

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL DE UNA ZONA PIÑERA DE VERACRUZ, MÉXICO

STRATEGIC ANALYSIS OF TERRITORIAL COMPETITIVENESS OF A PINEAPPLE ZONE IN VERACRUZ, MÉXICO

Ramírez-Romero, S.¹; Figueroa-Rodríguez, K.A.²

¹Instituto Tecnológico Superior de Juan Rodríguez Clara, Calle Morelos 507, Col. Matabejuco, Juan Rodríguez Clara, Ver. C.P. 95670. ²Colegio de Postgraduados, Campus Córdoba, Km. 348 Carretera Federal Córdoba-Veracruz, Córdoba, Veracruz, México. C.P. 94946.

Autor responsable: solr11@hotmail.com

RESUMEN

La planificación estratégica permite analizar, evaluar, proponer y modificar patrones sociales y económicos. En esta investigación se evaluaron las variables teóricas que explican la competitividad de la zona piñera de los municipios Juan Rodríguez Clara e Isla, Veracruz, México. El estudio utilizó las estadísticas agrícolas de la Secretaría de Agricultura (SAGARPA), además de información obtenida en un estudio de campo con una muestra de 313 productores de piña. Se desarrolló un índice para expresar la competitividad, utilizando un análisis factorial de componentes principales creado a través del uso de los factores organizados a partir de la información analizada. Se determinó que con el fin de aumentar la competitividad de los productores es necesario mejorar la asistencia técnica y el proceso de comercialización. Los modelos generales que definen autores de planificación estratégica, no pueden ser aplicados sin identificar las necesidades de cada territorio. La creación de modelos específicos para el análisis de competitividad contribuye a la identificación de las necesidades particulares de cada región.

Palabras clave: Planificación estratégica, territorio, piña, marginación.

ABSTRACT

Strategic planning allows analyzing, evaluating, proposing and modifying social and economic patterns. The theoretic variables that explain competitiveness in the pineapple zone of the municipalities of Juan Rodríguez Clara and Isla, Veracruz, México were evaluated in this research. The study used agricultural statistics from the Agriculture Ministry (SAGARPA), in addition to information obtained in a field study with a sample of 313 pineapple producers. An index was developed to express competitiveness, using a principal component factorial analysis created through the use of factors organized from the information analyzed. It was determined that with the goal of increasing producers' competitiveness, it is necessary to improve technical assistance and the commercialization process. The general models that authors of strategic planning define cannot be applied without identifying the needs for each territory. The creation of specific models for the analysis of competitiveness contributes to the identification of particular needs of each region.

Key words: strategic planning, territory, pineapple, marginalization.



INTRODUCCIÓN

La planificación estratégica surge como un enfoque militar; sus inicios se registran en la década de los años cincuenta (Mintzberg et al., 1997; Pupo, 2005; Carrión, 2007), ocasionados por la complejidad incremental de las grandes empresas de la época. En la actualidad se ha convertido en un área multidisciplinaria, que permite su aplicación tanto a nivel empresarial, como en políticas públicas, desarrollo económico, y que está conformado por perspectivas, trabajos básicos, metodologías, técnicas, formulación de estrategias, así como de análisis que permiten observar desde el entorno exterior hasta el interior el objeto de estudio (Sánchez, 2010). Por ello, la función de la planificación estratégica es identificar las necesidades de la organización, sus propósitos y objetivos para encaminar los recursos y actividades hacia el logro de la visión, a través de estrategias de largo, mediano y corto plazo. Lo anterior es con base en el análisis estratégico, que incluye un análisis, tanto interno como externo, con perspectivas micro y macro estructurales (David, 2008; Amaya, 2010).

El análisis estratégico que se realiza en una organización, es diferente al que se puede llevar a cabo en un territorio, debido a que el primero considera la orientación del modelo de las cinco fuerzas de Porter (1990) para medir la competitividad, mientras que en territorio hay que poner un punto central que es el concepto de "proyecto de territorio", que se fundamenta como un proceso destinado a adquirir por los agentes locales y las instituciones, la capacidad de valorizar su entorno, actuar juntos, crear vínculos entre los sectores involucrados, estableciendo relaciones con otros territorios y con el resto del mundo (Echeverri et al., 2003).

