

# **LA INCIDENCIA DE LA ASOCIATIVIDAD EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS AGROINDUSTRIALES DE LA REGIÓN DE LOS VALLES CENTRALES, OAXACA**

**Daniela Patricia Santiago Ibáñez**  
[dannypatty03@hotmail.com](mailto:dannypatty03@hotmail.com)

## **Resumen**

Dentro de las transformaciones que las micro, pequeñas y medianas empresas han tenido en el contexto de la globalización, una de las sobresalientes ha sido la reconfiguración organizacional, en donde las empresas han adoptado estrategias del tipo asociativas para hacer frente a la competencia en el ámbito en el cual se desempeñan, permitiendo llevar a cabo procesos de cooperación que les permiten crear ventajas competitivas, y que inciden en la competitividad de las mismas.

El trabajo se basa en la metodología cuantitativa para conocer la incidencia y relación de la asociatividad en la competitividad y el papel que juegan las ventajas competitivas como moderadora de la relación mencionada y, generalizar los resultados obtenidos a la unidad de análisis.

Palabras clave: Asociatividad, Ventajas competitivas y competitividad.

## **Caracterización de la agroindustria**

La investigación tiene su unidad de análisis en el sector agroindustrial alimentario de los Valles Centrales de Oaxaca, puesto que representan unas de las áreas estratégicas de la seguridad alimentaria de México, ya que conecta a la producción agrícola, pecuaria y pesquera con la división manufacturera, a fin de agregar valor a los productos primarios y su transformación en subproductos y productos finales para su comercialización al consumidor final.

A nivel nacional las empresas que trabajan bajo modelos de asociatividad se encuentran en Guanajuato, Hidalgo, Chihuahua, Morelos y el Distrito Federal, específicamente con el modelo de empresas integradoras, siendo registrados por la Secretaría de Economía (2012) como casos de éxito. En estados como Guadalajara se trabaja bajo el modelo de cluster, llegándose a producir dos tercios de la producción nacional de calzado. (Secretaría de Economía, 2012). En Saltillo, Ramos Arizpe y Monclova Coahuila, Silao, Gto. Y Toluca el clúster automotriz aportan el 61, 99 y 43% respectivamente al PIB manufacturero, cuya tasa de crecimiento se encuentra en 2.4 % entre los años de 1998 a 2011.

En Oaxaca se tienen registrados 3 casos de éxito que trabajan bajo el modelo de empresas integradoras, centrándose en los Valles Centrales. Generando 418 empleos, del sector agroindustrial (Secretaría de Economía, 2012).

En cuestión de la Variable Competitividad de la agroindustria a nivel Nacional se tiene que en cuestión de participación al PIB, durante los años 2006 y 2010 la agroindustria alimentaria

creció una tasa media de 1.6% (INEGI, 2010). El valor agregado de la producción de alimentos aporta el 78% del PIB agroindustrial. En 2010, este PIB generó \$440 mil millones de pesos, teniendo un crecimiento de 2.5% del año 1993 al 2010. (SAGARPA, 2011).

En cuestión al personal ocupado la agroindustria alimentaria a nivel nacional representa el 23.87% con 10,457,469, de los 43, 809, 329, de la población total ocupada del país, según información (INEGI, 2010), teniendo una disminución del 1.6% con respecto del cuarto trimestre del año 2011.

A nivel estatal la agroindustria alimentaria en Oaxaca aporta el 1.2%, durante los años de 2006 y 2010, aumentando una tasa media de 1.6 %. (INEGI, 2010). En Oaxaca la evolución de las exportaciones a que van del 2008 al 2011, y con información del mes de diciembre de 2011, las exportaciones incrementaron en un 53%, teniendo como destino principal Estados Unidos (75%), Unión Europea (5.6%), Canadá (3.2%); Centroamérica (3.2%); Sudamérica (2.7%) y Japón (2.6%) (SAGARPA, 2011)

En cuanto a las unidades económicas el 35% del total de las unidades económicas en el estado se dedican a actividades agroindustriales, teniendo un 0.06% de la PEA en actividades agroindustriales. En cuanto a la agroindustria alimentaria en la Región de los Valles Centrales se tiene que aporta el 47% al PIB, la Tasa Media de Crecimiento Anual 2006 - 2010 1.6% (INEGI, 2010). La Región que destinó el mayor porcentaje a la exportación es la Región de los Valles Centrales con un 26.05%, seguido de la Región del Papaloapam y del Istmo, teniendo una evolución del 2008 al 2011 un incremento de 26% (SAGARPA- OEIDRUS 2009).

En cuanto a la producción de la agroindustria alimentaria se tiene 15,780 millones de pesos (SAGARPA, 2011), de esta producción el 38.8% se destina al consumo regional. En cuanto a las unidades económicas se tiene que el 35% del total de las unidades económicas en el estado se dedican a actividades agroindustriales alimentarias en la Región de los Valles Centrales, con una evolución del 0.4% con respecto del año 2009. Teniendo un total de 20, 077 personas ocupadas en actividades agroindustriales representando el 0.04% del total de la población ocupada en el estado. ( INEGI, 2010)

Esto ha implicado una oportunidad para la agroindustria de especializarse en nichos como una estrategia de desarrollo, el producir de forma competitiva un volumen cada vez más elevado de alimentos y bebidas procesadas con ciertas características demandadas por el mercado.

