

## Beneficios de la Cooperación Interempresarial en Empresas Agroindustriales del Sector Lácteo del Estado de Aguascalientes

### *Benefits of Interfirm Cooperation in Agroindustry Companies in the Dairy Sector of the State of Aguascalientes*

Investigación

Lic. Mitzi Vania Vázquez Castellanos, Dra. María de los Ángeles Silva Olvera,  
Dra. Ma. Del Carmen Liquidano Rodríguez

Instituto Tecnológico de Aguascalientes Av. A. López Mateos 1801 Ote. Fracc. Bonagens, Aguascalientes, Ags. ,  
México, C.P. 20256, Tel: 01(449) 9105002, Fax: 01(449) 9700423, msilvaomx@yahoo.com.mx

#### Resumen

La globalización de los mercados ha exigido nuevas modalidades de producción a las empresas para asegurar su permanencia en el entorno empresarial. El establecimiento de redes cooperativas, es una estrategia corporativa para mejorar su productividad y competitividad en el mercado. El objetivo de la investigación fue analizar los beneficios que obtienen las empresas del sector agroindustrial lácteo primario del Estado de Aguascalientes que realizan actividades de cooperación, siendo que dicha industria es considerada a nivel nacional como clave para el estado (en 2015 a nivel nacional, la entidad se ubicó en el puesto número 11 en cuanto a producción de leche bovina y en el 25 en leche caprina<sup>1</sup>). El estudio fue cuantitativo, no experimental y transversal, utilizando un instrumento de 50 reactivos tipo Likert para medir la cooperación interempresarial. Se planteó como H<sup>1</sup> que al menos el 50% de las empresas del sector agroindustrial lácteo primario en Aguascalientes que cooperan, obtienen beneficios. Los resultados arrojan que 90.6% de las empresas de este sector realizan algún tipo de cooperación, en su mayoría derivado de necesidades para producir y con beneficios para el mercado; por lo que los acuerdos cooperativos en este sector han sido una estrategia que les ha permitido posicionarse en el mercado y desarrollar su capacidad empresarial.

**Palabras clave:** cooperación interempresarial, estrategia corporativa, ventajas de la cooperación, agroindustria láctea.

#### Abstract

The globalization of markets has required new forms of production companies to ensure their permanence in the business environment. The establishment of cooperative networks is a corporate strategy to improve productivity and competitiveness in the market. The objective of this research is To analyze the benefits that obtain the companies of the agroindustrial lacteal primary sector of Aguascalientes's state that realize activities of cooperation, because this industry is regarded nationally as a key to Aguascalientes (in 2015, nationwide, the company is ranked number 11 in terms of production of bovine milk and 25 in goat milk). The study was quantitative, not experimental an transversal, using an instrument of 50 likert to measure interfirm cooperation; raising the 50% by companies in the primary dairy agroindustry sector of the State of Aguascalientes cooperating they obtain collective benefits. The results show that 90.6 % of companies in this sector made some kind of cooperation mostly derived from needs to produce and benefits to the market.

**Keywords:** interfirm cooperation, corporate strategy, advantages of the cooperation, agroindustry dairy.

#### Introducción

Las relaciones de cooperación empresarial representan la posibilidad para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de crear una ventaja diferencial entre lo que éstas hacen y su competencia, logrando así una ventaja competitiva (Briones et al, 2006, 2007; Martín del Peso, 2004; Martín y Gaspar, 2005 en Ojeda, (2009:46) [1].

Araiza, Velarde y Chávez (2014) [2] afirman que las empresas que cooperan desarrollan mayormente sus capacidades tecnológicas, a diferencia de aquellas que no lo hacen, por lo tanto, la cooperación interempresarial es una estrategia competitiva en el entorno global.

<sup>1</sup> <http://www.liderempresarial.com/negocios/alza-produccion-de-leche-en-aguascalientes/>

El objetivo general del estudio fue analizar los beneficios que obtienen las empresas del sector agroindustrial lácteo primario del Estado de Aguascalientes que realizan actividades de cooperación, y así probar o rechazar la H<sup>1</sup> que plantea que al menos el 50% de las empresas del sector agroindustrial lácteo primario en Aguascalientes que cooperan, obtienen beneficios.

El contexto agroindustrial lácteo primario del Estado de Aguascalientes fue elegido debido a que en 2014 México ocupaba el tercer lugar en producción (11 millones de litros al año) de leche en América Latina<sup>2</sup> y para 2016 se tenía 1,069,941 toneladas de leche<sup>3</sup>, y a su vez, Aguascalientes es uno de los estados que contribuye con una gran aportación a esta producción (361 millones de litros al año a noviembre 2015, ocupando el lugar no. 11 a nivel nacional) según la Secretaría de desarrollo rural y agroempresarial del estado.

