REVISTA PERSPECTIVAS DEL DESARROLLO
Universidad Nacional Autónoma de Honduras · Doctorado en Ciencias del Desarrollo Humano · Vol. 7, Núm. 1 (2023) · pp. 18–24

Competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) de procesamiento de lácteos

Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Dairy Processing

Artículo de revisión

Pablo Amilcar Díaz Carranza

Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), Campus Olancho, Juticalpa, Honduras.
Correspondencia: pablodiaz1380@yahoo.com

Publicado: 2026 (edición 2023) · DOI: https://doi.org/10.67628/rpdd.v7i1.2432

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo dar a conocer los principales planteamientos teóricos sobre el concepto de competitividad, también describir la importancia de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) del sector agroindustrial en las cuales están inmersas las actividades del subsector lácteo y las principales corrientes de pensamiento sobre la competitividad.

Este tema es pertinente ya que el tema de los lácteos es fundamental en el departamento de Olancho; se presenta un abordaje teórico producto de la búsqueda de diferentes fuentes de información secundaria donde destacan los conceptos: ventaja comparativa, ventaja competitiva, competitividad sistémica, cooperación entre empresas y la red de empresas como elementos conceptuales relevantes de la discusión entre los diferentes autores identificados y seleccionados.

Las PyMEs de lácteos tienen diferentes retos para afrontar los constantes cambios que se están presentando en la actual y cambiante economía en lo referenta a inocuidad de alimentos, la agregación de valor y el conocimento de los mercados para poder ser sostenibles.

Palabras clave: competitividad, macroeconomía, microeconomía, estrategia, cooperación.

ABSTRACT

This article aims to present the main theoretical approaches to the concept of competitiveness, as well as to describe the importance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the agroindustrial sector, which are involved in dairy activities, and the main currents of thought on competitiveness.

This topic is relevant since the dairy sector is a fundamental issue in the department of Olancho. A theoretical approach is presented, resulting from the search for different sources of secondary information, highlighting the concepts of comparative advantage, competitive advantage, systemic competitiveness, cooperation between companies, and the business network as relevant conceptual elements in the discussion among the various authors identified and selected.

Dairy SMEs face different challenges in addressing the constant changes occurring in the current and evolving economy regarding food safety, value addition, and market knowledge to achieve sustainability.

Keywords: competitiveness, macroeconomics, microeconomics, strategy, cooperation.

Artículo publicado en acceso abierto bajo licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0).

Introducción

Este artículo brinda un panorama de los diferentes fundamentos teóricos y conceptuales de la competitividad de las empresas y como es posible su aplicación en las pequeñas y medianas de procesamiento de lácteos como parte de la investigación de tesis doctoral de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras; en la cual está contemplado el tema de la competitividad dentro de las líneas relevantes de investigación.

Es un tema pertinente porque permite aportar al conocimiento dados los diferentes planteamientos y debates contemporaneos que se realizan sobre la competitividad y su importancia para fortalecer las empresas en un mundo de competencia comercial que exige cada vez mas conocimiento e innovación y preparación para poder permanecer en el mercado de bienes de consumo.

Dada la importancia y relevancia de la PyMEs como tejído social de la economía y de las sociedades de América Latina representa un tema que merece atención de los gobiernos y de instituciones que tienen relación con ellas, para poder proponer políticas públicas acertadas que permitan posicionar a las PyMEs como verdaderos emprendimientos que sigan garantizando el desarrollo económico local y por ende sean factores clave que conduzcan a mejores estadios sociales.

En cuanto al tema de la competitividad de las empresas de lácteos y lo que representan sus productos como parte de la dieta fundamental de los hondureños; también la importancia en los intercambios financieros de las economías locales y la dinámica que conlleva en la compra de insumos, materia prima y la generación de empleo de manera tanto directa como de forma indirecta, estas empresas son parte fundamental del desarrollo humano sostenible en los municipios donde se encuentran, lo que las convierte en elementos relevantes de las cadenas productivas del sector secundario de la Econmía de la región y del país.

Métodos y Técnicas

El Diseño es el plan o estrategia que se desarrolla para poder obtener la información que se requiere en la presente investigación, la cual constituye una investigación transversal y con un tipo de estudio descriptivo.

En este caso los estudios con un alcance de investigación descriptivo buscan especificar las propiedades, las características de un determinado fenómeno que se someta a un análisis.