La situación que presenta la agroindustria en los Valles Centrales permite evidenciar la necesidad de promover procesos que generen la cooperación empresarial con el objeto de mejorar la gestión, la productividad y la competitividad de los sectores empresariales frente al proceso de la globalización, y de esta manera, lograr la subsistencia a través de la asociación con otros. A la luz de dicho planteamiento, en la revisión teórica del proceso de Asociatividad, el cual recoge una de las formas más sofisticadas y avanzadas del llamado proceso de integración empresarial, enfocado desde perspectiva del desarrollo local. Tal revisión conllevará a proponer algunas estrategias empresariales que fomenten el desarrollo de las empresas y sectores empresariales que las integran, e impulsen el crecimiento económico y la capacidad competitiva de las localidades.

Al respecto el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), en el estudio Gestión de Agronegocios en Empresas Asociativas Rurales, (2006), la competitividad

del sistema agroproductivo depende en gran medida de la capacidad de relacionamiento y Asociatividad entre los actores, como estrategia que les permite enfrentar los permanentes cambios económicos y del mercado.

Y también la teoría de la competitividad sistémica (Villarreal, R. & De Villarreal, R. 2002), propone como estrategia de competitividad la articulación productiva (clúster) entre sectores que forman la cadena productiva, con la finalidad de enfrentar a la competencia. Siendo que el enfoque que propone la competitividad sistémica es de desarrollo endógeno, propio de la región, que implica una articulación productiva con liderazgo local que lleve a la integración social y a la inserción activa y eficiente de la globalización.

Este enfoque parte de la realidad de la competencia global con apertura económica en México y de Centroamérica, pero es operativo y con un enfoque de instrumentación, por lo que va de abajo hacia arriba para la formación de cadenas empresariales. Esta tendrá al liderazgo empresarial local como factor fundamental que a su vez indica liderazgo colectivo, es decir, la cabezas empresariales saben que la asociación tiene ventajas que les permitirá ser competitivos a nivel nacional e internacional (Villarreal, R. y De Villarreal, R. 2002).

La investigación tiene como objetivo general y específicos los siguientes:

### **Objetivo General.**

Analizar la relación entre las variables Asociatividad y ventajas competitivas y competitividad en las agroindustrias alimentarias de la región de los Valles Centrales, Oaxaca.

### **Objetivos Específicos**

- ❖ Analizar la relación que existe entre la variable Asociatividad y la variable ventaja competitiva en las MiPYMeS agroindustriales de los Valles Centrales, Oaxaca en las agroindustrias alimentarias en la Región de los Valles Centrales, Oaxaca.
- ❖ Analizar la relación entre la Variable Ventajas Competitivas y la competitividad en las MIPYMES agroindustriales de la Región de los Valles Centrales, Oaxaca.
- ❖ Analizar la relación entre la variable Asociatividad y Competitividad en las MIPYMES agroindustriales de la Región de los Valles Centrales, Oaxaca.
- ❖ Analizar la relación e incidencia de la Variable Ventajas Competitivas en la relación e incidencia de las variables Asociatividad y competitividad en las agroindustrias alimentarias en la Región de los Valles Centrales, Oaxaca.

### **Aspectos teóricos.**

Para efectos de esta investigación se entiende como competitividad a la capacidad que tiene la empresa para competir, en su sector, midiéndose a través de la posición relativa que detenta la organización en relación con sus competidores, su productividad, la rentabilidad de la inversión dada, para que una empresa sea competitiva es necesaria la asociatividad como estrategia para la generación de ventajas competitivas (Villarreal & Villareal, 2002; Alburquerque, 2012; Porter 1979; Hernández Laos, 2000).

Así también para la presente investigación, se entenderá como Asociatividad al mecanismo de cooperación entre empresas independientes, basado en la complementación de recursos entre diferentes firmas relacionadas y orientadas al logro de ventajas competitivas que no podrían ser alcanzadas en forma individual. Jugando un papel importante los factores requeridos para emprender un modelo de Asociatividad, como son los factores de mercado, los factores financieros y organizacionales, así como los valores y principios guía y la aplicación de una metodología para poner en práctica el modelo de Asociatividad (Narváez, et.al., 2009; Valdez 2007; Morán, 2010; Colmenarez y Delgado, 2003.)

Para conceptualizar la siguiente variable ventajas competitivas, Porter (1991) menciona que existen 2 tipos de ventajas competitivas sostenibles: una de coste inferior y diferenciación. El coste inferior viene dado por la capacidad de la empresa para diseñar, fabricar y comercializar un producto comparable más eficientemente que sus competidores. A precios iguales o parecidos a los de sus competidores, el coste inferior se traduce en rendimientos superiores. Por otro lado la diferenciación es la capacidad de brindar al comprador un valor superior y singular del producto.

### **Modelo de investigación**

Se presenta el modelo de investigación (ver figura 1) que se basa en las relaciones e incidencia entre los factores financiero, organizacional y de mercado, principios y valores de la variable asociatividad y su incidencia y relación con la variable competitividad, así como la incidencia y relación con la variable ventajas competitivas en las MIPYMES agroindustriales del Sector Alimentario de la Región de los Valles Centrales.

