



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS - MBA**

**Incidencia de la confianza en la asociatividad de los productores de  
calzado del distrito de El Porvenir, 2019**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
Maestro en Administración de Negocios - MBA**

**AUTOR:**

**Br. José Martín Li Gavidia (ORCID: 0000-0001-9120-3951)**

**ASESOR:**

**Dr. Martín Manuel Grados Vásquez (ORCID: 0000-0002-8620-7859)**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**Gerencias Funcionales**

**Trujillo – Perú**

**2020**

## **DEDICATORIA**

A mis padres Elsa Gavidia y Domingo Li, a mi tía Doris y a mi querida hermana Silvia, que a pesar de no acompañarme se sentirían muy felices de lo que estoy logrando.

A mis hijos Marita y José Luis que son el motor que me permite seguir adelante todos los días.

A una persona muy especial, Alia, quien es mi amiga, cómplice y confidente en toda esta aventura que se llama vida.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por todas aquellas noches de oscuridad y soledad que me acompañó e iluminó para lograr el objetivo que me había trazado.

A los docentes de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo los cuales compartieron conocimientos y sobre todo experiencias enriquecedoras.

Al Ing. Stalin Ravello por el apoyo en la toma de encuestas a los empresarios de Calzado del distrito del Porvenir.

Al Presidente de la Alameda del Calzado, Sr. Juan Julio Sifuentes y al Ing. Carlos Alfaro Ramos por el tiempo brindado para las entrevistas en las cuales indicaron datos muy importantes para esta investigación.

Al Dr. Martín Manuel Grados Vásquez quien con su apoyo y consejos muy importantes y acertados permitieron culminar esta investigación.

## **Página del jurado**

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, JOSÉ MARTÍN LI GAVIDIA estudiante de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, sede Trujillo; declaro que la tesis titulada “Incidencia de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del Porvenir, 2019” presentada, en **85** folios para la obtención del grado académico de Maestro en Administración de Negocios -MBA es de mi autoría.

Por lo tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo establecido por las normas de elaboración de trabajo académico.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresadamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagio.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Trujillo, 18 de enero de 2020



---

Br. JOSÉ MARTÍN LI GAVIDIA

DNI: 17823697

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	ii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iii
<b>PÁGINA DEL JURADO</b> .....	iv
<b>DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD</b> .....	v
<b>ÍNDICE</b> .....	vi
<b>TABLAS</b> .....	viii
<b>FIGURAS</b> .....	x
<b>RESUMEN</b> .....	xi
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. MÉTODO</b> .....	11
<b>2.1. Tipo y diseño de investigación</b> .....	11
<b>2.1.1. Tipo de investigación</b> .....	11
<b>2.1.2. Diseño de la investigación</b> .....	11
<b>2.2. Operacionalización de las variables</b> .....	11
<b>2.2.1. Variables</b> .....	11
<b>2.2.2. Operacionalización de las variables</b> .....	11
<b>2.3. Población, muestra y muestreo</b> .....	12
<b>2.3.1. Población</b> .....	12
<b>2.3.2. Muestra</b> .....	12
<b>2.3.3. Muestreo</b> .....	12
<b>2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad</b> .....	13
<b>2.4.1. Técnicas</b> .....	13
<b>2.4.2. Instrumentos</b> .....	13
<b>2.4.3. Validez del contenido</b> .....	13
<b>2.4.4. Confiabilidad</b> .....	14
<b>2.5. Procedimiento</b> .....	14
<b>2.6. Métodos de análisis de datos</b> .....	15

<b>2.6.1. Análisis cuantitativo</b> .....	15
<b>2.6.2. Análisis cualitativo</b> .....	15
<b>2.7. Aspectos éticos</b> .....	15
III. RESULTADOS .....	16
IV. DISCUSIÓN.....	34
V. CONCLUSIONES.....	38
VI. RECOMENDACIONES .....	40
VII. REFERENCIAS .....	41

## ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado..	45
Anexo 2 Guía de entrevista estructurada de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado .....	47
Anexo 3 Artículos 12 y 13 del Decreto Supremo N° 008-2008-TR.....	48
Anexo 4 Ficha de validación instrumento cuestionario.....	49
Anexo 5 Ficha validación instrumento guía de entrevista.....	50
Anexo 6 Hoja de vida de Experto en Asociatividad y Confianza .....	51
Anexo 7 Resultados de la confiabilidad del instrumento cuestionario.....	56
Anexo 8 Hoja de datos en SPSS V25 de la prueba piloto .....	57
Anexo 9 Autorización de funcionarios entrevistados.....	58
Anexo 10 Matriz de sistematización de información de la investigación .....	60
Anexo 11 Transcripción de las entrevistas y categorización.....	66
Anexo 12 Ficha técnica del instrumento cuestionario confianza en la asociatividad de los productores de calzado .....	70
Anexo 13 Ficha técnica del instrumento Guía de entrevista estructurada de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado .....	72

## TABLAS

Tabla 1. Pregunta 1: ¿Conoce que existen artículos en el DS N°008-2008-TR, específicamente el 12 y 13, que fomenta la asociatividad, clusters y cadenas de producción? .....	16
Tabla 2. Pregunta2:¿Considera que las compras estatales benefician más a las a empresas asociadas que a las individuales?.....	16
Tabla 3. Pregunta 3: ¿Piensa Ud. que la confianza es una cualidad de la persona y surge en momentos de incertidumbre e incide en las personas cuando se toman decisiones importantes? .....	17
Tabla 4. Pregunta 4:¿Considera que la confianza se genera y consolida con el tiempo cuando se trabaja en forma asociativa? .....	18
Tabla 5. Pregunta 5:¿Considera Ud. que la asociatividad entre empresas se da de forma voluntaria o espontánea? .....	18
Tabla 6. Pregunta 6: ¿Cree Ud. que la asociatividad permite a las empresas hacer negocios conjuntos, solucionar problemas similares, ser más competitivos y generar más ganancias? .....	19
Tabla 7. Pregunta 7: ¿Considera que la confianza es de vital importancia para la asociatividad? .....	20
Tabla 8. Pregunta 8: ¿Está de acuerdo que el modelo asociativo de redes empresariales es el que permite a las pequeñas empresas integrarse?.....	20
Tabla 9. Pregunta 9: ¿Considera que es importante ser honesto y veraz en cada situación que se presente en un proceso asociativo? .....	21
Tabla 10. Pregunta 10: En un proceso asociativo, ¿considera que cada integrante debe mostrar los conocimientos y aptitudes que puede aportar al equipo? .....	22
Tabla 11. Pregunta 11: ¿Considera importante que los integrantes sean coherentes (hacer lo que se dice) con las acciones que realizan en un proceso asociativo? .....	22
Tabla 12. Pregunta 12: ¿Considera que el oportunismo debe descartarse en el proceso asociativo? .....	23
Tabla 13. Pregunta 13: ¿Considera que cada integrante debe compartir experiencias, procesos innovadores para lograr el crecimiento del equipo conformado?.....	24
Tabla 14. Pregunta 14: ¿Considera que al estar los empresarios asociados mejorarían sus ingresos en forma conjunta e individual por tener un mejor poder de negociación con clientes y proveedores?.....	24

Tabla 15. Pregunta 15: ¿Considera que el estar asociado podría acceder a otros mercados e incrementará la mano de obra por la mejora de pedidos? .....	25
Tabla 16. Pregunta 16: ¿Piensa Ud. que se puede acceder a nueva tecnología que permita optimizar la producción y reducir costos como consecuencia de estar asociado? .....	26
Tabla 17 Matriz de triangulación de la información de investigación .....	27

## FIGURAS

Figura 1: Resultados de la Pregunta 1 .....	16
Figura 2. Resultados de la pregunta 2.....	17
Figura 3. Resultados Pregunta 3 .....	17
Figura 4: Resultados Pregunta 4 .....	18
Figura 5. Resultados Pregunta 5 .....	19
Figura 6. Resultados pregunta 6 .....	19
Figura 7. Resultados pregunta 7 .....	20
Figura 8. Resultados pregunta 8 .....	21
Figura 9. Resultados pregunta 9 .....	21
Figura 10. Resultados pregunta 10 .....	22
Figura 11. Resultados pregunta 11 .....	23
Figura 12. Resultados pregunta 12 .....	23
Figura 13. Resultados pregunta 13 .....	24
Figura 14. Resultados pregunta 14 .....	25
Figura 15: Resultados pregunta 15 .....	25
Figura 16. Resultados pregunta 16 .....	26

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como problema principal ¿En qué medida y de qué manera la confianza incide en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del Porvenir, 2019?, el estudio tuvo un enfoque mixto, presentando un diseño de investigación descriptiva y fenomenológica. Se usó una muestra no probabilística por conveniencia, bajo los criterios de inclusión y exclusión para la parte cuantitativa, se aplicaron cuestionarios a 50 empresarios de calzado del Porvenir, para la parte cualitativa se aplicó el instrumento guía de entrevista estructurada a 2 funcionarios relacionados con el sector calzado. Para el diseño de los instrumentos se usó un cuadro de triple entrada denominado Matriz de sistematización de información de la investigación. Se hizo una prueba piloto del cuestionario a 10 empresarios, se midió su confiabilidad con el alfa de Cronbach obteniéndose 0.807, el que indica que el instrumento es confiable. Los instrumentos fueron validados por un experto en el tema de confianza y asociatividad. Para el análisis de datos cuantitativos se usó el software SPSS v25 y Excel para mostrar las tablas de frecuencias y los gráficos. En la parte cualitativa se hizo una transcripción de las entrevistas estructuradas para definir sus categorías. Para la discusión se usó la matriz de triangulación de la información.