El sector lechero en Aguascalientes ha cobrado una mayor importancia a partir del crecimiento de grandes industrias lecheras en el estado. Según la Secretaría de Agricultura, Ganadería, desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), en Aguascalientes “de enero a diciembre del 2014 la producción lechera registró un incremento de 8 por ciento, generando para el último mes del año un total de 32,763 litros, 2,443 litros más que los generados en enero del mismo año”<sup>1</sup>; lo que posiciona al estado como una de las grandes cuencas lecheras del país. Derivado de lo anterior y del crecimiento del sector productivo lácteo en el Estado, la práctica de acuerdos cooperativos puede ser una estrategia competitiva y de desarrollo regional para dicho mercado.

El estudio fue realizado considerando tres dimensiones de la variable cooperación interempresarial (necesidades, tipología y beneficios), utilizando un instrumento que fue aplicado a 32 empresas del sector; los resultados confirman la práctica de esta estrategia corporativa en dicho sector productivo.

En este documento se muestran primeramente los fundamentos teóricos base de esta investigación, posteriormente la metodología utilizada para la recolección y análisis de datos y finalmente los resultados derivados y las conclusiones obtenidas.

<sup>2</sup> <http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/2012/2014/septiembre/Documents/2014B699.PDF>

<sup>3</sup> <http://www.lactodata.info/boletin/produccion-de-leche-de-vaca/>

## Fundamentos Teóricos

En los últimos años, la cooperación empresarial tiene mayor relevancia debido a que la mayoría de las empresas pretenden aumentar la eficacia de sus actividades. Ante esta competencia y la globalización de los mercados, las empresas plantean la posibilidad de orientar su estrategia para sobrevivir a esta universalización (Martínez, 2011) [3].

Menguzzato y Renau (1992:284 en Cegarra-Navarro, Briones-Peñalver y Ros-Sánchez, 2005:82) [4] definen la cooperación empresarial como “un acuerdo entre dos o más empresas que deciden actuar al menos en parte de sus actividades conjuntamente para lograr determinados objetivos”.

Las redes de cooperación entre empresas son una forma de organización, que cada día cobra mayor relevancia, dado que las empresas lo hacen para tener una mejor posición en el mercado sin competir entre ellas (Sarache, 2003 en Michalus, Hernández, Hernández, Suárez y Sarache, 2011) [5].

“La cooperación industrial (interfirma e interorganizacional) es un fenómeno económico que va ganando terreno en las discusiones teóricas y empíricas más influyentes”, (García, 2011:206) [6].

En Pro México (2010) se menciona que dentro de los Acuerdos Cooperativos, se define a las alianzas estratégicas como aquéllas en las que dos o más empresas se unen para lograr ventajas competitivas que no alcanzarían por sí mismas a corto plazo sin gran esfuerzo según Araiza, Velarde y Chávez, (2014:16) [2]; y cuando se habla de acciones colectivas como son las redes empresariales, la mayor dificultad para el desarrollo de estrategias mancomunadas es la desconfianza que existe entre las personas que podrían participar en esta actividad (Dini, 2010)[7].

Las aportaciones de Araiza, Velarde y Zárate (2010) [8] se basan en la confirmación de una tipología de la cooperación interempresarial la cual está basada en los esquemas clasificatorios de los tipos de cooperación empresarial de López y Lugones (1998), Escribá, Sánchez y Sánchez (2003) y Madero y Quijano (2006).

Dicha tipología se presenta a continuación:

–“Cooperación para producir: Vínculos de colaboración establecidos entre las empresas para la obtención de economías de escala, disminución de costos y mejora de la calidad y productividad de las empresas.

–Cooperación para innovar: Vínculos de colaboración establecidos entre empresas para la disminución de riesgos, costos y tiempo, asociados a propiciar y desarrollar su potencial innovador.

*-Cooperación para mercado:* Vínculos de colaboración establecidos entre las empresas para la búsqueda y acceso a mercados; difusión, promoción y distribución de productos; obtención de economías de escala para acceso a mercados y reducción de costos.

*-Cooperación para administrar:* Vínculos de colaboración establecidos entre las empresas para desarrollar su capacidad, obtener conocimientos prácticos de gestión y acceso a información sobre instrumentos de crédito y financiamiento e incentivo fiscales así como efectuar el entrenamiento de trabajadores” (Araiza et al., 2010:93) [8].

Las empresas se asocian para lograr un objetivo común. Según Araya (2006:48) [9] lo ideal es buscar socios que posean valores en común y habilidades complementarias, “de manera que todos tengan algo para contribuir y todos tengan algo que llevarse del grupo”.

