

RECURSOS HUMANOS

FACTORES DE PERSONALIDAD ASOCIADOS AL ÉXITO EN LAS EXPORTACIONES DE EMPRESARIOS MEXICANOS.

Dra. Olga Leticia Gil Gaytán, ogil@iteso.mx, ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara (México).
Dr. Antonio Núñez Partido, anup@icade.comillas.edu, Universidad Pontificia Comillas, Madrid.

RESUMEN

El objetivo de esta comunicación es presentar, los factores de personalidad asociados al éxito exportador de los empresarios mexicanos de la Zona Metropolitana del estado mexicano de Guadalajara (ZMG). La justificación del estudio está en la necesidad que México tiene, en generar un mayor número de empresas exportadoras, impulsando el emprendimiento internacional. De acuerdo a los resultados de esta investigación, hay relación entre el éxito exportador y los factores de personalidad de empresarios mexicanos que son exportadores exitosos. México necesita reducir su dependencia de la exportación de manufacturas realizada por la inversión extranjera directa e incrementar las exportaciones de las empresas mexicanas. Se espera que las universidades y los organismos empresariales, consideren estos resultados en el momento de seleccionar alumnos para desarrollar sus programas orientados al emprendimiento internacional.

ABSTRACT

The objective of this article is to present, the results of this research whose main goal was to identify the elements of personality associated to the export of Mexican entrepreneurs in the MAG. The main justification for carrying out this study is the need of Mexico to reduce its current dependence on manufacturing export from foreign investment and increase exports of its Mexican companies. According to this study, there is association between export success and personality elements in the Mexican successful exporters. With the spread of these findings, it is expected that both, universities and business organizations, consider these results when developing curricula and programs related to international venture.

PALABRAS CLAVE: Factores de personalidad, éxito exportador, empresarios mexicanos.

KEY WORDS: Personality elements, Successful Organizations, Mexican businessmen

1 INTRODUCCIÓN: JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

México está cumpliendo 30 años tras haber tomado una de las decisiones más trascendentales en su historia como nación: la apertura comercial de sus fronteras. La formalización de esta decisión de abrirse al mercado se llevó a cabo en 1986, con su ingreso al GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio), hoy OMC (Organización Mundial del Comercio), tras cuarenta años aplicando una política proteccionista al comercio exterior, decide abrirse al mundo.

Los resultados de esa decisión aún se siguen cuestionando, sin embargo, las estadísticas en este sentido, son contundentes; en el año 1986, México exportaba 22 mil millones de dólares (Instituto Nacional de Estadística y

Geografía de México - INEGI, 2009); el 63 por ciento de esa cantidad, era petróleo (Secretaría de Economía, 2016). En el año 2014 las exportaciones fueron por un total de 397.128,7 mil millones de dólares (Secretaría de Economía, 2016), de los cuales, el 86,4 por ciento de dichas exportaciones se realizó en concepto de manufacturas y no por petróleo. Los productos petroleros, crudo y otros derivados, ocuparon solamente el 7,6 por ciento, bienes agropecuarios 4,6 por ciento y productos extractivos no petroleros 1,2 por ciento (INEGI, 2015).

Las estadísticas indican, que se pasó de ser un país mono exportador dependiente del petróleo, a ser un país exportador de manufacturas en un periodo de 30 años. En este lapso, se obtuvo un incremento del 1.805,13¹ millones por el total de exportaciones. Actualmente a México se le reconoce en la posición número 13 como principal economía a nivel mundial (Mars, 2016), décimo quinta potencia exportadora (Rodríguez, 2016) y la primera en América Latina (Morales, 2016)

En cuanto a la IED (Inversión Extranjera Directa), en el año 1986 el flujo de IED era de 2.000 millones de dólares, en el año 2015 cierra en los 30.000 millones de dólares, lo que le lleva a ocupar un segundo lugar en América Latina, después de Brasil (Reuters, 2016 a).

Sin embargo, los verdaderos actores de ese cambio, no son las empresas mexicanas. Las exportaciones correspondientes al sector empresarial nacional, son realmente escasas, en los últimos ocho años han fluctuado entre el 14 y el 19 por ciento del total exportado, el resto y más importante, lo llevan a cabo las grandes empresas provenientes precisamente de la IED, instaladas la mayor parte de ellas en el sector manufacturero (Reuters, 2016 b)

Otro dato importante, el 63,8 por ciento de las exportaciones van principalmente a un solo país, el mercado de los Estados Unidos de Norteamérica (Secretaría de Economía, 2015). Las cifras anteriores muestran la dependencia de un solo mercado y de un solo sector, el manufacturero proveniente del exterior. Dado lo anterior, es importante responder a las causales que generan tan poca presencia del sector empresarial mexicano en el comercio exterior mexicano. Las respuestas que se han dado hasta el momento apuntan causas diversas, que se clasifican según distintos autores (Minervini, 2014). Las clasificamos en dos grandes apartados. El primero de ellos tiene que ver con aspectos no controlables a la empresa: falta de créditos, burocracia, carencia de información y formación en materia de comercio exterior, inexistencia de apoyos, etc. El segundo apartado, son aspectos internos de la empresa y que sí son controlables: fallos en la organización y el diseño, capacidad inadecuada, bajos estándares de calidad, maquinaria obsoleta, falta de formación del personal contratado, poca productividad, etc. (Arroyo, 2008).