Se ha realizado una intensa búsqueda y recopilación de información, su análisis y selección de los diversos recursos bibliográficos provenientes de fuentes de información secundaria principalmente como ser: libros y artículos científicos de revistas indexadas.

La Competitividad

El concepto de Competitividad cobró importancia en los años ochenta del siglo pasado, profesionales y políticos de varios países utilizaron este concepto para hablar a groso modo de las ventajas productivas que tienen las empresas en relación con su competencia. Los términos de intercambio son un concepto que ha permitido definir ese panorama, para el Aunque (Helpman & Krugman, 1989) enuncian que para finales del siglo XX cerca de la mitad del comercio mundial es dominado por naciones cuya industria requiere de similar dotación en sus factores de producción. El concepto de Competitividad surge a partir de la nueva teoría del comercio, donde se han gestado aportes importantes a la teoría de la competitividad (Lombana & Rozas, 2009).

La competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañias compiten entender los fundamentos microeconómicos de la competitividad es vital para la política económica nacional.

Por su parte Michael Porter, quien en el libro "La ventaja competitiva de las naciones" del año 1991 presentó las bases de lo que sería una teoría de la competitividad, enuncia: "La prosperidad de una nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual esta produce bienes y servicios. Políticas macroeconómicas e instituciones legales sólidas y políticas estables, son condiciones necesarias, pero no suficientes para asegurar una economía próspera. La competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten. Entender los fundamentos microeconómicos de la competitividad es vital para la política económica nacional".

Para discutir la competitividad se debe enmarcar el nivel de análisis de los agentes económicos y su nivel de agregación, en el nivel microeconómico, son los sectores, empresas y productos en los que se evalúa la competitividad; este nivel de análisis es evaluado por lo que se podría llamar la aproximación moderna de la competitividad.

En este contexto la productividad de la empresa se basa en dos pilares interrelacionados: la sofisticación de la empresa para operar en el país donde compite y la calidad del ambiente microeconómico en el que la empresa compite.

La competitividad de las empresas ha sido analizada teóricamente por Porter en el llamado "Diamante de la Competitividad" en el que cuatro determinantes interrelacionados (condiciones de los factores de producción; condiciones de la demanda; estrategia, estructura y rivalidad; sectores conexos y de apoyo) y dos elementos exógenos (gobierno y azar) determinan el potencial competitivo de una empresa.

Las condiciones de los factores siguen la línea de las teorías neoclásicas en las cuales las empresas tienen ventaja comparativa por el capital, tierra y/o trabajo que poseen o en los que hay intensidad de utilización. El avance en la teoría de la ventaja competitiva se encuentra en la inclusión de la tecnología como factor de producción, que hace que los anteriores factores puedan desarrollarse e, incluso, crearse nuevos.

Las condiciones de la demanda hacen referencia a la sofisticación de la demanda interna/doméstica en la cual las empresas puedan garantizar la máxima calidad y/o eficiencia de sus productos. La estrategia, estructura y rivalidad de las empresas es el ambiente competitivo microeconómico propiamente dicho. Finalmente, en cuanto a los sectores conexos y de apoyo, las empresas buscan cooperar, pero a la vez competir actuando como "clusters", si se analizan intrasectorialmente (análisis horizontal), y cadena de valor, si se hacen intersectorialmente (análisis vertical).

De la competitividad conjunta de las empresas dependerá la estabilidad sostenida de los ambientes competitivos micro y estos, a su vez, generarán las condiciones para las empresas de manera cíclica. Es así como la sostenibilidad se convierte en el segundo pilar de la definición que da el dinamismo al potencial competitivo. Cuando las empresas crean valor, con un ambiente competitivo estable, pueden generar la agregación que les genere réditos sostenibles, que finalmente generen impacto en el desarrollo económico de la región.

La Competitividad estructural se ha planteado como un concepto integral de todos los fenómenos de la competitividad en el cual su elemento central es la innovación como factor determinante para el desarrollo económico, con una visualización de las empresas capaces de activar las potencialidades de aprendizaje y la innovación en todas sus áreas operativas, así como también redes de colaboración orientadas a innovar y apoyadas por diversas instituciones.

