



Research Paper

Aplicación De La Asociatividad Empresarial Como Estrategia De Competitividad. Caso: “Cooperativa Vitivinícola Y De Servicios El Nuevo Amanecer”, Ciudad De Ica.

Alejandro Alfredo Quispe Mayuri
Universidad Privada San Juan Bautista
Leónidas Alejandro Maldonado Bendezú
Universidad Privada San Juan Bautista
Ana María Hernández Ramos
Universidad Alas Peruanas
Luz lorena Junes del Pozo
Universidad Nacional San Luis Gonzaga

RESUMEN

Los retos actuales que el ambiente empresarial plantea a los empresarios y directivos requieren realizar la búsqueda de nuevas formas de liderar e innovar, y una de estas formas es la llamada asociatividad empresarial que establece que la asociación de un grupo de empresas que inicialmente se encontraban atomizadas generan posteriormente beneficios en torno al sistema productivo, lo que repercute en una mayor productividad y en el fortalecimiento de la gestión empresarial. Por lo tanto, hoy en día es necesario la aparición y el desarrollo líderes, para potencializar los procesos de aprendizajes colectivos que generen conductas innovadoras, así como la creación de redes sociales, empresariales e institucionales son necesarios para la creación de proyectos con recursos comunes que generen valor. La competitividad empresarial es considerada en la actualidad como un tema de gran importancia en diversos sectores de la economía tanto a nivel de países desarrollados como en vías de desarrollo. El contexto empresarial requiere a las organizaciones ser eficientes y eficaces en el manejo de los recursos financieros, humanos, naturales, tecnológicos, para poder hacer frente al reto que representa el mercado no solo nacional sino internacional.

PALABRAS CLAVE: Asociatividad Empresarial, Estrategia, Competitividad. Cooperativa.

ABSTRACT

The current challenges that the business environment poses to entrepreneurs and managers require the search for new ways to lead and innovate, and one of these forms is the so-called business associativity, which establishes that the association of a group of companies that were initially atomized subsequently generate benefits around the productive system, which has repercussions on greater productivity and the strengthening of business management. Therefore, today the appearance and development of leaders is necessary, to enhance the collective learning processes that generate innovative behaviors, as well as the creation of social, business, and institutional networks are necessary for the creation of projects with common resources that generate value. Business competitiveness is currently considered as a topic of great importance in various sectors of the economy both at the level of developed and developing countries. The business context requires organizations to be efficient and effective in the management of financial, human, natural, and technological resources, to face the challenge that the market represents, not only nationally but also internationally.

KEY WORDS: Business Association, Strategy, Competitiveness. Cooperative.

Received 22 Apr, 2022; Revised 03 May, 2022; Accepted 05 May, 2022 © The author(s) 2022.

Published with open access at www.questjournals.org

I. INTRODUCCIÓN

En el escenario actual, la forma tradicional de funcionamiento de las empresas ha cambiado hoy en día se tiene que hacer frente a procesos de transformación y adaptación a los cambios para poder sobrevivir. Ante esta situación, es necesario desarrollar competencias innovadoras, como un factor importante en la búsqueda de una mayor competitividad. Entonces de esta transformación generada por las nuevas condiciones de la economía, es necesario incentivar los procesos colaborativos entre las empresas. Producto de esta realidad, es evidente la necesidad de generar estrategias colectivas no sólo como herramienta necesaria para lograr la competitividad, sino en algunos casos, como única alternativa de supervivencia para las empresas.

Para Enríquez & Jiménez (2022). La dinámica de la gestión empresarial ha evolucionado favorablemente en el ambiente empresarial y está superpuesta en el mercado, entorno empresarial y la sociedad, en donde se han desarrollado algunas teorías para su aplicación.