Sin restarle importancia a la clasificación anterior, esta investigación aporta una tercera variable multidimensional, los elementos de personalidad de los propios empresarios mexicanos de las empresas exportadoras. Se busca responder a las siguientes preguntas ¿existen factores de personalidad asociados al éxito en las exportaciones de los empresarios mexicanos? En caso de existir, ¿cuáles son esos elementos?, ¿cómo se manifiestan conductualmente en su actuar cotidiano?

Quizás la mayoría y más actuales de las evidencias científicas sobre personalidad y éxito provienen del modelo "Big five", sus cinco factores básicos agrupan la mayoría de los enunciados por las teorías más significativas sobre el comportamiento² (Oh, Wang, y Mount, 2011): extroversión, afabilidad, meticulosidad, estabilidad emocional y apertura a la experiencia. Los investigadores encuentran correlación con el rendimiento (Le, Oh, Robbins, Iliés, Holland y Westrick, 2011) y el éxito emprendedor (Suarez-Álvarez y Pedrosa, 2016). Y parecen transculturales (Yamagata, S. et al., 2006).

No se han localizado investigaciones concretas hasta ahora que relacionen la variable éxito exportador con factores de personalidad. Lo más cercano es un proyecto de tesis titulado como "Factores que influye en los empresarios en su decisión de incursionar en el Comercio Exterior, un estudio de casos en la Zona Metropolitana de Guadalajara" (Cortés, 2005), el objetivo general planteado en ese proyecto, fue describir la manera en que los empresarios toman la decisión de incursionar en el comercio exterior a través de un estudio de casos en la Zona

¹ Es el resultado de dividir lo exportado en el año 2014 entre lo exportado en el año 1986 (22 mil millones de dólares - MMD). Cálculo de elaboración propia.

² Las puntuaciones de estos rasgos son muy útiles para predecir las conductas de las personas en distintas situaciones (Fleeson y Gallagher, 2009)

Metropolitana de Guadalajara; de tal manera que permita identificar los factores que influyen en los empresarios para tomar dicha decisión.

Jesús Cortés Ortega concluye lo siguiente: *“Los factores que intervienen en la decisión de los empresarios, objeto de estudio de la investigación, para incursionar o no en el comercio exterior del país son diversos, y abarcan aspectos económicos, culturales, personales y sociales. Sin embargo, aquellos factores relacionados con los aspectos personales, son los que, al final de cuentas determinan la manera en que estos empresarios toman dicha decisión; pues, como se pudo observar, el miedo al riesgo y la falta de motivación son los factores que impiden a los empresarios iniciarse en la actividad exportadora”*.

Se vuelve urgente la conformación de generaciones de emprendedores mexicanos, que lleven al país a ocupar mejores lugares en los mencionados rankings mundiales por exportaciones (Meza, 2014), garantizando la permanencia de divisas en el país y, por otro lado, generando mayores y mejores empleos para un país con 55,3 millones de mexicanos que aún viven en la pobreza (Coneval, 2014).

2 MARCO TEÓRICO: MODELO DE PERSONALIDAD DISC

El campo de estudio de la personalidad según Daniel Cerone y Lawrence Pervin (2009), está principalmente centrado en el conjunto de características que nos diferencian a unos y otros como seres humanos. Los psicólogos de la personalidad se interesan por el modo en que las personas reaccionan conductualmente ante una misma realidad y concluyen en que, pese a esas diferencias, las personas funcionan generalmente como un todo organizado y estable de variables, en esta idea de organización de los factores de personalidad se encuadra la propuesta de este estudio.

Como resultado de lo anterior, se presenta adaptada como presupuesto inicial de esta investigación por su intuitiva sencillez y sobre todo porque sustenta a la mayoría de los instrumentos de medición de la personalidad en el mundo empresarial, la teoría desarrollada desde 1928 por William Moulton Marston (2013), de la Universidad de Harvard, en su libro *“The Emotions of Normal People”*. Este autor identificó lo que denominó las cuatro *“emociones principales”* y asoció sus respuestas conductuales con distintos grados de intensidad, que hoy conocemos como el Modelo DISC:

D (*Drive*). Dominante: capacidad de empuje, de lograr resultados, de aceptar retos, de superar problemas y tener iniciativa, asertividad y autoridad.

I (*Influence*). Influyente: interés y habilidad para relacionarse con la gente, comunicar y motivarla para que realice actividades específicas. Afabilidad social.

S (*Steadiness, Stability*). Estable: constancia, persistencia, capacidad para realizar tareas de manera continua y rutinaria, que no requiera cambios. Estabilidad Emocional, paciencia y perseverancia.

C (*Consciousness, Compliance*). Cumplidor: con apego a la norma, habilidad para desarrollar trabajos respetando normas y procedimientos establecidos. Conciencia del deber y obediencia. Meticulosidad, estructura, organización y precisión.

Estas conductas tipo responden a lo que un individuo percibe de una situación; de cómo la evalúa; y, finalmente se enfrenta a ella. Estos modos de proceder se ajustan a dos dimensiones básicas, que desde la década de los 80, la psicología cognitivo conductual actual denomina:

1.- *“Percepción del entorno”*, el ambiente, puede parecerle negativo (retador o exigente) o positivo (favorable o amigable)

2.- *“Percepción del poder personal sobre el entorno”*, si se siente poderoso su reacción será activa, si no será pasiva. Si su reacción es activa llevará a la autoafirmación ante una situación dada, y si es pasiva, buscará adaptarse o acomodarse a la misma.

