CAPACIDADES NECESARIAS PARA LA ASOCIACIÓN EMPRESARIAL

Área de investigación: Entorno de las organizaciones

Tania Nadiezhda Plascencia Cuevas
Universidad Autónoma de Nayarit
México
tania.plascencia@uan.edu.mx

Pedro Madrigal Herrera
Universidad Autónoma de Nayarit
México
pedro.madrigal@uan.edu.mx

Alma Rosa Malacara Castillo
Universidad Autónoma de Nayarit
México
alma.malacara@uan.edu.mx

Capacidades necesarias para la asociación empresarial

Resumen

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) de todo el planeta se encuentran en situaciones de incertidumbre y vulnerabilidad ante los efectos de la globalización cada vez más recrudecidos, donde es difícil seguir el ritmo económico en un mundo altamente competitivo y voraz. De ahí surge el establecer estrategias que puedan hacer que las MIPYMES se especialicen en un sector específico, aumenten su capacitación, mejoren sus procesos y sean capaces de posicionarse por más tiempo de forma individual, para luego poder estar en posición de formar articulaciones o asociaciones empresariales que les permitan estructurarse como un engranaje que les dé la posibilidad de crecimiento, disminución de costos, mayor promoción y por supuesto, más productividad. Sin embargo, no todas las MIPYMES cuentan con las características y capacidades necesarias para participar en dichas asociaciones, por tal motivo, la presente investigación tiene como objetivo el determinar cuáles son esas capacidades que requieren individualmente las empresas para que las asociaciones sean exitosas, partiendo de la premisa de que las MIPYMES con mayor antigüedad deben contar con un mayor número de capacidades para asociarse exitosamente. Hipótesis contrastada en un estudio correlacional con datos obtenidos de encuesta aplicada a una muestra de MIPYMES en Bahía de Banderas, Nayarit.

Palabras clave: Capacidades empresariales, asociación empresarial, MIPYMES

Abstract

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) across the globe are in situations of uncertainty and vulnerability to the effects of globalization increasingly stronger, which is difficult to follow the economic pace in a highly competitive and voracious world. From there has emerged establish strategies that could make MSMEs specialize in a specific sector, increase their training, improve their processes and are able to position themselves for longer individually, then to be in a position to form joints or business associations that allow them to be structured as a gear that gives them the possibility of growth, reduced costs, greater promotion and of course, more productivity. However, not all MSMEs have the features and capabilities needed to participate in such associations, for that reason, this research aims to identify those capabilities that individually require companies to partnerships are successful are starting from the premise that most long-live MSMEs must have more capacity or abilities to form a successful business association. Hypothesis tested in a correlational study with data obtained from a sample survey of MSMEs in Bahia de Banderas, Nayarit.

Key words: Business abilities, business association, MSMEs

Introducción

Los efectos de la globalización, han provocado que se busquen nuevos estilos de desarrollo o transformación, con la tendencia de concentrar los esfuerzos hacia el desarrollo endógeno, es decir, hacia el interior, potencializando todas las capacidades con las que se cuentan, y adoptando nuevas, de acuerdo a las experiencias de otras empresas, con el fin de lograr un desarrollo sustentable o autosuficiente.

Estos nuevos modelos que buscan unidades estratégicas, donde se priorizan las acciones colectivas, sobre las individuales, buscan la cooperación inter-empresarial, mejorando y optimizando las productividad, la gestión y la competitividad de los sectores empresariales y estimulando la innovación y aprovechando al máximo la capacidad de desarrollo que se dispone en la región.

La asociación empresarial, puede contribuir en forma significativa, al incremento de la productividad, detonando ambientes o entornos adecuados para la competitividad, siempre y cuando se cuente con la suma de voluntades de los empresarios, pero además, se debe contar con capacidades mínimas necesarias, para participar de forma activa dentro de estas asociaciones y contar además con condiciones mínimas, tanto de infraestructura, como de capacitación del recurso humano, para que las estrategias funcionen.

Bahía de Banderas, es un municipio con un enorme potencial de desarrollo económico, por ser un excelente captador de inversión privada y por la actividad turística que genera, detonándose como uno de los mejores destinos turísticos y gozando de gran reconocimiento nacional e internacional.

Todo este potencial, pareciera no verse reflejado en la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del municipio, que sufren por no contar con una estrategia empresarial articulada, que las haga más competitivas y que detonen el desarrollo económico y social de la región.