Arenas & García (2007). Uno de los aspectos más importantes de la globalización en la actualidad es la necesidad de buscar socios en algunos sectores industriales para desarrollar alianzas estratégicas que les permitan realizar operaciones en los mercados internacionales. Para poder desarrollar y mantener las alianzas en el tiempo se requieren algunos requisitos, entre ellos podemos destacar el compromiso como un aspecto importante. En ese sentido Parrales et al, (2022). Comenta que se determinó que los dueños de las empresas deben tener conocimiento de lo que es la asociatividad empresarial demostrando tener su propia asociación y aprender a competir con criterios firmes y entregar a los clientes un servicio de calidad.

Así mismo Trujillo et al, (2016). Establece que la promoción de las pymes es un tema importante porque en nuestro medio cada año se crean muchas empresas, pero la mayoría desaparecen en el corto o mediano plazo, bien sea por su precaria administración, por la competencia directa, por la tecnología de alta gama ante la cual sucumbimos con facilidad o por la sobrecarga impositiva difícilmente reversible.

En el desarrollo del presente estudio se plantea la realidad de los pequeños productores de Uva y Pisco de los distritos del sur de la provincia de Ica, en el Perú, quienes fueron instruidos por medio de capacitaciones, conocimiento de buenas prácticas agrícolas, talleres de costos, gestión comercial, producción, comercialización, asesoría técnica, visitas de campo por profesionales de instituciones públicas y privadas en alianzas estratégicas con las municipalidades de la provincia. El objetivo de este proceso fue que los productores de Uva y Pisco pudieran reunirse, conocer y se dieran cuenta que el propósito de sus parcelas y la producción de uva no debía tener como finalidad el consumo directo y familiar, sino ser concebida como unidad productiva que genere ingresos y rentabilidad. Por ello decidieron unirse asociándose empresarialmente y reconociendo que trabajando individualmente no iban a lograr el progreso y sostenibilidad en el mercado donde existe una alta competitividad. Producto de estas reuniones se crea la “Cooperativa Vitivinícola y de Servicios El Nuevo Amanecer”

En este proceso, se encontraron algunas dificultades como las deficientes capacidades empresariales, el escaso interés a las solicitudes de los socios, decisiones no comunicadas o consultadas a la asamblea general. Además, la unión entre los distritos está siendo afectada debido a que no hay propuestas de gestión para el desarrollo de las campañas vitivinícolas lo que hace que los socios vendan su Pisco o la Uva a otros agentes comercializadores y no a la Cooperativa, porque no encuentran apoyo de los directivos para obtener beneficios en el proceso de destilación de Pisco con las autoridades municipales como agentes de desarrollo económico local.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL

La asociatividad empresarial surge como una necesidad de crecimiento, desarrollo y oportunidades de las pequeñas y medianas empresas frente a un mundo globalizado en el que cada día resulta más difícil mantener la competitividad y desarrollo sostenible de las mismas. Con relación a la globalización en proceso se forjan grandes integraciones económicas, sociales y políticas; sin embargo, esta apertura internacional provoca desajustes macroeconómicos, donde las PYMES se ven inmersas en mayor riesgo al momento de ingresar a un mundo globalizado, donde existe mayor exigencia en torno a la competitividad empresarial. Sisa (2020).

Se llega a establecer que la asociatividad empresarial constituye aquella cooperación que se genera entre empresas de modo que alcancen objetivos en común, los cuales están ligados a mostrar una mejor gestión, trayendo consigo incremento de la productividad y de la competitividad para los agentes involucrados (Mathews, 2014).

2.2. CADENAS PRODUCTIVAS

Las cadenas productivas no son estructuras que se construyen desde el Estado, sino que existen desde hace mucho tiempo, y reflejan la realidad de las relaciones entre actores en un sistema de producción, comercialización y acceso al mercado. (Van Der & Camacho; 2006). El enfoque de cadenas productivas permite mejorar la calidad del análisis y contribuir a mejorar la competitividad de diversos productos promoviendo la definición de políticas sectoriales consensuadas entre los diferentes actores de la cadena. La estructura

organizacional de redes empresariales congrega empresas con similares características, apoyados por agentes que aportarán las herramientas necesarias y las capacidades de gestión, además actuará como núcleo del sistema y en la cual participarán los proveedores de materia prima, tecnología y servicios, las instituciones de apoyo públicas y privadas que tienen en su objeto social el fortalecimiento del sector agropecuario. Además, se tiene a Antúñez & Ferrer (2016). Quienes comentan que un elemento esencial en las transformaciones a desarrollarse, parte de la necesidad de que los directivos de las organizaciones tengan claridad para analizar e identificar las potencialidades del enfoque de cadenas de producción y de la planificación estratégica para el logro de un desarrollo sustentable.