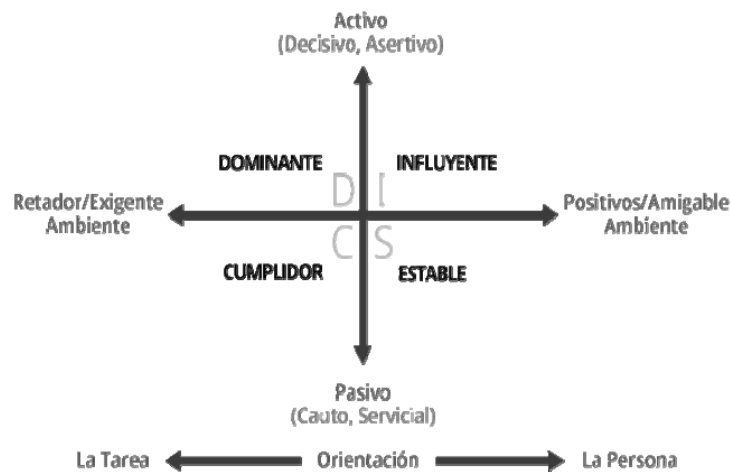


Figura 1 DISC Personality Matrix: Ejes perceptivos y comportamientos.

Fuente: Triaxia Partners (2005). Team Resources, Inc 2014.

En este gráfico, la dimensión horizontal responde a la percepción favorable o desfavorable que se tiene del ambiente. Los estilos Dominante (D) y Cumplidor (C) tienden a percibir el entorno como resistente, exigente y retador. Los estilos Influyente y Estable (S) tienden a verlo como que lo acepta, acogedor.

La dimensión vertical es descrita en términos del poder percibido. Los estilos Dominante (D) e Influyente (I) tienden a percibirse poderosos en el entorno, sienten que tienen control sobre este, así pueden ser asertivos y proactivos. En cambio, los estilos Estable (S) y Cumplidor (C) se sienten con menos poder y control sobre lo que les rodea, reaccionan adaptándose de manera cautelosa.

Walter Clark (1956), en los años cincuenta, fue el primero en desarrollar un instrumento psicológico basado en la teoría de Marston. El modelo se llamó “*Activity Vector Analyses*”. Algunos de los primeros socios de Clark le abandonaron y cada uno refinó el formato creando sus propios listados de adjetivos de autoevaluación. En la actualidad muchas empresas utilizan un instrumento de descripción conductual autoevaluativa que tienen como base la teoría de Marston para identificar los comportamientos exitosos.

Los fundamentos teóricos se han visto confirmados por un gran número de estudios de investigación, debido a que diversas empresas de test hacen uso del modelo y tratan de validar sus diferentes instrumentos y test particulares (Watson y Klassen, 2004).

Al hilo de lo expuesto, la hipótesis es que los elementos de personalidad asociados al éxito exportador pueden ser: el *empuje* al logro, la *influencia* en el liderazgo, la tenacidad voluntariosa como *constancia* en el objetivo-tarea y el compromiso con el *cumplimiento* de normas. Se encuadran especialmente en esta teoría más que en otras revisadas para nuestro estudio y que por motivo de su amplitud debemos acotar. Además, buscaremos la jerarquía y relaciones entre los mencionados factores de personalidad en los empresarios exportadores exitosos.

3 METODOLOGÍA

El tipo de trabajo propuesto para este estudio podemos considerarlo, cuantitativo, descriptivo, transversal y analítico por manejar más de una sola variable. Para simplificar la comprensión sobre el marco metodológico de la investigación y sus resultados, se formulan un listado de siete puntos, que se presentan a continuación:

3.1. Pregunta de Investigación: ¿Existen Elementos de Personalidad asociados al éxito en las exportaciones de empresarios mexicanos ubicados en la Zona Metropolitana de Guadalajara?

3.2. Variables Identificadas:

- Variable Independiente: Elementos de Personalidad.
- Variable Dependiente: Éxito en las Exportaciones.

3.3. Indicadores:

- **V.I.: Personalidad:** Representa aquellas características del individuo que explican los patrones permanentes en su manera de sentir, pensar y actuar³ descritas por el Test *Cleaver*, basado en el modelo DISC.
- **V.D.: Organizaciones exitosas:** Empresas cuya subsistencia depende al menos en un 30% de sus exportaciones en diversos mercados⁴ y cuyos beneficios por esta circunstancia las han llevado a ser empresas financieramente saludables y reconocidas con el “Galardón Jalisco a la Exportación”, máximo reconocimiento que otorga el Gobierno del Estado a las empresas, organismos e instituciones que promueven las exportaciones mexicanas.

3.4. Instrumentos de Investigación de la V.I.:

- **El Test *Cleaver*.** Entre la gran diversidad de instrumentos que miden factores de personalidad (V.I.) y entre los más utilizados en selección de personal en América se consideró que el “*Cleaver*” es el que mejor se ajusta a nuestra hipótesis de las características de personalidad asociadas al éxito exportador y que mide: *Empuje, Influencia, Constancia y Cumplimiento*.

Partiendo de Marston, la Técnica *Cleaver* se diseñó en 1959 en Princeton New Jersey, E. U. por J. P. *Cleaver et al.* Se plantea como una técnica específica para responder a las necesidades de la selección de personal y en este sentido se aparta de los habituales esquemas presentados por las pruebas de tipo clínico.

Su objetivo principal es medir la conducta en el trabajo tomando en cuenta los principios de Marston, con el fin de poder ubicar a la persona adecuada en el trabajo adecuado.

