

LIDERAZGO Y CAPITAL SOCIAL, EJES PARA CONSOLIDAR UN CLÚSTER: CS MUEBLES EN JALISCO, MÉXICO

Berta Ermila Madrigal Torres, Benemérita Universidad de Guadalajara CUCEA
Ricardo Arechavala Vargas, Benemérita Universidad de Guadalajara CUCEA
Katia Lozano Uvario, Benemérita Universidad de Guadalajara CUCSH
Rosalba Madrigal Torres, Benemérita Universidad de Guadalajara CUCSH

RESUMEN

En este trabajo, se presenta evidencias de cómo los líderes cambian de paradigmas y van construyendo el capital social (CS) necesario para la consolidación de clústeres”: Caso CS-Muebles y Decoración de Jalisco, México; del cambio de una cultura empresarial individualista a la conformación de redes de colaboración y trabajo en equipo. Se hace uso de la investigación participativa, apoyada por la metodología casuística, se lleva a cabo un comparativo de otros clústeres del mismo giro localizados en Italia y Alemania versus el del Occidente de México.

PALABRAS CLAVE: Liderazgo, Capital Social, Clúster

LEADERSHIP AND SOCIAL CAPITAL, AXES TO CONSOLIDATE A CLUSTER: CS-FURNITURE IN JALISCO, MÉXICO

ABSTRACT

In this paper, we present an analysis of how leaders change paradigms and build the social capital necessary for the consolidation of clusters in CS-furniture Jalisco, Mexico. We specifically examine the change of corporate culture shaping individualistic to collaborative networks and teamwork. The paper makes use of participatory research, supported by the case casuist methodology and made a comparison of other clusters in the same industry located in Italy and Germany.

JEL: L29

KEYWORDS: Leadership, Social Capital, Cluster

INTRODUCCIÓN

Este trabajo da cuenta del capital social del sector muebles de Jalisco y de sus líderes, al cambiar un paradigma de organización y trabajo individual al grupal. El papel que han jugado los líderes, así como la fase de consolidación tanto del clúster como de su capital social.

Se presenta el resultado y avance de investigación participativa con los principales actores y clúster de muebles del estado de Jalisco. En la revisión de la literatura se plantean las teorías del capital social, tanto individual, como colectivo con el alcance de redes, confianza y la importancia que reviste para el clúster que se tenga un capital social solido. En el apartado de metodología utilizada se presenta los instrumentos metodológicos y el periodo de la investigación así como las variables analizadas. La forma como se hace

el diagnóstico del clúster. El papel que han jugado los líderes en el sector en el lapso de cinco años, así como la alta rotación de los mismos y el estatus actual.

En los resultados de la investigación, se hace un análisis de las variables de capital social y liderazgo con una visión global; el consenso según los participantes en un grupo focal, así como algunos extractos de las entrevistas semiestructuradas, aplicada a los líderes sobre el impacto de su liderazgo. Finalmente se presentan las conclusiones, las limitaciones del estudio y las nuevas veredas de investigación surgidas de los resultados obtenidos y una propuesta de perfil del líder para consolidar el Clúster de muebles de Jalisco.

REVISIÓN LITERARIA

Las variables de estudio son: liderazgo, clúster, capital social, desde el campo científico social, administrativo y económico, el cual, se enfoca en el estudio del capital social desarrollado en los clústeres sustentados con redes de colaboración, ya que las ciencias sociales estudian el comportamiento, manifestaciones, actividades de las personas y sus estilos de liderazgo. En este caso se hace principal hincapié en las dos variables, para que al estar consolidado el capital social y el liderazgo de sus directivos sea capaz de llevar un clúster económico del sector mueblero.

Liderazgo y Capital Social

El liderazgo es la acción que hace el líder y puede considerarse como un proceso, un comportamiento o capacidad. Hay diferentes definiciones y alcances, en este caso se toman en cuenta para efectos de la construcción del CS en un clúster lo que refiere Valenzuela (2007), *"El liderazgo es la capacidad de desarrollar y comunicar una visión a un grupo de personas que harán que la visión se logre"* y la de Richards & Engel (2005), *"El liderazgo es la articulación de visiones, que encarna los valores y la creación de un entorno en el que las cosas se puede lograr"*. Es lo que se requiere en el clúster.

El líder asume ciertos estilos de liderazgo, el que han adoptado algunos líderes del sector CS Mueblero y Decoración de Jalisco, es el liderazgo distribuido como lo menciona Longo (2008), por ser el más indicado para generar la innovación tanto en el proceso de producción como en la forma de liderar y conformar el CS. En tanto, el liderazgo transformador es utilizado para generar visiones comunes, cambiar paradigmas de acuerdo a los cuatro pilares en que se sustenta:

1. Desarrollo más humano, libertad personal y una predisposición hacia lo colectivo.
2. Aspira a elevar los valores y necesidades de sus colaboradores para su realización personal y en lo laboral.
3. El colaborador aspira a alcanzar metas que vayan más allá de las expectativas tradicionales.
4. Romper con el individualismo, dando pie a relaciones de mayor cooperación.