El hablar de desarrollo territorial involucra los términos desarrollo y territorio. En primera instancia el territorio se define no solo como un espacio físico, sino como un conjunto de factores y relaciones que se generan dentro y fuera de él (Figueroa, 2011; Porter, 2003; Semitiel, 2004; Merchand, 2005; Castañeda, 2008; Carcamo, 2009; González y Martín, 2009). Mientras que el desarrollo a lo largo de la historia ha cambiado su enfoque; inicialmente solo hizo alusión al progreso, posteriormente se identificó como una ideología económica, después fueron confrontados a su interior los conceptos de desarrollo social y cultural, resaltando las ideas sobre educación y cultura; y ahora, se suma el enfoque ambiental (Alonso, 2008; Brito, 2010; Cárcamo, 2009; Echeverri, et al., 2003; Fernández et

al., 2007; Figueroa, 2010; Gómez, 2011).

Una de las teorías que se ha propuesto para lograr el desarrollo territorial (Aranda et al., 2007) está basada en el establecimiento dentro de las zonas rurales de la constitución, la denominación de origen sobre la agroindustria alimentaria, pues es dentro de estas zonas que existe una estrecha relación con el sector primario, y se ha apostado a la modernización de la industria alimentaria, a través de la vinculación a la transformación y posterior distribución de la producción a nivel local. La aportación de la agroindustria se puede ver desde el punto de vista económico, aunque también se observa su potencial en lo social, político y ambiental (Figueroa, 2010), mostrando con ello la calidad y el nivel de vida que pueden tener los habitantes de determinado territorio. Otro punto de vista es el que expresa Castañeda (2008), quien hace una apreciación social del desarrollo territorial, aplicable al Índice de Desarrollo Municipal, para poder observar con ellos, las condiciones socioeconómicas de un determinado municipio y poder analizar a través de parámetros específicos situaciones tales como, marginalidad, influencia en el medio ambiente, producciones por cosechas, entre otros aspectos. En consideración a lo anterior, se evaluaron las variables teóricas que explican la competitividad de una zona productora de piña (*Ananas comosus*) en Veracruz, México, con el fin de identificar los indicadores de la competitividad que mantiene este territorio, así como la relación que guarda con la calidad de vida que mantienen los productores, considerando que de manera conjunta se puede demostrar que la creación de modelos específicos



para el análisis de competitividad contribuyen a la identificación de necesidades particulares de cada territorio.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó en los municipios de Juan Rodríguez Clara e Isla, Veracruz, México, dedicados mayormente a la producción piña (*A. comosus*) (Figura 1). Estos municipios, produjeron en el año 2010, cerca del 41% de la producción total de piña del país, equivalente a 55% de la producción del estado (OEIDRUS, 2012; Secretaría de Agricultura, 2010).

En estos municipios la actividad económica principal es la siembra de la piña (*Ananas comosus*) de la variedad Cayena Lisa y en segundo lugar la variedad MD2. En 2012

se cultivaron 19,500 hectáreas, obteniendo 294,371 t ha⁻¹, sin tomar en cuenta la superficie sembrada con sistemas de riego por falta de registro oficial (OEIDRUS, 2012). En lo concerniente a registro de personas dedicadas a esta actividad, no se cuenta con un censo válido; sin embargo, el Consejo Veracruzano de la Piña cuenta con un padrón aproximado de 1,618 productores activos pertenecientes a los municipios en estudio.

Estos municipios productores de piña conservan un nivel de marginación medio, a comparación de municipios productores de maíz (*Zea mays*) o frijol (*Phaseolus* spp.) (Ramírez et al., 2013). Los índices son términos cuantitativos que permiten conocer cómo se encuentra determinado aspecto en relación a algo de la realidad que interesa conocer. Los indicadores tienen su importancia pues permiten observar las variaciones de los datos a través del tiempo y poder respaldar acciones en función a sus resultados.