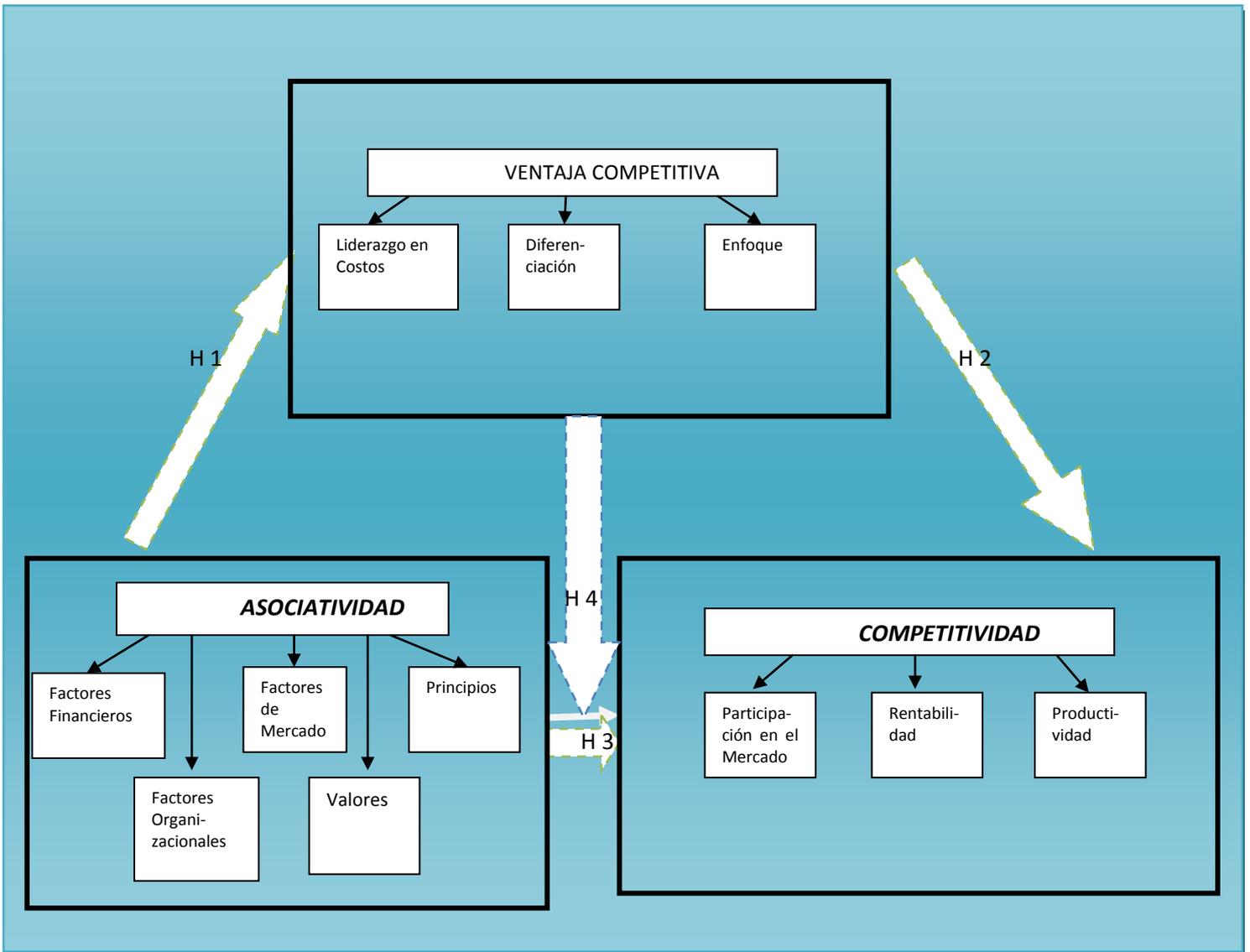
Plantea el modelo (ver figura 1) que la variable Asociatividad contribuye positivamente a generar Ventajas Competitivas (H1)

Por consiguiente las Ventajas Competitivas generadas por la Asociatividad contribuyen positivamente en la Competitividad (H2).

Además que la Asociatividad tiene relación e incide positivamente en la competitividad (H3). Planteando también el modelo que las ventajas competitivas fortalecen positivamente la relación entre las variables asociatividad y competitividad (H4).

Las relaciones e incidencias planteadas en el modelo de investigación se llevan a cabo en el Sector Agroindustrial Alimentario en la Región de los Valles Centrales, Oaxaca.

**Figura 1. Modelo de investigación**



Fuente: Elaboración propia con base a las teorías revisadas.

## **Aspectos Metodológicos**

El tipo de investigación se eligió en función de los objetivos que se pretenden alcanzar en la presente investigación, y se mencionan a continuación los que se emplearon:

\*Descriptivo, ya que reseñó las características o rasgos de las variables Asociatividad, Ventaja Competitiva y Competitividad, se describieron los aspectos más característicos de la unidad de estudio: las agroindustrias alimentarias de la región de los Valles Centrales en proceso de Asociatividad.

