

Asociatividad empresarial como una estrategia para la competitividad

Business associativity as a strategy for competitiveness

Andrés Camilo Aponte López*

Recibido: 19 - 04 - 2021 / Aceptado: 09 - 07 - 2021 / Publicado: 01 - 08 - 2021

Resumen:

Actualmente los entornos cambiantes se han convertido en una constante que afectan el normal desarrollo empresarial. Esto ha hecho que el cambio en las empresas sea una constante a partir del que se aprovechen las nuevas oportunidades del mercado. Este artículo busca presentar a la asociatividad empresarial como una estrategia que permite la gestión del conocimiento, la innovación y el aprendizaje a través de los recursos y las potencialidades que ponen en evidencia sus factor diferencial frente a otras compañías y se centran en las necesidades del cliente. Para esta investigación, se realizó a una revisión documental seleccionada de acuerdo a la pertinencia del tema. Los resultados arrojaron que la asociatividad empresarial es una estrategia clave para generar competitividad, que se expresa en formas como distritos industriales, clústeres, redes empresariales y ecosistemas colaborativos. El trabajo asociativo logra generar procesos de cambio estructural basados en los conocimientos propios con el fin de aumentar la competitividad, la rentabilidad y el desarrollo.

Abstract:

Nowadays, changing environments have become a constant that affects the normal business development. This has meant that the only sure thing for companies is continuous change in order to take advantage of new opportunities that arise in the market. This article seeks to present business associativity as a strategy that allows knowledge management, innovation and learning, based on the resources and potentialities that are within the companies, in the relationship with other companies and above all focused on the customer. A documentary review was carried out, selected for the convenience of the researcher. The results showed that business associativity is a key strategy to generate competitiveness, which can be expressed in different ways such as industrial districts, clusters, business networks and collaborative ecosystems. The associative work manages to generate processes of structural change based on own and shared knowledge to increase competitiveness, profitability and development.

Palabras claves:

asociatividad, estrategia, empresas

Cómo citar: Aponte López, A. (2021). Asociatividad empresarial como una estrategia para la competitividad. *Opinión Pública*, 16, 58-69.

Key words:

Associativity, strategy, companies.

Declaración de conflictos

de interés: el autor declara no tener ningún conflicto de interés

* Magíster en Estudios Interdisciplinarios sobre Desarrollo de la Universidad de los Andes y Profesional en Administración de Negocios Internacionales de la Universidad de Ibagué. Profesor titular del programa Administración de Empresas de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN, sede Ibagué. Contacto: andres_aponte@cun.edu.co

Introducción

El actual periodo de globalización se caracteriza por la integración de las economías, la reducción de costos de transporte y comunicación, y la eliminación de barreras para que exista un libre flujo de bienes, servicios, capitales, conocimientos y personas entre los territorios (Resico, 2019). En esta época, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han jugado un papel importante y, en consecuencia, la forma de hacer negocios y de vivir de las personas ha cambiado drásticamente para generar interconexiones entre los individuos alrededor del mundo, que no solo afecta el intercambio y las transacciones económicas, sino que también produce cambios en los patrones sociales, culturales, políticos, entre otros (Cárdenas y Michel, 2018).

A nivel empresarial, la globalización ha generado que las empresas estén en búsqueda de nuevos mercados y del incremento de su competitividad para innovar sus tácticas y satisfacer las demandas de sus clientes: así, por ejemplo, las grandes compañías establecen estrategias que les permite hacer frente a las multinacionales que ingresan al mercado nacional. Este no es el mismo caso de las pequeñas y medianas empresas (PYME), que intentan mantenerse a flote en el mercado y cubrir sus necesidades, a pesar de la guerra de costes que impone la feroz competencia (Pérez, 2020).

De igual forma se ha visto impulsado el comercio internacional, que para muchos países representa un alto porcentaje de su Producto Interno Bruto (PIB). A lo largo de las últimas décadas, el comercio mundial ha tenido un crecimiento vertiginoso, en términos tanto absolutos como relativos, que ha despertado el interés desde ámbitos económicos, políticos y sociales. Algunos elementos que han favorecido este fenómeno han sido la industrialización y el desarrollo de la infraestructura del transporte y las comunicaciones. Esto ha beneficiado a muchas personas a lo largo del mundo para que puedan acceder a bienes y servicios que no se

producen a nivel local. Existen cuatro aspectos que caracterizan actualmente al comercio internacional: mercados financieros interdependientes, producción internacional, apertura de los mercados de bienes y servicios, y la migración internacional (Martínez, y Delgado, 2020; Resico, 2019).