La Competitividad sistémica implica un proceso integral de las instituciones del Estado y de organizaciones de la sociedad, por lo que la competitividad sistémica sin integración social es un proyecto sin perspectivas, la modernización económica no puede dar resultados sin la formación de estructuras en la sociedad entera donde las empresas que buscan simultáneamente la eficiencia y calidad. Flexibilidad y rapidez de reacción deben de estar muchas de ellas articuladas en redes de colaboración reciproca.

La competitividad a escala general, se suelen utilizar dos medidas típicas: la competitividad según los costos y según la cuota de mercado aceptando en estos casos como definición de competitividad, a "la capacidad de una empre-

sa/región o país de mantener y aumentar las ventas/exportaciones de un sector determinado en un marco de crecimiento".

Si se enfoca la competitividad como la posibilidad de colocación en el mercado, lo que interesa es conocer el costo medio (consecuencia de la fertilidad de la tierra, de la tecnología aplicada, del precio de los insumos y la mano de obra). Pero si se habla de competitividad desde el punto de vista de región o país, esto se determina por el mantenimiento y aumento de la participación en los mercados y por ende de las exportaciones.

La competitividad o ventaja competitiva está sometida a las condiciones coyunturales y es en general de carácter dinámico, ya que interesa su análisis en el tiempo conformando un concepto relativo porque confronta aspectos propios respecto a un competidor (país/firma). En algunos casos indicadores de ventajas comparativas monitoreados en el tiempo pueden servir como indicadores de competitividad.

Competitividad de las PyMEs

Este campo del sector productivo tiene características singulares y que las diferencia con respecto a las grandes empresas y multinacionales. Ante todo, no hay un esquema organizacional de gerencia, se enuncia que estas empresas son manejadas por personas que hacen de gerente y a la vez del área comercial y administrativa. Aún así, se han implementado herramientas para promover su competitividad.

Brume, Herrera, Barrera & Núñez, (2019) proponen el método ABC para disminuir costos Se trata de la medición de la productividad en cohesión con el desempeño del talento humano. Se enfoca en las actividades propias de la empresa, y la manera en cómo ésta interactúa con las exigencias del cliente, para así ser más eficientes. "Balanced Scorecard" es el segundo instrumento, y se basa ya en la organización interna, la comunicación asertiva y eficiente con cada una de las partes o departamento de la empresa. "Benchmarking" es el otro instrumento y se basa en indicadores de desempeño que permitan examinar las falencias y puntos débiles de las áreas de la empresa.

Las PyMEs solicitan alternativas para favorecer un ambiente competitivo a nivel internacional y aseguran que mediante la tecnificación de la producción y la capacitación en BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y la forma de manipulación para la obtención de productos inocuos que garanticen que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción y distribución.

Los nuevos mercados tienen otras exigencias las cuales adquieren una magnitud, que el sistema agroalimentario en su conjunto debe estar atento para satisfacer la demanda y alcanzar un nivel competitivo en los mercados actuales (Green et al. 1992; Gutman 1998).

Es necesario aplicar el concepto de "Sistema Agroalimentario" (SAA) que integre la producción primaria con las etapas de procesamiento y mercadeo, y así establecer el "encadenamiento tecnológico" que es una condición necesaria para aumentar la competitividad y definir las estrategias tecnológicas y prioridades de la investigación y desarrollo (INTA 1998; Ghezan 1995).

Por otro lado, el concepto de empresa red parte de varios supuestos teóricos que le son fundamentales como el principio de racionalidad procedural los aportes teóricos de los costos de transacción, así como el principio de contractualización como forma de establecer las nuevas formas de relaciones interindustriales.

Se define "la empresa red como… una estructura organizativa sinérgica que articula contractualmente, a mediano plazo, relaciones interempresariales, a fin de responder conjunta y solidariamente de manera flexible, bajo la dirección de una empresa emisora de órdenes, a una demanda final o intermedia volátil, en un espacio económico de relaciones productivas de bienes y de servicio".

El objetivo de las empresas redes es responder en forma más eficiente a la demanda, está más allá del objetivo de "la empresa y la optimización de sus costos" al conjunto de costos de los diversos actores implicados en la operación productiva sin tener en cuenta quien es el propietario del capital.

