Emprendedor</i>	<i>Sexo</i>	<i>Edad</i>	<i>Escolaridad</i>	<i>Esta-tus</i>	<i>Funda-ción</i>	<i>Alian-zas</i>	<i>Colabora-ciones</i>	<i>Innova-ciones</i>
<i>Aspirante</i>	Feme-nino	27	Licenciatura	Soltera	2014	1	1	0
<i>Micro</i>	Feme-nino	33	Licenciatura	Soltera	2010	2	3	0
<i>Pequeño</i>	Mascu-lino	41	Licenciatura	Casado	2009	4	5	0
<i>Mediano</i>	Mascu-lino	52	Licenciatura	Casado	2006	6	7	1

Fuente: Elaborada con los datos del estudio

Se elaboró una guía de entrevista considerando las categorías de alianzas estratégicas, redes de conocimiento y clima de innovación. Se incluyeron las preguntas: ¿Cuál es el año de inicio de su organización? ¿Cuáles han sido los objetivos, las tareas y las metas de su organización en los últimos tres años? ¿Cuáles han sido las alianzas estratégicas de su organización en los últimos tres años? ¿Cómo han sido los tipos de colaboración de su organización en los últimos tres años? ¿Cuáles y cómo han sido los procesos y/o los productos novedosos que su organización a llevado a cabo en los últimos tres años?

Las entrevistas se llevaron a cabo en una feria de emprendimiento, previa garantía de confidencialidad y anonimato por escrito, así como advertencia de que los resultados del estudio no afectarían su estatus económico de los respondientes. La información se procesó en el paquete de análisis de datos cualitativos (QDA por su acrónimo en inglés versión 4,0). Se elaboraron matrices de análisis de discursos y redes de extractos discursivos con la finalidad de interpretar los significados de las respuestas a las preguntas.

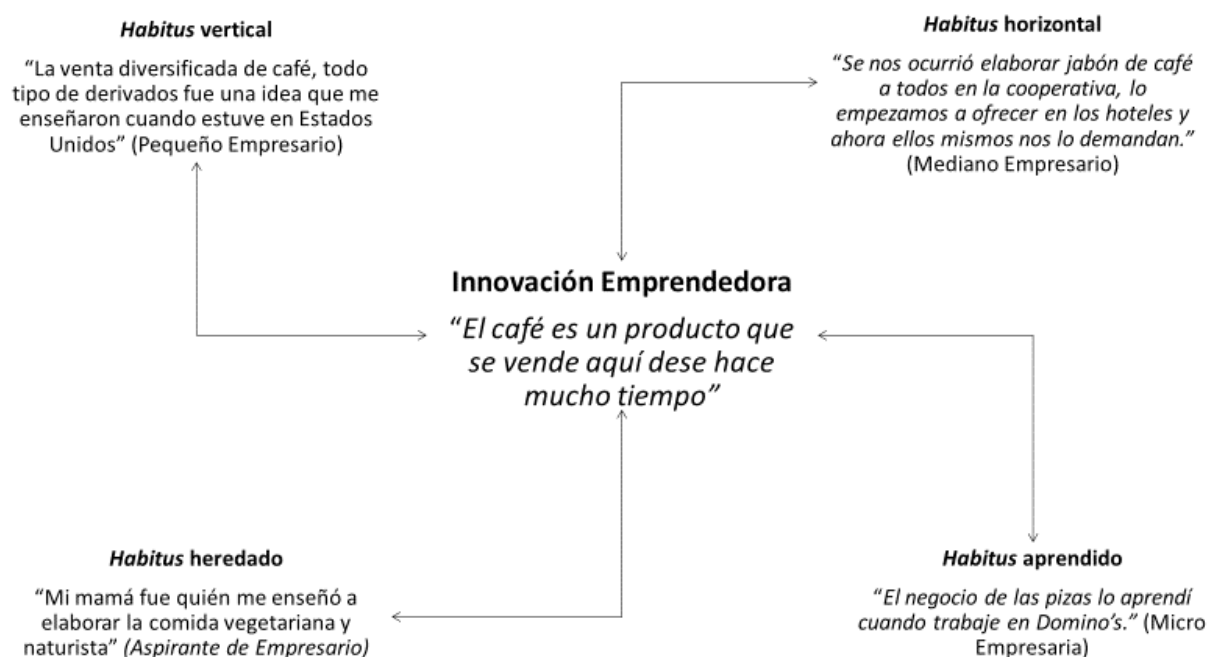
Se analizaron los significados de las respuestas a las preguntas a partir de los indicadores reflejantes de las categorías de alianzas estratégicas, redes de conocimiento y clima de innovación

con la finalidad de seleccionar los extractos discursivos. Una vez conformada una lista de extractos se procedió a ordenarlos conforme su relación con cada una de las categorías relativas al habitus – estilo de emprendimiento, innovación y colaboración– aprendido, heredado, vertical u horizontal.

