



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO

FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

TITULO

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA
INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS
PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

TRABAJO DE TITULACION QUE SE PRESENTA COMO
REQUISITO PREVIO A OPTAR EL GRADO DE ING. CIENCIAS
EMPRESARIALES

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

CINDY LESLIE BUSTAMANTE PAREDES

NOMBRE DEL TUTOR

SEBASTIAN CARDENAS

SAMBORONDON, ABRIL 2017

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

Cindy L Bustamante Paredes

Universidad Espíritu Santo – Ecuador, cbustamante@uees.edu.ec, Facultad de
Economía y Ciencias Empresariales edificio F, Universidad Espíritu
Santo, Km. 2.5 Vía Puntilla Samborondón.

Resumen

A consecuencia de la globalización las empresas en la actualidad están llamadas a enfrentar nuevos entornos que les permitan mantenerse en el tiempo, incrementar sus ingresos y sobretodo desarrollar una ventaja competitiva frente a sus rivales. En Ecuador, los pequeños productores de banano con el fin de vender sus productos, han tenido que sujetarse a la fijación de precios de las grandes empresas ya que son estas las que cuentan con las capacidades suficiente para exportar dicho producto que es fuertemente demandado en el mercado exterior. Por esta razón esta investigación propone una alternativa de asociatividad empresarial orientada al sector bananero para la internacionalización. Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo a través del desarrollo de la técnica estadística de prueba t de comparación de medias. Como principal resultado se obtuvo que de tres tipos de asociatividad evaluados, red empresarial constituye el modelo que se ajusta al mercado bananero en Ecuador. Por consiguiente red empresarial puede representar un modelo que aborda y redefine el apoyo colectivo y eficiente para el sector a diferencia de otros modelos de asociatividad.

Palabras clave: internacionalización, asociatividad, red empresarial, pequeños productores, banano

Abstract

As a result of the globalization of companies today it is called a new contact environments that allow the maintenance over time, increasing their income and developing a competitive advantage over their rivals. In Ecuador, small banana producers in order to sell their products have had to subject themselves to the pricing of large companies, and these are the ones that have sufficient capacities to export the product that is heavily demanded abroad from the market. For this reason, this research proposes an alternative of business association oriented to the banana sector for internationalization. This research had a quantitative approach through the development of statistical technique test in the comparison of means. As a main result it was obtained that of the three types of associative evaluations, the model red business model that fits the banana market in Ecuador. Business network pority can represent a model that addresses and redefines collective and efficient support for the sector a difference of other models of associativity.

Key words: internationalization of firms, determinants, SMEs, competitiveness

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

INTRODUCCIÓN

El auge de la globalización de las empresas alrededor del mundo, motiva a los empresarios de los países a buscar herramientas eficaces que les permitan enfrentar unos de los mayores retos empresariales como lo es la internacionalización (Mejia, 2011). Cuando se habla de internacionalización no nos referimos únicamente a la comercialización de bienes y servicios en el mercado externo. Por el contrario, es una opción estratégica que se realiza a través de un proceso sistematizado que analiza diversas variables que le permitirán perdurar en el tiempo (Flores, 2009).

Se podría considerar que las grandes empresas son las únicas que pueden competir y perdurar en el ámbito internacional ya que son estas las que cuentan con las herramientas necesarias para hacer frente a las dificultades internacionales (Lozano Monroy, 2010). En contraste, para las pequeñas y medianas empresas no es suficiente contar con un espíritu visionario de exportación, ya que el reto de la internacionalización demanda compromiso en el mercado externo (Arnoldo, 2009). A nivel mundial las medianas y pequeñas empresas representan una significativa parte de la columna vertebral de la economía de los países.

El cambio continuo del mundo actual, en el que las empresas buscan diversas alternativas de crecimiento, se enfocan en diferentes mercados, compiten en precios y establecen innovadoras estrategias que generan ventaja competitiva, es indispensable estar a la par o por encima de los competidores (Marsal, 2015). Como resultado durante las últimas décadas se han desarrollado diversos modelos asociativos que les permiten a las pymes incorporarse en la actividad empresarial

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

internacional. De tal modo compiten de forma unificada y aumenta su capacidad de respuesta (Narváez, Fernández, & Senior, 2008). En el contexto internacional las empresas deben desarrollar una producción a gran escala por ellos las pymes dentro de sus estrategias empresariales están llamadas a buscar las alternativas adecuadas para abastecer las exigencias del mercado extranjero (CEPAL, 2005).

En marco general, existen limitantes puntuales que les impiden a las pymes ejercer a nivel internacional estas pueden ser: capacidad de producción, exigencias aduaneras, la falta de capacidad de procesos, déficits en la cadena de valor, falta de coherencia en la administración de los procedimientos arancelarios, entre otros (Lozano, 2010). Las aduanas cumplen un función importante dentro de la cadena de suministros de las empresas, por lo que, estas deberían facilitar la información correspondiente a las leyes y obligaciones relevante de manera directa a las empresas (Bedregal, 2014). Por otro lado también se deberían establecer los compromisos específicos para agilizar el despacho de mercancías, procedimientos especiales, para la liberación de envíos de entrega urgente, y la capacidad de los exportadores para obtener resoluciones anticipadas. Tales disposiciones pueden facilitar exportaciones de las pymes, reduciendo al mínimo los costosos retrasos en la frontera y reducir el tiempo para la entrega de productos (Renart, 2002).