El liderazgo y el capital social, se convierten en herramientas para el desarrollo sostenible, como lo proponen (Ribeiro & Vila, 2005), Prieto & Fabelo (2009), Longo (2008) y Goleman (2013). Madrigal (2013) refiere que "el liderazgo se convierte en un asunto de florecimiento de habilidades y destrezas adquiridas en un proceso de aprendizaje social", donde cada líder tiene un capital individual que logra conjuntar y unir en uno colectivo, logran formar redes de colaboración, tanto personales como institucionales.

El Clúster Resultado del Capital Social y la Acción del Líder

Los clúster en los países desarrollados se han convertido en una herramienta de desarrollo económico, las iniciativas de agrupación eran asociadas a las economías avanzadas, con proyectos de agrupaciones de

desarrollo basadas cada vez más popular en las economías desde la década de 1990. Paradigma que en México los líderes de diferentes sectores han promovido; en Jalisco a finales de los 90's se inicio.

Para efectos de este estudio asumimos el alcance de clúster Garnica (2004), lo define como “*un conjunto de vínculos e interdependencias entre diversos actores (empresas, universidades e instituciones puente) que se involucran en la cadena de valor dedicada a producir bienes, servicios y procesos de innovación*”. Para que este fenómeno se dé primero deben existir líderes y actores que sean capaces de construir el capital social necesario para la consolidación del clúster. Macías (2002), definió a los clústeres como conjuntos de empresas en un territorio, que compiten y se apoyan entre sí en una entidad socio territorial que se caracteriza por la presencia activa, tanto de una comunidad de personas como de un conjunto de empresas en una zona territorial determinada. Fenómeno que se da ampliamente en el sector de muebles, caso de este estudio.

El Capital Social Como Plataforma del Clúster

Los clústeres han sido analizados por los sociólogos y teóricos de la organización enfatizando la importancia de incorporar las redes sociales y el capital social que lo sustenta. El capital social, lo han definido a finales del siglo XX como la ciencias del desarrollo, conformado por el grado de confianza existente entre los actores sociales de una sociedad, las normas practicadas de comportamiento cívico y el nivel de asociatividad (Kliksberg, 2002).

La CEPAL (2003:13) define el capital social como “el conjunto de relaciones sociales caracterizadas por actitudes de confianza, comportamientos de cooperación y reciprocidad. Se trata, del recurso de las personas, los grupos y las colectividades en una relación social, en las redes de asociatividad de grupos”. Mientras que Casanueva, Castro, & Galán (2009:40) definen el capital social “como una red de relaciones que posee una organización o individuo, la cual le proporciona valor al permitirle el acceso a los recursos que están incrustados en la red”.

Casanueva et al. (2010) concuerdan con CEPAL en relación al capital social, visto como “una red de relaciones que posee una organización (o individuo), la cual le proporciona valor al permitirle el acceso a los recursos que están integrados en la red”. Las redes de negocio según Contreras, López, & Molina (2011:4) se encuentran conformadas por una dirección de colegas u socios, clientes, proveedores, transportistas, distribuidores y contactos en las universidades, centros de investigación, firmas y asesorías.

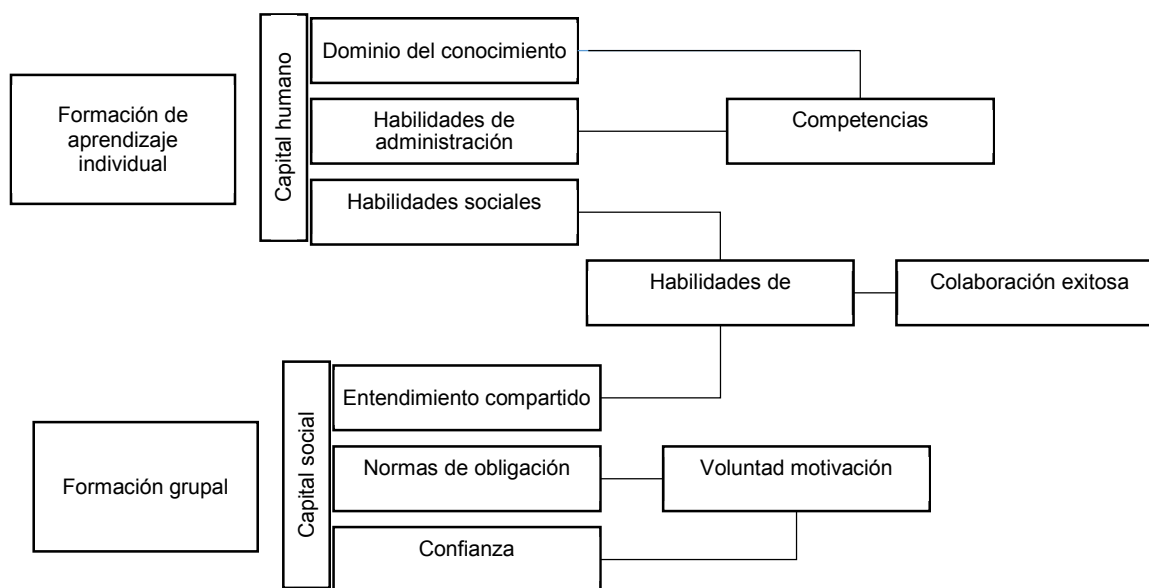
Bourdieu (1980), define al capital social como “el conjunto de recursos que están ligados a la posesión de una red sostenible de relaciones más o menos institucionalizadas, de intercomunicaciones; en otras palabras, que estén ligadas a la pertenencia a un grupo, como conjunto de agentes que no están dados con propiedades comunes, pero están unidos por vínculos permanentes y útiles”.