En este sentido este tipo de cooperación interempresarial resulta distinta a los típicos contratos de aprovisionamiento y pasa de una decisión individual sobre el costo de transacción a buscar la reducción del costo de transacción total de los diversos actores implicados en la operación productiva. La tendencia hacia la Cooperación interempresarial, denominada por algunos "Empresa-Red" o "Red de empresas", se transforma en una condición básica e indispensable para la competitividad de las PyMEs agroalimentarias.

El fenómeno de la globalización de la economía y de las decisiones a nivel de las empresas ha dado lugar al manejo de un nuevo concepto, el de competitividad o ventajas competitivas que replantean el concepto tradicional de ventajas comparativas. Aunque la discusión de "competitividad" o "ventajas competitivas" internacionales es relativamente nueva en el sector agroalimentario.

La adaptabilidad del SAA es función de las instituciones y organizaciones construidas dentro del sistema especialmente las relacionadas con el flujo de información, organización financiera, estructuras de comercio e instrumentos de distribución de riesgos.

La competitividad de los sistemas de producción y del SAA en particular puede ser estudiada desde el punto de vista contractual los sistemas que pueden obtener mejor información del consumidor final, que pueden predecir tendencias, y que pueden reorganizar las relaciones contractuales hacia los nuevos objetivos son consideradas más competitivos.

Estas estructuras de redes, no sólo generan hábitos de comportamiento cooperativo que permiten reducir los costes de transacciones económicas, sino que hacen de sea seguro contra las contra las discontinuidades e inseguridad extrema que imponen las reglas competitivas del mercado; mejoran la circulación de la información imprescindible para adaptarse al entorno actual dinámico, ya que estas redes rebasan en muchos casos la región en que se localizan. Las Econo-

mías de Red se presentan como una tendencia moderna formando sistemas complejos, en los que las conexiones e interrelaciones no siempre son evidentes, pero sí imprescindibles, existiendo una mayor vinculación con los niveles superiores de las cadenas y un mayor individualismo en las decisiones básicas.

La Coordinación (interrelación y/o articulación) acelera la convergencia y produce la potenciación del sistema (Innovaciones/ Iniciativas) aumentando su eficacia y un mejor posicionamiento para la competitividad. Pero para que esto ocurra debe existir un "objetivo común" como menciona la teoría de sistemas.

En el nivel Regional/Local donde confluyen las políticas nacionales y locales, constituye el "nudo" de la creación de la competitividad de las PyMEs; es allí donde se articulan y coordinan las estructuras horizontales autónomas con las estructuras verticales basadas en redes o cadenas agroalimentarias de cada producto.

La adaptabilidad de las PyMEs a los nuevos escenarios es función de las instituciones y organizaciones construidas dentro del sistema, especialmente las relacionadas con el flujo de información, tecnología, organización financiera, estructuras de comercio e instrumentos de distribución de riesgos. Se trata de un proceso creativo y estructurado enfocado a resolver de modo original problemas y limitaciones, no sólo para crear productos, imágenes o espacios, sino también servicios, experiencias y, más aún, modelos de negocio completamente nuevos y estrategias empresariales innovadoras que apoyen el desarrollo de empresas e instituciones (Cotec, 2008, p. 11).

Desde esta perspectiva es posible favorecer la competitividad empresarial a través de la integración del diseño desde enfoques estratégicos que permitan impulsar el desarrollo de propuestas que aborden enfoques innovadores es posible afirmar que las estrategias formuladas para aumentar la competitividad de estos productos en el país, tienen un enfoque en aspectos técnicos, productivos, sanitarios y de calidad, y tienden a generar acciones orientadas a incrementar las actividades de innovación tecnológica como estrategia para hacer más competitivo este sector de la agroindustria, expuesto cada vez más a los retos y desafíos que impone la internacionalización de los mercados.

En este sentido, Pibernat citado por Ibañez (2000,p.18) sostiene que "con la incorporación del diseño, las empresas se dotan de un instrumento que permite la innovación, el incremento de la calidad de sus productos y una actualización general de la oferta acorde con las necesidades del mercado. A través del diseño, la competitividad de los productos puede mejorarse mediante inversiones razonables".

De ahí que el diseño como un factor de competitividad centrado en el consumidor, que aporta soluciones formales, mejora condiciones de uso, eficiencia y funcionalidad, deba ser medido y evaluado considerando sus 3 áreas o campos de actuación: producto, comunicación y entorno (Gorb,1976, citado por Zurlo, 2003, p. 101) y los niveles de integración (estrategia, política, programa y proyecto) del diseño en las empresas (Lecuona, 2009).