Con el objetivo de determinar las capacidades necesarias para que una MIPYME sea candidata a formar parte de una asociación empresarial, se realizó un estudio descriptivo transversal, aplicando una encuesta a MIPYMES, localizadas en las diferentes localidades del municipio de Bahía de Banderas, Nayarit, teniendo como hipótesis central, que las MIPYMES con

mayor antigüedad deben contar con un mayor número de capacidades para asociarse exitosamente.

Para ello, se realizó una revisión exhaustiva de la literatura referente a la asociación empresarial, y su implementación como estrategia para el desarrollo, identificando las capacidades que se señalan como primordiales y básicas, para que la asociación tenga mayor posibilidad de ser exitosa. De igual forma, se hizo un análisis de las asociaciones empresariales consideradas como caso de éxito, tanto a nivel nacional, como internacional, con el fin de observar las características que tienen en común.

Dentro de los resultados principales, se encontró que efectivamente las capacidades empresariales entre sí, tienen relación lineal significativa y positiva, lo que ayudó a determinar si las empresas con mayor antigüedad poseían mayores capacidades empresariales, para lograr una asociación exitosa, que les permita aumentar sus niveles de competitividad y sobre todo, llegar en calidad y volumen a un mayor número de clientes.

1. Asociación empresarial para el desarrollo

Cuando la globalización ha marcado la necesidad de encontrar nuevos estilos de desarrollo, u opciones alternativas de transformación, sobre todo para las economías latinoamericanas, surge la tendencia a centrar todos los esfuerzos de desarrollo, hacia adentro, es decir, tomando como base las potencialidades endógenas, con el objetivo de lograr un desarrollo autosustentable.

En este sentido, surgen nuevos modelos de organización que impulsan la constitución de unidades estratégicas de actuación o de negocios, donde se da prioridad a las acciones colectivas sobre las acciones individuales, a través de redes que promueven la dinamización empresarial, se estimula la innovación y la optimización en el uso del potencial de desarrollo disponible en la región. Con todo esto, resulta evidente la necesidad imperante de promover todos los procesos que busquen la cooperación interempresarial, con el objetivo de mejorar y optimizar la productividad, la gestión y la competitividad de los sectores empresariales, logrando a través de la asociación con otros, la subsistencia, frente al proceso de globalización al que se enfrentan (Narváez et al., 2008).

En este escenario, las MIPYMES de todo el mundo, tienen una situación aún más compleja, debido a la dificultad para desarrollarse de forma individual,

dado su tamaño y sus limitaciones, lo que les impide o hace muy difícil, poder alcanzar resultados exitosos; en esta complejidad, surge la asociación, como un mecanismo de apoyo o cooperación entre MIPYMES, a través del cual, unen sus esfuerzos para enfrentar sus limitaciones y dificultades, aprovechando mejores oportunidades y posicionándose en una estructura más sólida para su crecimiento y desarrollo.

La literatura nos dice que el desarrollo local puede definirse, como el resultado producido por el esfuerzo organizado por el conjunto de la comunidad, sobre todo para el aspecto económico, partiendo de la capacidad para integrar visiones e intereses, entre los agentes públicos y privados (Narváez et al., 2008). Mientras que la asociación (llamada por algunos autores como asociatividad o articulación), es, según Rosales (1997), citado en Narváez et al., (2008: 77), "un mecanismo de cooperación empresarial, en el que cada una de las empresas que participan mantiene su independencia jurídica y su autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente su participación en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común".

En la perspectiva de Dini (2010), la articulación productiva, es un acuerdo de colaboración entre actores económicos, orientado a la generación de un beneficio competitivo. En este sentido, Dini precisa que los agentes económicos individuales, hacen acuerdos de colaboración para desarrollar acciones, cuyos resultados no se lograrían si se actúa en forma independiente o aislada, o, que requieren esfuerzos muy grandes, que no se justificarían en forma individual (Dini, 2010).

En suma, la asociatividad o asociación, es una estrategia colectiva que se ha ido constituyendo en un requisito para la sobrevivencia de las empresas, así como en una posibilidad de desarrollar ventajas competitivas (Narváez et al., 2008)

La asociación empresarial, puede contribuir en gran medida, al incremento de la productividad, al verse mejorada o incrementada la innovación, el uso de nuevas tecnologías y desarrollo del capital humano, lo que detona ambientes o entornos adecuados para la competitividad, como Pallares (2004) lo afirma, cuando dice que el objetivo principal de la asociación empresarial, es mejorar la gestión, la productividad y la competitividad de las empresas asociadas.