Ojeda, (2009:47) [1] menciona que “la inserción de las Pymes en redes de cooperación empresarial ha sido una estrategia útil, dado que facilita el acceso a ciertas ventajas, como la reducción de costos de producción (aportes de Cegarra-Navarro, Briones-Peñalver y Ros-Sánchez, 2005:81) [4].

Por lo tanto, la mayor conciencia de las propias debilidades de las empresas ante las exigencias del mercado, ha impulsado la asociación y cooperación entre empresas, y dicha cooperación constituye una respuesta tanto a problemas de escala productiva, de comercialización, de tecnología, de financiamiento; como a dificultades para el diálogo con el propio gobierno, (Domínguez, 1996) [10]. La cooperación puede ayudar a una empresa a enfrentar el reto estratégico actual de obtener capacidades mayores mejorando su flexibilidad y responder a la preocupación por la eficiencia económica de la empresa.

Estudios realizados por Briones, Laborda y López (2007), Martín del Peso (2004) y Menguzzato (1992 en Ojeda, 2009:42) [1], aportan que las empresas eligen una estrategia de cooperación con base en la necesidad de mejora de la competitividad, de adaptarse a las condiciones del entorno y lograr la expansión geográfica de los mercados o la internacionalización.

Ojeda, (2009:45) [1], aporta evidencia teórica respecto del propósito de la relación de cooperación empresarial, como se aprecia en la tabla 1.

Tipo	Descripción	Autores
Objetivo de mercado	Desarrollar un nuevo mercado, posicionarse en un mercado	Johnsen y Johnsen(1999), Sebastián (2000).
Transferencia de tecnología	Acceso a nueva tecnología o diferente	Sebastián (2000), Gallié (2005).
Investigación y desarrollo	Compartir los costos en investigación y desarrollo	Sebastián (2000), Gallié (2005).
Internacionalización	Desarrollo de un mercado extranjero	Garcia (2004), Harris y Wheeler (2005), Johnsen y Johnsen (1999).
Crecimiento de la empresa	Búsqueda de mejores operaciones, mayores ventas y condición del negocio	Sebastián (2000), Singh y Mitchell (2005).

**Tabla 1.** Propósito de la relación de cooperación empresarial  
Fuente: Ojeda, (2009:45) [1].

Las empresas a través de la cooperación buscan también “dirigir los cambios y aprovecharse de las oportunidades tecnológicas en un mercado mediante la estandarización de productos o procesos” (Porter y Fuller, 1986; Hladik, 1988; Dodgson, 1992; Hagedoorn, 1993; Miyata, 1996 en Bayona, García y Huerta, 1999:7)[11].

A decir por Rodríguez, Vásquez y Mejía, (2014:95) [12], “los modelos de cooperación empresarial o asociacionismo son una estrategia para que las empresas enfrenten situaciones, retos o problemas cuyas características y dirección requiere de esfuerzos conjuntos que generen sinergias”.

Cabe destacar como lo menciona Fernandes da Silva (2005) [13], que la presencia de actividades de cooperación coadyuva a superar limitaciones, a crecer a incrementar la competitividad y de ese modo generar nuevas fuentes de renta y empleo.

En Aguascalientes, se ha generado una red de microempresas en torno al sector agroindustrial destinada a la fabricación o reparación de equipo lechero, al comercio de productos biológicos, equipo de inseminación o semen y la importación de vaquillas; así como a la formación y capacitación de recursos humanos especializados. Dicha situación ha influido en el proceso de cooperación, ya que las grandes industrias se han asociado con otras de forrajes, uniones de

crédito, comercializadoras de productos y empresas de transporte (Álvarez y Montaña, 2011) [14].

De acuerdo con la literatura revisada, el sector agroindustrial lácteo en Aguascalientes se conforma por tres sistemas productivos: la producción o recopilación de leche, la industrialización y la comercialización. Para esta investigación, se eligió como objeto de estudio al sistema productivo de leche, que de acuerdo con Araiza (2008) [15], la evolución que se ha dado en este sector en el estado, las empresas realizan mayores prácticas cooperativas de acuerdo al avance tecnológico y empresarial de la misma, acorde con la SAGARPA (2008:70) [16] y con De Nieves, Martínez y Briones (2011:89)[17], donde encontró que la mitad de los agronegocios estudiados realizan actividades colaborativas.

Otros estudios sobre la cooperación en agroindustrias son los de Santiago, Cruz, Acevedo, Ruiz y Maldonado (2015) [18], que dan evidencia de la necesidad de promover procesos que propicien la cooperación empresarial con el propósito de incrementar la participación en el mercado, la productividad y rentabilidad.