\*Transversal por que se recopiló información de las variables Asociatividad, Ventajas Competitivas y Competitividad en un momento único (Bernal Torres, 2006).

Documental, ya que se analizó la información escrita sobre la relación de Asociatividad, Ventajas Competitivas y Competitividad (tema objeto de estudio) (Bernal Torres, 2006).

Así también se optó por una investigación \*correlacional, por que a través de éste proyecto se analizará la relación que tienen las diversas formas de Asociatividad en relación con las Ventajas Competitivas y la Competitividad en las Agroindustrias Alimentarias de la Región de los Valles Centrales, Oaxaca.

\*Cuantitativa.- Se realiza una investigación de éste tipo puesto que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables (Asociatividad, Ventajas Competitivas y Competitividad), que permitirán la generalización y objetivación de los productos obtenidos del manejo de una muestra con el fin de inferir resultados aplicados a toda la población de la cual se procede la muestra (Palella y Martins, 2003).

A continuación se menciona los principales aspectos metodológicos de la investigación.

## **Hipótesis de Investigación**

Se mencionan a continuación las hipótesis que pretenden alcanzar:

Hipótesis General

La Asociatividad genera las ventajas competitivas que hacen competitivas a las MIPYMES agroindustriales del Sector Alimentario de la Región de los Valles Centrales.

Hipótesis alternativas.

Hipótesis 1.

La Asociatividad contribuye positivamente a generar Ventajas Competitivas en las MiPYMES del Sector Agroindustrial Alimentario en la Región de los Valles Centrales.

Hipótesis 2.

Las Ventajas Competitivas generadas por la Asociatividad contribuyen positivamente a en la Competitividad las MiPYMES del Sector Agroindustrial Alimentario en la Región de los Valles Centrales.

Hipótesis 3.

La Asociatividad contribuye positivamente en la competitividad de las MiPYMEs del Sector Agroindustrial Alimentario en la Región de los Valles Centrales.

Hipótesis 4.

Las ventajas competitivas fortalecen positivamente la relación entre la Asociatividad y la competitividad en las MiPYMES del Sector Agroindustrial Alimentario en la Región de los Valles Centrales.

### Unidad de Análisis

La investigación se realizará en micro, pequeñas y medianas empresas agroindustriales alimentarias de los Valles Centrales de Oaxaca que trabajan bajo un modelo de asociatividad.

### Cuestionario

Partiendo de que las técnicas de investigación para la recolección de datos son la entrevista, la encuesta y el cuestionario, en la presente investigación se optó por un cuestionario, señalándose como variable dependiente a la Competitividad, como variable independiente a la Asociatividad y como moderadora a la Variable Ventajas Competitivas, las variables fueron medidas cuantitativamente usando la escala tipo likert:

<b>Siempre</b> (5)	<b>Por lo regular</b> (4)	<b>En ocasiones</b> (3)	<b>A veces</b> (2)	<b>Nunca</b> (1)
-----------------------	------------------------------	----------------------------	-----------------------	---------------------

### Diseño y tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra probabilística se construyó con base en las MIPYMES agroindustriales alimentarias en proceso de Asociatividad en la Región de los Valles Centrales de Oaxaca, guiados por reportes de la Secretaria de Economía (2012), según la SE en 2012 en la Región de los Valles existen 3 empresas agroindustriales alimentarias trabajando bajo el modelo de Asociatividad “Empresas Integradoras”, una en el Distrito de Etla, y 2 en el Distrito del Centro, siendo la población de estudio 98 micro, pequeñas y medianas empresas que se encuentran en Asociatividad como unidad de análisis.

Siguiendo los objetivos de la investigación, los criterios de selección de la muestra cumplen con el requisito de MIPYMES agroindustriales alimentarias en Asociatividad, Así en la presente investigación el tamaño de la muestra debe estimarse siguiendo los criterios que ofrece la estadística, para esta investigación se utilizará el método probabilístico, bajo la técnica del muestreo aleatorio simple (Weiers, 1986).

Para lo cual, se empelara la siguiente formula y obtener el tamaño de la muestra (Hernández, et.al., 2003)

$n' = s^2/V^2 =$  Tamaño provisional de la muestra<sup>1</sup> = varianza de la muestra/varianza de la población

$$n = n' / (1 + n' / N)$$

Dónde:

N=tamaño de la población (98 agroindustrias alimentarias)

se= error o desviación estándar

V<sup>2</sup> = Varianza de la población al cuadrado. Su definición se<sup>2</sup>: Cuadrado del error estándar, cuya fórmula sirve para calcular la varianza (V) de la población (N), así como la varianza de la muestra (n) será la expresión s<sup>2</sup>

s<sup>2</sup>= varianza de la muestra expresada como la probabilidad de ocurrencia

p= porcentaje estimado de la muestra, probabilidad de ocurrencia del fenómeno, la cual se estima sobre marcos de muestreo previos o se define, la certeza total siempre es igual a uno, las posibilidades a partir de esto son “p” de que sí ocurra y “q” de que no ocurra (p-q=1). De aquí se deriva 1-p

n´= tamaño de la muestra sin ajustar

n= tamaño de la muestra

s<sup>2</sup>= 50%

V<sup>2</sup>= 5%

n' = (0.50)<sup>2</sup> / (0.05)<sup>2</sup>

n' = 0.25 / .0025

n' = 100

Sustituyendo la fórmula  $n = n' / (1 + n' / N)$ , se obtiene:

$n = 100 / 1 + (100 / 98)$

$n = 100 / 1 + 1.754$

$n = 100 / 2.754$

n= 35

### **Análisis de Datos**

Una vez finalizada la fase de recolección de datos, se procedió a la codificación de los ítems y a su tabulación. Cabe señalar que las escalas de los ítems correspondían a las escalas de likert y por lo tanto los valores para su codificación fueron de 1 a 5 siendo de mayor peso el valor 5 y el menor 1.