Sus respuestas están basadas en la autodescripción; es decir, en la imagen que tiene la persona de sí misma. Es considerado de acuerdo a los expertos latinoamericanos en estudios de selección de Recursos Humanos entrevistados, como uno de los instrumentos más utilizados con respecto al estudio de la personalidad de los individuos en el entorno laboral o empresarial⁵, y que cuenta con una excelente baremación por sus amplias muestras. Y una notable validación por su fiabilidad y consistencia interna, entre 0,77 y 0,82, así como su validez de constructo probada y fuertes correlaciones negativas entre Cumplidor e Influyente y entre Estable (S) y Dominante, en su Análisis Factorial. Se han hallado correlaciones positivas con escalas de Extroversión, con el 16PF, el Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) y el Big Five Inventory (BFI).

- **La Encuesta.** Instrumento de elaboración propia con el propósito de probar la relación existente entre los factores de personalidad que mide el test *Cleaver* y la relación percibida por los empresarios en su éxito como exportadores. Se les preguntaba a los empresarios sobre la relevancia de las variables comportamentales que mide el Test *Cleaver*, Empuje, Influencia, Constancia y Cumplimiento, en el éxito de sus exportaciones. Esta encuesta es pues el resultado de la operativización de la variable personalidad en dimensiones conductuales para la variable éxito en las exportaciones.

³ Se llegó a esta definición por considerarse entre las revisadas, la de mayor amplitud en su concepción misma además de ser la más reiterativa entre distintos autores de la personalidad, así como ser coincidente con la referida por la Real Academia de la Lengua Española.

⁴ Es factor clave para ser empresa seleccionada por el Galardón Jalisco a la Exportación, máximo reconocimiento entregado por el Gobierno de este Estado de a las empresas exportadoras exitosas y reconocido en toda Centroamérica.

⁵ Otros instrumentos más actuales que igualmente miden elementos de personalidad laboral o directiva son el PAPI de Kostick, el LUSCHER o Prueba de Colores y Dibujo de Persona Bajo la Lluvia, sin embargo, no se encuentran tan referidos al ámbito de la investigación organizacional.

El Instituto de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Jalisco (JALTRADE)⁶ proporcionó, para ser entrevistados, la base de datos de los empresarios ganadores del Galardón Jalisco a la Exportación con la salvedad de guardar la confidencialidad de los empresarios participantes, como parte de las consideraciones éticas correspondientes.

3.5. El Tamaño del Universo y la Muestra Estadística: El tamaño de la Población es de 50 empresas exitosas acorde a la información proporcionada por el premio JALTRADE. El resultado de la muestra final fue de 44 empresas a partir de la formula estadística para cálculo del N con población o universo conocido⁷.

3.6 Limitaciones de la muestra: Debido a empresas desaparecidas, así como empresas contabilizadas en más de una ocasión el total de la muestra pasó realmente de 44 a 32 empresas exitosas. Añadiendo otras 32 no exitosas para poder comparar los perfiles, tenemos un total de 64 empresas.

3.7 Procedimiento

Se localizaron a los 64 Directores Generales, 32 exitosos y 32 “no exitosos”, y habiéndoles explicado por mail el objetivo del estudio y los criterios de confidencialidad, se les pidió que cumplimentaran el Test *Cleaver* on-line. Posteriormente, se les solicitó contestaran a las preguntas de la encuesta independientemente.

4 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se puede ver la gráfica de resultados de la investigación de campo con respecto a los elementos de personalidad asociados a los empresarios exitosos.



Figura 2 Resultados DISC de empresarios exitosos en exportación.

Fuente: Elaboración propia

Como se puede ver en el gráfico DISC del Cleaver, los resultados de la investigación presentan como destacados casi a la par los factores del Cumplimiento y el Empuje, sin diferencias significativas.

El primero es el “Cumplimiento” (C). Obtuvo un total de 32,91% en nuestra muestra. La técnica *Cleaver* lo define con el “apego” o respeto al seguimiento de normas, estándares o procedimientos estrictos, evitando así posibilidades de error, problemas o riesgos.

El siguiente hace referencia al Empuje (D), con un total de 31,64. Esta característica, Cleaver la enmarca como necesaria para obtener resultados en situaciones de oposición o en circunstancias antagónicas, reflejada en iniciativa, liderazgo y aceptación de retos.

⁶ Instituto de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Jalisco (JALTRADE), es un Organismo Público Descentralizado del Poder Ejecutivo del Gobierno del Estado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, el cual tiene como principal propósito, fomentar el comercio del Estado de Jalisco en el exterior.

⁷ El N ha sido calculado teniendo en cuenta el tamaño de la población, el nivel de confianza al 95% de nuestro estudio, la probabilidad de éxito o fracaso y el error de la muestra al 5%.

La siguiente característica del *Cleaver* es la Influencia (I), con un 22,36% significa la influencia sobre la gente para actuar positiva y favorablemente, habilidad para las relaciones personales y motivación para que las personas realicen actividades específicas.

El puntaje más bajo es para la Constancia (S), con un 13,08%. Esta característica *Cleaver* la describe como la capacidad para desarrollar trabajo con consistencia y en forma predecible, capacidad para realizar labores de manera continua o rutinaria, deseo de mantenerse de la misma manera no buscando cambios. En la figura 3, dispuesta a continuación, se pueden observar los resultados del grupo correspondiente a los empresarios no exitosos.



Figura 3 Resultados DISC de empresarios NO exitosos en exportación.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los resultados obtenidos en la contraparte de los empresarios no exitosos, los resultados comparados con los primeros, muestran claras diferencias. Revisando el DISC tenemos que los puntajes más altos están en la “S” Constancia y la “C” de Cumplimiento, no muy lejano de éstos dos, la Influencia.