Entre los resultados y hallazgos tenemos que los empresarios de calzado tienen desconocimiento de las normativas que fomentan la asociatividad de las empresas. Se concluyó que la confianza es de vital importancia en un proceso asociativo y aumenta a medida que avanza el tiempo y logran resultados que los benefician (96% de los empresarios lo confirmó). Se evidencia la necesidad de que una entidad promueva y capacite a los empresarios de calzado para asociarse. Los empresarios de calzado y funcionarios coincidieron que la asociatividad les brinda grandes beneficios como mejorar ingresos, acceder a nuevos mercados, nueva tecnología y reducción de costos. No están convencidos que el modelo de redes empresariales sea el modelo ideal para asociarse.

Palabras clave: Asociatividad, Confianza, Redes Empresariales.

## ABSTRACT

The present investigation had the main problem: To what extent and in what way does trust affect the associativity of footwear producers in the district of Porvenir, 2019?, the study had a mixed approach, presenting a descriptive and phenomenological research design. A non-probabilistic sample was used for convenience, under the criteria of inclusion and exclusion for the quantitative part, questionnaires were applied to 50 footwear entrepreneurs from Porvenir, for the qualitative part the structured interview guide instrument was applied to 2 officials related to the footwear sector For the design of the instruments, a triple entry box called the Matrix of systematization of research information was used. A pilot test of the questionnaire was made to 10 entrepreneurs, their reliability was measured with Cronbach's alpha, obtaining 0.807, which indicates that the instrument is reliable. The instruments were validated by an expert in the subject of trust and associativity. For the quantitative data analysis, the SPSS v25 and Excel software was used to display the frequency tables and graphs. In the qualitative part a transcript of the structured interviews was made to define their categories. For the discussion the information triangulation matrix was used.

Among the results and findings we have that footwear entrepreneurs are unaware of the regulations that encourage the association of companies. It was concluded that trust is of vital importance in an associative process and increases as time progresses and results that benefit them are achieved (96% of entrepreneurs confirmed it). There is evidence of an entity that promotes and empowers footwear entrepreneurs to associate. Footwear entrepreneurs and officials agreed that associativity offers them great benefits such as improving income, accessing new markets, new technology and cost reduction. They are not convinced that the business network model is the ideal model to associate.

**Keywords:** Associativity, Trust, Business Networks.

## **I. INTRODUCCIÓN**

Vivimos en un mundo globalizado, las empresas grandes, medianas y pequeñas buscan obtener mayores ganancias. Esta búsqueda constante de mejorar y ser competitivos las lleva a adoptar estrategias que ayuden a lograr sus objetivos empresariales. Toda empresa, grande, pero sobre todo las pequeñas y microempresas que no se adapte y enfrente los violentos cambios de los mercados, definitivamente desaparecerá.

Hoy día la realidad problemática que tenemos en el mercado actual es más exigente con relación a calidad, volúmenes y tiempos de entrega. El cumplimiento de estas exigencias se puede conseguir trabajando en conjunto y el decidir por la asociatividad es una buena alternativa para lograr ser competentes y alcanzar los objetivos empresariales.

Las MYPES en Perú enfrentan una serie de inconvenientes como por ejemplo acceso créditos en entidades financieras todo debido a su tamaño, esto no les permite crecer. Según el Ministerio de la Producción, las MYPES aportan el 24% del PBI y contribuyen en relación al empleo en un 85%.

Lopez-Cerdán (2003) indica que una forma de asociatividad son las denominadas redes de empresas o empresarial, ONUDI define a una red empresarial de la siguiente manera “Grupo de empresas que colaboran en un proyecto de desarrollo conjunto, complementándose unas con otras y especializándose con el propósito de resolver problemas comunes, lograr eficiencia colectiva y conquistar mercados a los que no pueden acceder de manera individual.”.

Lopez-Cerdán (2003) se refiere a una red empresarial como un grupo reducido de empresas independientes reunidas estratégicamente las cuales mantienen su autonomía y que colaboran entre sí para lograr sus objetivos planteados en el mediano y largo plazo, desarrollando la competitividad de cada uno de los participantes.

Gonzalez-Campo y Charry (2010) Indican que el éxito de estas redes empresariales se basa en solidaridad, confianza y cooperación, esto se logra con la asociatividad, logrando que la red sea efectiva en productividad y competitividad.

Gomez (2011) determinó en su estudio sobre Asociatividad Empresarial que es una alternativa para hacer frente a la competitividad y los indicadores que la valoran son: confianza, cooperación, liderazgo y participación organizacional.

Sánchez, Chang, Camacho y Donett (2014) Refieren que el individualismo y la desconfianza son los principales problemas para lograr la asociatividad de las empresas. Además de lograrse el éxito, se genera un problema, la gestión. Por lo que consideran que se las entidades gubernamentales deben fomentar y acompañar el desarrollo de este proceso.

Fernandez, Narváez y Senior (2008) Concluyen en su investigación acerca de la asociatividad empresarial que al construir confianza y fomentar procesos de cooperación interempresarial se puede mejorar el desempeño de las empresas.

Meza, Cisneros y Meza (2017) En su investigación muestran un caso exitoso de asociatividad en productores de cacao orgánico de Vinges (Ecuador). La asociación Apovinges (formada el año 2006), agrupa 240 pequeños productores. Es una organización de segundo orden, su mercado destino es Berna (Suiza), sus ingresos en el 2014 han sido de aproximadamente dos millones de dólares. Han logrado certificaciones internacionales de CERES (Producto orgánico), FAIRTRADE (Comercio Justo) y RAIN FOREST ALLIANCE (Conservación de la biodiversidad).

Rojas (2008) ,Gerente de Cepicafe, mencionó que en nuestro país tenemos experiencias exitosas sobre asociatividad, la Central Piurana de Cafetaleros (CEPICAFE), es una asociación a la que se le denomina de segundo nivel la cual está integrada por noventa asociaciones de base que agrupa a 6611 pequeños productores de cacao, café orgánico y panela orgánica (llamada azúcar integral ecológica) para la exportación. Fue fundada el 25 de marzo de 1995. Cepicafe exporta café de la sierra piurana a los mercados convencionales y a los mercados ecológico y de comercio justo.

Cenfrocafe (s.f.) La Central Fronteriza del Norte de Cafetaleros mejor conocida como Cenfrocafe, es otra de las experiencias exitosas. Es una cooperativa que está conformada por 84 organizaciones de base y agrupa a 3000 familias en 11 redes en las provincias de Jaén, Bagua y San Ignacio. Inicialmente fueron socios de CEPICAFE y con ellos lograron exportar su café a EE. UU. y Europa. A partir del 2007 obtienen la certificación del Comercio Justo y comienzan a exportar independientemente. En el año 2010 se transformó en cooperativa siendo una organización de primer nivel.

En la provincia de Maynas, región Loreto existen asociaciones de arroz, cacao, camu camu y palmito las cuales por estar integradas obtuvieron beneficios tales como títulos

de propiedad, capacitación de entidades del gobierno, apoyo crediticio, mejora en precios de insumos por compras conjuntas y ventas directas sin intermediarios mejorando con esto sus ingresos como se menciona en (Rediagro Peru, 2017)

Willax Televisión (2012) Carola Amezaga, directora adjunta de Helvetas, Perú indicó que durante los años 2005 y 2012 se crearon 118 organizaciones asociativas en forma de red empresarial en los departamentos de Cajamarca, Cuzco y La Libertad en las cadenas productivas de lácteos, cuyes, artesanía y flores. Esta estrategia asociativa les permitió incrementar sus ingresos en forma conjunta hasta en un 700%. Indicó que antes de hablar de negocios o de proyectos estratégicos, tuvieron que desarrollar capital humano, es decir, hacer que un grupo de personas confíen entre ellas para poder hacer negocios. El proyecto que se desarrolló fue Apomipe con apoyo de la fundación Suiza COSUDE y en convenio con el ministerio de la producción. En cada departamento donde actuaron tuvieron una ONG aliada para desarrollar las estrategias de confianza y asociatividad.

El marco normativo en lo relacionado a la asociatividad indica en Normas Legales (2008) en el Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente - Reglamento de la Ley MYPE. Decreto Supremo N° 008-2008-TR, publicado en diario El Peruano el 30 de septiembre de 2008, Capítulo III con respecto a DEL ACCESO A LOS MERCADOS Y LA INFORMACIÓN, artículos 12 y 13 se refieren a la asociatividad empresarial y el fomento a la asociatividad. (Ver anexo 3)

Al respecto en el marco referencial, tenemos a Vargas Torres & Ticlla Oliva (2012) que investigaron acerca de “Los factores que favorecen o limitan el fortalecimiento del capital social en los procesos de asociatividad. El caso de la red de microempresarias de confecciones de San Juan de Lurigancho”, plantean aportar conocimiento que ayude a comprender como el fortalecer capital social ayuda a superar los inconvenientes relacionados a la asociatividad en las microempresas de confecciones del distrito de San Juan de Lurigancho. La investigación es cualitativa y usaron el estudio de casos. La muestra de la investigación fue tomada por conveniencia. Para la investigación se van a considerar dos de las quince conclusiones, una es referida con relación la confianza que para los investigadores es el factor fundamental para que los procesos asociativos sean exitosos y la segunda es que para la muestra la asociatividad es la estrategia para alcanzar el éxito empresarial y ser competitivos.