Con los datos codificados se construyó la base de datos que consiste en una colección de información estructurada, referente a objetos y hechos de la realidad y almacenados en un ordenador de forma que su acceso, mantenimiento y recuperación sean eficaces.

### **Resultados:**

El propósito de este capítulo es mostrar los resultados de la investigación, se describirá el estudio realizado para ver las interacciones entre la variable dependiente y las variables independientes a través del análisis factorial, análisis de fiabilidad, correlación y de regresión. Dichos análisis se ejecutaron mediante el uso del paquete Statistical Product for Service Solutions (SPSS) versión 20.0 para Windows.

### **Análisis de correlación**

El coeficiente de correlación muestra el grado de relación o asociación entre las variables Asociatividad, ventajas competitivas y Competitividad.

El grado de relación lineal puede variar desde una correlación negativa perfecta de -1.0 hasta una correlación positiva perfecta de +1.0- La magnitud de la relación está indicada por el valor absoluto del coeficiente de correlación donde, entre mayor sea la magnitud de correlación más fuerte es la relación entre las variables.

Así también se asegurará que los resultados son generalizables a la población y que no son específicos de la muestra utilizada para la estimación, por ello, se examinó el valor de la r<sup>2</sup> ajustada, según Hernández, et. al (1998) mencionan que un valor de r<sup>2</sup> por cercano .50 es útil.

### **Análisis de Correlación de la variable Asociatividad y Ventajas Competitivas.**

Se presenta a continuación la correlación entre la variable Ventajas Competitivas y Competitividad para probar la hipótesis 1.

Se establece en la H1 que *La Asociatividad contribuye positivamente a generar Ventajas Competitivas en las MiPYMES del Sector Agroindustrial Alimentario en la Región de los Valles Centrales*. Para aprobar o rechazar las hipótesis se realizó la correlación de la variable Asociatividad y ventajas competitivas

Con el resultado de los análisis anteriores se determina que existe una correlación positiva entre la variable Asociatividad y ventajas competitivas de .542\*\* (significancia de 99%).

**Tabla 1. Correlaciones entre la variable Asociatividad y Ventajas Competitivas**

		Ventaja competitiva	Asociatividad
Ventaja competitiva	Correlación de Pearson	1	.542**
Asociatividad	Correlación de Pearson	.542**	1
**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de correlación con el programa SPSS, versión 20.0

### **Análisis de Correlación de la Variable Ventajas Competitivas y Competitividad**

Se establece en la H2 que *Las Ventajas Competitivas generadas por la Asociatividad contribuyen positivamente en la Competitividad las MiPYMES del Sector Agroindustrial Alimentario en la Región de los Valles Centrales*.

Para aprobar o rechazar las hipótesis se realizó la correlación, la cual se muestra en la tabla 8.

**Tabla 2. Correlaciones entre la variable Ventajas Competitivas y Competitividad**

		Ventaja competitiva	Competitividad
Ventaja competitiva	Correlación de pearson	1	.516**
Competitividad	Correlación de pearson	.516**	1
**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de correlación con el programa SPSS, versión 20.0

### **Análisis de correlación de las Variables Asociatividad y Competitividad**

Se establece en la H3 que *la Asociatividad contribuye positivamente en la competitividad en las MiPYMES del Sector Agroindustrial Alimentario en la Región de los Valles Centrales*.

Para aprobar o rechazar las hipótesis se realizó la correlación, con el resultado del análisis se determina que existe una correlación positiva entre la variable asociatividad y competitividad de .598\*\* (significancia de 99%).

**Tabla 3. Correlaciones entre la variable Asociatividad y Competitividad**

Correlación entre Competitividad y Asociatividad			
		Competitividad	Asociatividad
Competitividad	Correlación de Pearson	1	.598**
Asociatividad	Correlación de Pearson	.598**	1

\*\* . La Correlación es Significativa al Nivel 0,01 (Bilateral).

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de correlación con el programa SPSS, versión 20.0

**Análisis de Regresión de la Variable Asociatividad y Ventajas Competitivas.**

Se realizó el análisis de regresión lineal cuyo objetivo es usar las variables independientes (asociatividad) de valores conocidos para estimar el efecto en la variable ventajas competitivas.

Se utilizará la siguiente formula (Hernández. Et. al., 1998)

La regresión lineal se determina con base en el diagrama de dispersión

$$Y = b_0 + b_1 X_1$$

Donde  $b_0$  es la constante

$b_1 X_1$  es el efecto lineal  $X_1$

Los resultados del análisis de regresión lineal muestran que, de acuerdo al coeficiente de determinación  $r^2$  ajustada, se puede decir que el 29.4 % de la generación de Ventajas competitivas puede ser explicada por la variable Asociatividad.