El nivel de asociación determina el valor de las siguientes dimensiones: confianza, que es la base de cualquier fórmula de asociación; la lealtad, que resulta un principio básico y representa el motor que mueve la asociación; la

complementabilidad, que se centra en buscar establecer los complementos donde cada uno, como especialista en su área, aporta sus mejores capacidades, lo que redunda en un resultado sinérgico que de ninguna manera, lo haría cada parte en lo individual, y; trascendencia en el tiempo, lo que implica una visión del modelo a largo plazo, generando condiciones competitivas con trascendencia (Ferrer et al., 2009)

2. Capacidades internas para la asociación empresarial

Si bien es cierto, las asociaciones empresariales fomentan la competitividad y son pieza clave para el desarrollo de las localidades que las albergan. La literatura es abundante en estos temas y se hace hincapié en que las asociaciones o articulaciones empresariales son una gran oportunidad de sobresalir y generar valor a las empresas involucradas, principalmente a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), ya que de esta forma logran alcanzar objetivos propuestos de una forma más rápida y efectiva que si se hiciera de forma individual, haciendo posible que puedan competir con empresas de gran tamaño; ya que dichas asociaciones, entre otras cosas, hacen que los productos y servicios locales cobren una relevancia mayor y se coloquen en escaparates regionales y nacionales, especialmente porque el consumidor actual es más exigente y tiene las herramientas para mantenerse más y mejor informado siendo consiente respecto a su consumo.

Sin embargo, no todas las empresas están dispuestas a asumir un trabajo colaborativo o, en su defecto, no se cuentan con las capacidades mínimas necesarias para participar de forma activa dentro de estas asociaciones. Se puede decir que esencialmente para que se logre una asociación exitosa se requiere de la suma de voluntades de los empresarios o gestores de las organizaciones, pero además se debe contar con ciertas condiciones tanto de infraestructura como de capacitación del recurso humano para que las estrategias funcionen.

En este sentido, Capó-Vicedo (2011) señala que las aglomeraciones territoriales han cobrado gran relevancia para la comunidad científica, principalmente porque los recursos que disponen las empresas permiten fomentar las capacidades innovadoras y la competitividad en las MIPYMES, siendo estos recursos el conocimiento del entorno, las habilidades de aprendizaje empresarial y las actitudes emprendedoras, argumentado que se busca que las características locales sean un elemento para tener la posibilidad de competir

en un contexto global, con lo que también se vuelve necesario la posibilidad de contar con personal especializado.

Del mismo modo, Becerra y Álvarez (2011); evalúan el recurso humano y la innovación empresarial, esto en el contexto de la formación y gestión del recurso humano y las actividades de las empresas involucradas en las redes empresariales, encontrando evidencia a favor de la relación significativa entre el recurso humano capacitado y la innovación empresarial. Según Haukness (1999) citado en Becerra y Álvarez (2011) el aprendizaje y la capacidad de formación del personal son la piedra angular en el desempeño innovador de las empresas. Se argumenta que existe relación altamente significativa entre las acciones conjuntas de las empresas que involucran al recurso humano (transferencia de mano de obra y actividades de capacitación, formación y entrenamiento) dentro del contexto de las redes empresariales, con la innovación empresarial (Becerra y Álvarez, 2011).

Becerra, Serna y Naranjo (2013) demuestran empíricamente que para la localidad de su estudio, las MIPYMES que hacen investigación y desarrollo e innovación son pocas, argumentando que para este tipo de empresas cuentan con capacidades limitadas para desempeñar correctamente este tipo de actividades. Contrastando que las empresas que tienen buenas relaciones entre empresas similares y otros agentes regionales, inciden positiva y favorablemente en la innovación y desarrollo de la misma empresa o de la red empresarial en la que participan.