Es más que evidente, dados los aportes de los investigadores presentados, que la actividad de cooperación que puedan realizar las empresas les permite ciertos beneficios o ventajas sobre aquellas que no la practican.

### Materiales y métodos

Considerando la productividad y el avance tecnológico señalado en el estudio de Álvarez y Montaña, (2011) [14] en el sector productivo de la leche, la hipótesis alternativa de esta investigación afirma que al menos el 50 % de las empresas del sector agroindustrial lácteo primario en Aguascalientes que cooperan, obtienen beneficios. Por el contrario la hipótesis nula afirma que menos del 50 % de las empresas del sector agroindustrial lácteo primario en Aguascalientes que cooperan no obtienen beneficios.

El tipo de estudio fue de corte cuantitativo y el diseño de la investigación no experimental; además de que el estudio recopiló datos en un momento único por lo que se considera que es una investigación transversal.

De acuerdo con la literatura revisada, la variable cooperación interempresarial fue analizada considerando tres de sus dimensiones: necesidades que llevan a la cooperación, tipología de la cooperación y beneficios obtenidos por la cooperación, en sus cuatro tipologías: *Cooperación para producir, para innovar, para el mercado y para administrar*.

Para este estudio la población estuvo conformada por productores primarios del sector agroindustrial

lácteo del tipo empresarial, es decir ganaderos que cuentan con más de 40 animales destinados a la producción de leche. Dicha población en Aguascalientes de acuerdo con el Registro Nacional de Productores de Leche (2013)<sup>4</sup> es de alrededor de 76 empresas; misma considerada hasta el mes de enero.

La muestra para este estudio fue probabilística con una confianza del 90% y un error del 10%, lo cual se traduce a un mínimo de 32 encuestas, mismas que fueron aplicadas mediante un muestreo por accesibilidad.

El instrumento utilizado fue el diseñado por Araiza *et al* (2010) [8] para medir la cooperación interempresarial se utilizaron 56 reactivos y 7 reactivos para los datos del informante clave.

La escala Likert utilizada fue de 5 puntos: 1. Poco importante; 2. Medianamente importante; 3. Importante; 4. Sumamente importante y 5. Totalmente importante. En las siguientes tablas se muestran los resultados de la confiabilidad del instrumento, medida con el coeficiente Alpha de Cronbach, cuyos valores oscilaron entre 0.822 y 0.955, una vez que se eliminaron 6 ítems, quedaron en total 50 ítems para la medición de la cooperación, resultando un Alpha de Cronbach final de 0.979.

Subdimensión: Necesidades de cooperación/ ítems.	Alpha de Cronbach
<b>Necesidades para producir (preg. 37 – 40)</b> Incrementar la oferta de producto; Complementar proceso productivo; Mejorar costos de producción; Tener mejoras en calidad de productos.	0.863
<b>Necesidades para innovar (preg. 47 – 50)</b> Mejora de costos en desarrollo e innovación tecnológica; Mejora de tiempo en el desarrollo e innovación tecnológica; Mejoría en la disminución del riesgo sobre la inversión en el desarrollo e innovación tecnológica; Desarrollar capacidades tecnológicas.	0.917
<b>Necesidades para el mercado (preg. 60 – 62)</b> Establecer estrategias publicitarias; Dar publicidad y promoción a productos; Mejora en los costos de la distribución de sus productos; Acceder a mercados en forma conjunta.	0.822
<b>Necesidades para administrar (preg. 72 – 74)</b> Desarrollar la capacidad empresarial. (Fijar estrategias, tomar decisiones, etc.); Tener acceso a información. (Instrumentos de crédito y financiamiento, incentivos fiscales etc.); Efectuar entrenamiento del personal de la empresa.	0.894

<sup>4</sup> Obtenido en [www.liconsa.gob.mx](http://www.liconsa.gob.mx)