Por otro lado Algalobo Távora, & Pusse Monja (2017) realizaron una investigación sobre “Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de Olmos”. La investigación determinará si es la asociatividad el modelo que les permitirá la exportación del distrito de Olmos, provincia de Lambayeque. El enfoque de la investigación es cualitativo del tipo descriptivo y propositivo. Usaron un diseño mixto porque los datos son cuantitativos y cualitativos. De una población de 250 productores de limón, tomaron una muestra de 149 usando muestreo simple estratificado. La recolección de datos fue en base a entrevistas y encuestas. Concluyeron que el 95% de los productores estarían dispuestos a asociarse a pesar de los problemas detectados como confianza, individualismo, irresponsabilidad y falta de cooperación. Recomendaron adoptar un modelo cooperativista de cadena productiva y generar confianza para que se interesen en el tema asociativo.

Con respecto a la variable confianza tenemos que Moss (2006) se refiere como un valor que no se evalúa, es muy importante y que pocas veces se analiza y se observa su incidencia en las personas para incrementar el grado de desempeño y promover el talento. Menciona también que la confianza se genera cuando las personas se comprometen en un objetivo común el cual les permita resolver inconvenientes y generar resultados que los beneficie. Por otro lado (Pucci, Levin, Trajtenberg y Bianchi, 2006) mencionan lo siguiente con relación a confianza:

[...] la confianza surge cada que nos encontramos en una situación de relativa vulnerabilidad caracterizada por la incertidumbre y la falta de comunicación. Cuando no contamos con información perfecta o la misma es muy costosa, las decisiones y acciones racionales se vuelven imposibles. En dichos casos quedamos paralizados, a menos que recurramos a la confianza. Es decir, pese a que la información y los datos con que contamos no nos permiten predecir con exactitud lo que ocurrirá, y por ende, nos vemos imposibilitados de tener expectativas positivas o de actuar racionalmente, igualmente decidimos hacerlo. Contrariamente a lo que sostiene Williamson, la confianza no es un término innecesario que utilizamos en situaciones de cálculo de riesgo, sino que lo usamos cuando no es posible establecer dicho cálculo.

Gasca, Merino, Moreno, & Róman (2012), citan a Laurance Cornu (s.f.) con relación a la confianza: “la confianza es una hipótesis sobre la conducta futura del otro. Es una actitud

que concierne el futuro, en la medida en que este futuro depende de la acción de otro. Es una especie de apuesta que consiste en no inquietarse del no-control del otro y del tiempo”. Robbins & Judge (2013) indican que la confianza es lo que esperamos de las personas en forma positiva, en otros términos, las personas en quienes confiamos no sacaran provecho de las situaciones que se susciten. Mencionan también que el tiempo es un factor que ayuda a construir y generar confianza. Los autores se refieren a integridad, competencia, consistencia, lealtad y apertura como dimensiones de la confianza además identifican tres tipos de confianza:

La basada en la disuasión, que es la más frágil, cualquier infracción o inconsistencia la destruye, Basada en el conocimiento, esta se da en la gran mayoría de relaciones en las organizaciones, se tiene información sobre las personas y se puede conocer cuáles serían sus comportamientos ante una determinada situación. A diferencia de la anterior se podría decir que ante una falta o infracción no destruye la confianza y la basada en la identificación, la cual es la más alta ya que las partes se conocen muy bien y confían plenamente entre ellos, existe una lealtad plena. Uno podría tomar decisiones por el otro y sería para el beneficio de ambos. Plantean principios que nos permiten comprender la generación de confianza y desconfianza: la desconfianza destruye la confianza, la confianza genera confianza, la confianza puede volverse a ganar, los grupos con desconfianza se destruyen, la desconfianza por lo general reduce la productividad.

De los principios antes indicados resaltamos el último, la desconfianza por lo general reduce la productividad. Cuando en los grupos conformados no existe confianza, no hay cooperación, existen diferencias de intereses entre los integrantes por lo que la productividad se reduce.

En lo referente a la variable asociatividad tenemos que IICA (2017) la considera como una unión libre y voluntaria de un grupo de personas, productores de diferentes cadenas y empresas las cuales se organizan donde cada uno de los integrantes mantiene la independencia con el objetivo de buscar objetivos comunes. La finalidad es ser más competitivos e incrementar sus ingresos. Mincetur (2008) indica que la asociatividad es un “Enfoque que reconoce la importancia estratégica del trabajo conjunto articulado entre las empresas”. También menciona que la asociatividad “Surge como mecanismo de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentando un proceso de globalización. En este mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas

empresas, cada empresa decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial”. Gomez (2011) por otro lado cita a Enrique (2002) que conceptualiza a la asociatividad como la mejor táctica para que una empresa logre competitividad mediante la colaboración con empresas del mismo rubro. El objetivo es que sus productos o servicios sean conocidos cada vez más en los diferentes mercados.

Mincetur (2008) menciona que la asociatividad empresarial involucra a aquellas organizaciones que pretenden mejorar sus procesos y ser competitivas en los mercados globalizados. Liendo y Martínez (2001) indica que “El modelo asociativo surge como uno de los mecanismos de cooperación que persigue la creación de valor a través de la solución de problemas comunes originados fundamentalmente, por falta de escala. Es decir, la insuficiencia del tamaño de las empresas hace muy difícil la incorporación de tecnologías, la penetración a nuevos mercados y el acceso a la información, entre otros”. El Dr. San Martín (1995) en su libro *Distritos Industriales* hace una interesante descripción de cómo ha surgido el tema de asociatividad, menciona un refrán italiano que conceptualiza claramente lo que se logra con la misma: “Diez tornos bajo un techo no son más productivos que diez tornos bajo diez techos.”. Se entiende que las empresas si se asocian y plantean objetivos de corto, mediano y largo plazo lograrán objetivos no solo en grupo sino también en forma individual. Es importante recalcar que un término transversal en todo el proceso de la asociatividad es la confianza. Marshall (1920) se refiere a que las pequeñas empresas dependen más de su integración a un determinado entorno social y económico más que a ser entidades aisladas. Al respecto Spaeth (1993) afirma que el tamaño de la empresa no es el problema sino su no integración con las demás, en otras palabras estar aisladas.

Amézaga & Artieda (2017) por la experiencia de Apomipe, programa de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación - COSUDE, indican que el modelo de asociatividad que deben adoptar las MIPÉ agropecuarias son las Redes Empresariales, con ese modelo podrán ser competitivas. Realizan un análisis sobre los problemas de las MIPÉ en Perú, los cuales son: La débil y desarticulada estructura empresarial, Débil capital social, La reducida escala de producción / comercialización de las MIPÉ agropecuarias: el minifundio, La informalidad de las MIPÉ y el Débil sistema de promoción de las MIPÉ.

Hacen una precisión sobre la forma jurídica de las redes empresariales agropecuarias en el corto plazo, este es el contrato de Consorcio sin Contabilidad Independiente; y en el mediano plazo la modalidad recomendada es de Cooperativas de Servicios.

Es importante resaltar que Mathews (2014) considera importante las mínimas condiciones siguientes para poder establecer y mantener la asociatividad empresarial: confianza, precisión de objetivos y metas, compromiso, definición de roles, términos de membresía, liderazgo de gestión, penalidades y sanciones, contrato integral.

Así mismo resalta las ventajas de asociarse, éstas son las siguientes: los integrantes se complementan y potencian, obtienen menos costo en la compra de insumos debido a economía de escala (importante ventaja para los asociados), negocian tanto con proveedores de insumos y servicios, así como con potenciales clientes obteniendo mejores precios, todos los costos derivados de publicidad, promoción, ventas, relaciones públicas y marca personal pueden asumirse en conjunto, tienen la posibilidad en muchos casos negociar directamente sin intermediarios

Mincetur (2008) considera los siguientes tipos de asociatividad:

Redes de cooperación, son grupos de empresas de la misma cadena productiva que comparten información, similares procesos productivos y ofertas conjuntas, cada una de ellas mantiene su independencia.

Articulación comercial. es una relación que se mantiene en el tiempo alrededor de empresas que ofertan y demandan productos, interviene un elemento que hace de nexo entre ellas.

Alianzas en cadenas productivas, este tipo de asociatividad implica que las empresas realizan acuerdos para llevar adelante los procesos de producción.

Alianza en clusters, incluye empresas del mismo rubro así como también proveedores de diversos servicios e insumos, así como instituciones públicas y privadas que fomentan el desarrollo de sus integrantes. La relación que mantienen es fuerte permitiendo establecer lazos de cooperación e intercambio de información. San Martín (1995) define al cluster como “Los distritos industriales son sistemas de producción geográficamente definidos caracterizados por un gran número de empresas envueltas en varios estadios y en varias

vías de la producción de un producto homogéneo. Una característica significativa es que una gran proporción de estas empresas son pequeñas o muy pequeñas.”

Joint Venture, es la cooperación empresarial que actúa como una asociación empresarial estratégica entre empresas que se integran, complementan sus actividades para lograr objetivos comunes.

Según Liendo y Martínez (2001) las etapas de los procesos asociativos son las siguientes:

Gestación, cada una de las empresas se interesan en formar parte de un grupo. Se reúnen para conocerse, analizar las potencialidades de cada una de ellas y ver la posibilidad de llevar adelante un proyecto en conjunto.

Estructuración, las empresas ya coincidieron en formar parte de un grupo, establecen los objetivos de estar asociados.

Madurez, se asocian tomando una forma jurídica y definen las estrategias para que el proyecto conjunto sea sostenible.

Productiva o de gestión, durante este periodo llevan a cabo acciones conjuntas para obtener resultados esperados.

Declinación, en esta etapa la relación beneficio-costos no es atractiva para los integrantes y pueden tomar la decisión de desintegrar el grupo formado o tratar de plantearse nuevos proyectos.