Una empresa obtiene una ventaja competitiva, según Sáinz (2002, p. 119) cuando dispone de una característica particular y relevante para el éxito de su negocio, que la pone en una situación de superioridad con respecto a sus competidores. Por lo tanto, el punto de interés del enfoque de recursos y capacidades da mayor importancia a la eficiencia que al mercado, que se orienta hacia la cara interna de la empresa, al considerar que los recursos y las capacidades de la empresa son el elemento clave para la conformación de su comportamiento estratégico.

Cuervo (1993, p. 364), Salas (1993, p. 379), Vecino (1997, p. 21) citados por Sáinz (2002), coinciden en definir la existencia de 3 categorías de factores que intervienen en el éxito competitivo de las empresas:

- Factores macroeconómicos, relacionados con el marco económico general.
- Factores sectoriales, que pueden afectar a las empresas en función de la diferente naturaleza de su actividad económica.
- Factores empresariales o internos, que tienen que ver con las características intrínsecas de las empresas, como son sus activos físicos y financieros, el capital humano, los activos intangibles como marca, reputación, know-how, experiencia y tecnología, entre otros.

En un contexto de globalización, una condición necesaria para crear riqueza es ser competitivos. Y la competitividad la definimos como "la capacidad de crear y entregar rentablemente valor en un mercado específico a través del liderazgo en costos, precios o mediante productos y servicios diferenciados sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades"

Por otra parte, hay una serie de factores que determinan la capacidad de una empresa para diferenciar sus productos y posicionarse en los mercados. Entre estos está la habilidad de afectar la demanda del producto mediante el desarrollo de productos de calidad superior. Esto puede lograrse a través de la sustitución de insumos químicos por orgánicos, el establecimiento de normas de inocuidad, entre otras cosas. Las estrategias de promoción también pueden ayudar a empujar la demanda. Las empresas también podrían ofrecer servicios de comercialización directa, servicios de transporte, crédito, etcétera. Todo este conjunto de factores contribuye a la diferenciación, influyendo así en la competitividad.

Se le vislumbra un futuro prometedor, toda vez que ha dado lugar a innovaciones trascendentes con gran impacto económico y social. Se asemeja a un ecosistema o red en el que múltiples actores o nodos, cada uno con diferentes recursos y capacidades, interactúan y codesarrollan nuevos bienes y servicios que la sociedad valora.

Al concebir la innovación como todo cambio basado en conocimiento que genera riqueza, se comprende la razón por la cual dicho concepto es concebido como el motor del desarrollo de las naciones, del mantenimiento del empleo y la competitividad de cualquier sociedad.

Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa con fines productivos es decir, en la medida en que una idea se convierte en realidad y sea capaz de atender una nueva necesidad, o dar mejor respuesta a una antigua, o a

menor costo, aparece una fuente de riqueza con consecuencias en el empleo y en la calidad de vida.

Un ciclo que comienza en la investigación que genera conocimiento, que posteriormente debe transformarse en tecnología, que luego debe convertirse en una máquina, equipo, insumo o proceso que un productor incorpora a su proceso productivo. Al final, esto es lo que permite ofrecer un producto o servicio más barato, más inocuo y más nutritivo: en suma, con mayor valor añadido. Este es el ciclo completo: investigación ⇒ tecnología ⇒ innovación ⇒ mercado ⇒ riqueza: empleos e ingresos.

Como fundamento para poder enfocar una forma de estrategia es la de organizar las cadenas de producción con el objetivo de lograr mayor competitividad, donde existan mayores espacios de discusión y de diálogos formales y permanentes con el involucramiento de los diferentes actores de los eslabones que constituyen las cadenas con la visión de poder definir políticas y acciones específicas para fortalecer la competitividad.

En el sector agroalimentario con lo mencionado anteriormente se busca que la estrategia facilite varios aspectos determinantes en la producción como ser: la canalización de financiamiento para el fomento de las innovaciones tecnológicas, la sanidad, la industrialización y creación de valor agregado de los productos, la extensión agropecuaria, etc. de esta forma, las cadenas pueden permanecer en los mercados en forma duradera, que sean sostenibles, es decir, ser competitivas.