2.3. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Según Cordero, C. A. (2022). La responsabilidad social empresarial se plantea como una actividad necesaria y de trascendencia en aquellas empresas que han comprendido que la gestión responsable es clave para el desarrollo de los países; pero, sobre todo, para el complemento de los seres humanos quienes interactúan en el complejo productivo social. En este sentido, las empresas se configuran en una fuente de desarrollo económico, social y ambiental que impactan la economía de los países. Con relación al tema Camargo (2021). Nos comenta que se presentan dos visiones de la Responsabilidad Social Empresarial; la primera refiere que las decisiones tomadas por la gerencia benefician a sus stakeholders y dan resultados tanto tangibles como intangible; mientras que la segunda habla de la gestión de la responsabilidad social empresarial entendida como la incorporación de acciones con la finalidad de presentar informes y reportes sociales – ambientales.

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología utilizada en la investigación fue cuantitativa, se usó el diseño no experimental, el tipo descriptivo de corte transversal. Se considero una población censal de 64 personas, de los cuales 49 son varones y 15 son damas y ellos incluyen a socios, personal administrativo y miembros de la junta directiva de la Cooperativa Vitivinícola y de Servicios “El Nuevo Amanecer “. La técnica aplicada fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario que se desarrolló considerándose 9 preguntas de opción múltiple, considerando la variable materia de estudio. Luego de obtener la información se aplicó estadística descriptiva para su análisis.

IV. ANALISIS DE LOS DATOS Y DISCUSION

ARTICULACIÓN EMPRESARIAL

Preguntas	Alternativas	Nº	%
1. ¿Usted considera que asociarse a la Cooperativa y uniéndose con los demás productores de Uva y Pisco de otros distritos, es una oportunidad?	Si	43	67%
	A veces	14	22%
	No	7	11%
2. ¿Considera usted que el funcionamiento de la Cooperativa administrativamente es correcto?	Si	11	17%
	A veces	38	59%
	No	15	23%
3. ¿Considera usted que la cooperativa cumple con los objetivos empresariales?	Si	17	27%
	A Veces	35	55%
	No	12	19%

Fuente: Encuesta realizada

Análisis

- El 67.0% de las personas encuestadas contestó que sí, considera que asociarse a la Cooperativa y uniéndose con los demás productores de Uva y Pisco de otros distritos, es una oportunidad, un 22% establece que a veces, y un 11% manifestó que no.
- El 59.0% de las personas encuestadas contestó que a veces. el funcionamiento de la Cooperativa administrativamente es el correcto, un 23.0% establece que no, y un 17.0% manifestó que sí.
- El 55.0% de las personas encuestadas contestó que a veces, considera que la cooperativa cumple con los objetivos empresariales, un 27.0% establece que si, y un 19.0% manifestó que sí.

La articulación empresarial o asociación según (Gómez, 2012) “es un camino para construir ventajas competitivas con esquemas de cooperación en los cuales maduran sus protagonistas de los sectores privado y público”, esta concepción está asociada a las formas de asociación o encadenamientos productivos, entre los cuales se mencionan a los clusters, aglomerados, cadenas productivas, distritos; tomándose como base el medio

estratégico que se fundamenta en cooperación o asociacionismo para obtener mejores resultados en productividad y competitividad. Además, se establece que la articulación de pequeñas empresas como una estrategia competitiva de los gobiernos, así como de las mismas organizaciones es un tema que ha sido abordado en el ámbito internacional por quienes presentan una evaluación del grado de encadenamiento en empresas. (Baltodano et al; 2009).

ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Preguntas	Alternativas	N	%
4. ¿Usted cómo asociado conoce sobre factores de gestión empresarial?	Si	12	19%
	A veces	15	23%
	No	37	58%
5. ¿Considera eficiente la gestión del actual consejo de administración?	Si	9	14%
	A veces	40	63%
	No	15	23%
6. ¿Considera usted que su parcela es un pequeño negocio de inversión?	Si	44	69%
	A veces	16	25%
	No	4	6%

Fuente: Encuesta realizada

Análisis

- El 58.0% de las personas encuestadas contestó que no, cómo asociado no conoce sobre factores de gestión empresarial, un 23% establece que a veces, y un 19% manifestó que sí.
- El 63.0% de las personas encuestadas contestó que a veces, considera que es eficiente la gestión del actual consejo de administración, un 23% establece que no, y un 14% manifestó que sí.
- El 69.0% de las personas encuestadas contestó que sí, considera que su parcela es un pequeño negocio de inversión, un 25% establece que a veces lo considera, y un 6% manifestó que no.

Según Ferrer, et al (2020) comentan que una actividad empresarial se refiere a una actividad realizada por una empresa en su ciclo de vida para alcanzar sus objetivos. Su propósito es la obtención de beneficios económicos, salvo que se trate de una empresa social o una empresa sin ánimo de lucro, en cuyo caso su objetivo puede ser ayudar a otros independientemente de sus beneficios económicos. Además, se tiene a Useche, et ál. (2020) quienes mencionan que la actividad empresarial es cualquier conducta que la empresa realiza para vender sus bienes o servicios y así conseguir el propósito planteado, generar ingresos para la empresa, y por lo tanto genera una cierta cantidad de moneda para incrementar sus ganancias y posteriormente obtener una escala interna mayor para su desarrollo.

LIDERAZGO EMPRESARIAL

Preguntas	Alternativas	N	%
7. ¿Considera usted que tiene habilidades de líder?	Si	20	31%
	A Veces	40	63%
	No	4	6%
8. ¿Usted se considera un emprendedor?	Si	43	67%
	A Veces	18	28%
	No	3	5%
9. ¿Considera usted que existe buena comunicación y trabajo en equipo en el consejo de administración?	Si	13	20%
	A Veces	43	67%
	No	8	13%

Fuente: Encuesta realizada

Análisis

- El 63.0% de las personas encuestadas contestó que a veces, considera que tiene habilidades de líder, un 31% estableció que sí, y un 6% manifestó que no.

- El 67.0% de las personas encuestadas contesto que sí, se considera un emprendedor, un 28.0% estableció que a veces, y un 5.0% manifestó que no.
- El 67.0% de las personas encuestadas contesto que a veces, considera que existe buena comunicación y trabajo en equipo en el consejo de administración, un 20% estableció que sí, y un 13% manifestó que no.

Es importante mencionar que, si la empresa se acopla al ambiente de manera adecuada, con una visión correcta, unos valores claros y con sistemas eficientes, los beneficios económicos y no económicos vendrán por ampliación y permitirán la satisfacción correcta de las necesidades de quienes integran la empresa, y además posibilitara la innovación y el crecimiento empresarial (Grijalva, 2010).

V. CONCLUSIONES

Se encontró en la articulación empresarial, una importante resistencia a la percepción de asociarse a la Cooperativa y uniéndose con los demás productores de uva y pisco de otros distritos, constituye una oportunidad. Además, que el funcionamiento de la cooperativa no es el adecuado, además una percepción negativa con relación al cumplimiento de los objetivos.

En cuanto a la actividad empresarial se aprecia que no se conoce los factores de la gestión empresarial como son el proceso administrativo (planificación, organización, dirección y control y la filosofía empresarial (misión, visión, objetivos, estrategias, políticas). También se considera ineficiente la gestión del consejo administrativo.