Por consiguiente las pequeñas empresas que venden bienes y servicios en el exterior son más propensas a ser agobiados por la escasa protección de la propiedad intelectual en los mercados extranjeros (Estrada, 2010). La falta de información sobre las leyes y regulaciones externas es citada frecuentemente por

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

pequeñas empresas como una barrera significativa para la exportación (Cogollo & Arrieta, 2014). Un entorno regulador más transparente puede aumentar la previsibilidad y bajar los costos de hacer negocios para las pequeñas empresas (Del Pozo, 2004).

Ecuador un país que se destaca por la fertilidad de sus suelos, para el cultivo de diversos productos, a esto se suma las condiciones estables del clima que le permiten promover la agricultura como pilar dentro de su economía (PRO ECUADOR, 2013). Debido a sus excelentes propiedades nutritivas el banano ecuatoriano predomina en el mercado tanto interno como externo (Baquero, Fernandez, & Garzon, 2004). Este sector tiene una estructura productiva basada en el área de sus cultivos, por lo que se considera como pequeño productor a las pymes que cuentan con menos de 30 hectáreas. Medianos productores son aquellos que poseen de 31 a 100 hectáreas y grandes productores a quienes cuentan con más de 100 hectáreas. Las principales de provincias de cultivo son Guayas, El Oro y Los Ríos (CEPAL, 2005).

Según lo menciona (Sanchez, 2007) los pequeños productores de banano a través de los años han tenido que someterse al pago fijo por caja que reciben de las grandes empresas exportadoras, inclusive en temporadas altas de demanda en donde el precio de la fruta alcanza niveles elevados. Actualmente la entidad que determina el precio de sustentación del banano es el Ministerio de Agricultura y Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), en el presente año el precio fijado por caja de banano es de \$6,26 el cual representa un incremento de precio al año anterior de \$6,16 (MAGAP, 2017). Su falta de capacidad productiva, además de

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

no contar con el suficiente capital de financiamiento hace que los pequeños productores no puedan comercializar sus productos de manera directa en mercados externos. Como resultado, el poder de negociación con las grandes exportadoras se ve limitado a la aceptación de los términos que estas consideren debido.

Y es así como el sector bananero se mantiene como uno de los más vulnerables, que a pesar de la solidez de su actividad no puede trabajar al máximo sus recursos ni generar un valor agregado con sus productos (Arteaga, 2013). La mayoría de los pequeños productores recurren al comercio interno, menores precios y márgenes de utilidad reducidos. Por consiguiente, la limitaciones de pequeños productores impide la internacionalización de sus productos, estos se ven obligados a asumir pérdidas mientras puedan mantenerse en el mercado y otros simplemente desaparecen.

La implementación de sistemas asociativos entre empresas de sectores iguales o complementarios puede construir una valiosa herramienta de gestión hacia los mercados internacionales (Castro, 2007). Los pequeños productores deberían abrirse campo a otras alternativas que les permitan para analizar la posibilidad de generar mayores ingresos, incrementar su producción, adquirir conocimiento y fomentar una cultura visionara a la exportación. La implementación de sistemas asociativos entre empresas de sectores iguales o complementarios puede construir una valiosa herramienta de gestión hacia los mercados internacionales.

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

Con lo anteriormente expuesto esta investigación tiene como propósito ofrecer una alternativa para los pequeños productores de banano que buscan abrirse a mercados externos. Esta alternativa propone un modelo de asociatividad empresarial para el desarrollo del sector bananero, en el cual los productores que lo conforman, trabajen conjuntamente por la reducción de costos, el intercambio de conocimiento tanto en el área administrativa como productiva y otros beneficios que brinda la asociatividad empresarial. Con lo que se busca responder la siguiente interrogante: ¿Cuál es el tipo de asociatividad que se ajusta para el sector bananero en el Ecuador? Esta investigación es importante porque permite conocer los diferentes tipos de asociatividad y cuál de ellos representa una alternativa al crecimiento del sector bananero del Ecuador. Con esta información se pueden sugerir diversas opciones para la internacionalización de los pequeños productores de banano. Con la visión de que el mercado bananero en el corto plazo sea más competitivo.