El Enfoque de Cadenas y Diálogo para la Acción plantea que el paso de la teoría a la realidad es viable en tanto puedan desarrollarse mecanismos de diálogo y de concertación, formales y permanentes, entre los actores de las cadenas agroalimentarias, y entre estos y los gobiernos, que conduzcan al establecimiento de agendas y compromisos para el cambio.

La innovación de las PyMEs

Es la forma en que la cadena puede avanzar desde el ámbito de lo conceptual hacia el ámbito de la realidad, y convertirse en una instancia institucional permanente. Es a partir de esta visión que surgen los “acuerdos de competitividad” como instrumentos de cambio.

En el fondo, lo que se plantea es la necesidad de precisar cómo las interacciones de factores exógenos y endógenos a las cadenas influyen en su competitividad; en este sentido, los desarrollos sobre la “competitividad sistémica” son muy útiles, pues establecen que esta se construye en el marco de una interacción de factores macro, meso, meta y micro.

La ventaja de una nación no está relacionada con sus ventajas comparativas sino más bien está determinada por la capacidad de sus empresas de innovar y mejorar, es decir que estas logran mejorar en base a retos y presiones de sus competidores; la base de la competencia se ha orientado hacia la creación y asimilación de conocimientos.

Las empresas logran ventaja competitiva mediante actos de innovación enfocan la innovación en su sentido más amplio que comprende tanto nuevas tecnologías como nuevos modos de hacer las cosas; encuentran una nueva forma de competir o mejores medios para competir al modo antiguo. La innovación puede manifestarse en el diseño de un nuevo producto, en un nuevo proceso de producción, en un nuevo método comercial, en un nuevo modo de llevar a cabo la formación y capacitación del personal.

Otro aspecto fundamental para la innovación y la mejora es la información, a veces depende de la investigación y desarrollo, de investigación de mercado o simplemente de visión, de directivos, de la diversificación de las empresas; una vez que se logra la innovación solo puede mantenerse mediante un proceso que involucre la mejora continua.

Para poder mejorar las brechas que existen en los niveles de productividad de las PyMEs de lácteos es fundamental que estas incorporen mayor valor agregado y conocimiento para que de esta forma tenga un peso en la estructura productiva. La innovación tanto en los diferentes productos como en los procesos se considera una prioridad apoyada en la capacitación de las capacidades humanas y el mejoramiento de la calidad y los servicios, acceso a la tecnología y la reducción de los costos.

Así, en la medida en que las PyMEs mejoren su competitividad, podrán internacionalizarse llegando a mercados nuevos y más complejos y acceder a la economía del conocimiento, la innovación, las redes e información de mercado, entre otros recursos, dinámica que a su vez debería estimularlas para seguir progresando en sus capacidades y entrar en un círculo virtuoso.

En el mercado actual es importante que las pequeñas y medianas empresas desarrollen mayores capacidades para poder reaccionar a las tendencias flexibles visualizando oportunidades de negocios; mejorar las actividades para actualizar los planes de negocios, programas de apoyo para poder alcanzar la cooperación entre empresas y de esta manera obtener una articulación productiva.

Para poder mejorar los niveles de productividad de las pymes que les permita fortalecer los procesos de competitividad empresarial se proponen medidas de asistencia, cooperación tecnológica, innovación, mejoramiento de capacidades, la integración tanto vertical en cadenas de valor, así como horizontal en forma de cooperación.

Las PyMEs del sector agroindustrial deben hacer énfasis en el concepto de innovación como herramienta indispensable para poder desarrollar un sistema de investigación, desarrollo, innovación (I-D-I) por lo que conocer el funcionamiento del componente de la competitividad mediante información del entorno, esto implica un sistema integrado que involucre un detallado conocimiento de la cadena agroindustrial y sus eslabones lo que conllevará mejorar las ventajas competitivas.

Las nuevas tendencias y propuestas emergentes proponen impulsar la generación de procesos de innovación y desarrollo tecnológico como parte fundamental de la gestión empresarial de las PyMEs del sector lácteo; aunado a la innovación, la consolidación de gremios y asociaciones. Existe una importancia de la existencia de redes que prevalecen en el establecimiento de relaciones entre las empresas interesadas en poder mejorar su actividad innovadora para poder crecer e ir

más allá de lo tradicional en el aspecto de la competitividad en los mercados nacionales e internacionales.