<b>Subdimensión: Tipología de cooperación/ ítems</b>	<b>Alpha de Cronbach</b>
<b>Cooperación para producir (preg. 41 – 44)</b> Compartir capacidad de producción (Maquinaria y equipo); Apoyarse para obtener certificaciones; Compartir capacidades de diseño; Realizar compra de materia prima en forma conjunta.	0.881
<b>Cooperación para innovar (preg. 51 - 55)</b> Compartir capital para nuevos proyectos; Intercambiar información técnica; Apoyarse para la incorporación de nuevas tecnologías; Realizan proyectos de investigación; Realizan negociaciones colectivas para la compra de equipo.	0.905
<b>Cooperación para el mercado (preg. 63 -66)</b> Realizan actividades de mercadotecnia en forma conjunta; Realizar venta conjunta de productos; Proporcionar el servicio (asesoría) a clientes de manera conjunta; Distribuir sus productos en conjunto.	0.809
<b>Cooperación para administrar (preg. 75 - 77)</b> Acceder a créditos de forma conjunta; Acceder a incentivos fiscales de forma conjunta; Acceder a apoyos gubernamentales en conjunto; Compartir uso de sistemas administrativos; Compartir capacitación de su personal.	0.940
<b>Subdimensión: Beneficios/ítems</b>	<b>Alpha de Cronbach</b>
<b>Beneficios para producir (preg. 45 – 46)</b> Tener mayor producción; Mayores utilidades por la reducción de costos de producción.	0.897
<b>Beneficios para innovar (preg. 56 - 58)</b> Desarrollar mejoras en productos; Desarrollar mejoras en procesos productivos; Desarrollar nuevos procesos.	0.848
<b>Beneficios para el mercado (preg. 67 - 71)</b> Incrementar las ventas de producto; Mayor participación de mercado; Mejorar la distribución de productos; Conservar clientes; Mejoras en costos relacionados con la venta de productos.	0.947
<b>Beneficios para administrar (preg. 80 - 83)</b> Mejoras en aspectos financieros; Mejoras en trámites de financiamiento; Aprovechamiento de apoyos gubernamentales; Mejorar en la capacitación de empleados.	0.955

**Tabla 2.** Resultados del análisis de Confiabilidad  
Fuente: Elaboración propia.

El análisis de los datos obtenidos se realizó mediante la utilización de estadística descriptiva (frecuencias) y la prueba de hipótesis mediante la correlación de Rho Spearman, utilizada para mediciones ordinales y para datos que no provienen de una distribución normal.

### Resultados y discusión

Para esta investigación fueron encuestadas 32 personas de las empresas productivas lecheras del Estado. De acuerdo a los empresarios encuestados, 90.6 % de las empresas han realizado algún tipo de acuerdo para cooperar con alguna otra empresa; solamente 3 empresas afirmaron no haberlo realizado.

En cuanto a la formalidad de los acuerdos cooperativos, es decir la existencia de contratos, de los 29 casos que afirmaron haber realizado algún tipo de cooperación: 45% menciona haber realizado solamente acuerdos de tipo informal y 55% ha realizado actividades formales e informales y no se presentó algún caso en el que únicamente se realizaran actividades formales. Asimismo los 16 casos que afirmaron haber realizado en algún momento acuerdos de cooperación formal fueron de carácter contractual, es decir por contrato o pedido.

En cuanto a la dimensión de necesidades de cooperación interempresarial, 100 % de las empresas del sector agroindustrial lácteo primario del estado de Aguascalientes que mencionan haber realizado algún tipo de acuerdo cooperativo; afirman que éste ha sido derivado de la necesidad de disminuir costos de producción, por reducir costos de distribución y por acceder a mercados en forma conjunta. Algunas necesidades de carácter relevante son para complementar el proceso productivo, mejorar en calidad de productos y efectuar entrenamiento de personal.

De acuerdo a las necesidades, la cooperación mayormente utilizada en este tipo de empresas es la cooperación para producir, seguida de la de mercado. La cooperación menormente utilizada de acuerdo a las necesidades es la cooperación para innovar. Esto se observa en la Tabla 3, cuyo análisis se realizó mediante la utilización de estadística descriptiva (frecuencias).

Subdimensión: Necesidades de cooperación/Alpha de Cronbach	Tipo
<b>Necesidades para producir</b> Incrementar la oferta de producto; Complementar proceso productivo; Disminuir costos de producción; Mejoras en calidad de productos.	91.4%
<b>Necesidades para innovar</b> Disminuir costos en desarrollo e innovación tecnológica; Disminuir tiempo en desarrollo e innovación tecnológica; Disminuir riesgo en desarrollo e innovación tecnológica; Desarrollar capacidades tecnológicas.	75.9%
<b>Necesidades para el mercado</b> Establecer estrategias publicitarias; Dar publicidad y promoción a productos; Reducir costos de distribución; Acceder a mercados en forma conjunta.	87.1%
<b>Necesidades para administrar</b> Desarrollar capacidad empresarial; Tener acceso a información; Efectuar entrenamiento del personal	80.5%

**Tabla 3.** Necesidades de la cooperación interempresarial en las empresas encuestadas.  
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la dimensión: tipología de la cooperación interempresarial, 100 % de las empresas que realizan algún acuerdo de cooperación lo lleva a cabo para apoyarse en la obtención de certificaciones, para realizar la venta conjunta de productos y para distribuir los productos en conjunto. Asimismo algunos tipos de carácter relevante son para realizar compra de materia prima en conjunto, intercambiar información técnica, y acceder a incentivos fiscales y apoyos gubernamentales en conjunto.