Por lo anterior, diferentes gobiernos, recientemente, han adoptado políticas librecambistas que buscan reducir o eliminar aranceles con el fin de incrementar el coeficiente de apertura económica. A pesar de lo anterior, en general se espera que tales gobiernos ejerzan una regulación eficaz que controle cualquier tipo de abuso y que promueva el comercio justo. Por otro lado, existe una posición que promueve políticas proteccionistas que buscan resguardar la industria y el empleo nacional, reduciendo las importaciones y promoviendo sus exportaciones. Este razonamiento ignora el principio de reciprocidad, cuyas reglas establecen que se puede exportar siempre y que el otro país esté importando paralelamente. Al respecto, el Estado no tiene la capacidad ni el conocimiento para intervenir efectivamente en los asuntos económicos y, menos aún, frente a las políticas proteccionistas que han generado a lo largo de la historia conflictos y divisiones entre países, incluso generando guerras (Attilio, 2016; Resico, 2019).

Así mismo, Silva (2003), citada por Salvador (2019), afirma que la globalización no es únicamente un fenómeno económico, sino que afecta múltiples variables de orden político, productivo, ecológico, cultural y espacial. Esto da cuenta de la globalización como un fenómeno multidimensional: frente a lo político, los Estados-Nación deben regular los nuevos actores con poder como son las organizaciones supranacionales, las multinacionales, las redes empresariales, entre otras; respecto a lo productivo, debe tener en consideración la introducción de la alta tecnología en las industrias; en relación a lo ecológico, se requiere asumir el reto del cambio cli-

mático y la urbanización sobre la naturaleza; en relación a lo cultural y lo espacio, es preciso atender, en primer lugar, a la consolidación de identidades homogéneas y la pérdida de identidades locales, y, en segundo lugar, reducir las barreras y distancias.

Con respecto a la introducción de la tecnología en el ámbito de los negocios, es posible afirmar que esta ha revolucionado no solo los procesos internos de las empresas, sino también su relación con todos los involucrados. Es así como la asociatividad y el trabajo colaborativo entre empresas se ha fortalecido y traído mejoras significativas en los niveles de competitividad. Nuevas tecnologías como algoritmos, inteligencia artificial, impresión tridimensional, robótica, internet de las cosas, bases de datos, *machine learning*, *big data*, entre otras, no son emprendimien-

tos, sino la base sobre la que las empresas desarrollan sus propios negocios (Bettiol *et. al.*, 2017). Por lo anterior, las empresas deben entender que hoy día no es suficiente solamente buscar competir contra otros con el fin de ganar mayor porcentaje del mercado en solitario, sino que es necesaria la asociatividad empresarial, incluso entre empresa competidoras, para que de manera estratégica y colaborativa se logre abarcar la mayor cantidad de soluciones complementarias a las diversas necesidades que se presentan entre los consumidores (Denoo, *et. al.*, 2022). Esto implica la conformación de aglomeraciones económicas con un alto nivel de articulación sectorial, en el que primen el conocimiento, la innovación, el aprendizaje colectivo y la colaboración mediados por el uso de nuevas tecnologías (Llinás, 2021).

Metodología

El presente artículo surge a partir de una revisión sistemática de la literatura, mediante una búsqueda en bases de datos de carácter científico como ISI, Scopus, Jstore, Proquest, Ebsco, Google académico, entre otros. Los criterios de selección de los artículos fueron los siguientes: en primer lugar y dentro del límite temporal, se analizaron aquellos publicados en los últimos seis años; y en segundo lugar, se

tuvo en cuenta material publicado en revistas con revisión de pares científicos y relacionado con el tema objeto de estudio. Este artículo fue elaborado en el marco del proyecto: “El protocolo familiar como herramienta de gobierno corporativo para la empresa familiar. Estudio de caso de empresas agroturísticas en la vereda Chucuní, Ibagué”.

Resultados

Actualmente, la globalización ha llevado a la sociedad, pero particularmente a las economías, a tener una dependencia con el resto del mundo. La apertura económica, el comercio internacional y las políticas librecambistas han favorecido este fenómeno y han puesto a competir no solamente a las empresas a nivel internacional, sino también a los territorios. En este sentido, cada territorio representa un espacio geográfico específico con particularidades propias, los cuales buscan crecer y competir con base en sus potencialidades y transformar

su entorno con el fin de facilitar las condiciones de quienes participan en dichos territorios para que estos puedan competir, generar bienes y/o servicios que puedan satisfacer las necesidades del ser humano y crear riqueza (Cárdenas y Michel, 2018).