La innovación según la organización para la cooperación y desarrollo económicos (OCDE) es el motor de crecimiento de los países desarrollados donde se les atribuye el cincuenta por ciento del mismo. Las PyMEs de lácteos requieren un papel importante del factor innovación, debido a la construcción de nuevos enfoques de desarrollo en capacidades humanas para poder reducir las brechas tecnológicas y lograr crear más oportunidades de empleos, valor agregado a las producciones con el objetivo de incrementar la productividad empresarial.

Las empresas agroindustriales enfrentan retos complejos donde estas ven como fin último el lucro sin tomar en cuenta que para poder alcanzar dicho objetivo de aumentar los resultados financieros es imperativo trabajar de forma integral en objetivos comerciales de gestión humana y tecnológica, finanzas, calidad, logística, producción, exportaciones y sistemas de información, mejoramiento de los procesos, satisfacción del cliente.

En el caso de la actividad innovadora, la competitividad entre empresas está ligada con mejores prácticas tecnológicas; la mejora en los niveles de educación eleva la productividad de los trabajadores al igual que genera la difusión del conocimiento y las prácticas tecnológicas que redunda en una mayor producción y eficiencia de los recursos.

La inserción de las PyMEs de lácteos en cadenas de valor son propuestas políticas industriales de innovación como mecanismo efectivo para poder alcanzar mayores niveles de productividad y la adopción de nuevas tecnologías para mejorar sus procesos de producción y lograr obtener el acceso a fuentes de información. Otro aspecto muy importante a tener en cuenta es la influencia de las redes de apoyo es necesario que las PyMEs se puedan integrar en redes o conglomerados para solucionar los problemas de competitividad en la producción de los diferentes productos, tomado en cuenta las bases microeconómicas, las operaciones y su sofisticación, estrategias de las organizaciones y la influencia del ambiente de los negocios.

Se observa actualmente una creciente complejidad en los procesos de transformación y distribución de los productos agroindustriales las exigencias adquieren tal magnitud, que el sistema agroalimentario en su conjunto debe reaccionar para satisfacer la demanda y alcanzar un nivel competitivo en los mercados. En este contexto las empresas que no logren alcanzar un nivel de competitividad satisfactorio indefectiblemente verán seriamente afectado su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales.

Se debe resaltar también el rol cada vez más importante de las cadenas de distribución dominadas por empresas transnacionales y grandes empresas nacionales, en un proceso permanente de concentración, que orientan de manera creciente el desenvolvimiento de las cadenas alimentarias, lo cual obliga a los productores a asociarse para poder seguir en el mercado.

En la actualidad, se dan cada vez más cuestionamientos al sistema global regido por el mercado y en el cual las PyMEs agroalimentarias tienen muchas dificultades para sobrevivir; las transformaciones que ocurrieron en la agroindustria debido a la globalización, también trajeron su lado negativo, como la exclusión de muchos productores del proceso productivo, debido a sus incapacidades para asistir a la demanda a grandes escalas y la estandarización de productos y procesos.

La mayoría de las PyMEs agroalimentarias han presentado dificultades ligadas a niveles deficientes de competitividad en el contexto actual de la globalización; un conjunto de factores parece tener incidencia en esta situación: costos de producción elevados debido a su escala, baja calidad de los productos, presentaciones deficientes, dificultades para encontrar empaques atractivos y de precios bajos, costos de transporte, procesos y tecnologías inadecuados, entre otros.

En América Latina se propone que se desarrollen actividades que puedan proveer insumos, servicios, equipos; así como también la infraestructura, disposiciones legales, normas, las bases científicas y tecnológicas y no solamente en la explotación intensiva de los recursos naturales para poder alcanzar los niveles óptimos de competitividad.

En el enfoque de la economía de red, las redes densas con agentes conectados entre sí en una forma extensiva y vinculaciones fuertes, los intercambios relacionales facilitan la emergencia de confianza, la creación de normas sociales y por lo tanto promueve la cooperación, así como también la disminución de los costos de transacción, dando otros beneficios como la generación de valor, desarrollo del conocimiento compartido.

El ajuste mutuo conlleva la toma de decisiones en forma conjunta y la resolución de problemas, es un proceso de la transmisión de la información nueva a través de la retroalimentación mutua configurando interdependencias recíprocas. Una red significa la totalidad de los actores dentro de una empresa o entre empresas relacionadas que pueden trabajar potencialmente juntos para poder agregar valor a los clientes.