En cambio Ostrom (2003:160), clasifica el capital social con una visión minimalista “el acceso de las personas a redes personales favorables”, lo desarrolla cada individuo en relación a los contactos o amigos que puede encontrar a su alrededor, el cual este capital social se desarrolla a veces a costa de los demás. Existe mucha literatura del capital social, lo cual nos lleva a entender que tiene varios alcances desde el punto antropológico y económico. Resulta difícil encontrar teóricos con una sola visión, algunos retoman el concepto, como un recurso estructurado dentro de una red o grupo social del que se obtiene beneficios en su mayor parte. Otros lo asumen como un conjunto de valores, en los cuales describen la vida diaria de las personas en la familia y la organización empresarial, la mayoría coincide que sustentan el desarrollo de grupos, en este caso el de un clúster, donde se destaca como elemento esencial, la confianza, cooperación y una visión común. En la figura uno se visualiza el CS como el pilar fundamental para generar cooperación.

contreras et al. (2011:1) refiere que la confianza como esencia del capital social entre los actores sociales de una sociedad, las normas de comportamiento cívico practicadas que caracterizan a la misma, cuando alcanza altos niveles de asociatividad, indica que es una sociedad con capacidad para actuar cooperativamente, armar redes, concertaciones, sinergias de orden general en su interior. Autores que han trabajado el tema Madrigal, Arechavala, & Madrigal (2012), Putnam (1995), Ostrom (2003), Lechner (1999) y Morales, Sanabria, & Arias, (2010).

La confianza juega un papel importante en el ámbito competitivo en los sectores productivos, ya que esta, es un valor de las relaciones sociales que permite emprender, trabajar y desarrollarse en conjunto. “Las disposiciones necesarias en el valor competitividad tienen que ver con representaciones de una realidad adversa, de recursos (entre ellos tiempo), un escenario o un campo social, disposiciones a “jugar” en determinadas condiciones y tener disposiciones a pro-accionar y reaccionar ante las configuraciones del campo” (Contreras et al. 2011).

Figura 1: El Capital Humano Como el Pilar Para Formar un Capital Social, Para la Colaboración en la Organización



Fuente: Adaptado de Andersson (2004). El enfoque de CS con el capital humano son dos variables elementales que contribuyen a la colaboración exitosa. Coleman (1988:97), refiere que el “capital social en la creación de capital humano facilita ciertas acciones de los actores, ya sean personas o empresas, los actores dentro de la estructura pueden ser factor clave para la determinación de tareas o actividades dentro de una grupo social”.

Beneficios y sustentabilidad del clúster y establecimiento de redes. El capital social es la determinación del comportamiento, rendimiento y desarrollo de las empresas. Yamamura (2008) y Casanueva et al. (2010), señalan que existen cada vez más evidencias de que el rendimiento empresarial está influenciado por determinadas características de las redes inter-organizativas en las cuales incluyen los tipos de relaciones que se producen en determinadas redes, basándose en la confianza y cooperación que a la vez fortalece el capital social, así como las características de los actores que conforman el clúster.

METODOLOGÍA

Se determinó utilizar la investigación aplicada, exploratoria, bibliográfica y casuística por considerar cada institución que forma un caso de estudio al igual el líder que está al frente del clúster. Para la comparativa de los clúster en el mundo se analizó la estructura de los más exitosos de otros países como Italia y Alemania, así como el modelo del clúster de la industria mueblera de Jalisco, México.