Los tipos de cooperación mayormente utilizados de acuerdo a esta dimensión fueron para producir, seguidos de aquellos para administrar. El menos utilizado, al igual que en las necesidades, es la cooperación para innovar, como se observa en el Tabla 4 y cuyo análisis de los datos se realizó mediante la utilización de estadística descriptiva (frecuencias).

Subdimensión: Tipología de cooperación/items	Tipo
<b>Cooperación para producir</b> Compartir capacidad de producción; Apoyarse para obtener certificaciones; Compartir capacidades de diseño; Realizar compra de materia prima.	92.2%
<b>Cooperación para innovar</b> Compartir capital para nuevos proyectos; Intercambiar información técnica; Apoyarse para la incorporación de nuevas tecnologías; Realizan proyectos de investigación; Realizan negociaciones colectivas para la compra de equipo.	85.5%
<b>Cooperación para el mercado</b> Realizan actividades de mercadotecnia conjunta; Realizar venta conjunta; Proporcionar servicio a clientes en conjunto; Distribuir productos en conjunto.	87.9%
<b>Cooperación para administrar</b> Acceder a créditos en conjunto; Acceder a incentivos fiscales conjunto; Acceder a apoyos gubernamentales en conjunto; Compartir uso de sistemas administrativos; Compartir capacitación de personal.	91%

**Tabla 4.** Tipología de la cooperación interempresarial en las empresas encuestadas.  
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la dimensión de los beneficios derivados de la aplicación de acuerdos de cooperación, 100 % de las empresas encuestadas afirma haber obtenido la reducción de costos de producción (aportes de Cegarra-Navarro, Briones-Peñalver y Ros-Sánchez, 2005:81) [4], el desarrollo de mejoras en procesos productivos, la mejora de la distribución de productos, la conservación de clientes, y la disminución de los costos de la venta de productos.

Considerando el promedio y como se observa en la Tabla 5, los beneficios mayormente obtenidos fueron de la cooperación para el mercado (aportes de Johnsen y Johnsen, 1999, Sebastián, 2000 en Ojeda, 2009:45) [1], seguidos de la cooperación para producir. Los beneficios menos obtenidos pertenecen al tipo de la cooperación para innovar. El análisis de los datos se realizó mediante la utilización de estadística descriptiva (frecuencias).

Subdimensión: Beneficios/ítems	Tipo
<b>Beneficios para producir</b> Tener mayor producción; Reducción de costos de producción.	94.8%
<b>Beneficios para innovar</b> Desarrollar mejoras en productos; Desarrollar mejoras en procesos productivos; Desarrollar nuevos procesos.	90.8%
<b>Beneficios para el mercado</b> Incrementar ventas de producto; Mayor participación de mercado; Mejorar distribución de productos; Conservar clientes; Disminuir costos de venta de productos.	95.9%
<b>Beneficios para administrar</b> Mejoras en aspectos financieros; Mejoras en trámites de financiamiento; Aprovechamiento de apoyos gubernamentales; Mejoras en la capacitación de empleados.	93.1%

**Tabla 5.** Beneficios de la cooperación interempresarial en las empresas encuestadas.

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, de acuerdo a la correlación realizada con el estadístico Rho Spearman (utilizada para mediciones ordinales y para datos que no provienen de una distribución normal), los resultados evidencian (ver tabla 6) que las empresas que cooperan tienen beneficios mayormente para el mercado (0.535); para producir y para innovar la correlación fue de 0.522 y finalmente para administrar fue de 0.510; todas con un nivel de significancia de 0.01, por lo que la hipótesis nula se rechaza y se acepta la hipótesis alternativa, que señala que al menos el 50 % las empresas del sector agroindustrial lácteo en Aguascalientes que cooperan, obtienen beneficios, datos similares a los aportados por De Nieves, Martínez y Briones (2011:89) [17], donde se encontró que la mitad de los agronegocios estudiados realizan actividades colaborativas.

Beneficios de cooperar		Existencia de cooperación
Beneficios para producir	Coficiente de correlación	.552**
	Sig. (bilateral)	.001
	N	32
Beneficios para innovar	Coficiente de correlación	.522**
	Sig. (bilateral)	.002
	N	32
Beneficios para el mercado	Coficiente de correlación	.535**
	Sig. (bilateral)	.002
	N	32
Beneficios para administrar	Coficiente de correlación	.510**
	Sig. (bilateral)	.003
	N	32

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

**Tabla 6.** Existencia de cooperación y beneficios de la misma.

Fuente: Elaboración propia.