Por lo tanto, se puede decir no sólo el contexto externo es importante, sino que también el desempeño empresarial interno es fundamental para poder ser parte de una red empresarial, destacando que las principales habilidades o capacidades que se señalan en la literatura son la promoción de aprendizaje, la formación y correcta gestión del recurso humano, la investigación y desarrollo, la innovación y las buenas relaciones, siendo estas habilidades importantes para que las empresas interactúen entre sí de forma armónica y ordenada, obteniendo con esto un beneficio para todas que les garantice larga permanencia en el mercado

3. Asociación empresarial: características casos de éxito

La articulación productiva en sus diferentes modalidades ha sido explorada, analizada, implementada y evaluada en diferentes partes del mundo y México en casos de estudio de distintos giros que permite la sistematización de sus

experiencias de éxito, entendiendo a éste como el logro de sus metas planteadas de inicio de la asociación o colaboración empresarial. Siendo el objetivo más común, a propósito del tópico de éste artículo, la formación o desarrollo de capacidades para mejorar sus nivel competitivo, para hacerse más fuertes.

En América Latina se destacan algunos estudios empíricos que destacan la importancia de fortalecer el desarrollo de competencias relacionadas básicamente con innovación, siendo incluso uno de los motivos principales para la asociación, preparación tecnológica e innovación, capacidades de organización, diversificación productiva y mayor valor agregado.

En la revisión de la literatura se destacan algunos casos de éxito en Colombia como es el caso del clúster de prendas de vestir en Caldas, que según Becerra y Álvarez (2010) las capacidades destacadas que fueron evaluadas en su estudio son la formación del recurso humano y su relación con la innovación empresarial, en el mismo artículo se mencionan otros estudios europeos en los cuáles se destacan el aprendizaje y la capacidad de formación como clave para un desempeño innovador. En otro caso presentado por Correa y Torres (2014), en el clúster de pymes del sector artes gráficas de Bogotá, se destaca que aplicando el cooperativismo y clústers se adquieren mayores capacidades de relación con los clientes, generando confianza con ellos, mayor productividad, mejora en precios y reducción de desperdicios.

En Barranquilla, Colombia; López, Martínez, Hernández y Rodríguez (2016) contrastaron empíricamente que los factores de éxito de un clúster son la calidad, localización, buenas prácticas de gestión, cooperación y esfuerzos en conjunto, entre otros.

Por otro lado, en México se tiene referencia de algunos casos tales como el sector automotriz, el turismo médico, el calzado, entre otros. Como ejemplo, el de Aguascalientes que presentan Barrera, Espejel, Cabrera y Reyes, en donde se concluye que un aspecto clave es la capacidad tecnológica al igual que la industria automotriz de Puebla.

4. Metodología

El objetivo general de esta investigación es determinar las capacidades necesarias para que una MIPYME sea candidata a formar parte de una asociación empresarial. En este sentido, se plantea como hipótesis central que

las MIPYMES con mayor antigüedad deben contar con un mayor número de capacidades para asociarse exitosamente. Primeramente y a través de técnicas de gabinete, se realizó una revisión exhaustiva de la literatura referente a la teoría de asociación empresarial y de todo lo que implica, esto para identificar cuáles son las capacidades que se señalan como primordiales y básicas. Del mismo modo, se hizo un análisis de las asociaciones empresariales consideradas como caso de éxito, tanto en nacionales como internacionales, con el fin de observar las características que tienen en común.

Así mismo, se realizó un estudio descriptivo transversal, ya que se aplicó una encuesta a MIPYMES localizadas en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit. Las MIPYMES se seleccionaron a conveniencia de las diferentes localidades que integran el municipio. La encuesta fue dividida en dos partes, en la primera se preguntaban los datos generales y de control, tales como tamaño, sector, giro, localidad, registro ante hacienda, género del dueño, edad del dueño, grado de escolaridad y antigüedad, siendo esta última relevante para la presente investigación, ya que a partir de esta se pudiera aceptar la hipótesis planteada.

En la segunda parte, para determinar la capacidades con las que cuentan las empresas de la muestra, se utilizó la escala de Likert a 4 puntos, los cuales van desde "totalmente de acuerdo" hasta "totalmente en desacuerdo" véase la tabla 1. Entonces, se crearon 14 variables de las conocidas como de tipo *dummy* o ficticias, donde las respuestas "totalmente de acuerdo" y "medianamente de acuerdo" representaban un 1 y las respuestas "medianamente en desacuerdo" y "totalmente en desacuerdo" están representadas por el 0, con lo que son variables bivariantes. La encuesta se aplicó a 120 MIPYMES, sin embargo, sólo se pudieron validar 99, debido a que 21 empresas no mencionaron su antigüedad y sin ese dato, llevar a cabo el estudio correlacional no se consideró pertinente para la presente investigación, ya que se analizarían las capacidades en función de dicha variable.