La “S” o Constancia, es la tendencia o capacidad a desarrollar labores rutinarias y deseo de mantenerse de la misma manera no buscando cambios. Se puede ver con un 32% en el total; el mayor porcentaje obtenido por este grupo de exportadores no exitosos.

La segunda es “C” o Cumplimiento, por su parte, que se refiere al respeto y seguimiento a normas y estándares con un 26,22%, seguido de la Influencia (I) con el 23,55% y, por último, el Empuje (D) con 18,22%.

En el grupo de los no exitosos las características más bajas son, como se puede ver, la “D” de Impulso y la “I” de Influencia. La “D”, Drive o Empuje, sí es marcadamente distinta con respecto al grupo anterior. La única característica en la cual son más coincidentes ambos grupos es en la “I” o Influencia. Ambos la presentan medianamente con un 22,35% los “exitosos” frente a un 23,55% los “no exitosos”. Como cabría esperar pues todos ellos buenos o malos exportadores son directivos de sus empresas.

Como se puede apreciar las diferencias son significativas entre los empresarios exportadores exitosos y los que no lo son tanto.

En cuanto a los resultados del segundo instrumento, la encuesta, como se mencionó anteriormente, se formularon doce preguntas sobre la relevancia de las variables en su trabajo. En las tablas que se presentan a continuación se pueden observar un resumen de los resultados.

RESPUESTAS DE LOS EMPRESARIOS EXITOSOS															
ELEMENTOS DE PERSONALIDAD	Éxito Exportador		RESUMEN ENCUESTA												
	Preg. N°.	Tema: Sub-factor	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTALES	%	
		h) Problemática Enfrentada.											0	0	
		i) Otra.											0	0	
CUMPLIMIENTO	10 ¿En qué porcentaje considera que su éxito exportador se debe al cumplimiento de las normas establecidas?														
	Apego a la norma	a) 0 – 30%.												0	0
		b) 30% - 60%.												0	0
		c) 70 – 100%.												10	100
	11 ¿En una escala del 0 al 100% que tanto se apega a los procedimientos señalados?														
	Niveles de Cumplimiento	a) 0 – 30%.												0	0
		b) 40 – 70%.												0	0
		c) 70 – 100%												10	100
	12 ¿Podría señalar al menos tres situaciones o áreas en las cuales se puede evidenciar el cumplimiento en normatividad, procedimiento o reglas establecidas?														
	Impacto Cumplimiento	a) Estrategia de Exportación.												1	10
		b) Producción y Desarrollo.												10	100
		c) Promoción.												0	0
d) Organización y Desarrollo.													5	50	
e) Comercialización.													4	40	
f) Capacitación.													2	20	
g) Medio Ambiente.													1	10	
h) Problemática Enfrentada.													7	70	
i) Otra.													0	0	

Fuente: Elaboración propia

La tabla presentada muestra la relación entre las características de personalidad (primera columna) asociadas a preguntas que pretenden explorar su relación con el éxito exportador a juicio de los empresarios. No se encuestaron a todos debido a la reiteración en las respuestas a los doce temas o preguntas planteadas.

A continuación, se desglosan los resultados obtenidos brevemente:

- **Empuje.** La encuesta a los empresarios exitosos denotó que el 90% de ellos se consideran capaces de persistir para el logro de sus objetivos “*casi siempre*”. El 100% de ellos consideró que sí lleva a cabo estrategias de exportación de forma frecuente. En cuanto a la pregunta tres en la cual se les solicita comentar al menos tres casos en los que fue necesario que ellos intervinieran para “empujar” y que las mismas se llevaran a cabo, resaltaron especialmente las referentes al área de Producción, Organización y Desarrollo con un 60% así como la de Comercialización con un 70%.
- **Influencia.** La encuesta reflejó que el 70% de los encuestados considera que es capaz de motivar entre el 80 y el 100% de su personal para el logro de los objetivos de la empresa incluyendo los referentes a exportación. Igualmente, el 80% de ellos consideraron que la “influencia” es más evidente en el área de producción y desarrollo, un 60% de ellos mencionó el área de promoción. En cuanto al manejo de sus relaciones, el 90% de ellos calificó las relaciones laborales con sus empleados como “*muy buenas*”.
- **Constancia.** Los encuestados estuvieron divididos prácticamente en dos niveles, el 50% de ellos mencionó que entre el 0 y el 30% de sus actividades podría calificarlas como de “rutina”, el restante 50% mencionó que están entre un 40 y un 70%. Ninguno de los encuestados calificó sus actividades diarias como “permanentes o rutinarias”. En cuanto a los porcentajes referentes a la rutina diaria, ante la pregunta de a qué área lo aplican, el porcentaje mayor lo obtuvo el área de Organización y Desarrollo, con un 50% de las respuestas.
- **Cumplimiento.** La última característica fue tal vez la más marcada de todas en las respuestas, ya que el 100% de encuestados respondió que entre el 70 y el 100% de su éxito exportador se debe al cumplimiento de las normas establecidas y que en ese mismo porcentaje su empresa se apega a los procedimientos establecidos especialmente en materia de operación aduanera. Ante la pregunta de algunos casos o ejemplo en los cuales pudieran dar evidencia respecto de los seguimientos, sobresalió Producción y Desarrollo con un 100%, y otro 70% comentaron situaciones específicas con respecto a embarques con grandes dificultades que finalmente lograron solventarse gracias al adecuado manejo de la normatividad establecida.