Resultados

La Figura 1 muestra los extractos de discursos representativos de cada categoría del *habitus* emprendedor e innovador como síntomas de la lucidez organizacional dedicada a la gestión, producción y transferencia de conocimiento mediante el establecimiento de alianzas estratégicas, la formación de redes y la prevalencia del clima de relaciones sobre el clima de tareas y el clima de apoyos.

Figura 1. *Habitus* discursivos en torno a la lucidez organizacional



Fuente; Elaborada con los datos del estudio

Es posible observar que la lucidez organizacional parece estar inserta en los discursos relativos a la percepción de la venta del café en cuanto a la categoría de tiempo y espacio, pero también el reconocimiento de que las alianzas estratégicas fueron posibles gracias a esa ventaja competitiva o tradición de la venta y el consumo del café y sus derivados.

Empero, la formación de redes familiares o *habitus* heredado sugieren que la lucidez organizacional se había establecido desde un patriarcado que ejerció un liderazgo tradicional y

emprendió una cultura autocrática en torno a la que gira esa ventaja competitiva de identificar a la localidad como vendedora y consumidora del café.

En contraste, el surgimiento de climas laborales centrados en sus relaciones interpersonales y afectivas forjó una red centrada en la formación permanente de emprendedores e innovadores que sólo fue posible gracias al establecimiento de un *habitus* aprendido y horizontal.

Discusión

El aporte del presente trabajo radica en la interpretación de los significados de informantes emprendedores con respecto a las categorías de alianzas estratégicas, redes de conocimiento y clima de innovación. En relación con el estudio de Ramos y Maya (2013) quien encontró que el conocimiento del mercado determina el crecimiento de las mipymes, en el presente trabajo se observó que los informantes tienen un emprendimiento, innovación y colaboración relacionado con la historia caficultora de la localidad.

Tal hallazgo contraviene el aporte de Vergara et al., (2016) quienes demostraron que Internet es el difusor por excelencia de las mipymes en su proceso de crecimiento. A pesar de Ortiz (2017) advierte que el organigrama es fundamental para delimitar los objetivos, tareas y metas de las mipymes, en el presente trabajo se demostró que éstas al establecer alianzas, redes y climas se retroalimentan de la experiencia organizacional de sus pares con las que están asociadas. Incluso, los resultados del presente estudio contradicen el hallazgo de Gómez (2014) al asegurar que la percepción del cliente es el factor determinante del crecimiento de las mipymes. En el presente estudio más bien se advierte que es la historia cafetalera de la localidad y la creatividad de los informantes la que incidió para que la mipymes no sólo se mantuviera, sino además siguiera una trayectoria ascendente.

Los límites del presente estudio son: 1) el tipo de investigación exploratoria, transversal y cualitativa al encontrar que es la historia cafetalera de la localidad y la creatividad inciden en el emprendimiento, la innovación y la colaboración de las mipymes; 2) la interpretación de los significados de alianza, conocimiento e innovación al asumir que éstas son los procesos que orientan el cambio de las mipymes, soslayando sus usos y costumbres; 3) las diferencias con el estado del conocimiento en cuanto a la gestión y la administración de las tres categorías en comento.

Se recomienda: a) llevar a cabo un estudio cuasi experimental para establecer la incidencia de factores que por su control podrían develar el grado de emprendimiento, innovación y colaboración; 2) establecer trayectorias de relaciones de dependencia entre las variables en comento; 3) implementar el efecto de otras variables como el micro-financiamiento para observar los cambios en un periodo de tiempo determinado.

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

Respecto al estudio de Carreón y García (2017) en el que la formación profesional está en función de la identidad y el compromiso del empleado o futuro líder para con la organización, el presente trabajo ha especificado en modelo en el que la formación profesional dependería de la

cultura, la empatía y el liderazgo ya que, si bien es cierto que el compromiso aglutina los tres factores, también es necesario decir que son éstas tres variables las que fundamentan el clima de relaciones en el que se establece la formación profesional.

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

Conclusión

El objetivo del presente trabajo ha sido interpretar los discursos en torno a la lucidez como gestora, productora y traductora del conocimiento que se gesta en las mipymes dedicadas a la caficultura y para cuyos objetivos llevaron a cabo alianzas estratégicas y redes de conocimiento centrados en el clima laboral.

En ese sentido, la pregunta de investigación consistió en observar los significados de esos discursos de líderes y empleados de mipymes caficultoras del centro de México y su relación con los marcos teóricos y empíricos revisados en la literatura.