Con referencia al marco conceptual, la confianza de acuerdo a Robbins & Judge (2013) indican que es lo que esperamos de las personas en forma positiva, en otros términos, las personas en quienes confiamos no sacaran provecho de las situaciones que se susciten. Mencionan también que el tiempo es un factor que ayuda a construir y generar confianza. Identifican las siguientes dimensiones para la confianza:

Integridad, se refiere a ser honestos y veraces en cada situación que se presente.

Competencia, es tener los conocimientos y habilidades necesarias para realizar las diferentes actividades planteadas.

Consistencia, tiene que ver con la manera en que se manejan las diversas situaciones, si se tiene un criterio adecuado para llevar adelante las diferentes situaciones que se presenten.

Lealtad, en un marco de confianza se desea que las personas actúen de una manera correcta y no oportunista.

Apertura, consideran que las personas serán sinceras en todo lo que dicen.

Al respecto de la variable asociatividad Mincetur (2008) se refiere a la asociatividad empresarial como aquellas organizaciones que pretenden mejorar sus procesos y ser competitivas en los mercados globalizados.

Pereyra (2014) sostiene que las MIPE son elementos importantes en las diversas actividades económicas y sociales de nuestro país porque generan empleos y redistribuyen los ingresos. La asociatividad genera impacto en lo económico, social y tecnológico.

En la investigación se ha considerado tres elementos importantes para dimensionar a la asociatividad debido al impacto que generan en las empresas que deciden asociarse, estas son los siguientes:

Factores Económicos, debido a que gracias a la asociatividad de las empresas, estas logran alcanzar sus objetivos de mediano y largo plazo incrementando sus niveles de ingreso.

Factores Sociales, la asociatividad contribuye a dar más puestos de trabajo con esto dinamiza la economía y contribuye al bienestar de los trabajadores contratados.

Factores Tecnológicos, al iniciar un nuevo negocio producto de la asociatividad, logran obtener una mejor tecnología, mejorar tiempos de producción y logran la reducción de costos.

En cuanto al problema de investigación tenemos lo siguiente ¿En qué medida y de qué manera la confianza incide en la asociatividad de los productores de calzado del distrito de El Porvenir, 2019?, cuyo objetivo general es Determinar, describir y explicar el nivel en que la confianza incide en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del Porvenir, 2019, la investigación es mixta.

Los objetivos específicos para el marco normativo son los siguientes: determinar en qué medida el componente marco normativo incide en las variables confianza y explicar de que manera el cumplimiento del marco normativo incide en las variables confianza y asociatividad.

El objetivo específico el marco referencial es explicar de qué manera el componente marco referencial incide en la variable asociatividad.

Los objetivos específicos para el marco teórico son los siguientes: determinar en qué medida el componente marco teórico incide en las variables confianza y asociatividad y explicar de qué manera el marco teórico incide en las variables confianza y asociatividad.

Los objetivos específicos para el marco conceptual son los siguientes: determinar en qué medida el componente marco conceptual incide en las variables confianza y asociatividad, y explicar de qué manera el marco teórico incide en las variables confianza y asociatividad.

## II. MÉTODO

En la investigación se ha utilizado el método inductivo, deductivo y fenomenológico, los cuales ayudaron a determinar, describir y explicar el problema de la investigación.

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

#### 2.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es mixta. Hernández & Fernández (2014). Indican que la forma de reducir las debilidades de las investigaciones cuantitativa y cualitativa es realizar una mixta tomando lo mejor de ambas y complementarlas. Además permite analizar en profundidad el fenómeno, obtener datos relevantes para apoyar las inferencias científicas.

#### 2.1.2. Diseño de la investigación

El diseño de investigación es de tipo no experimental, de enfoque mixto. En relación con lo cuantitativo es descriptivo y en lo cualitativo es fenomenológico. Es decir, es un diseño de triangulación concurrente.

Se refieren al diseño fenomenológico como aquel que permite encontrar elementos comunes sobre diversas experiencias o vivencias comunes. Vargas (2011) se refiere al método fenomenológico como aquel que tiene que ver con la persona en su interior, interpreta a los “fenómenos” tal cual se le presentan a las personas en su interior.

### 2.2. Operacionalización de las variables

#### 2.2.1. Variables

Las variables según Hernández & Fernández (2014) son propiedades que tienen variaciones las cuales pueden medirse y observarse. La investigación plantea dos variables de estudio: la confianza y la asociatividad.

#### 2.2.2. Operacionalización de las variables

Para la operacionalización de las variables en la investigación mixta se hizo utilizando la Matriz de sistematización de información de la investigación (Ver anexo 10) que también se usa para la creación de los instrumentos de recolección de datos. La matriz de sistematización fue adaptada y proporcionada por el Dr. Martín Manuel Grados Vásquez de la Dra. María

Soledad Ramirez de Education in the Knowledge Society PhD (2018) y Ramirez (2013).

### **2.3. Población, muestra y muestreo**

#### **2.3.1. Población**

Para la población de los productores de calzado se ha tomado como base la información de la Oficina Regional del Ministerio de la Producción en Trujillo donde tienen focalizadas a un total de 446 empresas habidas (según SUNAT), las cuales cuentan con ruc activo con más de dos años de antigüedad y con ventas mayores a 13 UIT. De este total de empresas las que corresponden al distrito del Porvenir son 300.

Para el caso de funcionarios se tomó como base funcionarios y ex - funcionarios de gremios con relación al sector calzado, esto es, La Alameda del Calzado y la Apiat.

#### **2.3.2. Muestra**

Se seleccionó 50 empresarios de calzado y dos funcionarios de los gremios mencionados en el punto anterior.

#### **2.3.3. Muestreo**

Se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia para seleccionar las 50 empresas de calzado del distrito del Porvenir a las cuales se le aplicó las encuestas. Hernández & Fernández (2014), indican que las muestras por conveniencia son aquellas a las cuales los investigadores pueden tener acceso, en el caso de la investigación es por referencia o por amistad.

Para el caso de funcionarios también se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia. Se entrevistó al ex - vicepresidente de la Apiat (Asociación de pequeños industriales y artesanos de Trujillo), Ing. Carlos Alfaro Ramos y al Sr. Juan Julio Sifuentes, actual presidente de la Alameda del Calzado de Trujillo.

Los criterios de inclusión para las empresas de calzado son: productores de calzado de cualquier tipo, dama, caballeros o niños, tipo casual, vestir o

deportivo, con 5 o más años en el sector, que tengan un rango de edad entre 30 y 65 años, hombres y mujeres.

Los criterios de exclusión son: empresarios que tengan problemas con la SUNAT, que trabajen con cuero importado (sintético), que ejerzan cargo público o que sean informales.

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1. Técnicas**

La técnica para la recolección de datos en la parte cuantitativa usada es la encuesta. Para la parte cualitativa la técnica usada es la entrevista. Hernández & Fernández (2014) se refiere a las entrevistas como un espacio donde 2 personas, el entrevistado y el entrevistador intercambian datos e información que permitirán conocer el fenómeno en estudio.

### **2.4.2. Instrumentos**

Para la creación de los instrumentos de recolección de datos se usó el cuadro de triple entrada adaptado por el Dr. Martín Grados Vásquez de la Dra. Maria Soledad Ramirez (Education in the Knowledge Society PhD. 2018) y Ramirez (2013), el cual es un organizador que apoya la construcción de instrumentos desde un objetivo particular de colección de datos, trabaja con categorías preestablecidas de la teoría. Este cuadro permitió definir las preguntas para el análisis cualitativo y cuantitativo por cada constructo. En la investigación se ha denominado Matriz de Sistematización de información de la investigación (Ver anexo 10). El instrumento que se aplicó para el enfoque cuantitativo fue un cuestionario a empresarios de calzado. Hernández & Fernández (2014) en relación a el cuestionario indican que se refieren en un grupo de interrogantes con respecto de las variables a medir y debe tener relación con el problema planteado, y el instrumento para el enfoque cualitativo que se aplicó fue la guía de entrevista estructurada para funcionarios.

### **2.4.3. Validez del contenido**

La validación de los instrumentos tanto el cuestionario para los empresarios de calzado como la guía de entrevista estructurada para funcionarios fue validado por el PhD Francisco San Martín Baldwin especialista en clusters y

cadena productivas. (Ver Anexos 4, 5 y 6). En referencia a los instrumentos usados en la investigación, Vargas (2011) indica que la entrevista es una técnica muy utilizada, debe ser breve no más de una hora y busca los contenidos profundos y complejos, en relación al cuestionario indica que es una técnica que tiene un formato escrito, en general contiene preguntas cerradas cuyas respuestas son objetivas y concretas.

#### **2.4.4. Confiabilidad**

Álvarez-Gayou (2003) se refiere a la confiabilidad como aquella que brinda resultados congruentes y estables en diferentes tiempos. Vara (2012) indica que el Alfa de Cronbach es el método más utilizado el cual determina si una prueba de medición es confiable, se usa cuando se tiene instrumentos que son escalas de constructos, es decir, instrumentos que miden definiciones en los cuales se usan ítems variados. En Vara (2008) se refiere al Alfa de Cronbach como “Coeficiente estadístico de fiabilidad que mide la consistencia interna de un instrumento de medición”, indica además que los valores de este coeficiente varían entre cero y uno. Valores superiores o iguales a 0.7 se consideran fiables, si son inferiores llevan a la conclusión que los elementos necesitan ser revisados y mejorados. En la investigación se utilizó el alfa de Cronbach para medir la confiabilidad, se aplicó una encuesta piloto de 16 preguntas medidas con una escala de Likert de 4 elementos a 10 empresarios de calzado, se procesó los datos usando el software estadístico SPSS v25 obteniéndose como resultado 0.807 el cual nos indica que el instrumento es confiable. (Ver anexos 7 y 8).