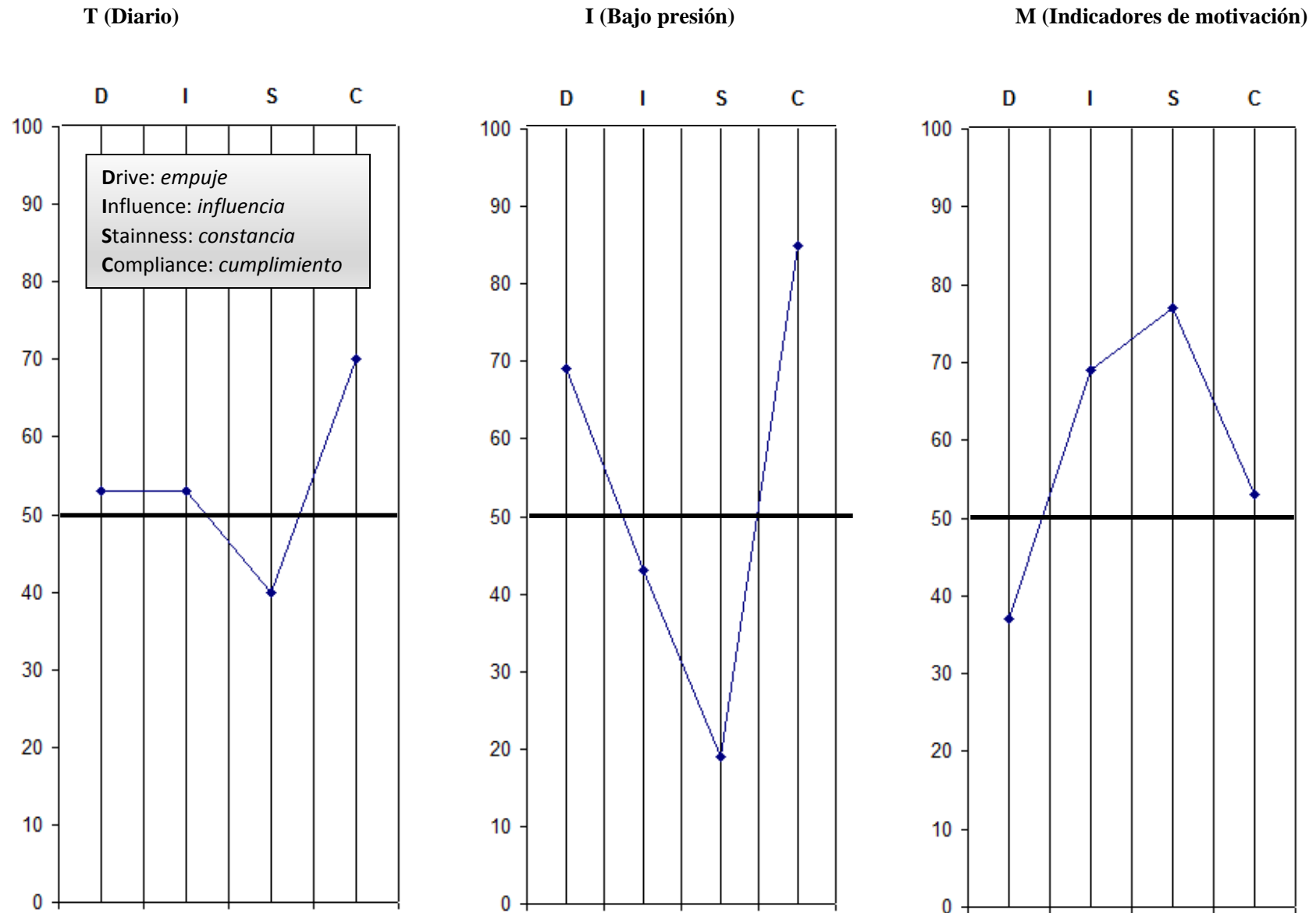
Con los resultados arrojados por la Encuesta, se validó la correlación estadística entre personalidad y éxito exportador.

4.1 Detalle de las características de Comportamiento del Empresario Exportador Exitoso de la Zona Metropolitana del estado de Guadalajara (México) según la técnica Clever.

El perfil exportador exitoso localizado a partir de la investigación de los 32 empresarios exportadores exitosos, se sistematizó con un proceso de interrelación interna propio de la técnica *Cleaver* que nos permite, adentrarnos más en detalle de sus comportamientos en situaciones distintas y sometidos a tres niveles de presión: Ver figura 4

- Comportamiento Diario (T).
- Comportamiento Bajo Presión (I).
- Indicadores de Motivación (M).

Figura 4 sobre el Comportamiento Situacional del Empresario Exportador Exitoso. Fuente: Elaboración propia



Estas interrelaciones, combinando las puntuaciones obtenidas en los cuatro factores de personalidad básicos, nos permiten describir su comportamiento particular en otros siete subfactores o características personales que nos enriquecen el perfil del empresario exportados con éxito:

1. **Creatividad D/I.** Tiende a ser lógico, crítico e incisivo en sus enfoques hacia la obtención de metas. Se sentirá retado por problemas que requieren esfuerzos de análisis y originalidad. Será llano y crítico con la gente.
2. **Buena Voluntad I/D.** Tiende a comportarse de forma equilibrada y cordial, desplegando “asertividad social” en situaciones que percibe como favorables y sin amenazas. Tiende a mostrarse simpático y lucha por establecer relaciones armoniosas con la gente desde el primer contacto con ellos.
3. **Confianza en sí mismo I/C.** Despliega confianza en sí mismo en la mayoría de sus tratos con otras personas. Aunque siempre lucha por ganarse a la gente, se muestra reacio a ceder su propio punto de vista. Esta persona siente que no importa qué situación se presente, él será capaz de actuar de forma exitosa.
4. **Persistencia S/C.** Tiende a ser un individuo persistente y perseverante que una vez que decide algo, no se desvía de su objetivo fácilmente. Tenderá a tomar un ritmo de trabajo y apegarse a él. Puede ser rígido e independiente cuando se aplica la fuerza para hacer cambiar; exasperando a otros que requieren de su adaptación.
5. **Adaptabilidad C/D.** Tiende a actuar de una forma cuidadosa y conservadora, en general está dispuesto a modificar o transigir en su posición con objeto de lograr su objetivo. Es un estricto observador de las políticas, pudiendo parecer arbitrario y poco flexible al seguir una regla o fórmula establecida. Prefiere una atmósfera libre de antagonismos y desea armonía.
6. **Perfeccionismo C/I.** Tiende a ser un seguidor apegado al orden y los sistemas. Toma decisiones basadas en hechos conocidos o procedimientos establecidos. En todas sus actividades, trata meticulosamente de apegarse a los estándares definidos, ya sea por sí mismo o por los demás.
7. **Sensibilidad C/S.** Esta persona estará muy consciente en evitar riesgos o problemas. La tensión puede ser evidente particularmente si está bajo presión por obtener resultados. En general, se sentirá intranquilo mientras no tenga una confirmación absoluta de que su decisión ha sido la correcta.

Finalmente, se hace notar que el perfil anterior, así como los comportamientos presentados, están en función de los puntajes obtenidos en la investigación de los 32 empresarios exitosos considerados para efecto de esta investigación por lo que no es posible generalizar los resultados a otros sectores empresariales o geográficos, dados los límites de perfil señalados para esta investigación en particular, y cuyo objetivo fue claramente demarcado o señalado desde su inicio.

5 CONCLUSIONES

Los elementos de personalidad asociados al éxito en las exportaciones de empresarios mexicanos ubicados en la Z.M.G. y considerados en este estudio, son en orden de importancia:

1. **Compliance:** *Cumplimiento* de normas, estándares o procedimientos estrictos evitando así posibilidades de error, problemas o riesgos, también se le reconoce bajo el nombre de apego a la ley.
2. **Drive:** *Empuje* para obtener resultados en situaciones de oposición o en circunstancias antagónicas, iniciativa, liderazgo y aceptación de retos.
3. **Influence:** *Influencia* sobre la gente para actuar positiva y favorablemente, habilidad de relaciones personales y motivación para que las personas realicen actividades específicas.

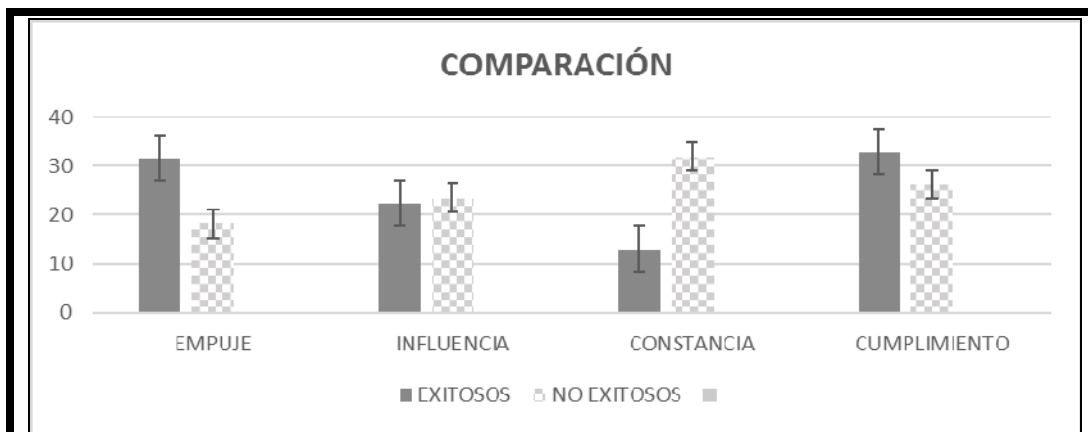


Figura 5 Conclusión: comparación entre los dos tipos de empresarios exportadores

Fuente: Elaboración propia

Estos resultados son atribuibles a la muestra estudiada, por lo que no es posible generalizarlos; por lo que no se puede hablar de elementos determinantes; Dicha asociación fue comprobable mediante el diseño e implementación de un segundo instrumento llamado la *Encuesta*, mediante el cual se correlacionaron las variables manejadas y las cuales conforme a los resultados de este estudio se consideraron como positivas en la muestra. En cuanto a las recomendaciones finales, se invita especialmente a las universidades y a los organismos e instituciones del sector público y privado, interesados en el emprendimiento internacional, a tomar en cuenta los elementos de personalidad de los emprendedores en sus programas de selección, formación y desarrollo. El mismo Test *Cleaver* podría ser utilizado como herramienta de medición de las características de personalidad de los involucrados.