La presente investigación tiene como objetivo principal identificar los tipos de asociatividad que se ajustan al sector bananero en el Ecuador en su intención por internacionalizarse. Finalmente, como objetivo específico se encuentran: (1) Analizar los diferentes tipos de asociatividad que existen para las PYMES, (2) Relacionar los diferentes tipos de asociatividad con el sector bananero en el Ecuador, (3) Proponer una alternativa de internacionalización para los pequeños productores de banano en el Ecuador

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

MARCO TEÓRICO

El banano en el Ecuador

El banano es una fruta de clima tropical que crece durante todo el año en un rango de temperaturas de 18.5°C y 35.5°C. En el Ecuador se ofertan el Cavendish, banano rojo, y orito o baby banana. El banano ecuatoriano posee diversos componentes nutritivos como carbohidratos y fibras, lo que hace posible su gran acogida en los mercados extranjeros tales como: América del Norte, Europa y Asia (PRO ECUADOR, 2013).

Desde la década de los cincuenta el banano ha sido parte fundamental de las exportaciones del Ecuador. Las cifras de exportaciones que genera la actividad bananera oscilan entre 2.808.119 miles de dólares FOB, según reporte del Banco Central del Ecuador (2016). No obstante este sector no es del todo dinámico, ya que la carencia de instrumentos económicos, capacidades insuficientes de producción no permite a los pequeños productores explotar al máximo sus actividades y se encuentran limitados a la producción local y restringida al mercado internacional (Baquero, Fernandez, & Garzon, 2004).

De acuerdo a lo que publica anualmente la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (A.E.B.E) se exportó en total 259.338.649 cajas de banano, de los cuales el 25,61% corresponden a Mar del Norte/Báltico y seguido de Rusia con 21,46%. Entre los destinos significativos de exportaciones en el 2015 se encuentra Estados Unidos, Medio Oriente, Cono Sur, Oriente, Europa del este, Mediterráneo, África y Oceanía (AEBE, 2015)

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

La internacionalización de las empresas

La internacionalización hace referencia a un proceso mediante el cual una organización incorpora determinadas operaciones estratégicas que le permiten crear estrechas conexiones con el mercado extranjero, fortaleciendo así lazos empresariales que dependiendo de la organización pueden ser de largo o corto plazo (Mejía, 2011). De acuerdo a (Arnoldo, 2009, pág. 20) “la internacionalización empresarial busca que la empresa defina sus actividades total o parcialmente y que genere flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) entre distintos países”.

Este proceso de planificación e implementación de estrategias está sujeta a cambios a nivel de producción, conocimiento, estabilidad, entre otros aspectos (Lozano, 2010). No obstante, el desafío de internacionalización va más allá de una decisión de expandirse en el exterior sino más bien se enfoca en el compromiso de la organización en constituir bases operativas eficientes que perduren en el largo plazo (CEPAL, 2005). Las empresas que buscan internacionalizarse deben considerar que el acceso a los mercados exteriores podría traer consigo el fortalecimiento económico y el desarrollo empresarial.

Una empresa puede iniciar exportaciones sobre una base experimental y si los resultados son satisfactorios lo ideal sería ampliar la base internacional (Gutiérrez, Narváez, Revilla, Fernández, & Pérez, 2009). El proceso de expansión también puede caracterizarse por el aumento de la gama de productos y el número

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

de segmentos de mercado y países de operación. En el proceso se podría esperar que la compañía expanda sus puertas en el mercado global (Renart, 2002).

El proceso de internacionalización empresarial se encuentra sustentado en varias teorías que se establecen de acuerdo al modelo de negocio con el cual se pretende operar en el extranjero. Todas se asemejan a que la internacionalización nace de una necesidad de búsqueda de nuevos mercados. Del mismo modo, este proceso se maneja bajo una serie de etapas que la empresa cristaliza para alcanzar sus objetivos (CEPAL, 2005). Para esta investigación la teoría que más se ajusta al modelo de internacionalización es la propuesta por la Escuela de Uppsala que indica, que el modelo de internacionalización:

Depende de la acumulación creciente de conocimientos sobre los mercados internacionales y un compromiso progresivo de recursos hacia esos mercados, donde la empresa comienza a exportar a países vecinos o aquellos que están relativamente bien estudiados y que sean similares con respecto a las prácticas comerciales del lugar de origen, dada la falta de información sobre los países extranjeros y la propensión natural de las empresas a reducir la incertidumbre en los mercados (Sigala & Mirabal, 2011, pág. 64)

Este modelo de internacionalización relacionado con la innovación se ha desarrollado sobre la base de la Escuela Uppsala (Narváez, Fernández, & Senior, 2008). El modelo se centra en un proceso secuencial de aprendizaje en relación con la adopción de innovación y la decisión de internacionalización (Del Pozo,

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

2004). En contexto general este modelo afirma que la internacionalización es un proceso lento y gradual, ya que por la falta de conocimiento del mercado exterior y la incertidumbre se reduce en un proceso de aprendizaje experimental (Poblete, 2013).

El proceso se define como secuencial porque a medida que la empresa incursiona en el extranjero aumenta el compromiso con las estrategias y los recursos requeridos (Santos, 2015). Para explicar ampliamente el enfoque del modelo Uppsala de Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) y Johanson y Valhne (1977) es importante identificar el estado actual de la organización. De esta forma es posible hacer frente a los cambios futuros en cada una de las etapas del modelo (Espinosa, 2009). Por lo general las organizaciones que aplican este modelo, aun se constituyen dentro del grupo de pequeñas y medianas empresas. Y debido a su reducido tamaño siguen un lineamiento de estrategia de crecimiento hacia mercados similares (Flores, 2009).