En consecuencia, el crecimiento económico, entendido como el incremento de la riqueza total de una nación, es una meta fundamental de cada país y, para ello, es necesario, aunar desde los territorios y las empresas que los conforman. Este refleja no sólo

el nivel de competitividad nacional, sino que señala la necesidad de establecer acciones conjuntas para establecer una competitividad regional. Por ello, se requiere comprender que el crecimiento económico implica la provisión de mejores servicios a la población, reducción de la pobreza y otros problemas sociales. Sin embargo, para que dicho crecimiento económico realmente sea sostenible debe apropiarse los frutos del desarrollo como la gestión del capital humano y la gestión del capital estructural; el primero a través de la mejora de los conocimientos y las capacidades de las personas; y el segundo, por medio de las condiciones adecuadas para hacer a las personas más eficientes, entre otros (Attilio, 2016; Castillo, 2011).

Son cuatro los factores productivos que los economistas han determinado para desarrollar el proceso productivo que, utilizados de manera estratégica, pueden generar el progreso económico anteriormente explicado: el primero compete al recurso humano, que debe estar bien capacitado para realizar su trabajo con excelencia. Para ello, es imperioso disminuir el analfabetismo, mejorar la salud y la disciplina, con el fin de aumentar la productividad. El segundo se refiere a los recursos naturales como la tierra cultivable, el petróleo, el gas, los minerales, los bosques y el agua, que deben ser aprovechados en el proceso productivo para buscar activamente su preservación en el tiempo. El tercero es el recurso de capital, el cual permite aumentar y diversificar las inversiones que redundan en mayores beneficios; y el cuarto es el recurso tecnológico, que tiene relación no solo con nuevos productos o procesos, sino con el mejoramiento de la competitividad a través de menos factores productivos (Attilio, 2016; Castillo, 2011).

Dichos recursos se encuentran ubicados en territorios específicos, que no solamente incluyen lo geográfico, sino lo social, lo cultural, lo político y lo económico. Dentro de cada territorio se construyen relaciones sociales y de producción, se desarrollan políticas concretas y se genera un sistema productivo local por medio de las relaciones empresariales.

Este último punto trae beneficios por las aglomeraciones y las interacciones no solo de empresas individuales, sino de las actividades económicas en general. Aquellos territorios que presentan y crean condiciones favorables para la innovación y el aprendizaje permiten potenciar los procesos de desarrollo territorial. Este debe ser dinamizado por un sistema territorial de innovación, que surja por acuerdos pactados entre actores públicos, privados, la academia y las empresas de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTEI) (Martínez Y Delgado, 2020; Pérez, 2020).

Llinás (2021) afirma que dichas aglomeraciones económicas surgen de manera espontánea en el mercado, cuando existen necesidades insatisfechas de las personas y cuando un empresario, al analizar la oportunidad, provee dicho bien o servicio demandado. Frente a este hecho, otros empresarios ven que la demanda es atractiva y se co-localizan cerca para producir el mismo bien o servicio e iniciar un proceso de competencia. Cuando existen mercados más maduros surgen arreglos institucionales con la participación de gobiernos locales, la academia, las organizaciones de Investigación y Desarrollo y las propias empresas. Esto se conoce como el modelo de la triple hélice que pueden adquirir la forma de clúster, distritos industriales, redes empresariales o ecosistemas colaborativos. En todo caso, se requiere de un esfuerzo conjunto para lograr generar estrategias que impulsen la competitividad de la aglomeración económica.

Justamente, como una estrategia para fomentar la innovación y el aprendizaje, surge la asociatividad empresarial que busca hacer un aporte competitivo para las empresas, pero no de manera individual, sino en el conjunto de redes empresariales. Particularmente quienes pueden tener mayores beneficios con estas iniciativas son las PYME, que tienen mayores retos por su pequeña capacidad productiva. Todo esto trae beneficios a las organizaciones asociadas, que se fomenta a través de alianzas público-privadas, el establecimiento de sistemas de cargos y responsabilidades y el flujo de información continua (Pérez, 2021).

La asociatividad empresarial es un acuerdo de voluntades que realizan un conjunto de empresas en un territorio, que mantienen su independencia jurídica, pero voluntariamente aúnan esfuerzos con otras empresas y organizaciones para alcanzar objetivos comunes, asociados normalmente con el incremento de la productividad y la competitividad de los agentes involucrados (Pérez, 2020). Los principales beneficios de la asociatividad están vinculados a la facilidad de las economías de escala, la reducción de costos, el aumento de las capacidades, el desarrollo de canales comerciales que pueden promover la internacionalización, el fortalecimiento de la capacidad de negociación con grupos de interés, la optimización de los recursos, potencialidades y los procesos, y el uso de servicios especializados en tecnología, compras, diseño, comercialización, financiación (Martínez y Delgado, 2020; Pérez, 2020).