En ese sentido Solé y Bramanti (2001, pp. 114-117 en Benito, 2009:65) [19] mencionan que las redes de empresas, vistas como una alianza estratégica, permiten acceder a nuevos mercados y tecnologías de una manera más rápida y con un menor riesgo para los capitales empresariales.

### Conclusiones

Los aportes de García (2011:193) [6] están encaminados a afirmar “que cuando un grupo de empresas se une para formar una asociación o una alianza, siempre lo hacen con la finalidad de obtener un beneficio mayor a la suma que obtendrían de manera individual”, por lo que de acuerdo a los resultados se evidencia que las necesidades que los llevan a realizar acuerdos de cooperación son particularmente productivos y los tipos de acuerdos de cooperación realizados son igualmente de carácter productivo; beneficiándose en cuanto al mercado y para producir.

El sector lácteo primario de tipo empresarial en Aguascalientes tiene pocos integrantes además de que en su mayoría venden sus productos a los mismos compradores, por lo que al ser un grupo cerrado y pequeño no se catalogan como competidores y prefieren trabajar en equipo para realizar acuerdos que los beneficien a ambos. Según Álvarez y Montaña,

(2011:651) [11] “la agroindustria se ha vinculado con mayor fuerza con los medianos y grandes productores, pero sobre todo ha influido en la adopción de prácticas productivas, administrativas, de mercado y de calidad, que les permiten mayor control de la producción primaria, pero que también benefician directa e indirectamente al conjunto de los ganaderos lecheros”.

Considerando lo anterior, al tener los mismos compradores se puede apreciar que gran parte de los acuerdos productivos son para realizar distribución conjunta con el fin de compartir gastos de distribución y obtener mayores utilidades. A la vez el cooperar para obtener certificaciones es derivado de la exigencia de los compradores para la adquisición de su producto, por lo que al ser las mismas condiciones para todos optan por cooperar para lograr la conservación del cliente.

Es preciso mencionar las áreas de oportunidad para éste sector, las cuales se encuentran en áreas de innovación y administración, ya que como es posible observar en los resultados obtenidos en la investigación, algunos productores de leche han obtenido beneficios a partir de la cooperación para innovar y para administrar siendo que aun así son las menos desarrolladas por la población.

Finalmente cabe destacar que a partir de los resultados obtenidos, ésta investigación muestra que este sector productivo es un claro ejemplo de la implementación de la cooperación interempresarial como estrategia para el desarrollo empresarial y la mejora de la competitividad en las empresas, siendo que al realizar acuerdos cooperativos obtienen mayores beneficios individual y colectivamente.

### Referencias

- [1] Ojeda, J. (2009). La cooperación empresarial como estrategia de las Pymes del sector ambiental. *Estudios gerenciales*. 25 (110), pp. 39-61. Obtenido en: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=560dfa3d-ff43-4264-b183-0928ac12d8eb%40sessionmgr112&vid=38&hid=118>
- [2] Araiza, M. Z., Velarde, E., Chávez, M. (2014). La cooperación interempresarial y su relación con el desarrollo de las capacidades tecnológicas en las pymes de la industria metalmecánica de la región centro de Coahuila, en México. *Revista Internacional Administración & Finanzas*. 7 (2), pp. 13 – 29 Obtenido en: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=186c310e-1aaa-4da6-8489-f9c4bfeb367d%40sessionmgr4003&vid=5&hid=4106>
- [3] Martínez, S. (2011). *Aproximación teórica a los acuerdos de cooperación empresarial*. Tesis doctoral. Universidad de Cádiz. Cádiz, España. Obtenido en: <http://biblioteca.uca.es/sbuca/bibcsoc/doctrab/ful01-1.pdf>
- [4] Cegarra-Navarro, J.G.; Briones-Peñalver, A. J. y Ros-Sánchez, M. (2005). La confianza como elemento esencial para la mejora de la cooperación entre empresas un estudio empírico en Pymes. *Cuadernos de Administración*. 18 (30). Pp. 79-98. Bogotá, Colombia. Obtenido en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503003>
- [5] Michalus, J.C.; Hernández, L. A.; Hernández, G.D...; Suárez, J. y Sarache, W.A. (2011). Modelo cooperativo de microempresas, pequeñas y medianas empresas orientado al desarrollo agrario local. *Pastos y Forrajes*, 34 (2), pp. 219-234, Obtenido en: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=560dfa3d-ff43-4264-b183-0928ac12d8eb%40sessionmgr112&vid=10&hid=118>
- [6] García, R. (2011). Revisión de los elementos teórico-conceptuales en torno a la cooperación interfirmas e interorganizacional. *Análisis Económico*. 62 (26). Pp. 185-208
- [7] Dini, M. (2010). Competitividad, redes de empresas y cooperación empresarial. *CEPAL- Serie Gestión Pública*. (72). pp. 7-83. Obtenido en: [http://www.eclac.org/publicaciones/xml/5/42685/SGP\\_N72.pdf](http://www.eclac.org/publicaciones/xml/5/42685/SGP_N72.pdf)
- [8] Araiza, M. Z., Velarde, E., Zárate, A. (2010). Tipología de la cooperación interempresarial: Caso de la industria metalmecánica de Coahuila. *Revista Internacional Administración & Finanzas*. 3 (3), pp. 91 – 104 Obtenido en: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=186c310e-1aaa-4da6-8489-f9c4bfeb367d%40sessionmgr4003&vid=5&hid=4106>
- [9] Araya, A. (2006). Cooperación empresarial en PYMES. *TEC Empresarial*, 1 (1), pp. 44- 48.
- [10] Domínguez R. (1996). Promoción y reestructuración de pequeñas y medianas empresas en Canadá, España, Italia y Japón. Temas para el debate en América Latina. BID, División de Infraestructura y Mercados Financieros, Washington.
- [11] Bayona, C. B.; García, T. y Huerta, E. (1999). *Motivaciones empresariales para cooperar en I+D: Un análisis empírico con empresas españolas*. Universidad Pública de Navarra, Departamento de Gestión de Empresa.