La construcción del modelo para medir la competitividad de la zona de estudio en mención, se desarrolló a partir de un cuestionario que consto de 94 reactivos para caracterizar a los municipios productores de piña, y que reportan mayor producción a nivel nacional (SAGARPA, 2010). Este número de variables es muy alto para poder establecer su poder explicativo, de tal forma que fue necesario crear un índice más concentrado que permitiera entender los datos a fin de responder a la pregunta: ¿Cuál es el nivel de competitividad que tiene el territorio piñero del sur de Veracruz, en específico para los municipios de Juan Rodríguez Clara, e Isla?

Originalmente se contaba con 313 variables a nivel municipal que fueron construidas con el objetivo de establecer los porcentajes en los cuales cada municipio era competitivo, de estas se eliminaron: Las características generales del productor, ya que representaban únicamente información acerca de su nivel de estudios, edad y sexo. De las variables restantes (Cuadro 1), utilizando un análisis factorial basado en el análisis de componentes principales, se buscó construir un índice único de competitividad a nivel municipal, esto se llevó a cabo con la finalidad de reducir la dimensionalidad original y al mismo tiempo se reflejara la información de los indicadores y relaciones entre sí, a la par, el índice permitiría establecer una ordenación de los municipios y servir como variables respuestas para explicar la competitividad de los municipios. Sin embargo, no fue posible crear un solo índice, sino que se generaron cinco (Cuadro 2).

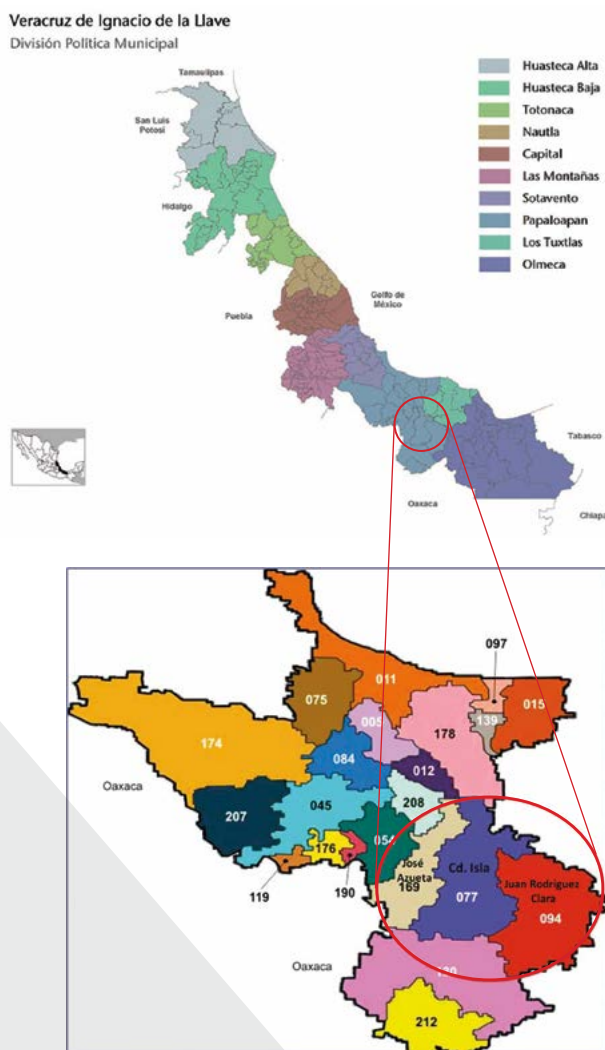


Figura 1. Región del Papaloapan, zona productora de piña (*Ananas comosus*) del Sur de Veracruz, México. Fuente: <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/veracruz/regiones.htm>

Cuatro 1. Variables iniciales que se consideraron para el estudio.