Existen varias formas en que se puede desarrollar el ejercicio de asociatividad empresarial, pero en el presente trabajo se va a intentar hacer una aproximación a cuatro de ellas. Estas comprenden los distritos industriales, los clústeres, las redes empresariales y los ecosistemas colaborativos.

En primer lugar, los distritos industriales son una articulación principalmente de pequeñas y medianas empresas que se relacionan por su sector o actividad productiva. Estas manifiestan una división del trabajo entre ellas y se relacionan tanto geográficamente como culturalmente. En su formación no existe participación del Estado y se deja de lado la visión dominante que trata de explicar la realidad económica desde la visión de las grandes empresas y las ventajas de las economías de escala. Esto centra la sustentación teórica en las PYME y en las cooperativas de producción local, que conforman la mayor parte del tejido empresarial en los territorios (Alburquerque, 2018).

Según Bettiol *et. al.* (2021), los distritos industriales fueron un fenómeno económico que nacieron en Italia y España, y se convirtieron en la columna vertebral de su crecimiento y desarrollo durante los años

setenta. El economista italiano Giacomo Becattini fue uno de los primeros académicos en desarrollar investigaciones sobre este tema y abrió el camino para nuevas disciplinas como la dimensión local del desarrollo industrial y del crecimiento de las industrias. En este orden, los distritos industriales han atravesado grandes transformaciones en la actualidad que lo han llevado a perder su capacidad para generar competitividad en los mercados globales.

Respecto a los clústeres, estos son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas que están vinculadas entre sí alrededor de una actividad particular; reúnen una serie de industrias que van desde los productores, los proveedores y los comercializadores, hasta los clientes finales. Los clústeres congregan otro tipo de instituciones asociadas como entidades del gobierno, universidades, centros de investigación, instituciones financieras, entre otras. Cabe resaltar que entre dichas empresas existe competencia, pero, al mismo tiempo, cooperación para generar un conocimiento que les ayude a innovar en el proceso productivo y a aumentar su competitividad. De igual manera, las instituciones asociadas ayudan al clúster a través de capacitación, educación, información, investigación y soporte técnico (Salvador, 2019).

De acuerdo con Porter (2003), citado por Salvador (2019), los clústeres se pueden clasificar según su sector de desarrollo y su organización industrial; es decir que se desarrolla en sectores tradicionales, industriales, de alta tecnología y de servicios. En una región puede haber un clúster dominante, pero en otra pueden convivir varios. Además, existen clústeres verticales como los industriales que se caracterizan por la compraventa; y clústeres horizontales, como aquellos que comparten el mercado final, la tecnología, los trabajadores y requieren recursos naturales parecidos.

Según Belussi (2021), existen tres estadios principales en el ciclo de vida del clúster: el origen, el desarrollo y la madurez. Durante el *origen*, sus condiciones específicas no son presentadas, porque

su tejido local de instituciones, conocimientos y competencias no han sido formado. Sin embargo, el incipiente clúster ya cuenta con una especie de “sedimento” de la cultura local, conocimiento y competencias para su desarrollo. Luego, en la etapa de *desarrollo*, surge un conjunto de instituciones específicas del clúster, así como la acumulación de conocimientos y competencias dentro del tejido local. Se evidencia un aumento de los participantes entre agentes locales e instituciones, que interactúan entre sí para generar un proceso de círculo virtuoso que trae consigo progreso y diversificación del acervo de recursos y competencias locales.

Después viene la etapa de la *madurez* del clúster, en la que existe una desaceleración gradual tanto en la tasa de crecimiento como en los procesos de *spin-off* de las empresas que lo conforman. Además, algunas organizaciones se consolidan como organizaciones líderes que impulsan a las demás y que llegan a convertirse en multinacionales locales. Aquí es importante el proceso de codificación del conocimiento tácito y específico, pues produce nuevos conocimientos e innovaciones. Esto promueve que las empresas locales mantengan sus capacidades innovadoras, sin que implique transformaciones radicales o revolucionarias. También conviene mencionar que, debido a sus propuesta innovadora, nuevos agentes buscan añadirse al clúster y, en algunos casos, su aporte puede ser significativo.

La actividad del clúster tiene como objetivo la sofisticación y la diversificación de las actividades económicas que lo componen. La sofisticación, vinculada a la mejora de la productividad de las actividades económicas existente, puede darse de dos maneras, interna y externamente: la primera consiste en alcanzar la frontera eficiente de productividad, mejorar las prácticas gerenciales y desarrollar los recursos tecnológicos, logísticos o de capital humano. Así, por ejemplo, el clúster de lácteos permite la modificación genética y, de este modo, incrementar la productividad lechera de las vacas. La segunda, la sofisticación externa, permitiría mejorar la seguridad, la infraestructura, la logística o

los impuestos. Un ejemplo puede ser el desarrollado también en el clúster de lácteos, cuya una cadena de frío preserva la leche y la lleva a mercados internacionales (Llinás, 2021).