Apoyados por los instrumentos de investigación como: el cuestionarios, guía de entrevista semiestructurada, aplicada a informantes claves: cuatro responsables del clúster, tres actores de gobierno, tres empresarios y tres presidentes de asociaciones. Se organizó un grupo focal de 17 personas, integrado por los principales actores del clúster; directores de CS Muebles, representantes de las asociaciones y gobierno, la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco A.C. (AFAMJAL), la Cámara Regional de la Industria y la Transformación (CAREINTRA) y Secretaría de Promoción Económica (SEPROE); La Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa (FUNTEC); la Cámara de la Industria Mueblera del Estado de Jalisco (CIMEJAL), entre otros, con la finalidad realizar un diagnóstico del clúster, además de la identificación del capital social, las sugerencias para la articulación y consolidación del mismo. A estos actores se aplicó un cuestionario interactivo y a la vez ellos plantearon la propuesta.

RESULTADOS

El capital social está relacionado con los procesos de aprendizaje que interactúa dentro de las organizaciones, convirtiéndose en el motor del desarrollo, dando como resultado el impulso económico de las industrias. El clúster muelero y la decoración del estado de Jalisco, se encuentra en la fase de sensibilización y construcción del capital social necesario para que se dé la cooperación y trabajo en conjunto, entre las organizaciones que lo conforman, así como, con los proveedores, además de las instancias que intervienen en la cadena productiva. En la figura dos, hemos descrito la evolución del sector desde 1944 hasta el 2009, cuando se constituye el Clúster de Muebles y decoración del estado de Jalisco, (ver figura 2).

Figura 2: CS Muebles y Decoración



Fuente: Madrigal et al. 2012. El sector mueblera ha tenido presencia en CAREINTRA, con el fin de contar con capacitación. Además En 1981 FUNTEC suma esfuerzos a la conformación del Clúster del Sector Mueblera de Jalisco, A.C., ofrece servicios de capacitación, asistencia técnica y de diseño. En tanto que la CIMEJAL, interactúa con los diversos niveles de gobierno. La las empresas de la industria del mueble y la decoración articulan la estrategia de Expo mueble con el fin de presentar sus nuevas propuestas.

De las grandes fortalezas del sector de muebles es el crecimiento que se identifica tanto en personal ocupado como el número de empresas. En 2004 de 1,836 aumenta en el 2009 a 2,344, el incremento fue de 22 por ciento. Así mismo sectores, empresarios considerados que han trabajado con y como clúster, es el caso de los transportistas, proveedores, textil y herrajes entre otros.

Por lo tanto, los líderes de muebles y la decoración en el estado Jalisco han estado trabajando en la creación del clúster. El cual, está integrado por la Secretaría de Promoción Económica (SEPROE), La CAREINTRA, AFAMJAL, Cámara Nacional de Comercio, Servytur de Tlaquepaque y Tonalá (CANACO), Asociación de Fabricación de Muebles de Ocotlán (AFAMO), Cámara de la Industria Mueblera (CIMEJAL), mesas de trabajo con la Universidad de Guadalajara (UdeG), Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), El Centro Universitario UTEG y El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, además de la Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa (FUNTEC), el clúster es liderado por CS Muebles y la decoración.

Aprendizaje del Capital Social de Otros Países

¿Qué se aprender de los clúster consolidados de otros países? Alemania e Italia son dos países con desarrollos en el sector muebles, al haber implementado estrategias para la conformación de clúster. En el caso de la industria mueblera de Italia estaba concentrada por distritos industriales, los cuales en los años cincuentas pasaron de ser artesanales a ser un sector industrializado (Parrilli, 2008). Lo anterior condujo un desarrollo significativo, mediante la incorporación de maquinaria, asistencia técnica, perfilarse a nuevos mercados y consolidarse como clúster.

Los clúster de Italia son reconocidos a nivel mundial por la evolución y desarrollo que han logrado mediante la innovación e implementación de nuevos procesos de aprendizaje, diseño, automatización en procesos computarizado, implantación de nuevos materiales, adaptación a nuevos estándares, uso de tecnología en la venta y comercialización de productos por medio de online, etc.

Tabla 1: Análisis Comparativo se los Clúster Italia, Alemania y Jalisco México

Clúster italiano	Clúster Alemán	Clúster CS Muebles Jalisco/México
Un sistema territorial delimitado	Alta tecnología en el sector	Conglomerado empresarial
Una comunidad de personas	Empresas claves del sector:	Incipiente innovación en tecnología
Empresas PYMES especializadas	Empresas de apoyo	Diseño y calidad
Calidad de los recursos humanos	Escuelas	Sector artesanal
Actores institucionales	Gobierno	Indicios de desarrollo en innovación del diseño
Proveedores, (Competencia y cooperación)	Dinámica del mercado internacional	Mercado interno
Clientes	Diseño e innovación:	No integración de la cadena productiva
Recurso humano calificado.	Capital social consolidado	Bajo nivel de capital social
La comunidad apoya al clúster	Visión común	En proceso de consolidación
Visión común	Grandes empresas	Pymes