De los resultados de regresión para la variable ventajas competitivas y competitividad se desglosa la ecuación de regresión:

$$y = 6.070 + .170 (\text{asociatividad})$$

De acuerdo a la tabla de análisis de la varianza, el F calculado es de 10.868 y el  $p$  valor es de .000 menor a 1.

**Tabla 4. Coeficientes de Regresión**

Modelo		Coeficientes estandarizados	no
		B	
1	(Constante)	6.070	
	ASOCIATIVIDAD	.170	
a. Variables predictoras: Asociatividad			
b. Variable dependiente: Ventajas Competitivas			

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de regresión con el programa SPSS, versión 20.0

**Tabla 5. Resumen del modelo<sup>b</sup> Asociatividad y Ventajas Competitivas**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	.542 <sup>a</sup>	.294	.270	2.819

a. Variables predictoras: (Constante), Asociatividad

b. Variable dependiente: Ventaja Competitiva

### **Análisis de Regresión de la Variable Ventajas Competitivas y Competitividad.**

Se realizó el análisis de regresión lineal cuyo objetivo es usar las variables independientes (Ventajas competitivas) de valores conocidos para estimar el efecto en la variable dependiente Competitividad.

Se utilizará la siguiente formula (Hernández. Et. al., 1998)

La regresión lineal se determina con base en el diagrama de dispersión

$$Y = b_0 + b_1X_1$$

Donde  $b_0$  es la constante

$b_1 X_1$  es el efecto lineal  $X_1$

Los resultados del análisis de regresión lineal muestran que, de acuerdo al coeficiente de determinación  $r^2$  ajustada, se puede decir que el 24.1 % de la generación Competitividad puede ser explicada por la variable Asociatividad.

De los resultados de regresión para la variable ventajas competitivas y competitividad se desglosa la ecuación de regresión:

$$y = 29.36 + .690 (\text{ventajas competitivas})$$

De acuerdo a la tabla de análisis de la varianza, el F calculado es de 10.868 y el  $p$  valor es de .000 menor a 1.

**Tabla 6. Resumen del modelo Ventajas competitivas y Competitividad**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Estadísticos de cambio
				Cambio en R cuadrado
1	.516 <sup>a</sup>	.266	.241	.266

a. Variables predictoras: (Constante), ventaja competitiva

b. Variable dependiente: competitividad

**Tabla 7. Coeficientes de regresión**

Modelo		Coeficientes no estandarizados	
		B	Error típ.
1	(Constante)	29.365	9.365
	Ventaja competitiva	.690	.209

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de correlación con el programa SPSS, versión 20.0

De los resultados de regresión para la variable ventajas competitivas y competitividad se desglosa la ecuación de regresión:

$$y = 29.36 + .690 (\text{ventajas competitivas})$$

### **Análisis de Regresión de la Variable Asociatividad y Competitividad.**

Se realizó el análisis de regresión lineal cuyo objetivo es usar las variables independientes (Asociatividad) de valores conocidos para estimar el efecto en la variable dependiente Competitividad.

Se utilizará la siguiente fórmula (Hernández. Et. al., 1998)

La regresión lineal se determina con base en el diagrama de dispersión

$$Y = b_0 + b_1 X_1$$

Donde  $b_0$  es la constante

$b_1 X_1$  es el efecto lineal  $X_1$

Los resultados del análisis de regresión lineal muestran que, de acuerdo al coeficiente de determinación  $r^2$  ajustada, se puede decir que el 33.6% de la generación Competitividad puede ser explicada por la variable Asociatividad.

**Tabla 8. Resumen del modelo Asociatividad y Competitividad**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	.598 <sup>a</sup>	.357	.336	3.597

a. Variables predictoras: (Constante), Asociatividad

b. Variable dependiente: competitividad

**Tabla 9. Coeficientes de regresión de la Variable Asociatividad y competitividad**

Modelo		Coeficientes no estandarizados	
		B	Error típ.
1	(Constante)	3.244	13.946
	Asociatividad	.251	.061

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de correlación con el programa SPSS, versión 20.0

De los resultados de regresión para la variable competitividad y asociatividad se desglosa la ecuación de regresión:

$$y = 3.244 + .251 (\text{asociatividad})$$

Para aprobar o rechazar las hipótesis se realizó la correlación, con el resultado del análisis se determina que existe una correlación positiva entre la variable asociatividad y competitividad de .598\*\* (significancia de 99%) y un r<sup>2</sup> ajustado de 33.678 (efecto).

### **Análisis de Mediación de la Variable Ventajas Competitivas.**

A continuación se presentan las consideraciones para el efecto mediador (Baron y Keny, 1986)

- 1.- Que la variable independiente (asociatividad) influya en la variable mediadora (ventajas competitivas).
- 2.- Que la variable independiente (asociatividad) muestre efecto sobre la variable dependiente (competitividad).
- 3.- Que la variable mediadora (ventajas competitivas) influya en la variable dependiente (competitividad).