La diversificación, en cambio, está asociada con productos y/o actividades económicas que el territorio actualmente no desarrolla, pero que cuenta internacionalmente con mayores niveles de productividad. Esto significa buscar sectores fuera de las propias capacidades actuales, empezar de cero y asumir un mayor costo y riesgo. Un ejemplo de esto lo constituye el clúster aeroespacial desarrollado en la región de Tijuana, México, que es totalmente novedoso para la economía mexicana (Llinás, 2021).

En tercer lugar, las redes empresariales hacen alusión a un conjunto de empresas que participan en proyectos de cooperación conjunta, en los que existe complementariedad, especialización con base en fortalezas, información compartida para la competitividad y suma de capacidades para lograr superar obstáculos, generar efectividad colectiva y aumentar la participación en el mercado (Martínez y Delgado, 2020; Pérez, 2020).

Para la conformación de dichas redes, es necesario que las empresas desarrollen competencias asignativas y asociativas: las primeras están asociadas con la capacidad de asignar recursos y tomar decisiones que van desde la producción hasta la relación con el cliente; mientras que las segundas tienen que ver con la capacidad que tienen las empresas particulares para interactuar con las demás empresas en su organización en red. Para ello, es importante contar con un recurso humano de calidad y experiencia acumulada tanto en las organizaciones como en los territorios, ya que su marco socio-institucional, cultural, educativo e histórico es importante en cada uno de sus procesos (Albuquerque, 2018).

Felzensztein, *et. al.* (2019) afirman que, al reconocer la importancia que tiene la red de contactos informales de una red empresarial, dichas relaciones llegan, en el futuro, a consolidarse como alianzas

empresariales a través de acuerdos formales. Sin embargo, lograr conformar una red que sea sostenible en el tiempo puede ser complejo en la medida en que se involucren una mayor cantidad de socios. En dicho escenario, surgen conflictos relacionados con la cooperación y la competencia entre las empresas especialmente en niveles horizontales, que son conocidos como dilemas sociales. Por ello, es indispensable lograr consolidar relaciones de cooperación y de competencia en las relaciones comerciales entre las empresas para que estas redes sean eficaces.

En cuarto lugar, conviene mencionar los ecosistemas colaborativos, cuyo fenómeno reciente empezó a desarrollarse, principalmente, en Estados Unidos y Europa. Allí, las grandes compañías se dieron cuenta de que mantener un modelo de producción de bajo costo y máxima eficiencia de los trabajadores no era lo más beneficioso. Estas, apoyadas en nuevas tecnologías como la robótica, los softwares, la inteligencia artificial, el internet de las cosas, el *cloud computing*, la impresión 3D, entre otras, lograron consolidar fábricas inteligentes y trabajadores del conocimiento para generar una personalización de la producción y ofrecer al cliente un producto acorde a sus expectativas. Este propósito permitió mejorar su eficiencia y superar el modelo anterior (Van Agtmael y Bakker, 2016).

Para este modelo, la Investigación y Desarrollo (I+D) son fundamentales, pues estos traen grandes avances en la producción de mayores números de materiales y procesos, que benefician directamente al cliente, pues presentan al mercado productos y servicios con mejoras incrementales. Es importante resaltar que los clientes actualmente cuentan con una gran variedad de necesidades y demandas en sus productos y servicios. Al respecto, la I+D proporciona a las empresas la posibilidad de ampliar su cartera (Denoo *et al.*, 2022).

Por lo anterior, cabe suponer que en el centro del ecosistema colaborativo se encuentra la universidad o varias de ellas, asociadas desde su área de investigación. Alrededor de esta se ubican las empresas

establecidas, start up, colegios comunitarios y autoridades del gobierno local. Todos sus actores complementan sus actividades trabajando no para competir, sino para cooperar. Además que todos centran sus esfuerzos en función de uno o dos productos solamente. Por ejemplo, el ecosistema colaborativo de Hudson Tech Valley en Nueva York se especializó en semiconductores (chips y sensores), mientras que el ecosistema de Zurich, Suiza se especializó en biotecnología (Van Agtmael y Bakker, 2016).