#### **2.5. Procedimiento**

Para la recolección de los datos primero se aplicó los cuestionarios a los empresarios de calzado, a cada uno de ellos se le explicó la finalidad de la investigación y cómo debían llenar las respuestas del cuestionario de acuerdo a lo que ellos consideraban. En relación a las guías de entrevista se coordinó una fecha y hora para realizarla, se grabó el audio de las entrevistas con el permiso de cada uno de ellos. Las respuestas de los cuestionarios se tabularon en la hoja de cálculo MSEXcel para su análisis y las entrevistas se transcribieron en una matriz denominada Transcripción de las entrevistas y categorización para su análisis.

## **2.6. Métodos de análisis de datos**

### **2.6.1. Análisis cuantitativo**

Para el método de análisis de datos de la parte cuantitativa se usó el software estadístico SPSS V25 y la hoja de cálculo MSEXcel. Los datos se presentan en tablas de distribución de frecuencias y en figuras estadísticas.

### **2.6.2. Análisis cualitativo**

El método de análisis de los datos cualitativos se hizo realizando una transcripción de las entrevistas estructuradas en las cuales se definieron las categorías más importantes. Hernández & Fernández (2014) se refieren a las categorías como "...son temas de información básica identificados en los datos para entender el proceso o fenómeno al que hacen referencia". La Dra. Maria Soledad Ramirez en Education in the Knowledge Society PhD (2018) indica que la triangulación (que será usada en la discusión de resultados) se da cuando aplicamos los instrumentos (el cuestionario y la guía de entrevista estructurada), en la cual se cruzará los datos encontrados en la parte cuantitativa, cualitativa con la base teórica. Esto nos permitirá describir, explicar y predecir el problema de la investigación.

## **2.7. Aspectos éticos**

En lo relacionado a los aspectos éticos de la investigación, las entrevistas estructuradas a funcionarios se aplicaron al ex - vicepresidente de la Apiat (Asociación de pequeños industriales y artesanos de Trujillo), Ing. Carlos Alfaro Ramos y al Sr. Juan Julio Sifuentes, actual presidente de la Alameda del Calzado de Trujillo los cuales firmaron una carta de autorización en la cual dan permiso para ser nombrados y exponer sus posiciones y planteamientos en la presente investigación (ver anexo 9). Los cuestionarios fueron aplicados a empresarios de calzado siendo de condición anónima lo cual es de total conocimiento de los encuestados.

### III. RESULTADOS

Los resultados encontrados en la parte cuantitativa producto de los cuestionarios aplicados son los siguientes:

Tabla 1.

*Pregunta 1: ¿Conoce que existen artículos en el DS N°008-2008-TR, específicamente el 12 y 13, que fomenta la asociatividad, clusters y cadenas de producción?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	1	2.0
Regular	0	0.0
Poco	14	28.0
Nada	35	70.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 1 nos muestran que el 70% de los encuestados no conocen sobre la normativa del DS N°008-2008-TR en relación a la asociatividad y cadenas de producción, mientras que el 2% no sabe mucho sobre la normativa. Es importante recalcar que un 28% conoce algo sobre el decreto supremo.

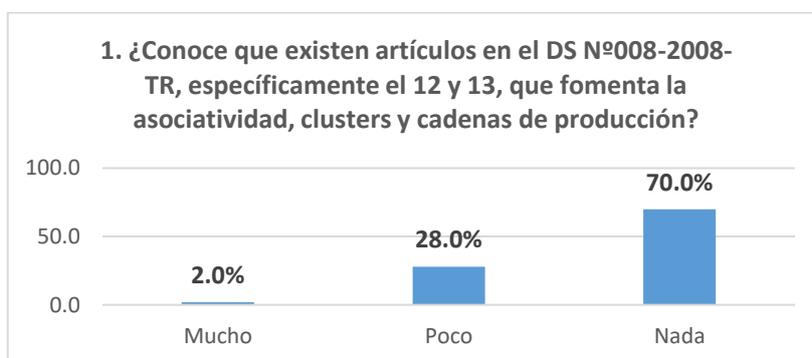


Figura 1: Resultados de la Pregunta 1

Tabla 2.

*Pregunta 2: ¿Considera que las compras estatales benefician más a las a empresas asociadas que a las individuales?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	22	44.0
Regular	21	42.0
Poco	7	14.0
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 2 muestran que el 44% de los encuestados consideran que las compras estatales benefician a las empresas asociadas, solo un 14% piensa que tienen pocos beneficios el estar asociados para acceder a las compras estatales.

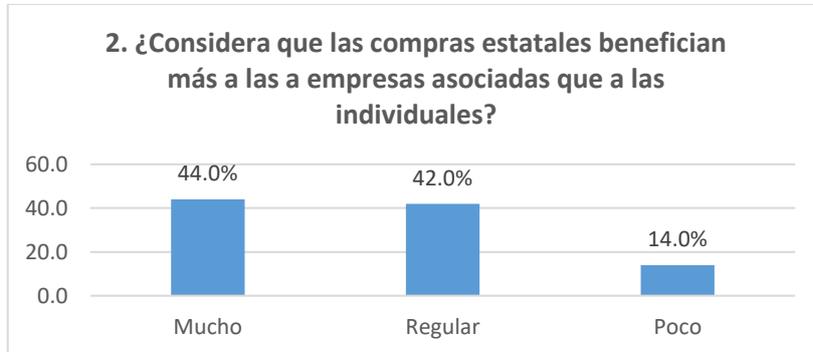


Figura 2. Resultados de la pregunta 2

Tabla 3.

*Pregunta 3: ¿Piensa Ud. que la confianza es una cualidad de la persona y surge en momentos de incertidumbre e incide en las personas cuando se toman decisiones importantes?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	28	56.0
Regular	20	40.0
Poco	2	4.0
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 3 muestran que un 56% de los encuestados consideran que es una cualidad que surge en momentos de incertidumbre mientras que un 4% considera que tiene poca incidencia.

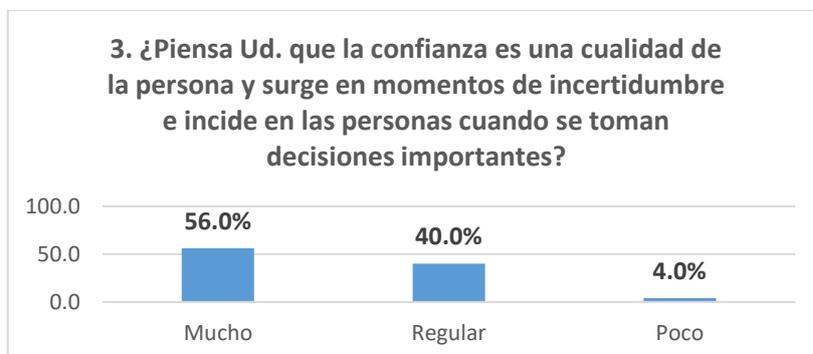


Figura 3. Resultados Pregunta 3

Tabla 4.

*Pregunta 4: ¿Considera que la confianza se genera y consolida con el tiempo cuando se trabaja en forma asociativa?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	31	62.0
Regular	17	34.0
Poco	2	4.0
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 4 indican que el 62% de los encuestados piensan que la confianza se consolida con el tiempo, solo un 4% indican tiene poca incidencia el tiempo para la consolidación de la confianza.

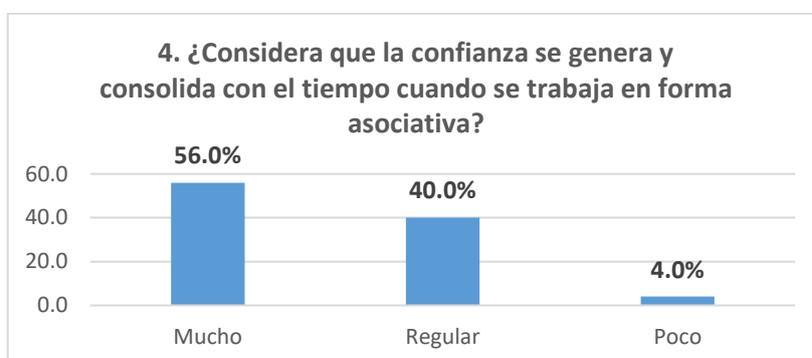


Figura 4: Resultados Pregunta 4

Tabla 5.

*Pregunta 5: ¿Considera Ud. que la asociatividad entre empresas se da de forma voluntaria o espontánea?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	19	38.0
Regular	17	34.0
Poco	12	24.0
Nada	2	4.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 5 muestran que el 38% de los empresarios encuestados consideran que la asociatividad se da en forma voluntaria mientras que el 4% no cree que se de esa manera.

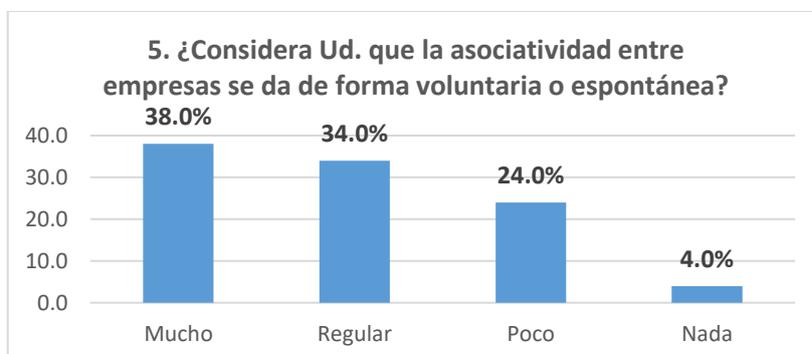


Figura 5. Resultados Pregunta 5

Tabla 6.