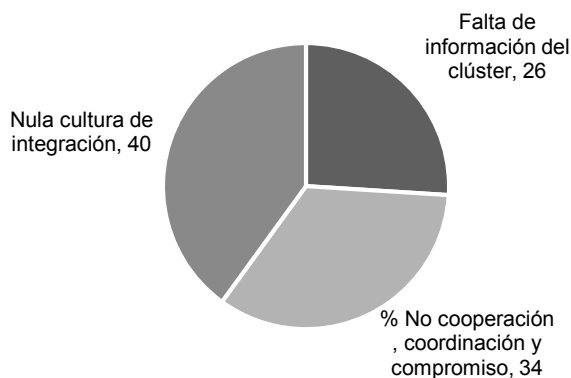
Fuente: Elaboración propia, 2012. Tres variables que puede aprender de los clústeres italiano y alemán: formar su recurso humano calificado, innovación y tecnología, vinculación con la universidad, gobierno, empresa y consolidar su capital social con una visión común. Mientras tanto el Clúster CS Muebles Jalisco caracterizado por el trabajo artesanal en proceso de desarrollo e innovación del diseño.

En cambio el clúster de la industria de mueblera de Alemania, se caracteriza por su modelo basado en la industrialización del sector (Bermúdez, 2003). Apoyado por el gran desarrollo tecnológico que ha logrado en las últimas décadas en la fabricación de maquinaria y equipo para la transformación de la madera.

El Clúster de Alemania se caracteriza por estar conformada por empresas grandes, las cuales superan el número de 112 personas y su principal línea de producción es la fabricación de muebles de cocina, con más de 172 trabajadores por empresa. Las fortalezas de los clústeres se pueden apreciar en la tabla uno.

¿Qué Opinan los Líderes Sobre su Capital Social?

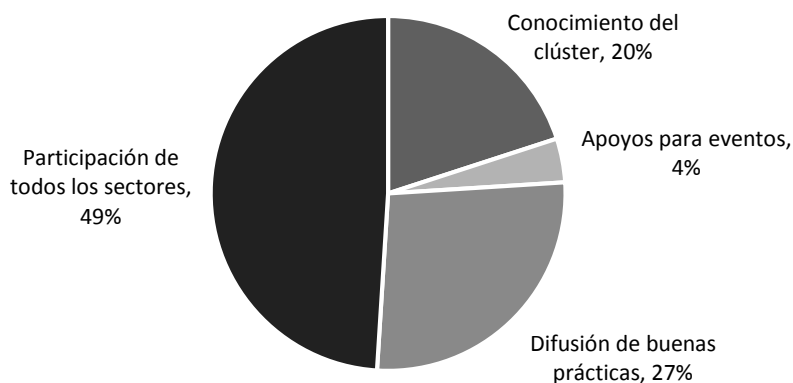
Figura 3: Factores Que Limitan el Desarrollo del Clúster



Los líderes y actores del clúster tanto gobierno, asociaciones y fabricantes están conscientes de lo que ha limitado el desarrollo del clúster, es la cultura de integración 40%, como segundo factor es la falta cooperación y compromiso entre los actores con un 34% y por último, la falta de información y comunicación entre los integrantes del clúster 26%. Lo cual se presentan como barreras para el CS. Fuente: (Madrigal et al. 2012).

Para fortalecer e incrementar la confianza entre los integrantes que conforman el clúster, la participación activa y relación directa entre los sectores (gobierno, asociaciones y fabricantes) es esencial para la construcción de lazos de confianza, así como la difusión y apoyo, para la implementación de buenas prácticas en el sector, un porcentaje considerable dijo, que la difusión del clúster sería una estrategia para crear confianza, (ver figura 4).

Figura 4: Acciones y Estrategias Para Incrementar la Confianza



Los principales problemas que manifiesta el clúster son: en primer lugar la falta de trabajo en equipo, cooperación e integración del sector mueblero 49%, en segundo es la falta de implementación de innovación y diseño e integración de empresas de apoyo (proveeduría) 27%, en tercero, la falta de integración de una visión en común 20%, así como también un bajo nivel de cultura empresarial y desconocimiento en materia de comercialización por parte de los fabricantes 4%. Fuente: Resultados del grupo focal, (2012).

El capital social sin duda es un factor importante en el desarrollo de los clúster. Barba (2011), afirma que para desarrollar y construir el capital social, un elemento que puede ayudar a fortalecerlo es mediante la participación de los actores y proximidad en sus diversas dimensiones físicas, económica, social, cultural y tecnológica.

El líder es el que debe desarrollar esta fase del CS. Para lo cual describimos los fenómenos y retos de movilidad de líderes o responsables del clúster. Alta rotación de personal directivo del clúster, así como perfil de los directivos y débil liderazgo en el sector, (ver tabla 2).