Dentro de estos ecosistemas, conviene mencionar el rol de las instituciones políticas, cuyas normas o reglas del juego, a través del Estado, regula las instituciones económicas del país o de una región específica. Sus incentivos e impulso son determinantes para que la población opte por invertir, innovar, emprender, formarse y trabajar. Del mismo modo, sus políticas buscan generar confianza y transparencia para que las empresas puedan operar con toda tranquilidad en sus actividades económicas. Infelizmente en las economías emergentes existen vacíos institucionales que frenan el desarrollo empresarial. Dichos vacíos pueden deberse a la ausencia, debilidad, imperfección o ineficacia de políticas o normatividad estatal (Yildirim *et. al.*, 2022).

A pesar de lo anterior, existen varias dificultades que frenan los esfuerzos para consolidar un proyecto de asociatividad. Según Vargas, (2020) existen dos tipos de obstáculos en este sentido: culturales y organizativos. El primero entrelaza tres aspectos:

1. Modelos mentales: en los países latinoamericanos existen conflictos para no compartir los conocimientos con los demás, porque se considera que se fortalece a la competencia y no se percatan de que, al no hacerlo, se debilita a sí mismos. El autor compara esta forma de pensar con la que tienen los países que conforman los países asiáticos, que buscan dar de su conocimiento al otro con el fin de hacerle bien, para luego poder recibir retroalimentación de ese otro y continuar aprendiendo y creciendo de manera colaborativa.

2. La relación de confianza: Esta es imprescindible para crecer en conjunto, pero, cuando el empresario percibe de manera general a las otras empresas solamente como rivales en los mercados locales, se priva de la posibilidad de forjar alianzas con ellos para conquistar los mercados internacionales.
3. La falta de compromiso y constancia: se genera entre los miembros de la asociación y puede surgir cuando no se tienen claros los objetivos, ni se trabaja en equipo para conseguirlos.

El segundo tipo de obstáculos para consolidar un proceso asociativo se relaciona con aspectos organizativos que comprende cuatro aspectos:

1. La ausencia de resultados y logros tangibles: para conseguir frutos de la asociación se requiere atravesar por un proceso que es gradual y progresivo. En este sentido, es improbable que en sus primeras etapas se obtenga algún fruto o beneficio. Por lo anterior, los participantes de la asociación deben tomar medidas para poder gestionar su proyecto de desarrollo asociativo en el que se planifiquen resultados en el mediano y largo plazo, pero en el corto plazo puedan funcionar como una red de apoyo que sirva de base para afrontar ese primer momento.
2. La dificultad para homologar procesos entre las mismas empresas: debido a que cada empresa tiene su propio modelo de negocio, le es difícil adaptarse al de otras compañías. Caso contrario sería, por ejemplo, si las empresas que producen un bien con características similares pueden unir esfuerzos en una alianza estratégica para convertirse en socios comerciales en los mercados internacionales, aunque sigan siendo competidores rivales en el mercado local.
3. La definición de estructuras de organización, de administración y de operación: se

refiere a la complejidad que tienen las empresas para compartir sus dinámicas internas y poder funcionar relacionándose con las dinámicas de otras empresas. Ejemplo de esto sería la gestión del organigrama empresarial en función del trabajo asociativo.

4. La ausencia de apoyo de todos los miembros: este hecho debilita y afecta negativamente los resultados del ejercicio asociativo.

De acuerdo con lo anterior, es evidente que las formas de asociatividad empresarial son relevantes en la medida que los territorios cuentan con una variedad de elementos, recursos y características particulares con cualidades potenciales para el desarrollo que deben ser gestionados y aprovechados. Cada uno de los elementos que se encuentran en los territorios no está aislado el uno del otro, sino que están interconectados en forma de red dentro del entorno territorial. Asimismo, cada recurso se produce en función del proceso de desarrollo y justamente son sus interacciones las que determinan la objetividad de dicho proceso. Cabe resaltar que muchas de las relaciones se generan de forma arbitraria, por lo que se hace imprescindible que los actores locales se hagan conscientes de esto y puedan participar activamente en cualquiera de las formas de asociatividad antes mencionada. En este sentido se empezaría a desarrollar un proceso de desarrollo local (Martínez y Delgado, 2020).

Como es evidente, el conocimiento juega un papel preponderante en cualquiera de las manifestaciones asociativas que ocurre en los territorios. De hecho, este es el elemento inmaterial que trae mayores rendimientos en cuanto a la producción de bienes o a la provisión de servicios. Al final, esto redundaría en la generación de beneficios económicos futuros para las organizaciones o individuos que lo controlan. Este no es el caso de los factores clásicos de producción, (tierra, trabajo y capital) los cuales vienen perdiendo su importancia relativa al presentar rendimientos decrecientes en la economía (Haskel y Westlake, 2017).