En el caso de las PyMEs de lácteos el territorio es de suma importancia para la comercialización de los diferentes productos, así mismo la actividad lechera en lo referente a los diferentes encadenamientos de producción y su servicios por lo que la distancia hacia los centros urbanos tiene efectos positivos inobjetables sobre los agrupamientos; la producción de leche con tecnologías más intensivas se da cerca de las grandes ciudades y las producciones extensivas en las áreas más alejadas, de igual manera la producción de lácteos con mayor valor agregado se da más cerca de los centros urbanos más grandes.

Conclusiones

En los diferentes planteamientos conceptuales abordados por los autores se establecen diferentes conceptos de la competitividad, la competitividad sistémica y la competitividad estructural, en donde cada uno de ellos estableces sus particularidades y fundamentos de importancia en el tema económico.

Existen diferentes corrientes de pensamiento sobre el tema de competitividad siendo el principal el propuesto por

Michael Porter basado en la ventaja competitiva el cual está fundamentado en el aumento de la productividad.

Las PyMEs de procesamiento de lácteos tienen retos importantes en el tema de innovación, la información, la tecnología y la organización para poder mejorar los procesos, la calidad y de esta manera poder competir en un mercado actual exigente.

El tema de la cooperación empresarial o la economía de red es fundamental para la interelación de empresas para la transmisión de información, la generación de valor y la interdependencia mutua.

Abreviaturas

OCDE: organización para la cooperación y desarrollo económicos
I-D-I: investigación desarrollo innovación
PyMEs: pequeñas y medianas empresas
SAA: sector agroalimentario

Referencias

Brume, M; Herrera, H; Barrera, A; Núñez, I. (2019). Gestión estratégica como catalizadora de las pymes. Revista Espacios, Vol. 40. Colombia. https://www.revistaespacios.com/a19v40n03/19400320.html

Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2013). Como mejorar la competitividad de las Pymes en la Unión Europea y América Latina y el Caribe. Santiago de Chile, Chile. https://www.cepal.org/es/publicaciones/3094-como-mejorar-la-competitividad-pymes-la-union-europea-america-latina-caribe

Ghezan, G. (1998). Impacto de las políticas de ajuste estructural en el sector agropecuario y agroindustrial. Instituto Nacional de tecnología Agropecuaria. Buenos Aires, Argentina. https://repositorio.cepal.org/handle/11362/4499

Green, R; Rocha, R. (1992). Economía de red y reestructuración del sector agroalimentario. Revista desarrollo económico, Vol. 32. PP. 199-225. Buenos Aires, Argentina. https://www.jstor.org/stable/i277172

Hernández, J.; Herrera, D. (2005). Cadenas Alimentarias. Políticas para la competitividad. Comunica. Instituto Iberoamericano de Cooperación para la Agricultura IICA. San José, Costa Rica. http://repiica.iica.int/DOCS/B0455E/B0455E.PDF

Klaus, E; Wolfgang, H; Messner, D; Meyer, J. (1996) Revista de la CEPAL, Numero 59, Santiago de Chile, Chile. https://www.cepal.org/es/publicaciones/37977-revista-la-cepal-n059

Lombana, J; Gutiérrez, J. (2009). Marco analítico de la competitividad. Pensamiento y gestión, Núm. 26. PP 1-38. Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. https://www.redalyc.org/pdf/646/64612291002.pdf

Manrique, A; Vargas, A. (2017). Mapa de competitividad en diseño, validación en empresas del sector lácteo. Revista de facultad de ciencias económicas. Vol. 25. Bogotá, Colombia. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-68052017000100013&script=sci_arttext

Muñoz, M; Altamirano, J. (2008). Modelos de innovación en el sector agroalimentario mexicano. Universidad Autónoma Chapingo, Chapingo, México. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722008000200004

Porter, M. (1991). La ventaja competitiva de las naciones. Edición en español Javier Vergara Editor S.A., Buenos Aires, Argentina. https://www.academia.edu/36052850/La_ventaja_competitiva_de_las_Naciones

Rosales, O. (1996). Revista de la CEPAL, Número 59. Santiago de Chile, Chile. https://www.cepal.org/es/publicaciones/37977-revista-la-cepal-n059