Tabla 2: Líderes de Clúster Periodo de Gestión y Sus Logros 2009-2012

Nombre	Periodo	Perfil/ escolaridad	Logros
Alfonso Padilla	2009	Empresario	Precursor y líder empresarial
Armando Elizalde Lozano	2010	Economista, consultor y asesor	Estrategias en marcha
Martin López Ramírez	2011	Empresario	Expo las Vegas
Yadira Reynoso Ayala	2012	Consultora y analista	Capacitación y socialización

Fuente: Elaboración propia, investigación 2012. *Los periodos de gestión en las cámaras empresariales son de 2 años, no coinciden los cambios. Una política no clara y consolidada del sector gobierno en lo relacionado al fomento y desarrollo de clúster. Así como, la alta rotación de los responsables del clúster, algunos de los líderes han cambiado de paradigma.*

En junio del 2012, AFAMJAL asumió el liderazgo del clúster, el cual ha emprendido acciones de socialización, generación de confianza en un proceso de educación, reeducación y aprendizaje constante que tiene que venir a la par con un programa de capacitación, formación y de estímulos fiscales, programas de innovación y tecnología. Además, se ha invitado a otros actores ligados en la cadena productiva del mueble que se sumen en los trabajos del clúster y estos son:

Los productores de madera y la política de gobierno para fomentar las plantaciones de madera nativa y madera no nativa.

Los transportistas

Los insumos y troqueles

Los diseñadores de equipo y tecnología para la fabricación de muebles

Los comerciantes.

Las universidades, donde se encuentra el capital humano especializado.

Ideas Que Comparten y Sus Fortalezas

Los empresarios están concientes que se tiene que trabajar en mejorar su competitividad en equipo y generar confianza, para ser competitivos en otros mercados, actualizarse para atraer nuevas industrias y fortalecer las que ya existen e innovar a la actividad del mueble. No descuidar el mercado interno, brindar la oportunidad a los habitantes de adquirir productos de calidad y satisfacer las necesidades de diversos presupuestos.

Acciones y Estrategias Para Incrementar la Confianza

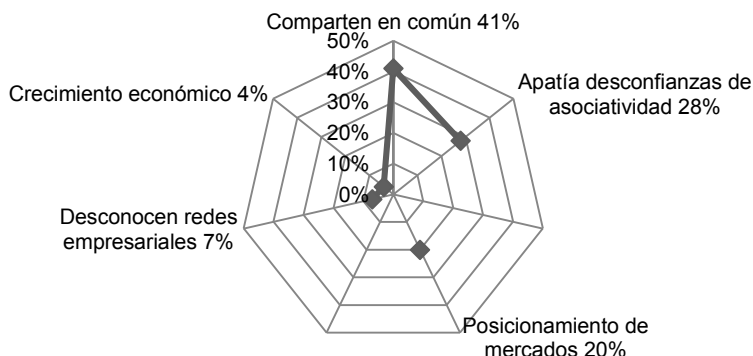
Ante la interrogante ¿Qué acciones propone para incrementar en el corto plazo la confianza de los empresarios en el proyecto de clúster encabezado por CS Muebles? El 49 por ciento proponen la participación de todos los actores. Lo cual refleja la sencillez que tienen de la importancia del trabajo en equipo. Ante los resultados de la investigación y análisis de la literatura; se propone que el primer paso para el éxito de un clúster es la construcción de su capital social y la construcción de una visión en común da como resultados los vínculos de cooperación e integración que sustentan el mismo.

CONCLUSIONES

Sin duda el capital social juega un papel importante en el desarrollo de las empresas, organizaciones y conformación de clúster. Para Albuquerque (2006), el aprendizaje regional mediante el capital social y la confianza en las redes entre empresas, son cruciales el contexto social y cultural tanto de la infraestructura de investigación como de la red de relaciones entre empresas y actores territoriales, el desarrollo del capital social favorece a la innovación mediante las relaciones de cooperación en los actores que

participan en los clústeres, en cambio para Jung & Garbarino (2006), las relaciones sociales y movilidad del recurso humano genera una mayor transferencia de conocimientos, dando la oportunidad al desarrollo a las aglomeraciones empresariales y formación de clúster. Fenómeno que se está generando en este clúster estudiado.

Figura 5: Ideas Que Comparte los Integrantes el Clúster de Muebles de Construir CS



Los actores del cluster mencionan que lo que comparten en común con 41% es la competitividad empresarial y un 28% señala desconfianza para asociarse, el 20% le interesa el posicionamiento de los mercados, el 7 por ciento desconoce la dinámica de las redes empresariales y el 4 por ciento lo que les motiva es el crecimiento económico. Fuente. Elaboración propia (2012).