El conocimiento como representación de activos intangibles juega un rol fundamental en la economía moderna. Algunos intangibles que al interior de las empresas cobran real importancia corresponden a las bases de datos, los softwares, las marcas, las patentes, la investigación de mercados, la formación del capital humano, la Investigación & Desarrollo (I+D), entre otros. Sin embargo, afuera de la empresa también existen intangibles que tienen una relevancia no menor, como las externalidades locales, el marco legal e institucional, el sistema educativo, la protección de los derechos de propiedad, el capital social, la confianza inversionista, entre otros (Haskel y Westlake, 2017).

Otra fuente de conocimiento concierne a herencia cultural que han recibido los actores locales y que ha llegado hasta ellos a través de la experiencia, el aprendizaje y la interpretación de la realidad construida por sus generaciones. Dicha herencia se conforma por una serie de signos y significados que le

dan sentido a la forma de entender el mundo, así como también a la forma de comunicarse y de relacionarse entre los mismos individuos, familias y todos los miembros del grupo. Tal simbolismo muchas veces solo funciona en la lógica interna dentro de una sociedad, pero no aplica para todos los grupos. Por esto, es importante referirse a los acuerdos que la misma cultura local ha adoptado y que tienen sentido para su comunidad (González, 2008).

Conforme a lo anterior, la asociatividad empresarial es relevante en tanto se convierte en una estrategia para la competitividad. Esta promueve un incremento en la capacidad innovativa, alcanza diferentes tipos de competencias, se especializa en las fortalezas, y encuentra apoyo mediante el trabajo en red y el aprendizaje colaborativo. Todo lo anterior gracias a la interacción que las empresas desarrollen entre ellas y con el entorno. Esto supera la actividad empresarial que es individualista y se centra solamente en la competición (Albuquerque, 2018).

Conclusión

De manera generalizada es posible afirmar que el mundo se encuentra en un periodo conocido como globalización. En este, las empresas se enfrentan a nuevos retos que las lleva a buscar estrategias para lograr competir y sostenerse en el mercado. Principalmente, las PYME se enfrentan a mayores retos en este tiempo y, paradójicamente, conforman el mayor número de empresas en las economías. Indiferentemente del tamaño de la empresa, todas ellas tienen como único elemento invariable el cambio. Por esto, tener una estrategia para enfrentar el futuro se hace necesario. En este documento se plantea a la asociatividad empresarial como una solución a las problemáticas antes mencionadas.

Las aglomeraciones empresariales son un fenómeno que han existido desde el mismo surgimiento de los mercados, en las que las actividades comerciales del mismo sector tienden a co-localizarse

cerca de otras con el fin de obtener múltiples beneficios. Las relaciones e interacciones que surgen de este fenómeno son muy beneficiosas para los agentes que la conforman, por lo que gestionar de una manera más consiente este tipo de articulación en red tendrá un mayor impacto en la medida que se aprovechen las fortalezas y las capacidades de cada empresa. Esto debe propender no solo hacia el servicio individual, sino en beneficio de una red en general. Es un trabajo cooperativo que vincula empresas del mismo sector (o incluso diferentes sectores) y que lleva el análisis desde un nivel micro hacia un nivel regional.

Justamente ese entramado de relaciones e interacciones entre individuos y empresas tiene lugar en un territorio particular, donde empieza a jugar un rol importante, pues deja de ser concebido solo desde lo físico o lo geográfico. Ahora se entiende

como un espacio en donde tienen lugar las relaciones sociales, las cuales son dinámicas y cambiantes a lo largo del tiempo; esto, en parte, se debe a la toma de decisiones y acciones ejecutadas por los diferentes actores territoriales. También sus recursos económicos, humanos, institucionales, culturales e intangibles empiezan a ser considerados como importantes, puesto que estos ofrecen oportunidades que generan ventajas competitivas. En este sentido el territorio puede ser entendido como un circuito que promueve la cultura, la innovación, la calidad, el emprendimiento y principalmente el conocimiento como factores fundamentales para impulsar la competitividad.

De esta forma, el conocimiento es el activo intangible más importante que surge de las interacciones entre los actores en los territorios. Este no puede seguir siendo ignorado o aprovechado solamente de manera indirecta. Su involucramiento en los asuntos internos y externos de las empresas es vital para lograr generar productividad y eficiencia, pues ya ha superado los factores de producción clásicos.

Gestionar el conocimiento adentro de las empresas tiene que ver con desarrollar el capital humano, organizacional, tecnológico y relacional, lo que se

conoce como extensionismo tecnológico; mientras que gestionar el conocimiento afuera de la empresa, en relación con otros actores públicos o privados que conforman el mismo territorio, tiene que ver con el consenso para tomar decisiones que beneficien la productividad regional que va desde la reestructuración del marco legal e institucional hasta el replanteamiento del sistema educativo, la protección de los derechos de propiedad y el libre mercado, entre otras externalidades locales.