El mecanismo de la internacionalización contiene algunos aspectos estáticos, que están representados por el compromiso de mercado de la empresa (recursos comprometidos en los mercados foráneos) y el conocimiento de mercados internacionales y las operaciones, poseídos por la empresa en un momento dado (Del Pozo, 2004). Por otro lado, existen unos aspectos dinámicos vinculados con las decisiones de compromiso (decisiones que comprometen recursos hacia las operaciones internacionales) y las actividades actuales de negocios (Puyana, 2005)

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

La teoría internacional de emprendimiento explica la expansión internacional de las PYME nuevas que necesitan ampliar sus actividades a otros mercados. (García, 2004) afirma que el proceso de la internacionalización no es una actividad que puede ser separado de los otros; es más bien una consecuencia de la estrategia de la compañía. Eso sería caracterizar la estrategia como una acción empresarial.

El proceso de internacionalización de una empresa puede ser activo o pasivo. (Puyana, 2005) Define a la internacionalización activa como la capacidad de las empresas a ser capaz de vender de forma proactiva y seguir siendo la venta de sus productos en los mercados extranjeros. La investigación adicional sobre la internacionalización de las PYME activa ofreciendo productos del sector bananero es todavía débil. La innovación también debe ser una guía para la internacionalización.

Asociatividad Empresarial

Se entiende como asociatividad empresarial al “mecanismo mediante el cual las organizaciones unen voluntades, iniciativas y recursos, alrededor de objetivos comunes, con el propósito de ser más competitivos en el mercado global” (Gruezo, Hernán, & Garay, 2009, pág. 5). Cada una de las organizaciones participante mantienen su independencia jurídica, aportan con su conocimiento y experiencia para alcanzar determinados objetivos empresariales unificados (Narváez, Fernández, & Senior, 2008).

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

Este nuevo modelo productivo se basa en la cooperación grupal de los cuales se esperan beneficios económicos procedentes del acuerdo de las empresas participes de la asociación. En su mayoría la conforman las pequeñas y medianas empresas que buscan incrementar sus economías de escalas y penetrar nuevos mercados (Lozano, 2010). Este proceso de integración empresarial busca establecer ventajas competitivas frente a sus competidores. Para el caso de los pequeños productores de banano la estrategia de asociatividad tiene un enfoque al liderazgo de costos ya que al unificar sus empresas, se pretende que los costos en los que se incurren para la exportación son compartidos (Cogollo & Arrieta, 2014)

El proceso de internacionalización a través de la impulsa a la reestructuración interna de las compañías que buscan generar entornos competitivos. A medida que la asociación crece se adoptan nuevas características globales que le permiten estar a la par a las necesidades de los clientes (Arnoldo, 2009). Bajo el esquema de asociatividad existen tres tipos de modelos que ayudan a las organizaciones a solventar ineficiencia de procesos, limitado poder de negociación con proveedores, bajo rendimiento de producción entre otros (Del Pozo, 2004). Existen tres estructuras de asociatividad que permiten a las empresas agruparse de acuerdo a su orientación, estos pueden ser distrito industrial, clúster y redes empresariales.

Distrito Industrial

Los distritos industriales son un tipo de asociatividad que se basan en la agrupación de empresas geográficamente definidas (Tato, 2002). Este modelo de

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

asociatividad va más allá de la especialización y división del trabajo ya que busca desarrollar la economía de una sociedad, potenciándola a través de la innovación fomentando la consolidación de las empresas mediante el trabajo conjunto de sus participantes. Por otro lado (Zulima, 2002) considera que un distrito industrial promueve la eficiencia colectiva puesto que en ella se realiza el intercambio de conocimiento, experiencia, procesos entre otros. Los distritos industriales los conforman cientos de pequeñas y medianas empresas que se integran para generar economías de escalas y contribuyen con el desarrollo entre sí.

Una industria localizada es una industria concentrada en ciertas localidades. Las razones para una concentración geográfica de las empresas pueden ser diversas: en primer lugar, las necesidades de los fabricantes para estar cerca de los recursos de los que dependen (Altimir, 1998). La localización está particularmente relacionada con las condiciones físicas como el clima, el suelo, el acceso a la tierra o el agua. Estas características son la nota clave de los distritos industriales que pueden considerarse en esta primera aproximación como el resultado de una localización duradera. A través del paso del tiempo y el desarrollo de los aspectos enumerados anteriormente, el distrito adquiere lo que Marshall llama a una atmósfera especial (Olave, 2005).