Lo que ha limitado el desarrollo del clúster mueblero y la decoración del estado de Jalisco, es esta integrado por varias asociaciones y se trabajo en consolidar el clúster, descuidando la construcción primero del CS, necesario y con ello la formulación de una visión clara en común y de continuidad por parte de los actores claves. Para fortalecer el capital social del clúster se tienen trabajos incipientes de colaboración en conjunto en un mismo objetivo o un plan de desarrollo que integre tanto a el gobierno, organizaciones empresariales y (universidades, generadoras de conocimiento y recurso humano calificado) logrando el fortalecimiento del capital social.

Se identifica que el clúster de muebles, que existe un frágil capital humano y social, ya que a la respuesta de ellos mismos sus problemas se sustentan en que hay individualismo, desconfianza, comportamientos individualistas y protagonismo así como una ausencia de liderazgo integrador y transformador, que sea capaz de transformar las debilidades en fortalezas. Fenómeno que no se ha podido consolidar el clúster entre otras tres variables que es: alta rotación de los directivos del clúster, la estructura organizacional que propusieron, el protagonismo de los actores y sobre todo la cultura empresarial prevaleciente.

Ante la evolución y los trabajos realizados desde hace más de una década en la meta de integrarse y cooperación mediante una estructura de clúster y consolidación de la cadena productiva. Se han identificado grandes fortalezas de cada una de las instituciones; pero trabajando en forma aislada, a partir de agosto eligieron un nuevo líder con experiencia y que ha sido representante de tres de las cuatro asociaciones muebleras del estado de Jalisco.

Propuesta y Sugerencia

Liderazgo para conformar el capital social de un clúster apoyados por la teoría de Andersson, Hansson, Schwaag-Serger, & Sörvik, (2004) hemos construido el perfil del líder para la planeación, puesta en marcha de un clúster así como las competencias y fases que tendrá que desarrollar el líder para conformar el capital social

Requisitos: En primera instancia el líder tiene que ser un personaje aceptado, con autoridad legítima, amplio conocimiento del sector, capaz de ser independiente a los intereses individuales y genere consensos e intereses generales y una visión en común.

Habilidades interpersonales: Ser un facilitador que suscite consensos, negociación y comunicación, analista, reflexivo, generador de recursos y asegure los existentes.

Cualidades: sentido de servicio, paciente, respeto a las estructuras, incluyente.

Conocimientos: Técnicos, de negocio, de mercado y sea visionario.

Administrador: Proactivo, retador, deseos de superación, tenga jerarquía y autoridad, poder, sea sensible e insensible.

Funciones: Construir el capital social. Conocer la cultura y el sector para empezar a generar confianza, lograr y alimentar la confianza del equipo.

Desarrollar vínculos: Auditar las competencias, tanto de producción como de mercado, establecer visión común y evaluar constantemente.

Definir estrategias y visión: Definir las estrategias y visión, así como las acciones, evaluar resultados, metodologías y establecer redes de cooperación.

Poner en marcha el clúster: Estas son las acciones elementales para construir un clúster. El fenómeno que se dio en CS Muebles y decoración, fueron primero constituyeron el clúster, se han enfrentado al fenómeno de la cultura individualista y no una visión en común en esta fase se encuentran en la conformación y unificación de su capital social, partiendo del individual para sumarlo como equipo y consolidarlo.

BIBLIOGRAFÍA

Albuquerque, F. (2006). *Clústeres, territorio y desarrollo empresarial: diferentes modelos de organización productiva*. San José, Costa Rica: Fondo Multilateral de Inversiones (MIF/FOMIN).

Andersson, T., Hansson, E., Schwaag-Serger, S., & Sörvik, J. (2004). *The Cluster Policies Whitebook. Författare/Author*. IKED-International Organisation for Knowledge Economy and Enterprise Development.

Barba Rodríguez, G. (2011). Actores de intermediación y enlace en la construcción de un Sistema de Innovación. El caso de la Industria del Software de Jalisco. En D. Villavicencio Carbajal, & P. L.

Martínez Martínez Adrian & López de Alba, *Dinámicas institucionales y políticas de innovación en México* (pág. 87). México: Plaza y Valdés.

Bermúdez Alvite, J. D. (2003). La Industria del Mueble. *Revista CIS-Madera*, 2-3.

Bourdieu, P. (1980). El Capital Social. *Actes de recherche en sciences sociales Vol. 31*, Janvier (págs. 2-3). Disponible en: http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/arss_03355322_1980_num_31_1_2069, fecha de consulta (12/10/12).

Calvo, A. (2007). Capital Social e Innovación en Clústeres Industriales. *Conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al futuro*, 37.