Variable	Descripción	Media	Desviación Estándar	Muestra
<i>Edad</i>	Identifica la edad del productor	45.65	12.111	314
<i>ExpPro</i>	Experiencia como productor	15.85	10.004	314
<i>GraEst</i>	Nivel de estudios del productor	2.56	.988	314
<i>OrigenHijo</i>	Origen de la planta de piña	1.25	.437	169
<i>CasRentCuaPag</i>	Pago de renta de tierra por ciclo	6201.48	1160.952	169
<i>MaqCue</i>	Maquinaria con la que cuenta	2.19	.764	169
<i>EquImp</i>	Equipo e implemento con el que cuenta	1.37	1.068	169
<i>PosInsRie</i>	Instalaciones de riego	1.97	.170	169
<i>ComVenProd</i>	Como vende su producción	1.32	1.220	275
<i>TipMerDir</i>	Tipo de mercado al que se dirige la producción	2.48	.873	275
<i>CunCli</i>	Número de clientes que tiene	2.32	1.401	275
<i>QuiVenProd</i>	A quien le vende sus productos	1.97	1.379	275
<i>UstVenOtrLug</i>	Sale a vender a otro lugar	.06	.235	275
<i>TraPiniRea</i>	El trasiego de la piña lo realiza a través	1.48	.680	275
<i>FacCamCli</i>	Facilidad para cambiar de clientes	1.82	.383	275
<i>MkdoConoce</i>	Tipo de mercado que conoce	2.35	1.268	275
<i>ProdCon</i>	Número de productores que conoce	24.79	25.564	29
<i>PerAlgAsoGruOrg</i>	Pertenece a algún grupo o asociación	.55	.572	29
<i>PerAlgAsoPro</i>	Pertenece a alguna asociación de piñeros	.93	.258	29
<i>AspUtiAso</i>	Aspecto en el que le ha sido útil la asociación	2.72	2.477	29
<i>DonComIns</i>	Lugar donde compra los insumos que utiliza	.90	.299	222
<i>MaqUtiCom</i>	La maquinaria que utiliza la compro en el mismo poblado	.84	.365	222
<i>EquUtiPar</i>	El equipo que utiliza en su parcela lo compro en el mismo poblado	.85	.361	222
<i>FacCamPro</i>	Facilidad para cambiar de proveedores	.59	.494	222
<i>CuaPro</i>	Número de proveedores que tiene	1.81	.856	222
<i>TomAlg</i>	Ha tomado algún curso de capacitación	.79	.409	222
<i>TenAlgApoAlg</i>	Apoyo de alguna escuela, universidad o técnico	.12	.322	222
<i>TenCre</i>	Créditos que ha tenido	.29	.454	222

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En todos los casos, los valores de KMO de análisis factorial fueron superiores a 0.5 sin embargo, al corroborar la construcción utilizando el alfa de Cronbach, el índice tenencia no tenía fiabilidad, por lo que no fue considerado para análisis posterior-

res. En el caso de *IndApoyo*, que si bien no cumplen con el valor de 0.5 recomendado se mantuvo para verificar su relevancia.

Modelo para establecer los factores que explican la competitividad

Las utilidades son aquellas que dentro del punto de vista económico y

social, definen si un productor es competitivo o no. Para el caso de análisis fue el resultado de la conjugación de: los costos de insumos utilizados, costo total de jornales por ciclo, costo total de maquinistas por ciclo, costo de mano de obra por ciclo, costo total de maquinaria, inversiones e ingresos. Con los in-

Cuadro 2. Variables para la construcción del índice.

Índice de	α	Indicadores	Indicador
Insumos	.054	CasRentCuaPag EquImp PosInsRie	Cuanto de renta paga por ciclo Equipo e implementos agrícolas que posee Posee instalaciones de riego
Grado de conocimiento del mercado	.000	ComVenProd TipMerDir CunCli QuiVenProd	Como vende su producción Tipo de mercado al que dirige su producción Cuántos clientes tiene A quien le vende su producción
Distancia al mercado	.000	FacCamCli TraPiniRea MkdoConoce	Facilidad para cambiar de clientes Trasiego de piña Mercado que conoce
Asociación	.108	PerAlgAsoPro AspUtiAso	Pertenece a alguna asociación de productores Aspecto en que ha sido útil esa asociación
IndApoyo	.000	DonComIns MaqUtiCom	Donde compra sus insumos La maquinaria que utiliza la compro en el mismo poblado
		EquUtiPar	El equipo que utiliza en su parcela lo compro en el mismo poblado
		FacCamPro	Facilidad para cambiar de proveedores de maquinaria, Herramienta y equipo
		TomAlg TenAlgApoAlg	Curso de capacitación A tenido algún apoyo de alguna escuela, universidad o técnico
		TenCre	Ha tenido créditos

lices ya expuestos (Cuadro 2), se realizó un análisis de regresión para establecer la importancia de cada uno de ellos y así explicar su relevancia como un indicador de competitividad.