Si estos requisitos se cumplen, entonces al ejecutar el análisis de regresión de la variable independiente y la variable mediadora sobre la variable dependiente la variable independiente queda reducida a un coeficiente no significativo. Esto es, se produce mediación cuando la variable independiente no influye significativamente al incluir en la ecuación al mediador.

**Figura 2. Efecto mediador de la variable Ventajas Competitivas.**



La figura 2 nos confirma que la variable ventajas competitivas tiene un efecto mediador ya que los requisitos se cumplen, pues al ejecutar el análisis de regresión de la variable independiente y la variable mediadora sobre la variable dependiente la variable independiente queda reducida a un coeficiente no significativo.

## Conclusiones

Dentro del campo de la Asociatividad empresarial, vista como una estrategia para generar ventajas competitivas y a su vez impactar en la competitividad de la agroindustria alimentaria de los Valles Centrales en Oaxaca, México, una vez analizadas relaciones entre ellas, se concluye que:

- a) La asociatividad en sus dimensiones de factores de mercado y factores financieros son determinante para generar ventajas competitivas que se reflejan en su liderazgo en costos en el mercado y para diferenciarse de la competencia.
- b) Las Ventajas competitivas como el liderazgo en costos y la diferenciación, que son generadas por la asociatividad son determinantes e influyen en la rentabilidad y la participación en el mercado de las agroindustrias sujetas al estudio.
- c) La asociatividad en sus dimensiones de factores financieros, factores de mercado y factores organizacionales influyen en la participación en el mercado y en la productividad de las agroindustrias sujetas al estudio. Así también los principios tienen una correlación negativa con la participación en el mercado, puesto que son la base fundamental para que se generen los procesos de asociatividad.

Se encontró que se prueba y confirma la hipótesis que la asociatividad genera las ventajas competitivas que hacen competitivas a las MIPYMES agroindustriales del Sector Alimentario de la Región de los Valles Centrales.

A través de probar la hipótesis 1, la cual menciona que la Asociatividad contribuye positivamente a generar Ventajas Competitivas en las MiPYMES del Sector Agroindustrial Alimentario en la Región de los Valles Centrales.

Y de probar y confirmar la hipótesis que las Ventajas Competitivas generadas por la Asociatividad contribuyen positivamente a en la Competitividad las MiPYMES del Sector Agroindustrial Alimentario en la Región de los Valles Centrales.

Así también se probó la hipótesis 3 la cual indica que: la Asociatividad contribuye positivamente en la competitividad de las MiPYMES del Sector Agroindustrial Alimentario en la Región de los Valles Centrales.

Y finalmente se realizó un efecto mediador que probó y confirmo la hipótesis 4 la cual dice que las ventajas competitivas fortalecen positivamente la relación entre la Asociatividad y la competitividad en las MiPYMES del sector Agroindustrial Alimentario en la Región de los Valles Centrales.

Con base en las conclusiones anteriores y los análisis realizados se concluye también lo siguiente:

- a) El estudio prueba el constructo teórico de asociatividad, ventajas competitivas y competitividad en el contexto de las micro, pequeñas y medianas empresas agroindustriales de los Valles Centrales de Oaxaca y que los resultados obtenidos sólo son generalizables a éste contexto. La asociatividad tiene una contribución positiva para generar ventajas competitivas.
- b) Las ventajas competitivas que generan son liderazgo en costos y diferenciación y éstas impactan en la Participación en el mercado y la rentabilidad de las agroindustrias.
- c) Diversos autores mencionan que la Asociatividad incide en la competitividad, los estudios realizados hasta ahora prueban esa incidencia, como lo menciona: Villarreal, R., de Villarreal R. (2002), Rosales (1997), Dini (1996), Colmenarez y Delgado (2003), Morán (2010), Valdez (2007) y, Narváez, et. al. (2009).
- d) lo interesante de éste estudio es que se probó dicha relación (Asociatividad y Competitividad) con el efecto mediador de las ventajas competitivas y el efecto en la relación. Se encontró con base en los análisis realizados que las ventajas competitivas que son generadas por la asociatividad median de manera positiva y hacen fuerte la relación con la competitividad.

#### *Recomendaciones Académicas*

El modelo propuesto para el análisis de la asociatividad, ventajas competitivas y competitividad, que incluye variables e indicadores de medición, y metodología, puede ser aplicado en las agroindustrias alimentarias en la Región de los Valles Centrales. Sin embargo, deben considerarse las siguientes observaciones para futuros estudios.

- a). En este estudio la variable dependiente competitividad fue medida por la suma de tres dimensiones: participación en el mercado, rentabilidad y productividad. La variable independiente asociatividad, fue medida con cinco dimensiones: factores financieros, factores organizacionales, factores de mercado, principios y valores. Y la variable mediadora ventajas competitividad fue medida con liderazgo en costos, diferenciación y enfoque. En el análisis de correlación y regresión de las dimensiones de la variable independiente con las dimensiones de la variable dependiente, se encuentra que la dimensión valores mostró una asociación muy débil las dimensiones de la variable competitividad. Por tanto, se recomienda utilizar otros indicadores en la medición de valores en futuras investigaciones.

c). Se recomienda utilizar variables en futuros estudios como: la antigüedad de la agroindustria, las políticas de gobierno puesto que son determinantes para que las empresas trabajen en asociatividad, apoyos financieros, las fuerzas de la industria, entre otras, para poder explicar la variable competitividad en el contexto de las agroindustrias alimentarias que se encuentran en proceso de asociatividad.

d). Los resultados obtenidos en éste estudio sólo son generalizables a las Agroindustrias Alimentarias en la Región de los Valles Centrales que se encuentran en proceso de asociatividad.