Pregunta 6: ¿Cree Ud. que la asociatividad permite a las empresas hacer negocios conjuntos, solucionar problemas similares, ser más competitivos y generar más ganancias?

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	33	66.0
Regular	13	26.0
Poco	4	8.0
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 6 muestran que el 66% de los empresarios creen que la asociatividad les permite hacer negocios conjuntos mientras que un 8% consideran que tienen poca incidencia el estar asociados para hacer negocios y solucionar problemas similares.

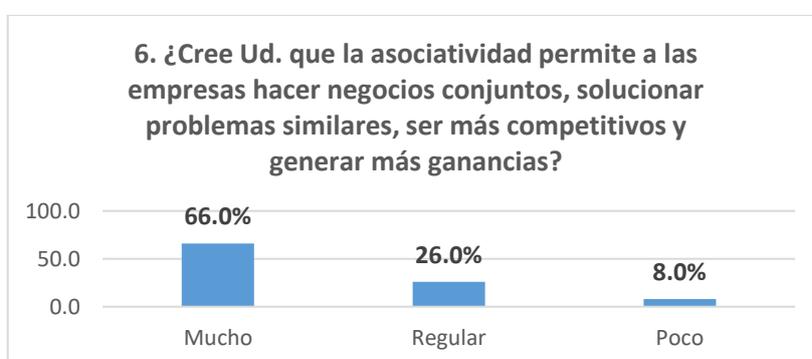


Figura 6. Resultados pregunta 6

Tabla 7.

*Pregunta 7: ¿Considera que la confianza es de vital importancia para la asociatividad?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	44	88.0
Regular	6	12.0
Poco	0	0.0
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 7 muestran un 88% de los encuestados consideran muy importante la confianza en el proceso de asociatividad mientras en un 12% piensas que es de regular importancia.

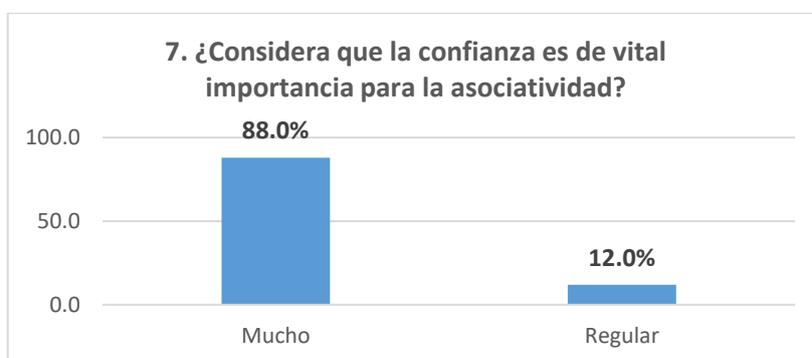


Figura 7. Resultados pregunta 7

Tabla 8.

*Pregunta 8: ¿Está de acuerdo que el modelo asociativo de redes empresariales es el que permite a las pequeñas empresas integrarse?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	21	42.0
Regular	22	44.0
Poco	7	14.0
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 8 muestran que un 42% de los encuestados coinciden que el modelo de redes empresariales es el que les permite integrarse mientras que el 14% considera que dicho modelo tiene poca incidencia para su integración.

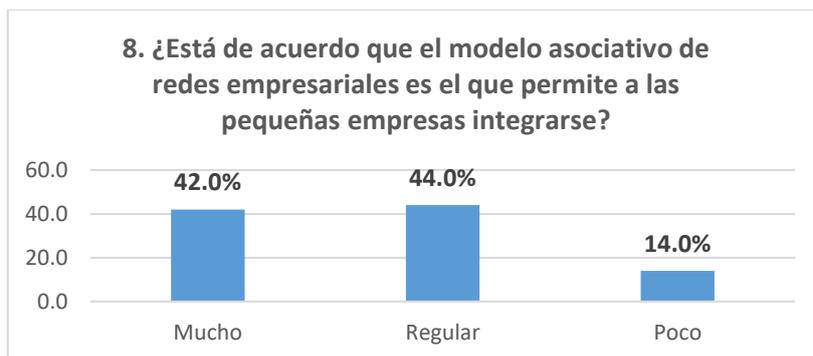


Figura 8. Resultados pregunta 8

Tabla 9.

*Pregunta 9: ¿Considera que es importante ser honesto y veraz en cada situación que se presente en un proceso asociativo?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	50	100.0
Regular	0	0.0
Poco	0	0.0
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 9 muestran que el 100% de los encuestados consideran que es importante ser honesto y veraz en cada situación del proceso asociativo.

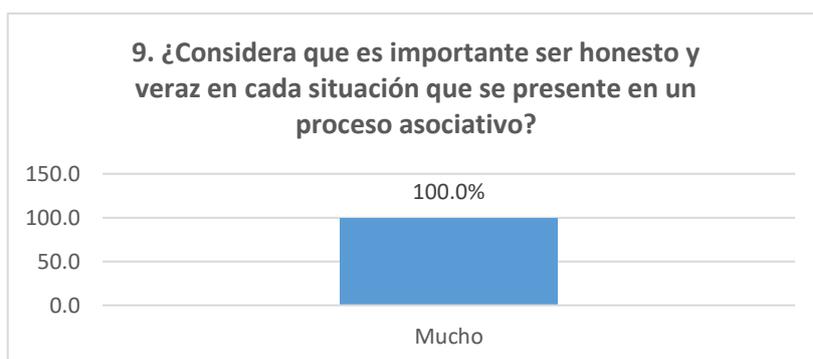


Figura 9. Resultados pregunta 9

Tabla 10.

*Pregunta 10: En un proceso asociativo, ¿considera que cada integrante debe mostrar los conocimientos y aptitudes que puede aportar al equipo?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	33	66.0
Regular	17	34.0
<b>Poco</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 10 muestran que el 66% de los encuestados consideran que los integrantes deben mostrar todos los conocimientos y aptitudes que tienen al asociarse, mientras que el 34% consideran que lo indicado se da en forma regular.

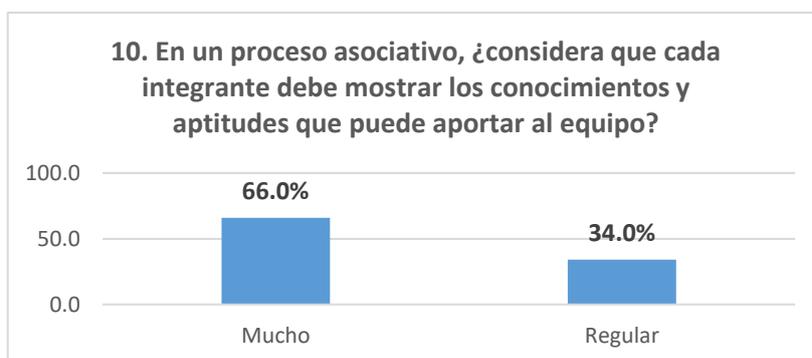


Figura 10. Resultados pregunta 10

Tabla 11.

*Pregunta 11: ¿Considera importante que los integrantes sean coherentes (hacer lo que se dice) con las acciones que realizan en un proceso asociativo?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	41	82.0
Regular	9	18.0
Poco	0	0.0
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 11 muestran que el 82% de los empresarios encuestados consideran la coherencia importante en el proceso asociativo, mientras que el 18% lo consideran como regular.



*Figura 11. Resultados pregunta 11*

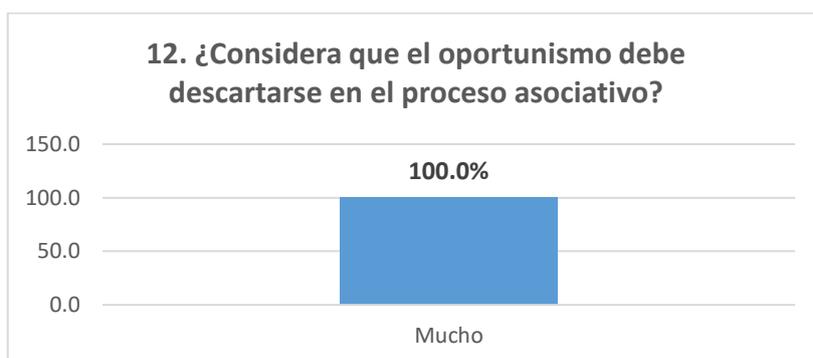
**Tabla 12.**

*Pregunta 12: ¿Considera que el oportunismo debe descartarse en el proceso asociativo?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	50	100.0
Regular	0	0.0
Poco	0	0.0
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 12 muestran que el total de encuestados, decir, el 100% consideran que el oportunismo debe descartarse en el proceso asociativo.



*Figura 12. Resultados pregunta 12*

Tabla 13.

*Pregunta 13: ¿Considera que cada integrante debe compartir experiencias, procesos innovadores para lograr el crecimiento del equipo conformado?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	35	70.0
Regular	12	24.0
Poco	3	6.0
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 13 muestran que el 70% de los encuestados consideran que cada integrante debe compartir experiencias y procesos innovadores para lograr el crecimiento del equipo conformado, mientras que el 6% considera que tienen poca incidencia.