Los modelos generados (Cuadro 3) permitieron observar que solo las industrias de apoyo tienen un peso re-

lativo sobre el comportamiento de la competitividad de los productores de piña, esto es debido a que aunque su resultado es negativo las variables que identifican a este índice (donde compra sus insumos, maquinaria, la compro en el mismo poblado, equipo que utiliza en su parcela lo compro en el mismo poblado, facilidad para cambiar de proveedores de maquinaria, herramienta y

Cuadro 3. Parámetros de los modelos de regresión lineal.

MODELO		B	SDE	β	Sig.
I	Constante	1084426.778	10739.191		.000
$R^2 = .732$; $\alpha = .002$	IndApoyo	-20519.217	4384.161	-.856	.002
II	Constante	-6712.802	130382.119		.962
$R^2 = .907$; $\alpha = .490$	IndApoyo	-59608.053	27473.999	-2.486	.118
	Edad	-307.079	1472.144	-.050	.848
	ExpPro	1767.295	2065.753	-.433	.455
	TiemDedCul	-1239.670	1425.768	-.382	.449
	ProdCon	1443.097	650.922	.700	.113
	CuaPro	71715.847	72536.936	.917	.396

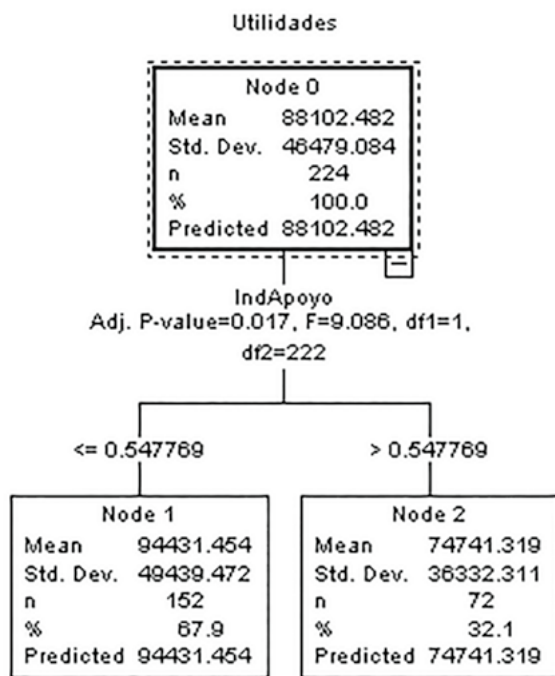


Figura 2. Resultados del análisis de segmentación de productores en función a utilidades.

equipo, curso de capacitación, ha tenido algún apoyo de alguna escuela, universidad o técnico, y ha tenido créditos), definen que entre menos influencia que la industria tengan sobre los productores, mayores serán las utilidades que alcanzaran. Los índices generados: Insumos, Grado de conocimiento del mercado, Distancia al mercado y Asociación, no se introdujeron en el análisis, por la baja relevancia que tuvieron para el mismo.

Segmentación de productores

Utilizando la técnica estadística de árboles de decisión para la segmentación, se pudo estratificar a los productores en función a sus utilidades, para ello se utilizó el software SPSS®, generando con este la Figura 2, en la cual se muestra que en relación a la variable dependiente que son las *Utilidades*, cuya \bar{X} se presenta como 88102.482, se estra-

tifica a partir de 0.547769 que es el valor de la variable *IndApoyo*. La estratificación crea dos nodos cada uno con valores de 67.9% y 32.1%, significando que es mayor el número de productores que se encuentran más alejados de la variable *IndApoyo*, en relación a las utilidades.