Finalmente podemos concluir que:

1. Existen elementos de personalidad asociados al Éxito Exportador de los empresarios mexicanos exportadores de la Zona Metropolitana del Estado de Guadalajara (Jalisco-Mexico)
2. Fue posible identificarlos a través de los instrumentos indicados como lo fueron el Test *Cleaver* y la *Encuesta* de confirmación.
3. A partir de los elementos de personalidad fue factible una jerarquía de rasgos de personalidad, un acercamiento a sus características de comportamiento particulares.
4. La investigación marca un modesto precedente en la formulación de un perfil conglomerado a partir del DISC del Test de *Cleaver*.
5. Se generó un nuevo instrumento de correlación entre las variables involucradas en la investigación confirmando así, la pertinencia de los instrumentos seleccionados: la *Encuesta*.
6. Se ofrecen alternativas de aplicación con respecto a los resultados del perfil exportador exitoso, especialmente para el sector educativo superior.

6 FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

1. Replicar el estudio con distintas muestras en diversas zonas geográfica para la confirmación de un perfil más generalizable.
2. Implementar un modelo de desarrollo de directivos exportadores que permita una mejora de su desempeño.
3. Utilizar el Test Big Five que se está mostrando como un modelo con más aparato crítico, científico y universal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arroyo, O. (2008). *Cultura Empresarial*. México: Secretaria de Economía, pp 45
- Cerone, D., & Pervin, L. (2009). *Teoría de la Personalidad*. México: Manual Moderno
- Clarke, W. V. (1956). The construction of an industrial selection personality test. *The Journal of Psychology*, 41(2), 379-394.
- CONEVAL. (2014). Evolución Pobreza y Pobreza Extrema. 4 de febrero de 2016, de CONEVAL Sitio web: http://www.coneval.gob.mx/Medicion/MP/Paginas/Pobreza_2014.aspx
- Cortés, J. (2005). Proyecto de Tesis. ITESO, pp 25.
- Fleeson, W. & Gallagher, P., (2009), "The implications of Big Five Standing for the Distribution of Trait Manifestation in Behavior: Fifteen Experience-Sampling Studies and a Meta-Analysis", *Journal of Personality and Social Psychology* vol.97, n° 6, pp. 1097-1114.
- INEGI (2009). Valor del Comercio Exterior años seleccionados 1519-2008. Estadísticas Históricas de México, 16, 9.
- INEGI (2015). Resumen de balanza comercial de mercancías de México. Balanza Comercial de Mercancías, xiv, 5.
- Le, H.; Oh, I.; Robbins, S.B.; Ilies, R; Holland, E. & Westrick, P., (2011), "Too Much of a Good Thing: Curvilinear Relationships Between Personality Traits and Job Performance", *Journal of Applied Psychology* vol.96, n°. 1, pp. 113-133.
- Mars, A. (2016). ¿Cuáles son las mayores economías del mundo? ¿Y las más diminutas? 4 de febrero de 2016, de El País Sitio web: http://economia.elpais.com/economia/2015/04/15/actualidad/1429060990_180502.html
- Marston, W. M. (2013). *Emotions of normal people* (Vol. 158). Routledge.
- Meza, N. (2014). Los 15 países con más exportaciones a nivel mundial. 4 de febrero de 2016, de Forbes Sitio web: <http://www.forbes.com.mx/los-15-paises-con-mas-exportaciones-a-nivel-mundial/>
- Minervini, N. (2014). *Ingeniería de la Exportación*. México: CENGAGE (pp 2-28)
- Morales, R. (2016). México eleva su dominio exportador en Latinoamérica. 4 de febrero de 2016, de El Economista Sitio web: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/10/21/mexico-eleva-su-dominio-exportador-latinoamerica>
- Oh, I., Wang, G. & Mount, M. K., (2011) "Validity of Observer Ratings of the Five-Factor Model of Personality Traits: A Meta-Analysis", *Journal of Applied Psychology* vol.96, n°.4, pp. 762-773.
- Reuters. (2016a). La Inversión Extranjera Directa a México crece 135% anual. 4 de febrero de 2016, de CNN expansión Sitio web: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2015/08/20/mexico-duplica-inversion-extranjera-al-segundo-trimestre>
- Reuters. (2016b). México sale del 'top ten' de Inversión Extranjera Directa. 4 de febrero de 2016, de CNN expansión Sitio web: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2015/06/24/mexico-sale-del-top-ten-de-inversion-extranjera-directa>
- Rodriguez, E. (2016). Rankings 5 productos en los que México es líder. 4 de febrero de 2016, de El Financiero Sitio web: <http://www.elfinanciero.com.mx/rankings/top-de-los-productos-en-el-que-mexico-es-lider-mundial.html>
- Secretaría de Economía. (2015). Balanza comercial de México año previo de entrada en vigor de los TLCs vs. 2015. 4 de febrero de 2015, de Subsecretaría de Comercio Exterior Sitio web: http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/54168/TOTAL_2015.pdf
- Secretaría de Economía (2016). Exportaciones Totales en México. 3 de febrero de 2016, de Portal del Gobierno Sitio web: <http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/43759/Anual-Exporta.pdf>
- Suarez-Álvarez, J. y Pedrosa, I. (2016). Evaluación de la Personalidad emprendedora: situación actual y líneas de futuro. *Papeles del Psicólogo*, 2016 vol. 37(1), pp. 62-68.
- Watson, R.J. y Klassen P.T. (2004). *Style Insights-DISC: Manual de Validación*. TTI-Performance System, LTD. Success Insights Inc, pp 10-12.
- Yamagata, S.; Suzuki, A.; Ando, J.; Ono, Y.; Yutaka, K.; Kijima, N. et al., (2006), "Is the Genetic Structure of Human Personality Universal? A Cross-Cultural Twin Study from North America, Europe, and Asia", *Journal of Personality and Social Psychology* vol.90, n° 6, pp. 987-998.