## Referencias

Albuquerque, F. (2012). *Reflexión Estratégica sobre nuevos ámbitos de intervención de las agencias de Desarrollo Local*. Disponible en: <http://www.delalbuquerque.com/redel>.

Bernal, C.A. (2006). Metodología de Investigación para Administración y Economía. México. 2da. Edición. Ed. Prattice Hall.

Bueno, E. (1993). Competitividad de la empresa. México. Ed. UAM.

Baron, R. M., & Kenny D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6), 1173-1182.

Colmenarez, S., Delgado, R. (2003). *Reingeniería Socioeconómica y Desarrollo Endógeno Sostenible. Un programa macroeconómico alternativo para el desarrollo*. Organización Profuturo UNESCO. Caracas.

Dini (1996). Dini, M (1996) Políticas Públicas para el Desarrollo de Redes de Empresas. La Experiencia Chilena, en *Redes y Regiones: Una Nueva Configuración*, Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México.

Coyne, K.P. (1986). Sustainable Competitive Advantage. What it is and what it isn't?. *Business Horizons*, 29 (1): 54-61.

García Canal, E. (2012). *La cooperación empresarial, una revisión de la literatura*. Universidad de Oviedo.

George, D. y Mallery P. (1995) "SPSS/PC+step by step: A simple guide and reference",

González Alvarado, T. E. (2006). La internacionalización de la PYME agroindustrial por medio de las redes de cooperación empresarial. *Temas de ciencia y tecnología*, 1(28),15-23.

Guédez, V. (2002). *La ética gerencial*. Venezuela. Editorial Planeta Venezolana S.A.

Hall, 1980 Hall, W.K. (1980). Survival strategies in a hostile environment. *Harvard Business Review*, 58:75-85.

Henderson, B. (1983). The anatomy of competition. *Journal of marketing*, 47(1):7-11

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (1998). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Mc Graw Hill.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Mc Graw Hill.

INEGI, 2010. Censo de Población y Vivienda.

Gestión de Agronegocios en Empresas Asociativas Rurales. (2006) Curso de capacitación. Módulo 2: Organización de Agroempresas y Asociatividad /IICA – PRODAR, FAO.— Lima: IICA, 2006.ISBN 92 -90-39-698-9. 1. Agronegocios – organización – América Latina 2. Empresas asociativas – América Latina I. IICA II. PRODAR III. FAO IV.

Luckesh, R. (2000). *Patrones de sustentabilidad. Hacia un meta modelo de instrumentos para el desarrollo sostenible*. Proyecto Amazonas 21.

Morán Tapia, J. (2010). *Capital Social: Las redes sociales y su impacto sobre el desarrollo socio-económico*. Recuperado de: [www.eumed.net/libros/2010f/860/](http://www.eumed.net/libros/2010f/860/)

Narváez, M., Fernández, G., Gutierrez, C., Revilla, J. G & Pérez, C. (2009). Asociatividad empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná, Venezuela. *Multiciencias*, 9(2), mayo-agosto, 2009, pp. 157-166. ISSN (Versión impresa): 1317-2255.

Palella y Martins, 2003). Palella, S.S. & Martins,P. (2003). Metodología de la investigación cuantitativa. Caracas, Fedupel.

Pardiñas, 1992) Pardiñas, F. (1992). Metodología y Técnicas de investigación en las ciencias sociales. México, Siglo XXI.

Porter, M. (1991). La Ventaja Competitiva de las Naciones. Buenos Aires. Ed. Vergara.

Porter, M. (2001). *Estrategia Competitiva*. México: Continental.

Rosales, R. (1997). La Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PyMes. Universidad de Texas.

SAGARPA-OEIDRUS (2009). *Catálogo Clasificado y Georreferenciado de las Agroindustrias en el Estado de Oaxaca, 1- 66*.

SAGARPA (2011). *Monitor Agroeconómico e indicadores de la Agroindustria, 1-49*.Salkind,

N.J. (2004). Statistics for people who (think they) hate statistic. United States of America, Sage Publicatins.

Secretaría de Economía (2012). Recuperado de: <http://www.contactopyme.gob.mx/integradoras/DirectorioB.Asp?CsRegistro=20-001-0032>

Valdez, L.R. (2007). *Comunidades Productivas: Asociatividad y Producción en el Territorio*. Recuperado de: [www.eumed.net/libros/2007a/268/](http://www.eumed.net/libros/2007a/268/)

Vázquez Barquero (2005)

Vázquez Barquero, A. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Barcelona. Editorial Antoni Bosch. ISBN: 84-95348-16-0.

Villarreal, R., & de Villarreal R. (2002). *México Competitivo 2020, Un Modelo de competitividad para el Desarrollo*. México. Editorial Océano.

Weiers, M. R. (1986). *Investigación de mercados*. México. Ed. Prentice-Hall Hispanoamerican.