Al observar estos parámetros se corroboran los resultados que se han venido obteniendo a lo largo del estudio, lo cual identificó que la mayor parte de los productores aun siendo competitivos, carece de una relación con las industrias de apoyo (Figura 3). El sector agrario es indispensable para el desarrollo de un país, y dentro de él actúan múltiples factores que deben ser analizados al momento de querer llevar a cabo una planificación estratégica adecuada, sino, los resultados que se muestren serán simples números que no identifican la realidad que viven los productores del campo.

CONCLUSIONES

Esta investigación ha logrado definir, que además de los indicadores que presenta Porter dentro de su metodología para definir la competitividad a través del modelo de las cinco fuerzas, hay que realizar un análisis de factores tales como, los determinantes de la ventaja competitiva del territorio, pues este tipo de modelos permite identificar las relaciones existenciales entre los diversos actores de las cadenas de valor dentro de un territorio. Por lo que se concluye que la cadena de valor que se presenta en la región piñera del sur de Veracruz, muestra una desarticulación entre las industrias de apoyo y el funcionamiento del resto de la cadena, pues las participaciones del sector con respecto a los productores son mínimas en cuanto a capacitación, transferencia de tecnología, y gestión de recursos para adquirir equipos mecanizados.

Es necesario identificar ¿Que políticas se están planeando y aplicando para el sector piñero en la actualidad?, así como, ¿Que métodos se utilizan para que la tecnología que se desarrolla en centros de investigación y académicos llegue a los usuarios r?. Este es un territorio que mantiene a México posicionado en noveno lugar a nivel mundial en cuanto a producción de piña se refiere, por tanto hay que lograr que su competitividad no solo se base en las habilidades propias de cada productor.

LITERATURA CITADA

- Alonso Hernández A. 2008. Territorio, Desarrollo e Innovación. Economía política de una transformación. XI Jornadas de Economía Crítica, pp. 1-21.
- Amaya Amaya, J. 2010. Gerencia, planeación y estrategia. Fundamentos, modelo y software de planeación.
- Aranda Y., Combariza J. 2007. Las marcas territoriales como alternativa para la diferenciación de productos rurales. *Agronomía Colombiana*, Vol. 25 Num. 2 pp. 367-376.
- Brito Laredo J. 2010. Factores económicos y ambientales predictores de la actitud hacia la producción de naranja en Montemorelos, Nuevo León, México. *Revista Internacional de Administración & Finanzas*, VOL. 3 NUM. 1, pp. 25-37.