Una vez que se obtuvieron los resultados de la aplicación de la encuesta, se presentó la estadística descriptiva de la variable edad, misma que representa la antigüedad de las empresas y, mediante el coeficiente de correlación de Pearson, se determinaron las relaciones lineales entre cada una de las variables. Para estimar dicho coeficiente, se partió de las siguientes hipótesis:

H_0 : *Existencia de relación entre* var*iables*

H_1 : *Ausencia de relación entre* var*iables*

Es importante señalar que el instrumento se diseñó a partir del estudio de la literatura y de las características observadas en los casos de éxito, por lo que se consideran una primera aproximación de variables que determinen las capacidades básicas y necesarias para tener la oportunidad de formar algún tipo de asociación empresarial.

Tabla 1 Capacidades empresariales para la asociación

Capacidades empresariales	Autoevaluación			
	Totalmente deacuerdo	Medianamente de acuerdo	Medianamente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Recurso humano capacitado. La empresa tiene procesos sistemáticos para la capacitación y formación de su personal o con servicios externos siempre está al día en la capacitación de su recurso humano.				
Aprendizaje. La empresa aprende de cada hecho que impacte en los resultados de la empresa, tanto negativos como positivos, es decir, analiza los hechos y en función de ellos toma de decisiones de mejora.				
Comunicación /buenas relaciones. La empresa genera un ambiente de comunicación y facilita las buenas relaciones interpersonales. Estas habilidades del personal facilitan la solución de problemas, acciones colectivas y comportamiento innovador, con frecuencia a través de una combinación de competencia y cooperación.				
Investigación y desarrollo. En la empresa existen actividades relacionadas con el desarrollo de la tecnología como actividades de investigación y desarrollo que no necesariamente conducen a innovación pero si en la consolidación del conocimiento organizacional.				
Tecnología. En la empresa se usa la tecnología para ser competitivo, llegar a más lugares, disminuir costos y lograr un adecuado posicionamiento. También para fines de logística, administración y mercadotecnia.				
Asesoría.- La empresa tiene acceso a expertos internos o externos que puedan ser enlace en posibles alianzas u otros proyectos de colaboración entre empresas, proveedores y/ instancias gubernamentales.				
Calidad. La empresa tiene procesos y productos de calidad, establece estándares y una gestión basada en el establecimiento de indicadores y seguimiento, así como en los principios de satisfacción de clientes y partes interesadas				
Productividad. La empresa se define como una organización que constantemente mejora sus indicadores de productividad, produce más, busca la reducción de desperdicios y de mejorar precios				
Negociación con clientes. En la empresa se tiene una excelente comunicación con los clientes, están concentrados, son muchos o compran por volumen. En ocasiones negociamos el precio de venta, la cobertura de la garantía y paquetes complementarios si nos compran productos por volumen o estandarizados				
Confianza. La empresa busca generar confianza con clientes, proveedores y en general con todos los grupos de interés ya que se cumple lo que se promete y busca generar valor en esas relaciones.				
Innovación. La empresa es de las primeras en proponer o crear cosas nuevas en el mercado a través de sus servicios Y/o productos. Se busca hacer cosas diferentes.				
Buenas prácticas de gestión. La empresa establece políticas, sistemas de trabajo que le permiten ser más eficiente y eficaz, así como el cumplimiento de sus metas				
Intensidad competitiva. La empresa es altamente competitiva, tiene ventajas sobre la competencia que ha mantenido por mucho tiempo, se anticipa a la incorporación de productos sustitutos.				

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de la literatura.

Resultados

Bahía de Banderas es un municipio próspero y en evidente expansión, ya que alberga empresas de primer nivel que generan diversas fuentes de empleo, además de ser una localidad que por ser principalmente turística, se ha posicionado dentro de los lugares predilectos del turismo nacional e internacional. Sin embargo, la competitividad individual de las MIPYMES en todo el municipio pareciera estar carentes de mecanismos empresariales articulados, adoleciendo de objetivos a largo plazo que permitan la competitividad colectiva del destino (Plascencia, Malacara y Madrigal, 2015). Esto se debe, entre otras cosas, a que las MIPYMES no han logrado tener las herramientas o estructurar las estrategias necesarias para competir con las empresas de mayor tamaño.