Los distritos industriales se caracterizan por una combinación peculiar de competencia y cooperación (VALDALISO, 2010). En los distritos, las empresas se especializan en fases particulares del proceso productivo: cada fase no está aislada de, sino más bien funcional, de las otras. El distrito llega a ser no sólo competitivo debido a la presencia de muchas empresas sino también, y además,

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

cooperativo donde las partes interactúan en un proceso de intercambio (Puyana, 2005).

Clúster

Otro tipo de asociatividad es el clúster, este modelo integra empresas de un mismo sector que producen o comercializan productos similares o complementarios de esta forma enfrentan situaciones semejantes y comparten procesos y técnicas. El clúster se diferencia de los distritos industriales trabaja con un grupo reducido de empresas ubicadas de forma estratégica (INADEM, 2015). Las empresas que se asocian bajo el modelo clúster busca generar economías de escalas y conocimiento especializado. Por otro lado los distritos industriales se enfocan crear valor dentro de los entornos sociales y culturales (Martinez, 2007).

Red Empresarial

Por otro lado está la red empresarial, uno de los modelos más aplicados en Latinoamérica en las últimas décadas. La red empresarial maneja un enfoque de cooperación, productividad y control de recursos. Este modelo de asociatividad fomenta el trabajo en equipo sin perder su independencia y autonomía (Martinez, 2007). Las redes empresariales a través de su formación permiten alcanzar los objetivos comunes, acceder a beneficios, reducir costos y sobretodo genera un mayor poder de negociación en el mercado externo. Cada uno de los miembros realiza actividades específicas, comparten riesgos, así mismo pueden beneficiarse en la compra de alguna maquinaria o acceder a un crédito lo que no pudieran obtener se trabajaran de forma individual (Castro, 2007).

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

Una red empresarial se constituye por pymes que producen o comercializan un mismo bien o servicio puesto que sus procesos dentro de la cadena de valor son relativamente iguales. De este modo las empresas de acuerdo a su estructura pueden conformar redes empresariales horizontales o redes empresariales verticales (Correa, Duran, & Segura, 2010). En las redes horizontales las empresas ofrecen productos similares y estos se ubican en el mismo punto de la cadena de valor. A través de estas redes las empresas desarrollan economías de escala. Estas empresas se complementan pero no compiten entre sí.

Para el caso de las redes verticales, las empresas se conforman con un grupo significativo de empresas con las que establecen relaciones de largo plazo. Estas empresas se localizan en diferentes puntos de la cadena de valor por lo producen o comercializan bienes complementarios que compiten entre sí (Olave, 2005).

METODOLOGÍA

La investigación se llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo. La investigación es de carácter transversal, puesto que se recolecto los datos en el presente año y una sola vez. La muestra corresponde a los pequeños productores de banano ubicados en la provincia del El Oro-Ecuador en los cantones El Guabo, Barbones y Machala. De acuerdo a lo que indica el informe del Análisis Sectorial de Banano 2016 de PRO ECUADOR (2016) en la provincia del El Oro actualmente existen 2.002 pequeños productores de banano. Por consiguiente el

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

cálculo del tamaño de la muestra se determinó a un margen de error del $\pm 10\%$, nivel de confianza de 95% en el que se obtuvo como resultado un tamaño muestral de 92. Por tanto fueron entrevistados 92 pequeños productores de banano. Las encuestas se realizaron con el fin de responder a la pregunta ¿Cuál es el modelo de asociatividad que se ajusta para el mercado bananero en el Ecuador? La encuesta estaba estructurada en tres partes. En las cuales se evaluó cada uno de los modelos propuestos. Las preguntas se realizaron en base a las características de cada modelo. Se estableció que en una escala de likert del 1 al 5 los encuestados debían indicar a partir de las características mencionadas, que tan de acuerdo estaba con un modelo de asociatividad específico ya sea red empresarial, distrito industrial o clúster. Para determinar las características de cada modelo se presenta el siguiente cuadro:

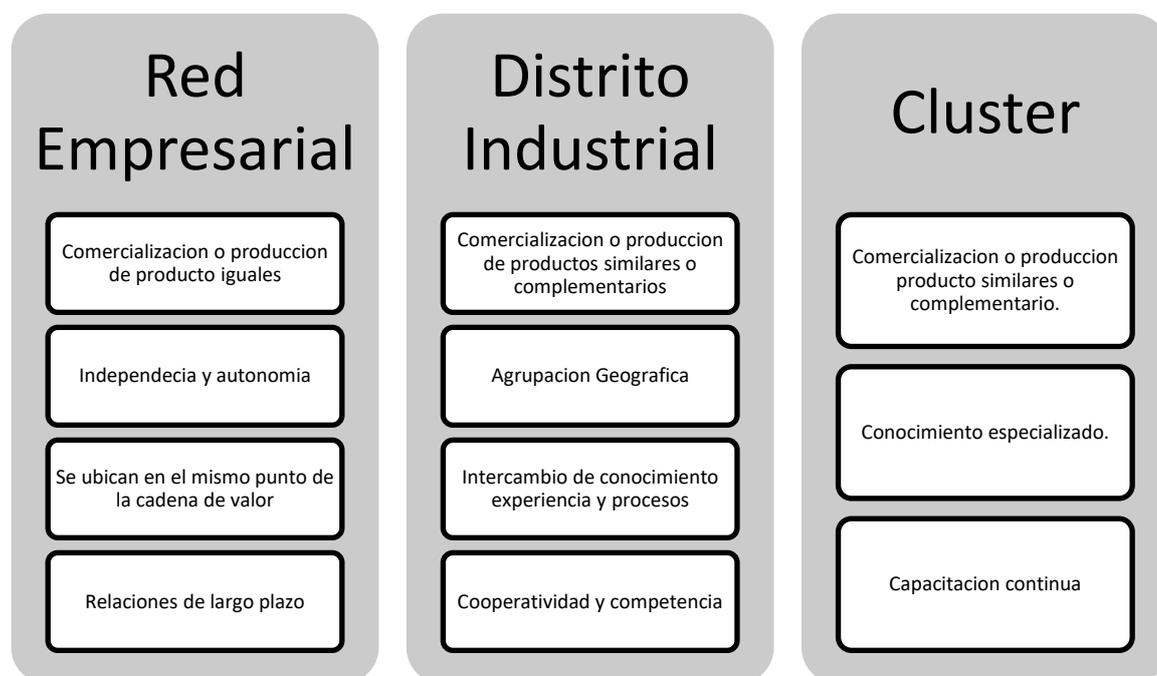


Figura 1. Tipos de asociatividad y sus características principales. (Gómez, 2011)

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

Se adicionaron preguntas de información general que permitió conocer la realidad de cada pequeño productor que cultiva y comercializa banano en la provincia de El Oro. La pregunta 1.- ¿Cuántas hectáreas posee? Con opción a cuatro respuestas 1) 1- 10 hectáreas 2) 10-20 hectáreas 3) 20-30 hectáreas 4) 30 o más. Permite determinar el tamaño de productor de banano del entrevistado. La pregunta 2.- ¿Cultiva solo banano? Con opción a dos respuestas 1) Si 2) No. Permite establecer qué tipo de producto ofrece, si es un bien similar o un bien complementario o sustituto. La pregunta 3.- ¿A quien vende su producto? Con opción a cuatro respuestas 1) Grandes exportadoras 2) Empresas Comerciales Nacionales 3) Al por menor determina el destino final de la producción de banano. La pregunta 4.- ¿Recibe algún tipo de capacitación para realizar procesos de cultivos u otros? Con opción a dos respuestas 1) Si 2) No permite conocer sobre la especialización de los productores.

La tabulación de los datos se realizó a través del programa de SPSS Statistics. Para determinar si los datos seguían una distribución normal se aplicó una prueba de normalidad. Como los datos eran superiores a 50 se utilizó la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov en el cual se obtuvo como resultado un valor P de 0,000 a un nivel de significancia de 0,05. Por consiguiente los datos no siguen una distribución normal por lo tanto se descarta la prueba de comparación de medias Anova y se optó por elaborar la prueba de comparación de medias para muestras independientes.

Las hipótesis que se plantearon para esta prueba son:

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

$$H_0: \mu_{Red\ empresarial} = \mu_{Distrito\ industrial} = \mu_{Clúster}$$

$$H_1: \mu_{Red\ empresarial} \neq \mu_{Distrito\ industrial} \neq \mu_{Clúster}$$

Análisis de resultados

A través de los resultados de la estadística de calificación de tipos de asociatividad, red empresarial representa la mayor media con 3,23 lo que indica que este modelo de asociatividad obtuvo mejor calificación entre los tipos evaluados. En contraste clúster recibió la menor calificación con una media de 2,33 de una escala del 1-5. Donde 1 representa totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo

Tipo de Asociatividad	N	Media
Red Empresarial	92	3,23
Distrito Industrial	92	2,51
Clúster	92	2,33

Tabla #1: Estadística de calificaciones de tipos de asociatividad

La prueba de Levene de igualdad de varianzas permitió conocer si las varianzas de la combinación de las categorías son semejantes entre sí o no. En consecuencia en el primer grupo red empresarial y distrito industrial con un valor P de 0,409 a un nivel de significancia de 0,05 se asumen varianzas iguales. Por otro lado en el segundo grupo red empresarial y clúster con un valor P de 0,007 a un nivel de significancia de 0,05 no se asumen varianzas iguales. Finalmente en el tercer grupo distrito industrial y clúster con un valor P de 0,063 a un nivel de significancia de 0,05 se asumen varianzas iguales.