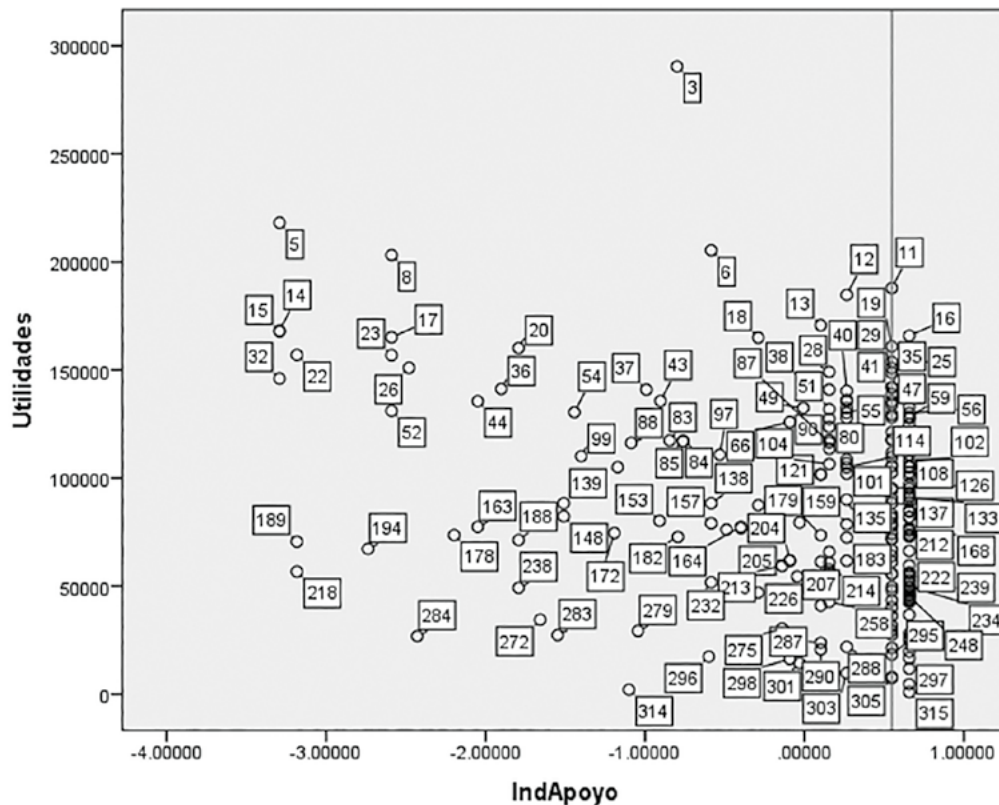


Figura 3. Productores en relación a las utilidades e industrias de apoyo.

Cárcamo Vásquez H. 2009. Desarrollo territorial rural (DTR): Perspectivas de solución para la pobreza rural en Chile Tiempo y Espacio, Vol. 23, pp. 45-61.

Carrión Maroto J. 2007. Estrategia De la visión a la acción. Madrid, España.

Castañeda Martínez T., et al. (2008). La concentración de agroindustrias rurales de producción de quesos en el noroeste del Estado de México: un estudio de caracterización. Estudios Sociales [en línea], Vol. 17, pp. 74-109.

David F.R. 2008. Conceptos de administración estratégica. México, D.F.: Pearson Prentice Hall.

Echeverri R., Rodríguez A., Sepulveda S. 2003. Competitividad territorial: elementos para la discusión. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

Fernández Tabales A., et al. (2007). Relaciones entre cohesión, diversidad y desarrollo territorial. Aplicaciones en Andalucía. XX Congreso AGE: "La Geografía en la frontera de los conocimientos".

Figuroa Rodríguez O. 2010. Diagnóstico regional con enfoque territorial. México, D.F.: COLPOS-Financiera Rural.

Figuroa Rodríguez O., et al. 2011. De las cadenas productivas a las cadenas de valor: Su diagnóstico y reingeniería. México, D.F.

Gómez Díaz M.R. 2011. La gestión del conocimiento en el desarrollo municipal. Caso Texcalyacac, Estado de México. Gestión y Estrategia., NUM. 39.

González F., Martín F. 2009. Atractividad y competitividad económica de los territorios. Boletín económico de ICE, N° 2966.

Merchand M.A. 2005. La dinámica transnacional de la agroindustria del

limón y su hinterland agrícola en el Valle de Tecomán. Análisis Económico, XX (segundo cuatrimestre), 33.

Mintzberg H., et al. 1997. El proceso estratégico Conceptos, contextos y casos. Edo. de México.

OEIDRUS. 2012. <http://www.oeidrus-veracruz.gob.mx/>. Fecha de consulta: 14/11/2013.

Porter M. 1990. La Ventaja Competitiva de las Naciones. Santa fé de Bogotá.

Porter M. 2003. The economic performance of regions. Regional studies, 37(6-7), 545-546.

Pupo G.A.R. 2005. La planeación estratégica de los sistemas de dirección de la región oriental de cuba. Cluster de los modelos diseñados. (Spanish). [Article]. Folletos Gerenciales, 9(12), 8-33.

Romero S.R., Rodríguez A.F., Rosas F.H., Aguilar V. 2013. Relación entre la producción agrícola y marginación a nivel municipal para el estado de Veracruz, México. Revista Mexicana de Agronegocios, 17(33), 528-538.

Secretaría de Agricultura, G., Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). 2010. Sistema de Información Agropecuaria de Consulta (SIACON). Retrieved 12/11/12, 2012, from <http://www.siap.gob.mx/>

Sánchez Vanderkast E. 2010. De la planeación normativa a la planeación estratégica: el CONPAB y el Plan de Desarrollo Bibliotecario. Anales De Documentación, Vol. 13, 257-274.

Semitiel García M., Noguera Méndez P. 2004. Los sistemas productivos regionales desde la perspectiva del análisis de redes. Redes: Revista hispana para el análisis de redes sociales (6), 3.