La localidades donde se aplicaron los instrumentos fueron, San Vicente, El Porvenir, San Juan de Abajo, Mezcales, Nuevo Vallarta, Valle Dorado, Bucerías y Sayulita. De las 99 empresas encuestadas, 94.95% son micro empresas, el 5.05% son pequeñas empresas, no se encuestó ninguna mediana empresa. En cuanto al sector de la economía en que se desenvuelven las empresas, el 26.27% es servicios, el 73.73% representa al comercio, mientras que industrias no se obtuvieron; en este punto se debe señalar que el municipio no se ha caracterizado por tener un sector industrial activo y en expansión. El 22% señala que no se encuentran dadas de alta en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, con lo que se consideran informales; es interesante destacar que en este rubro, las empresas no registradas no son mayores de 9 años, además de que por su misma condición de informal dejan de ser candidatas idóneas para participar en una asociación empresarial formal. El giro no se menciona en porcentaje por ser éste altamente variable,

En cuanto a los (as) propietarios (as) de dichas unidades de negocio, se puede decir que el 35% con mujeres, mientras que el 65% son hombres, la edad promedio es de 42.31 años y el 48% tienen un grado de escolaridad de media superior en adelante, mientras que el 52% sólo cuenta con la educación básica. Esto es relevante debido a que se pudiera argumentar que cabe la posibilidad que los empresarios estén abiertos a capacitarse para mejorar los procesos y mecanismos de operación de sus respectivas unidades de negocio, así como adoptar nuevas estrategias que mejoren sus niveles de ingreso.

Al ser la variable Edad de las MIPYMES una variable determinante para esta investigación, se obtuvo su estadística descriptiva, donde la edad promedio de

las encuestadas es de 9.03 años, 80 y 1 son las edades máximas y mínimas, respectivamente; con una desviación estándar de 10.92. Es importante señalar, que a partir de esta información, se consideró que de las 99 micro, pequeñas y medianas empresas de la muestra, se tomarían como las más antiguas las que tuvieran una edad superior a la media, es decir, todas las empresas que tuvieran por lo menos 10 años, representando estas un total de 27 (27.27%). De esas 27 más antiguas, la media es de 21.04 años, la mediana es 16 y la moda es 10. A partir de aquí, se estiman la correlación de Pearson entre las variables elegidas como capacidades básicas y necesarias, además se exponen las capacidades con las que cuentan las empresas de 10 o más años.

Tabla 2 Correlación lineal de las variables

	Edad	RH capacitado	Aprendizaje	Buenas relaciones	Investigación y desarrollo	Tecnología	Asesoría	Calidad	Productividad	Negociación con clientes	Confianza	Innovación	Buenas Prácticas	Intensidad Competitiva
Edad	**1**	0.0566	0.0478	0.1098	0.0833	-0.0332	0.0157	0.0826	0.0941	0.0358	0.0903	-0.0161	0.0136	0.0865
RH capacitado	0.0566	**1**	0.3730	0.1610	0.4957	0.7606	**0.6599**	0.1610	0.2008	0.1610	0.2612	**0.6035**	0.3837	0.3945
Aprendizaje	0.0478	0.3730	**1**	0.5929	0.1352	0.2837	0.2837	0.5929	**0.6554**	0.5929	0.5929	0.2515	0.4507	0.5056
Buenas relaciones	0.1098	0.1610	0.5929	**1**	0.2102	0.1729	0.2620	0.8226	**0.7147**	**0.6452**	**0.6452**	0.3615	0.3333	0.5044
Investigación y desarrollo	0.0833	0.4957	0.1352	0.2102	**1**	**0.6273**	**0.6704**	0.2959	0.2687	0.1246	0.2102	0.5925	0.3137	0.3555
Tecnología	-0.0332	**0.7606**	0.2837	0.1729	0.6273	**1**	**0.7760**	0.2620	0.2217	0.1729	0.2620	**0.6095**	0.4603	0.4390
Asesoría	0.0157	**0.6599**	0.2837	0.2620	0.6704	**0.7760**	**1**	0.3512	0.2217	0.1729	0.2620	0.5088	0.2911	0.4390
Calidad	0.0826	0.1610	0.5929	**0.8226**	0.2959	0.2620	0.3512	**1**	**0.7147**	**0.6452**	**0.6452**	0.3615	0.4456	0.5044
Productividad	0.0941	0.2008	**0.6554**	**0.7147**	0.2687	0.2217	0.2217	**0.7147**	**1**	**0.7147**	**0.7147**	0.4192	0.3842	0.4359
Negociación con clientes	0.0358	0.1610	0.5929	**0.6452**	0.1246	0.1729	0.1729	**0.6452**	**0.7147**	**1**	**0.6452**	0.2612	0.4456	0.3829
Confianza	0.0903	0.2612	0.5929	**0.6452**	0.2102	0.2620	0.2620	**0.6452**	**0.7147**	**0.6452**	**1**	0.3615	0.4456	0.3829
Innovación	-0.0161	**0.6035**	0.2515	0.3615	0.5925	**0.6095**	0.5088	0.3615	0.4192	0.2612	0.3615	**1**	0.4472	0.4632
Buenas Prácticas	0.0136	0.3837	0.4507	0.3333	0.3137	0.4603	0.2911	0.4456	0.3842	0.4456	0.4456	0.4472	**1**	0.4301
Intensidad Competitiva	0.0865	0.3945	0.5056	0.5044	0.3555	0.4390	0.4390	0.5044	0.4359	0.3829	0.3829	0.4632	0.4301	**1**