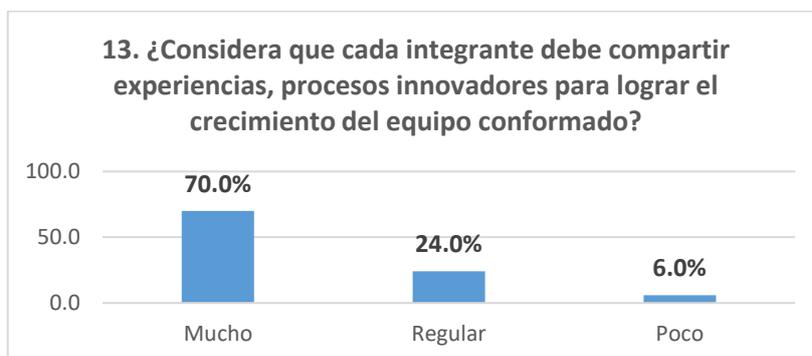


Figura 13. Resultados pregunta 13

Tabla 14.

*Pregunta 14: ¿Considera que al estar los empresarios asociados mejorarían sus ingresos en forma conjunta e individual por tener un mejor poder de negociación con clientes y proveedores?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	27	54.0
Regular	21	42.0
Poco	2	4.0
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 14 muestran que el 54% de los encuestados consideran que mejorarían sus ingresos al estar asociados, mientras que el 4% considera que tiene poca incidencia.



Figura 14. Resultados pregunta 14

Tabla 15.

*Pregunta 15: ¿Considera que el estar asociado podría acceder a otros mercados e incrementará la mano de obra por la mejora de pedidos?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	32	64.0
Regular	18	36.0
Poco	0	0.0
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación: Los resultados de la tabla 15 muestran que el 64% de los encuestados consideran que al estar asociados podrían acceder a otros mercados e incrementarían la mano de obra por tener más pedidos, mientras que el 36% solo lo considera regular.



Figura 15: Resultados pregunta 15

Tabla 16.

*Pregunta 16: ¿Piensa Ud. que se puede acceder a nueva tecnología que permita optimizar la producción y reducir costos como consecuencia de estar asociado?*

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Mucho	35	70.0
Regular	8	16.0
Poco	7	14.0
Nada	0	0.0
Total	50	100.0

Fuente: Datos del cuestionario aplicado a los 50 empresarios de calzado

Interpretación; Los resultados de la tabla 16 muestran que el 70% de los empresarios de calzado piensan que pueden acceder a nueva tecnología como consecuencia de estar asociados, mientras que el 14% considera que tienen poca incidencia.

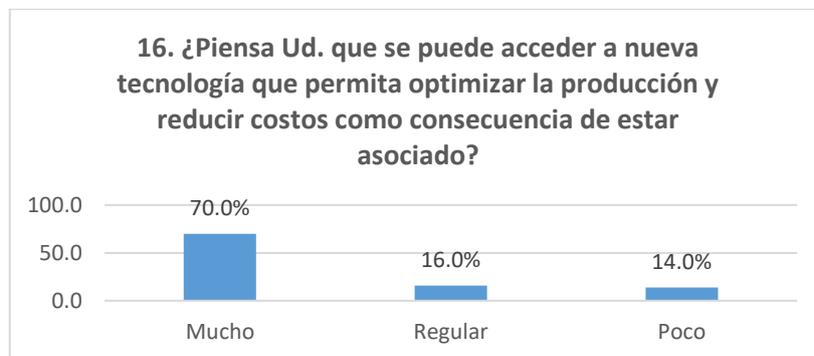


Figura 16. Resultados pregunta 16

En relación al análisis cualitativo, se hizo una transcripción y categorización de las ideas principales, esto se observa en el anexo 11.

En la tabla 17, denominada Matriz de triangulación de la información de investigación, se muestran conclusiones que serán de ayuda para la discusión.

Tabla 17  
Matriz de triangulación de la información de investigación

Categoría y Sub categoría	Encuesta a empresarios de calzado	Entrevista a funcionarios		Revisión Literatura	Conclusiones
		Apiat	Alameda		
<b>MARCO NORMATIVO</b>					
Decreto Supremo N° 008-2008-TR, Artículo 12° sobre la Asociatividad Empresarial	El 98% de los encuestados conoce poco o nada acerca del artículo 12 sobre la asociatividad empresarial.	Tiene política pero en la práctica no funcionan. Estado no preparado para lograr asociatividad de empresas.	Normativa solo queda en el papel no se lleva a la práctica. Estado no ve las necesidades de los empresarios.	Las MYPE pueden asociarse para lograr acceso al mercado privado y a las compras estatales. Cada empresa mantiene su condición de MYPE.	El 98% de los empresarios de calzado no conocen sobre el art. 12 sobre asociatividad empresarial, los funcionarios opinan que el lo indicado en el artículo 12 no se pone en práctica debido a que el estado no está preparado para lograr dicha asociatividad , además de no ver las necesidades de los empresarios de calzado.
Decreto Supremo N° 008-2008-TR, Artículo 13° Fomento de la asociatividad, clusters y cadenas de producción	El 86% de los encuestados considera mucho o regular que las compras estatales beneficia a las empresas asociadas.	Gobiernos locales miran la asociatividad como algo tedioso. Empresarios no preparados para cambios.	Existe iniciativa pero no funciona.	Las MYPE inscritas en REMYPE que se agrupen en clusters o cadenas exportadoras tendrán prioridad para acceso a medidas de fomento del estado.	El 86% de los empresarios de calzado considera que las compras estatales benefician a las empresas asociadas, los funcionarios opinan que existe una iniciativa pero ésta no funciona además de considerar que los empresarios de calzado no están preparados para ese cambio y los gobiernos locales lo ven como algo tedioso.
<b>MARCO REFERENCIAL</b>					
Vargas Torres & Ticlla Oliva (2012) investigaron acerca de “Los factores que favorecen o limitan el		Confianza es vital en proceso asociativo. Son amigos pero no se pueden asociar.	No hay existencia de ente capacitador en tema de asociatividad.	Concluyeron que con relación la confianza para los investigadores es el factor fundamental para	En opinión de los funcionarios la confianza es vital para llevar a cabo un proceso asociativo, no solo

Categoría y Sub categoría	Encuesta a empresarios de calzado	Entrevista a funcionarios		Revisión Literatura	Conclusiones
		Apiat	Alameda		
fortalecimiento del capital social en los procesos de asociatividad. El caso de la red de microempresarias de confecciones de San Juan de Lurigancho”			Existe desconfianza entre productores de calzado.	que los procesos asociativos sean exitosos y que para la muestra la asociatividad es la estrategia para alcanzar el éxito empresarial y ser competitivos.	basta con ser amigos para lograr eso, además consideran que no hay un ente capacitador en tema de asociatividad.
Algalobo Távora, & Pusse Monja, (2017) Realizaron una investigación sobre “Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de olmos”		Funcionaria si los resultados empresariales son positivos. No se da por la falta de capacitación y preparación adecuada.	Funcionaria pero tendrían que escoger entre fabricantes con los mismos ideales y deseos de sobresalir.	Concluyeron que el 95% de los productores estarían dispuestos a asociarse a pesar de los problemas detectados como confianza, individualismo, irresponsabilidad y falta de cooperación. Recomendaron adoptar un modelo cooperativista de cadena productiva y generar confianza para que se interesen en el tema asociativo.	Los funcionarios indican que los resultados empresariales son los que son importantes en un proceso asociativo, además indican que es muy importante que los asociados tengan los mismos ideales y deseos de sobresalir.
<b>MARCO TEÓRICO</b>					
La confianza	El 96 de los empresarios de calzado mucho o regular que la confianza se genera y consolida con el tiempo cuando se trabaja en forma asociativa, además de considerar que la confianza surge en momentos de incertidumbre cuando se	Falta de confianza	Prevalece la amistad más que la confianza. Algunas experiencias asociativas han fracasado.	Moss (2006) indica que la confianza es un valor, y éste no se evalúa, es importante e incide en el desempeño de las personas. Pucci, Levin, Trajtenberg y Bianchi (2006) se refieren a la confianza como aquella que surge cuando estamos en	El 96% de los empresarios de calzado indican que la confianza se consolida con el tiempo cuando se trabaja en forma asociativa y surge en tiempos de incertidumbre para tomar importantes decisiones, los funcionarios opinan mas que confianza hay amistad además han visto de algunas experiencias

Categoría y Sub categoría	Encuesta a empresarios de calzado	Entrevista a funcionarios		Revisión Literatura	Conclusiones
		Apiat	Alameda		
	toman decisiones importantes.			momentos de incertidumbre, no hay datos y tenemos que tomar decisiones importantes. Gasca, Merino, Moreno, & Róman (2012) citan a Laurance Cornu indicando que la confianza es una suposición del actuar de las personas en el futuro. Robbins & Judge (2013) Se refieren a la confianza como lo que esperamos de las personas y que ellas no se aprovechen de las situaciones, además de indicar que se genera y consolida con el tiempo.	asociativas que han fracasado.
La asociatividad	.El 72% de los empresarios de calzado consideran mucho o regular que la asociatividad se da en forma voluntaria. El 92% respondió mucho o regular que la asociatividad les permite a las empresas hacer negocios conjuntos. Por otra parte el 100% indica mucho o regular que para que se de la	Existieron consorcios pero no duraron en el tiempo por confianza	Existen pero más que producir en conjunto, producen en forma individual.	IICA (2017) Indica que es la unión libre y voluntaria de productores manteniendo independencia y con la finalidad de ser competitivos y generar más ganancias. Mincetur (2008) Se refiere que es la articulación de empresas con un enfoque estratégico para hacer negocios conjuntos.	El 72% de los empresarios de calzado consideran que la asociatividad se da en forma voluntaria. Por otro lado el 92% indica que el estar asociado les permite hacer negocios conjuntos, así mismo el 100% indicó que para asociarse es de vital importancia la confianza y el 86% opinó que el modelo ideal para que se asocien las pequeñas empresas es el modelo de redes