Por consiguiente, la hipótesis relativa a la simplicidad del fenómeno advierte que el clima de relaciones preponderante sobre el clima de tareas, apoyos e innovaciones refleja los discursos relativos al emprendimiento y la innovación como parte de un universo simbólico atribuible al líder cuyos rasgos comunicativos y motivacionales permiten orientar el enfoque hacia disposiciones heredadas y aprendidas en modos verticales y unidireccionales.

O bien, la hipótesis de complejidad además supone que la lucidez organizacional está vinculada a discursos relativos a los recursos y las capacidades heredadas y transferidas de otros grupos externos como es el caso de migrantes que a través de las remesas podrían estar incidiendo en la formación de alianzas estratégicas y redes de conocimiento.

Sin embargo, las interpretaciones de los discursos más bien advierten que la estructura de disposiciones o *habitus* es dual: una lucidez organizacional de comunicación vertical y horizontal, así como una motivación uni y bidireccional. Es decir, si bien es cierto que el esquema autocrático tradicional del liderazgo explica la formación de alianzas estratégicas y redes de conocimiento, indicados por el clima de relaciones, también es cierto que las disposiciones de orden comunicativo horizontal y eje motivacional bidireccional son observables y evidentes en los discursos de los entrevistados.

Por lo tanto, se recomienda el estudio de una estructura dual, una cultural híbrida, una lucidez compuesta, unas alianzas y redes integrales, así como climas laborales diversos e incluyentes para profundizar en la comprensión de otras mipymes caficultoras en la localidad de estudio.

Referencias bibliográficas

- Aguilar, A., Cabral, A., Alvarado, F., Martínez, T. y De León, G. (2013). Alianzas estratégicas y su aplicación a los agronegocios. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 17 (33), 633-646

- Carreón, J. Hernández, J., Morales, M. L. y García, C. (2014). Discursos en torno a una red de formación profesional. *Tlatemoani*, 16, 104-133
- Carreón, J. y García, C. (2017). Specification of a model for the study of vocational training and job. *International Journal of Advances in Social Science and Humanities*, 5 (6), 13-18
- Carreón, J., Hernández, J., Quintero, M. L., García, C. y Mejía, S. (2016). Redes de conocimiento en torno a la complejidad organizacional: aprendizaje de autoregulación, disipación, adaptabilidad y dinamismo ante los cambios. *Prospectivas en Psicología*, 2 (2), 57-70
- Carreón, J., Morales, M. L., Rivera, B. L., García, C. y Hernández, J. (2014). Emprendedurismo migrante y comerciante: Estado del conocimiento. *Tlatemoani*, 15, 158-187
- García, C. (2004). Una modelación de los determinantes de la eficacia organizacional. *Revista Internacional de Psicología*, 5 (1), 1-12
- García, C. (2006). Un modelo de empresa universidad. *Ciencias Sociales*, 3 (2), 39-47
- García, C. (2010). Estructura del clima laboral en un supermercado. *Poesis*, 20, 1-10
- García, C., Carreón, j. y Hernández, J. (2014). La formación profesional del capital humano en la civilización del cambio climático. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 10 (81), 107-125
- García, C., Carreón, J., Hernández, J., Bautista, M. y Méndez, A. (2012). Modelamiento de variables psico organizacionales a partir de la revisión del estado del arte. *Trabajo Social*, 28, 13-60
- Gómez, R. (2014). Network positions: Strategic alianse in the tobacco industry in Nicaragua. *Ciencias Económicas*, 10 (3), 17-26
- Ortiz, M. Y. (2017). Alianzas estratégicas en las pequeñas y medianas empresas del sector de la industria de la construcción de la vivienda a filiadas a la Cámara de Mexicana de la Industria de la Construcción con sede en Monclova, Coahuila. *Revista Global de Negocios*, 5 (5), 51-62
- Ortiz, P. y García, C. (2008). Estudio sobre clima y satisfacción laboral en una empresa comercializadora. *Psicología para América Latina*, 13, 1-36
- Ramos, I. y Maya, I. (2013). Alianzas y redes de colaboración entre las agrupaciones culturales de las artes escénicas de Andalucía. *Empiria*, 28, 15-33
- Rojas, M., Rincón, C. y Mesa, S. (2014). Alianzas estratégicas: Alternativas generadoras de valor. *Universidad y Empresa*, 16 (27), 289-310
- Saramago, J. (2004). *Ensayo sobre la lucidez*. Madrid: Alfaguara.
- Vergara, P., Anaya, J., Donoso, S. y Fuster, X. (2016). Reflexiones críticas sobre las alianzas público-privadas (AP) como instrumentos de respuesta frente a catástrofes socio-naturales. *Universitas Humanistas*, 82, 219-247