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada.

En cuanto a las correlaciones, es posible observar en la tabla 2 que entre las variables que representan las capacidades empresariales básicas, existe relación lineal. Las que están resaltadas es porque esas relaciones son las que superan el 60%, advirtiendo que en mayor o menor medida, todas las capacidades están interrelacionadas, volviéndose fundamentales para el desempeño efectivo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), por lo tanto, se acepta la hipótesis nula de la existencia de relación significativa entre las variables objeto de estudio. Así mismo, se deseaba determinar si las empresas con mayor antigüedad poseían mayores capacidades empresariales, siendo éstas las que se considera que pudieran contar con las condiciones propicias para lograr una asociación exitosa que les permita aumentar sus niveles de competitividad y sobre todo, llegar en calidad y volumen a un mayor número de clientes (Véase la tabla 3).

Tabla 3 Capacidades empresariales en función de la antigüedad

	Capacidades												
Edad	**RH capacitado**	**Aprendizaje**	**Buenas relaciones**	**Investigación y desarrollo**	**Tecnología**	**Asesoría**	**Calidad**	**Productividad**	**Negociación con clientes**	**Confianza**	**Innovación**	**Buenas Prácticas**	**Intensidad Competitiva**
10	-	+	+	-	-	-	+	+	+	+	-	+	-
10	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+
10	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+
10	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
10	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
10	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
12	-	+	+	-	-	-	+	+	+	+	-	+	-
12	-	+	+	-	-	-	+	+	+	+	+	-	+
12	-	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	-
13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+
15	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
15	+	+	+	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+
16	-	+	+	-	-	-	+	+	+	+	-	+	+
16	-	+	+	-	-	-	+	+	+	+	-	+	+
18	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
18	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	-	+
20	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
20	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
20	-	+	+	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+
29	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
30	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
30	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
32	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	-	+	+
40	+	+	+	-	-	-	+	+	+	+	-	-	+
45	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
80	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada.

Tal y como se puede observar en la tabla 3, las empresas que se consideraron como las más antiguas de la muestra, cuentan con un número significativo de capacidades, el símbolo "+" representa las capacidades que aseguran tener las empresas encuestadas, por el contrario el signo "-" significa la carencia de las mismas. En los dos rubros donde se tienen más carencias es en la tecnología y en la asesoría, lo cual no es de extrañar debido a que las MIPYMES, en muchas ocasiones, no tienen los recursos para pagar capacitación continua y asesoría para gestión de recursos propios y ajenos (derivados de estímulos o apoyos a este tipo de empresas), además de que la tecnología que usan es relativa, ya que principalmente se utiliza para la publicidad y promoción de las mismas, no teniendo más allá que la tecnología que pueden tener en sus dispositivos móviles, enfocándose en redes sociales.