- Casanueva, C., Castro, I., & Galán, J. L. (2010). Capital social e innovación en clúster industriales. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 37-38.
- CEPAL. (2003). *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Contreras, R., López, A., & Ríos, M. (2011). *Cultura Empresarial: Análisis Social de los Valores en la Mi pyme*. Guanajuato: Universidad de Guanajuato.
- Coleman, J. S. (1988). Capital Social en la creación de capital humano. *La University of Chicago Press*, 97-98.
- Garnica, A. G. (2004). Clúster y competencia (Cooperación y competencia) industrial: Algunos elementos teóricos por considerar. *"Problemas del Desarrollo" Revista Latinoamericana de Economía*, 146.
- Goleman, D. (2013). *Liderazgo. El poder de la inteligencia emocional*. Barcelona: Ediciones B.
- Jung, A., & Garbarino, P. (2006). Un aporte a los procesos de construcción competitiva basados en clústeres. *Publicación del Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Católica del Uruguay*, 92.
- Ketels, C., Linqvist, G., & Solvell, O. (2006). *Cluster initiatives in developing and transition economies*. Center for Strategy and Competitiveness, Stockholm.
- Kliksberg, B. (2002). Capital social y cultura, claves esenciales del desarrollo. *Revista de capital*, 85-97.
- Lechner, N. (1999). *Desafíos de un desarrollo humano: individualización y capital*. Recuperado el (20/03/12), disponible en: <http://www.desarrollohumano.cl/extencion/bid.pdf>
- Macías, A. G. (2002). Redes sociales y “clústeres” empresariales. *REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales*.
- Madrigal, B. E. (2013). *Líder y Liderazgo*. México: Universitaria, Universidad de Guadalajara y Centro Universitario de Ciencias Económicas Administrativas, (pp.31-32).
- Madrigal Torres, B. E., Lozano Uvario, K. M., Ruiz García, R., Ornelas Mata, D., Gerónimo Bautista, E., González Flores, C. U. (2012). Reporte parte II: Evaluación del clúster de muebles y decoración en Jalisco. *Proyecto de Investigación FOMIX-CONACYT: Modelo para el análisis y evaluación de polos de desarrollo en Jalisco*. Guadalajara, Jalisco, México.
- Madrigal Torres, B. E., Arechavala Vargas, R, and Madrigal Torres, R. (2012). El emprendedor y su capital social: Caso el Clúster del Software en Jalisco (The Entrepreneur and Social Capital: The Cluster of Software in Jalisco) (2012). *Revista Internacional Administración & Finanzas*, Vol. 5, No. 4, pp. 107-120.
- Morales Rubiano, M. E., Sanabria Aguirre, S. E., & Arias Cante, M. A. (2010). Acumulación de conocimiento, innovación y competitividad en aglomeraciones. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, vol. XVIII, núm. 2, 20-22.
- Örjan Sölvell Göran Lindqvist Christian Ketels. (2003). *The Cluster Initiative Greenbook*. Estados Unidos: www.cluster-research.org

Ostrom, E. (2003). Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva. *Revista Mexicana de Sociología* (1):160-164.

Prieto Pulido, R. A., & Fabelo, R. A. (2009). Liderazgo y capital social: Uso de redes como herramienta para el desarrollo sustentable. *Revista Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Vol. 11, (1), 52-62.

Ribeiro, D., & Vila, J. E. (2005). Capital social emprendedor como ventaja competitividad para la performance del proyecto empresarial. *Revista de Negócios*, Vol. 10, (3), 169-183.

Richards, D., & Engel, S. (2005). After the vision: suggestions to corporate visionares and vision champions. En J. D. Adams, *Transforming leadership research Second Edition* (págs. 236-256). New York: John D. Adams.

Valenzuela, K. (9 de jul de 2007). Self Improvement: Leadership. *EzineArticles*.

Venacio, L. L. (07 de 2007). Practices de los distritos industriales en Italia: modelo de desarrollo económico local que promueve el capital social. *Revista OIDLES*.

Yamamura, E. (17 de 05 de 2008). *Dinámica de la confianza social y el capital humano en el proceso de aprendizaje: el caso de agrupación de prendas de vestir a Japón en el período 1968-2005*. Retrieved (30/03/12), from <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/10251/>

RECONOCIMIENTO

Trabajo derivado del proyecto de investigación “Modelo para el análisis, evaluación de polos de desarrollo en el estado de Jalisco, para el diseño y evaluación de políticas públicas en la materia”, apoyado por FOMIX, Jalisco, 2012.

BIOGRAFIA

Berta Ermila Madrigal Torres, Benemérita Universidad de Guadalajara CUCEA. Correo electrónico agenda.madrigal@gmail.com

Ricardo Arechavala Vargas, Benemérita Universidad de Guadalajara CUCEA. Correo Electrónico: madrigal@cucea.udg.mx

Katia Lozano Uvario, Benemérita Universidad de Guadalajara CUCSH

Rosalba Madrigal Torres, Benemérita Universidad de Guadalajara CUCSH