En relación con el liderazgo empresarial, la mayoría de los encuestados manifestaron que no tienen las habilidades de líder, pero consideran que son emprendedores, además establece que no hay una buena comunicación y trabajo en equipo en el consejo directivo.

REFERENCIAS

- [1]. Antúnez Saiz, V. I., & Ferrer Castañedo, M. (2016). El Enfoque de cadenas productivas y la planificación estratégica como herramientas para el desarrollo sostenible en Cuba. *RIPS: Revista De Investigaciones Políticas Y Sociológicas*, 15(2). <https://doi.org/10.15304/rips.15.2.3383>.
- [2]. Arenas Gaitán, J., & García Cruz, R. (2007). El desarrollo del compromiso relacional en el contexto de las alianzas estratégicas internacionales. El papel de la adaptación cultural. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 16 (1), 67-88.
- [3]. Baltodano, V. J., Auxiliadora, M., Espinoza, V., & Vázquez, L. (2009). Microempresas y encadenamientos productivos con el sector turismo en los Cantones de Carrillo, Santa Cruz, nicoya y nandayure, provincia de guanacaste, costa rica. *GestiónTurística* (12), 31-50.
- [4]. Camargo, Y. B. (2021). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial. *Revista de ciencias sociales*, 27(2), 130-146.
- [5]. Cordero, C. A. (2022). Responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad. *Revista Iberoamericana de la Educación*.de 2021, de <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/344/321>
- [6]. Enríquez-Estrella, M. Á., & Jiménez, A. C. R. (2022). Análisis de caso del modelo de gestión asociativo de la empresa agroindustrial “Don Jorge”. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*, (11), 248-268
- [7]. Ferrer, A., Apaza, M., Effio, F.,García, J., Valdiviezo, J., Villanueva, S. V. &Northcote, C. (2020). Planeamiento financiero en tiempos de pandemia del COVID-19. Pacífico Editores.
- [8]. Gómez, R. (2012). Los clusters en la articulación productiva. *Suma de Negocios*, 97-114.
- [9]. Grijalva, J. P. (1 de Marzo de 2010). Liderazgo Empresarial. 131. Recuperado el 7 de Julio.
- [10]. Liendo, M. G., & Martínez, A. M. (2001). Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las PYMES.
- [11]. Mathews, J. C. (2014). Asociatividad empresarial. Agenda 2014. Propuestas para mejorar la Descentralización
- [12]. Parrales-Reyes, J. E., Ponce-Prado, J. A., & Espinoza-Martínez, A. D. (2022). La Asociatividad Empresarial y la Competitivas del Mercado Municipal de Frutas y Legumbres de Jipijapa. *Dominio de las Ciencias*, 8(1).
- [13]. Salas, A. L. O., & Belalcázar, Á. J. B. Red empresarial como estrategia asociativa para el fortalecimiento competitivo de cultivadores de trucha en Cumbal y Potosí en el Departamento de Nariño–Colombia. In *VI Congreso Internacional de Formación y Gestión del Talento Humano. “Enfoques y Modelos para la Formación, la Innovación y la (p. 530)*.
- [14]. Sisa, F. G. P. (2020). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad de las PYMES en el Ecuador. *Revista Eruditus*, 1(2), 39-52.
- [15]. Trujillo Niño, E. A., Gamba Plata, M., & Arenas Rojas, L. M. (2016). Las dificultades de las Pymes en América Latina y Colombia para lograr ser competitivas y sostenibles.
- [16]. Useche, M., Barragán, C., Salazar, F. & Sánchez, P. (2020). Horizontes estratégicos empresariales en América Latina ante la pandemia generada por la COVID-19.SUMMA. *Revista Disciplinaria en Ciencias Económicas y Sociales*, 2, 59-86. <https://aunarcali.edu.co/revistas/index.php/RDCES/article/view/156/98>
- [17]. Van Der Heyden, D. Camacho, P. (2006). Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas. 2da Edición. Quito, Plataforma RURALTER. ISBN 978- 9978-45-114-4.