Categoría	F	Sig.
-----------	---	------

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

Red Empresarial-Distrito Industrial	0,686	0,409
Red Empresarial-Clúster	7,396	0,007
Distrito Industrial-Clúster	3,494	0,063

Tabla #2: Prueba de Levene de igualdad de varianzas

Finalmente al realizar la prueba t para la igualdad de medias a un nivel de significancia del 0,05 se obtuvieron los siguientes resultados:

Categoría	Sig. (bilateral)
Red Empresarial-Distrito Industrial	0,001
Red Empresarial-Clúster	0,000
Distrito Industrial-Clúster	0,342

Tabla 3: Prueba t para la igualdad de medias

Por lo tanto se rechaza la hipótesis nula debido a que, al menos una de las categorías es significativamente diferente a las demás. Para el caso de esta investigación distrito industrial y clúster son significativamente diferentes a red empresarial. Por lo cual el tipo de asociatividad que más se ajusta al sector bananero es red empresarial debido a que posee una media más alta de calificación y en la prueba t para la igualdad de medias posee una media diferente a las demás categorías.

Con respecto a las preguntas de información adicional, se obtuvo que el 58.7% de los encuestados poseen entre 1 a 10 hectáreas de cultivo y el 3.3% cuentan con más de 30 hectáreas. En cuanto a su cultivo, la mayoría de los encuestados, con un 78.3% cultiva solo banano. El 52.2% venden sus cultivos a grandes exportadores y el 22.8% venden a comerciantes al por mayor. Finalmente el 79.3% de los encuestados no reciben capacitación alguna en cuanto a los procesos de producción de sus cultivos u otros.

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

CONCLUSIÓN

Los modelos asociativos representan una opción eficaz para las pymes que desean incursionar en el mercado exterior. No obstante implica asumir nuevos retos, ya que se pretende explorar un campo que muestra variaciones constantes. La cooperación empresarial es siempre vulnerable, necesita estar constantemente motivada y controlada. Las empresas deben realizar una distribución razonablemente equitativa de sus recursos. La decisión de internacionalizarse en el mercado global es dinámica, y no es susceptible a una "talla única". Sin embargo, las empresas tienden a seguir ciertos patrones a medida que se mueven más allá de sus propias fronteras

Red empresarial puede representar un modelo que aborda y redefine el apoyo colectivo y eficiente a diferencia de otros modelos de asociatividad. En comparación con un modelo de soporte de una empresa que trabaja individualmente, este enfoque tiene la ventaja de apoyar un mayor número de empresas. Así mismo, realiza actividades de desarrollo de la innovación, la capacidad técnica mediante proyectos colectivos y centros especializados de apoyo a las empresas, es una forma de hacer más integrado con las políticas locales de desarrollo económico.

A medida que una empresa expande sus actividades hacia el mercado internacional, generalmente se enfrentan a un riesgo creciente y a una disminución de los beneficios. Como con cualquier nuevo emprendimiento o iniciativa, hay una curva de aprendizaje que cada empresa sigue, incluso con una planificación determinada. La experiencia se desarrolla gradualmente, y durante proceso hay un

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

alto grado de incertidumbre. No obstante el reto de la internacionalización debe enfocarse a la expansión y el crecimiento progresivo de la empresa.

El proceso de asociatividad en los pequeños productores de banano en el Ecuador camina a paso acelerado. No obstante la falta de capacitación, conocimiento y recursos limitan a los pequeños productores a abrirse campo al comercio exterior. La asociatividad puede significar una alternativa eficaz para la internacionalización de pequeños productores. Estas tomarían fuerza si existiesen incentivos por parte del gobierno que permitan a las asociaciones adquirir nuevos conocimientos para sus procesos de exportación. A través de campañas de capacitación y mejoras de producción.

Referencia

- AEBE. (2015). *Acumulado De Las Exportaciones 2015*. Guayaquil: Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador.
- Altimir, O. (1998). Estrategias de las empresas mexicanas en sus procesos de internacionalización. *Revista CEPAL*, 7-198.
- Arnoldo, A. L. (2009). El proceso de internacionalización de las empresas. *TEC Empresarial*, 3(3), 18-25.
- Arteaga, M. S. (2013). Estudio de la cadena de valor agroalimentaria del banano de Ecuador. Madrid: ETSIA.
- Banco Central del Ecuador. (2016). *Cuestiones Economicas*. Quito: BCE.
- Baquero, M., Fernandez, G., & Garzon, P. (2004). *El Banano en el Ecuador Estructura de Mercados y formacion de precios*. Guayaquil-Machala: Agenda de Insercion del Ecuador a los mercados mundiales.
- Bedregal, C. A. (2014). La Asociatividad Como Factor De Sostenibilidad En Asociaciones De Productores Agrícolas Y Agroindustriales. 93-103. *Revista 27 de la Universidad del valle Guatemala*.