- [12] Rodríguez, B.; Vásquez, R. D. y Mejía, Y. (2014). La estrategia de cooperación empresarial-una alternativa para fortalecer la ventaja competitiva en la Mipyme: caso industria metal mecánica del sureste de Coahuila. *Revista Global de Negocios*, Vol. 2 Núm. 4, 2014. <http://www.theibft2.com/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v2n4-2014/RGN-V2N4-2014-8.pdf>
- [13] Fernandes da Silva, T. (2005). La cooperación interempresarial: nuevas estrategias empresariales para pequeñas empresas en el proceso de desarrollo local. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*. Vol. 3 No. 1.
- [14] Álvarez, A. y Montaña, E. (2001). Organización agroindustrial y regional del sistema lechero de Aguascalientes. *Comercio Exterior*. Bancomext. 51 (7). Pp. 643-651
- [15] Araiza, M. Z. (2008). *El proceso dinámico de la cooperación interempresarial: pymes de la industria metalmecánica de la región centro del estado de Coahuila*. Tesis para obtener el grado de Doctor en Administración. Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- [16] Sagarpa (2008). *Estrategias para aumentar la competitividad de la cadena productiva de leche en México*. [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fnZ7JMQxMioJ:www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/Estudios\\_promercado/Estrategia%2520para%2520aumentar%2520competitividad%2520de%2520productores%2520de%2520leche%2520en%2520M%25C3%25A9xico.pdf+&cd=5&hl=es-419&ct=clnk&gl=mx&client=firefox-b-ab](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fnZ7JMQxMioJ:www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/Estudios_promercado/Estrategia%2520para%2520aumentar%2520competitividad%2520de%2520productores%2520de%2520leche%2520en%2520M%25C3%25A9xico.pdf+&cd=5&hl=es-419&ct=clnk&gl=mx&client=firefox-b-ab)
- [17] De Nieves, C., Martínez, E. y Briones, A. J. (2011). Análisis de las actividades de cooperación en agronegocios. CIRIEC España, *Revista de economía pública, social y cooperativa*, No. 72, Oct. 2011, pp. 73-95. [http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/7203\\_Nieves\\_et\\_al.pdf](http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/7203_Nieves_et_al.pdf)
- [18] Santiago, D. P.; Cruz, B. C.; Acevedo, J. A.; Ruiz, A. y Maldonado, J. R. (2015). Asociatividad para la competitividad en la agroindustria de Oaxaca, México. *Revista Mexicana de Agronegocios*, vol. XIX, núm. 36, enero-junio, 2015, pp. 1167-1177, Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria A.C.Torreón, México.
- [19] Benito, S. (2009). Las redes de cooperación de microempresas en España y la utilización de las TIC's. CIRIEC España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. N° 64, pp. 59-84. <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=40&sid=560dfa3d-ff43-4264-b183-0928ac12d8eb%40sessionmgr112&hid=11>

**Recibido:** 26 de octubre de 2015

**Aceptado:** 20 de junio de 2016