Para lograr lo anterior, se describieron cuatro formas de asociatividad empresarial: los distritos industriales, los clústeres, las redes empresariales y los ecosistemas colaborativos. Sin embargo, independiente del modelo de asociatividad empresarial que se quiera desarrollar, es imprescindible que las empresas consideren esta opción como una estrategia de trabajo colaborativo con otras empresas, incluyendo aquellas que han considerado su competencia por mucho tiempo. Ya no es viable concebirse como una entidad independiente y asilada de otros actores locales, que está concentrada solamente en competir, sino que se precisa trabajar colaborativamente, para que traiga grandes beneficios y se alcance la meta de incrementar la competitividad empresarial.

Referencias

- Albuquerque, F. (2018). *Conceptos básicos de economía*. Madrid: Orkestra-Instituto Vasco de Competitividad Fundación Deusto.
- Attilio, F. (2016). Capitalismo. Crisis, cambios y evolución en el siglo XXI. [Documento en línea]. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/323738703_Capitalismo_Crisis_cambios_y_evolucion_en_el_siglo_XXI_ESCUELA_JAVERIANA_DE_GOBIERNO_Y_ETICA_PUBLICA_VICERRECTORIA_DE_EXTENSION_Y_RELACIONES_INTERINSTITUCIONALES_PONTIFICIA_UNIVERSIDAD_JAVERIANA_2
- Belussi, F. (2021). New perspectives on the evolution of clusters. *Dislocation: Awkward Spatial Transitions, February*, 96–114. Recuperado de <https://doi.org/10.4324/9781003133551-7>
- Bettiol, M., Capestro, M., De Marchi, V., Di Maria, E., y Sedita, S. R. (2021). Industrial districts and the fourth industrial revolution. *Competitiveness Review*, 31(1), 12–26. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/CR-12-2019-0155>
- Cárdenas Gómez, G. E., y Michel Nava, R. M. (2018). Descripción de las teorías del desarrollo económico y desigualdad. *Revista Tiempo Económico*, 13 (40), 53–64.
- Castillo Martín, P. (2011). Política Económica: Crecimiento Económico, Desarrollo Económico, Desarrollo Sostenible. *Revista internacional del mundo económico y del derecho*, 3, 1–12.
- Denoo, L., Yli-Renko, H., y Clarysse, B. (2022). The impact of customer ties and industry segment maturity on business model adaptation in an emerging industry. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 16(3), 602–632.
- Felzensztein, C., Deans, K. R., & Dana, L. P. (2019). Small Firms in Regional Clusters: Local Networks and Internationalization in the Southern Hemisphere. *Journal of Small Business Management*, 57(2), 496–516. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/jsbm.12388>
- González, J. L. (2008). *Culto, cultura y cultivo: apuntes teológicos en torno a las culturas*. Eds. Puma del Centro de Investigaciones y Publicaciones.
- Haskel, J., & Westlake, S. (2017). *Capitalism without capital*. In *Capitalism without Capital*. Princeton University Press.
- Llinás, M. (2021). *Iniciativas cluster*. Puntoaparte
- Martínez, B., & Delgado, L. (2020). La Asociatividad Empresarial : una estrategia de desarrollo para las microempresas. *Esumer*, 9(14), 47–62. Recuperado de <http://esumer.edu.co/revistas/index.php/escenarios/article/view/199/174>
- Pérez Sisa, F. G. (2020). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad de las PYMES en el Ecuador. *Revista Eruditus* 1(2), 39-52. Recuperado de <https://doi.org/10.35290/re.v1n2.2020.308>

- Pérez Sisa, F. G. (2021). Influencia del gobierno corporativo en las empresas del Ecuador, y su aporte a la competitividad internacional. *Revista Eruditus*, 2(1), 25-43. Recuperado de <https://doi.org/10.35290/re.v2n1.2021.384>
- Resico, M. (2019). *Introducción a la Economía Social de Mercado*. Edición Latinoamericana.
- Salvador, C. E. (2019). Clúster: Potenciador Del Desarrollo Local. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 6, 1-22. Recuperado de <https://doi.org/10.21855/ecociencia.60.272>
- Van Agtmael, A., & Bakker, F. (2016). *The smartest places on earth: Why rustbelts are the emerging hotspots of global innovation*. New York: Publicaffairs.
- Vargas, J. (2020). *Asociatividad para el desarrollo empresarial*.
- Yildirim, A., Clarysse, B., & Wright, M. (2022). The impact of institutional voids and ecosystem logics in the spread of ecosystems in emerging economies. *Industry and Innovation*, 29(5), 649-671.