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

- Castro, F. A. (2007). *Modelo de internacionalización para la empresa Colombiana*. Bogota: Universidad del Rosario.
- CEPAL. (2005). Asociatividad, cooperacion empresarial y exportacion pyme: experiencias recientes en America Latina. *Comision Economica para America Latina y el Caribe*, 15-109.
- Cogollo, K. V., & Arrieta, F. R. (2014). La organizacion empresarial asociativa para la inclusion productiva de las pequeñas y medianas empresas. *Palabra*(14), 100-119.
- Correa, G., Duran, J., & Segura, O. (2010). Redes empresariales para la internacionalización. *Revista Fundes*, 9-41.
- Del Pozo, P. F. (2004). La Información En El Proceso De Internacionalización De Las Empresas. *PUZZLE: Revista Hispana de la Inteligencia Competitiva*, 10-17.
- Espinosa, B. (Junio-Noviembre de 2009). Comercio Justo: Traducción y cooperacion en Ecuador. *Pueblos y Fronteras digital*, 4(7), 87-115.
- Estrada, P. (2010). Formas de entrada en los mercados del exterior, estrategias para la exportacion. *Negocios Internacionales e Integracion*, 16(75), 47-52.
- Flores, L. K. (Noviembre de 2009). Asociatividad De Los Productores Y Cadena Productiva De Bananos Organicos En El Valle Del Rio Tumbes-Peru. *Revista de Ciencias Empresariales de la Universidad de San Martín de Porres*, 1(1), 39-57.
- García, C. E. (2004). El Papel De Las Alianzas Estratégicas En La Internacionalización De Las Empresas Españolas. *Revista Universia Business Review*, 3(3), 71-83.
- Gómez, H. L. (2011). Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas: tres estudios de caso. *Revista Estudios*, 163-191.
- González, A. T. (20016). Redes de cooperación empresarial internacionales vs redes locales. *Revista Venezolana de Gerencia*, 9-26.

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

- González, C. C. (2008). REDES EMPRESARIALES: INTEGRACION POR INNOVACION O POR CONOCIMIENTO. *Revista Forum Doctoral*, 22-37.
- Gruezo, H. M., Hernán, G. J., & Garay, Q. L. (2009). *Proceso De Asociatividad Empresarial: Aproximaciones Conceptuales E Impacto Economico, Social Y Organización*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Gutiérrez, C., Narváez, M., Revilla, J. G., Fernández, G., & Pérez, C. (2009). Asociatividad empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná. *Multiciencias*, 9(2), 157-166.
- Gutierrez, E. O. (2014). Modelo De Asociatividad Para La Exportación Directa De Tapices De La Ciudad De Ayacucho-2014. 10-25.
- INADEM. (2015). Los consorcios de exportación: Instrumento estratégico para la inserción internacional de las PYMES. *PROMEXICO*, 7-35.
- Liendo, M. G., & Martinez, A. M. (2001). Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las pymes. *Instituto de investigaciones economicas, Escuela de Economia* , 311-319.
- Lozano, M. F. (2010). La asociatividad como modelo de gestion para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 5(2), 161-191.
- Marsal, N. J. (2015). El Control De Gestión En La Internacionalización De Las Empresas. *Revista Estrategia Financiera*(327), 44-49.
- Martinez, J. I. (2007). Determinantes para la internacionalización de las Pymes mexicanas. *Universidad Autonoma Metropolitana*, 111-130.
- Mejia, P. R. (2011). Asociatividad Empresarial Como Estrategia Para La Internacionalización De Las Pyme. 6-99. Quito: Universidad Andina Simon Bolivar.
- Narváez, M., Fernández, G., & Senior, A. (2008). El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: una propuesta estratégica. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portuga*(57), 74-92.
- Olave, G. J. (2005). Propuesta de un modelo asociativo de gestión exportadora a partir del análisis del sector de confecciones del departamento del Atlántico (Colombia). *Revista de Pensamiento y Gestion*, 141-199.

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO EN EL ORO-ECUADOR

- Poblete, C. (2013). Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(1), 98-106.
- PRO ECUADOR. (2013). *Análisis del sector bananero*. Quito: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.
- PRO ECUADOR. (2016). *Análisis Sectorial Banana*. Quito: Instituto de promoción de exportaciones e inversiones.
- Puyana Silva, D. G. (2005). Expansión e Internacionalización De Las Pymes Agroindustriales Colombianas. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 1-25.
- Renart, L. G. (2002). El ciclo de la participación de una empresa en un consorcio de exportación. *IESE Business School*, 3-27.
- Sanchez, A. L. (2007). *La fijación de precios en el mercado mundial de banano*. Guayaquil: CIEC-ESPOL.
- Santos, M. M. (2015). Sanciones Internacionales: Implicaciones Para La Internacionalización De Las Empresas. *Revista Estrategia Financiera*(331), 28-34.
- Sigala, L., & Mirabal, A. (2011). Velocidad En El proceso De Internacionalización De Las Empresas: Revisión De Teorías Divergentes. *COMPENDIUM*(26), 63-79.
- Tato, M. G. (2002). *Internacionalización de la empresa: estrategias de entrada en los mercados extranjeros*. Ediciones Piramide.
- Valdaliso, J. M. (2010). Innovación y cooperación: la internacionalización de las empresas del cluster de la electrónica y las TICs del País Vasco (c. 1970-2007). *Revista de Historia Industrial*, 163-191.
- Zulima, F. M. (2002). *La Estrategia De Internacionalización De La Pequeña Empresa Familiar*. Madrid: Universidad Carlos Jit de Madrid.