Por lo tanto, con la evidencia mostrada anteriormente, se puede constatar que para esta muestra seleccionada de MIPYMES en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit; se acepta la hipótesis central de esta investigación, ya que las empresas con mayor antigüedad, tal y como se esperaba, sí son poseedoras de mayores capacidades respecto a las más jóvenes, lo que las hace ser una excelente alternativa para organizarse y articularse en alguna de las diferentes modalidades de asociación.

Conclusiones

En la presente investigación, se hizo una revisión exhaustiva de la literatura acerca de la asociación empresarial, principalmente para verificar que este tipo de estrategias empresariales tienen un efecto positivo en el desarrollo económico y social de las localidades, ya que las asociaciones permiten a las micro, pequeñas y medianas empresas continuar participando en un mercado altamente competitivo. Así mismo, se revisaron las capacidades internas que se requieren para que la unidades de negocio sean candidatas o, tengan probabilidades de formar asociaciones exitosas, además de hacer una revisión meticulosa de las características que tienen en común las empresas que han logado posicionarse como casos de éxito, tanto a nivel nacional como internacional.

El objetivo general de la presente ha sido determinar las capacidades necesarias para que una MIPYME sea candidata a formar parte de una asociación empresarial, considerando que las empresas con mayor tiempo en el mercado, es decir, las más antiguas cuentan con un mayor número de capacidades, siendo ésta la hipótesis central. Para alcanzar el objetivo mencionado, se aplicó

una encuesta a MIPYMES localizadas en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit; las empresas se eligieron a conveniencia, se obtuvieron 102 instrumentos contestados, sin embargo, sólo se pudieron validar 99, ya que las tres restantes no estuvieron en disposición de señalar su antigüedad, por lo que para esta investigación quedaban descartadas.

Dentro de los resultados principales, se encontró que efectivamente las capacidades empresariales entre sí, tienen relación lineal significativa y positiva, en muchos casos esta relación alcanza y supera el 50%, con los que la hipótesis nula planteada para las correlaciones se acepta. Respecto a la variable edad de las empresas, el promedio está alrededor de los 9 años, con lo que las empresas que superaban la media se consideraron como las empresas más longevas. A partir de allí, se pudo observar cuales son las capacidades con las que cuentan cada una de las empresas antiguas, pudiendo afirmar que estas poseen más capacidades respecto a las jóvenes y que las capacidades que adolecen, en términos generales, es la tecnología y la asesoría, lo cual no resultó ser una sorpresa, ya que las MIPYMES utilizan en muchos casos la tecnología únicamente para promoción y publicidad y ésta no va más allá de redes sociales, también se puede pensar que la asesoría suele ser difícil de adaptarla a sus procesos, debido a que estas empresas tratan de sobrevivir y, en ocasiones, la plusvalía no es tanta como para permitir trasferir recursos para mejoras a largo plazo.

Bibliografía

Becerra, F. y Álvarez, C. (2011); El talento humano y la innovación empresarial en el contexto de las redes empresariales: el clúster de prendas de vestir en Caldas-Colombia. *Estudios Gerenciales*, No. 119, Vol. 27.

Becerra, F., Serna, H. y Naranjo, J. (2013); Redes empresariales locales, investigación y desarrollo e innovación en la empresa. Cluster de herramientas de Caldas, Colombia. *Estudios Gerenciales* 29.

Capó-Vicedo, J. (2011); Análisis del ciclo de vida y las políticas de desarrollo de los clusters de empresas. *EURE*, No. 110, Vol. 37.

Dini, M. (2010). Competitividad, redes empresariales y desarrollo productivo, Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES)-CEPAL, Santiago de Chile.

Ferrer, J; Ríos, M; Martínez, M; (2009). Modelo de negocios, visión integradora entre compromiso social, rentabilidad y asociación empresarial. *Administración y organizaciones*, 91-111

Narváez, M; Fernández, G; Senior, A; (2008). El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: una propuesta estratégica. Opción, 24() 74-92.

Pallares Villegas, Z. (2004). Asociatividad empresarial estrategia para la competitividad. Bogotá D.C. (Colombia): Fondo Editorial Nueva Empresa, pp. 1–319.

Plascencia, T., Malacara, A. y Madrigal, P. (2015); La propensión de las MIPYMES de Bahía de Banderas para la conformación de un *cluster* virtual. *Memorias del XIX Congreso Internacional en Contaduría, Administración e Informática*.