Categoría y Sub categoría	Encuesta a empresarios de calzado	Entrevista a funcionarios		Revisión Literatura	Conclusiones
		Apiat	Alameda		
	<p>asociatividad es vital la confianza entre ellos. El 86% consideran mucho o regular al modelo de redes empresariales como el que permite a las pequeñas empresas asociarse.</p>			<p>Gomez (2011) cita a (Enrique, 2002) Menciona que es la mejor manera que las empresas de la misma cadena logren ser exitosas en diferentes mercados. Liendo y Martínez (2001) Se refiere que las empresas cooperan entre si con la finalidad de solucionar problemas similares y de crear valor. San Martín (1995) Resalta la importancia de que las empresas se asocien y planteen objetivos, recalca la importancia de la confianza en el proceso asociativo. Marshall (1920) y Spaeth (1993) se refieren a que las pequeñas empresas deben integrarse y no ser entidades aisladas. Amézaga &amp; Artieda (2017) Resaltan que el modelo asociativo que deben adoptar las MIPE agropecuarias son las redes empresariales.</p>	<p>empresariales. Los funcionarios opinaron que existieron consorcios como formas asociativas pero no se mantuvieron por problemas de confianza, así mismo indican que las que existe no producen en conjunto sino en forma individual.</p>
MARCO CONCEPTUAL					

Categoría y Sub categoría	Encuesta a empresarios de calzado	Entrevista a funcionarios		Revisión Literatura	Conclusiones
		Apiat	Alameda		
La confianza				Robbins & Judge (2013) Se refieren a la confianza como lo que esperamos de las personas y que ellas no se aprovechen de las situaciones, además de indicar que se genera y consolida con el tiempo.	
Dimensión Integridad	El 100% de empresarios de calzado indican que es importante ser honesto y veraz en cada situación del proceso asociativo.	Confianza es la piedra angular de la asociatividad.	La confianza es muy importante para asociarse.	Honestidad y veracidad en cada situación que se presente.	<p>En relación a la confianza los empresarios de calzado contestaron de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El 100% respondió que ser honesto y veraz es muy importante.</li> <li>- El 66% respondió que cada integrante debe mostrar lo que sabe al equipo.</li> <li>- El 82% respondió que la coherencia es muy importante.</li> <li>- El 100% respondió que el oportunismo debe descartarse.</li> </ul> <p>Los funcionarios opinaron que la confianza es un factor importantísimo en un proceso asociativo.</p>
Dimensión Competencia	El 66% de los empresarios consideran de mucha importancia mostrar lo que pueden aportar al equipo asociado mientras que el 34% consideró solo en forma regular.			Son los conocimientos y habilidades necesarias para ejecutar alguna las actividades.	
Dimensión Consistencia	El 82% de los empresarios de calzado consideran ser coherentes en un proceso asociativo, por otro lado el 18% sólo lo consideró en forma regular.			Es la forma crítica como se manejan y se llevan adelante las situaciones que se presenten. Es hacer lo que se dice.	
Dimensión Lealtad	El 100% de los encuestados estuvo de acuerdo en que se debe descartar el oportunismo en el proceso asociativo.			Manera de actuar correcta sin aprovechar oportunidades.	

Categoría y Sub categoría	Encuesta a empresarios de calzado	Entrevista a funcionarios		Revisión Literatura	Conclusiones
		Apiat	Alameda		
Dimensión Apertura	Un 70% considera compartir experiencias y procesos que ellos aplican con los demás asociados.			Es la sinceridad y transparencia del grupo.	
La asociatividad				Mincetur (2008) Grupo de empresas que cooperan entre sí para mejorar sus procesos y ser competitivas en los mercados globalizados.	
Dimensión Factores económicos	El 96% de los empresarios de calzado respondió entre mucho y regular que los empresarios al estar asociados mejorarían sus ingresos en forma conjunta e individual.	Manejo proveedores. Tecnología que beneficie al grupo. Reducción de costos	Beneficios más en relación de compras conjuntas, cuero e insumos para la producción de calzado.	Alcanzar objetivos trazados e incrementar ingresos.	<p>Los empresarios de calzado en relación a la asociatividad respondieron lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El 96% mejorarían sus ingresos al estar asociados.</li> <li>- El 100% podría acceder a nuevos mercados.</li> <li>- El 86% respondió que podrían acceder a nueva tecnología, mejorar procesos y reducir costos.</li> </ul> <p>Los funcionarios opinaron que los beneficios de estar asociados son mejor manejo de proveedores, acceso a nueva tecnología y reducción de costos por compras conjuntas.</p>
Dimensión Factores sociales	El 100% respondió entre mucho y regular que por efecto de estar asociados podrían acceder a otros mercados y se incrementarían los pedidos y como consecuencia necesitarían mas mano de obra.			Brinda más puestos de trabajo y da seguridad y bienestar a los trabajadores actuales.	
Dimensión Factores tecnológicos	Un 86% de los encuestados respondió entre mucho y regular que como consecuencia de estar asociados			Adquisición de última tecnología, mejora procesos de producción y reducción de costos.	

Categoría y Sub categoría	Encuesta a empresarios de calzado	Entrevista a funcionarios		Revisión Literatura	Conclusiones
		Apiat	Alameda		
	podrían acceder a nueva tecnología que les permitiría mejorar procesos de producción y reducir costos.				

Fuente: Elaboración propia

#### **IV. DISCUSIÓN**

El presente trabajo de investigación que tiene como título “Incidencia de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del Porvenir, 2019” , busca responder el problema ¿En qué medida y de qué manera la confianza incide en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del Porvenir, 2019?, cuyo objetivo general es Determinar, describir y explicar el nivel en que la confianza incide en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del Porvenir, 2019, se usó la triangulación de información para cruzar lo cuantitativo, cualitativo con la base teórica, a continuación se discutirán las similitudes y hallazgos encontrados por la investigación realizada.

En relación al marco normativo, el estado promulgó el Decreto Supremo N° 008-2008-TR cuyos artículos 12 y 13 (ver anexo 3), en relación a dichos artículos la investigación nos muestra que un 98% de los empresarios de calzado no conoce sobre el artículo. 12, los funcionarios opinan que lo indicado en dicho artículo no se pone en práctica debido a que el estado no está preparado para lograr dicha asociatividad, además de no analiza las necesidades de los empresarios de calzado. En relación al artículo 13, el 86% de los empresarios de calzado considera que las compras estatales benefician a las empresas asociadas, los funcionarios opinan que existe una iniciativa pero ésta no funciona, además de considerar que los empresarios de calzado no están preparados para ese cambio y los gobiernos locales lo ven como algo tedioso. Los datos encontrados muestran un desconocimiento acerca de la normativa promulgada por el estado, si bien es cierto los gobiernos locales, intentan fomentar la asociatividad no se logra en la medida que satisfaga a los empresarios de calzado.

En el marco referencial los funcionarios opinaron que la confianza es vital para llevar a cabo un proceso asociativo, no solo basta con ser amigos para lograr eso, esto coincide con Vargas Torres & Ticlla Oliva (2012) en su investigaron acerca de “Los factores que favorecen o limitan el fortalecimiento del capital social en los procesos de asociatividad. El caso de la red de microempresarias de confecciones de San Juan de Lurigancho”, en la que concluyeron que con relación la confianza para los investigadores es el factor fundamental para que los procesos asociativos sean exitosos y que para la muestra la asociatividad es la estrategia para alcanzar el éxito empresarial y ser competitivos, Un aspecto a resaltar acerca de lo mencionado por los funcionarios es que necesitan de un

ente capacitador en tema de asociatividad, esto es un punto que el estado debería tener en cuenta para tener éxito en los procesos asociativos de pequeñas empresas. Así mismo Algalobo Távora, & Pusse Monja (2017), realizaron una investigación sobre “Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de olmos” y concluyeron que el 95% de los productores estarían dispuestos a asociarse a pesar de los problemas detectados como confianza, individualismo, irresponsabilidad y falta de cooperación. Recomendaron adoptar un modelo cooperativista de cadena productiva y generar confianza para que se interesen en el tema asociativo, la conclusión de los autores antes mencionados coincide con lo indicado por los funcionarios que opinaron que los resultados empresariales obtenidos son los que son importantes en un proceso asociativo, además indican que es muy importante que los asociados tengan los mismos ideales y deseos de sobresalir.

En relación a la confianza en el marco teórico, el 96% de los empresarios de calzado indican cuando se trabaja en forma asociativa la confianza se consolida con el tiempo además de surgir en tiempos de incertidumbre para tomar importantes decisiones, los funcionarios opinan que entre los empresarios de calzado más que confianza hay amistad, además han visto de algunas experiencias asociativas que han fracasado, esto coincide con Moss (2006) que indica que la confianza es un valor, y éste no se evalúa, es importante e incide en el desempeño de las personas además Pucci, Levin, Trajtenberg y Bianchi (2006) se refieren a la confianza como aquella que surge cuando estamos en momentos de incertidumbre y Gasca, Merino, Moreno & Róman (2012) citan a Laurance Cornu (s.f.) indicando que la confianza es una suposición del actuar de las personas en el futuro, así mismo Robbins & Judge (2013) se refieren a la confianza como lo que esperamos de las personas y que ellas no se aprovechen de las situaciones, además de indicar que se genera y consolida con el tiempo. En lo relacionado a la asociatividad, el 72% de los empresarios de calzado consideran que la asociatividad se da en forma voluntaria, por otro lado el 92% indica que el estar asociado les permite hacer negocios conjuntos, así mismo el 100% indicó que para asociarse es de vital importancia la confianza y el 86% opinó que el modelo ideal para que se asocien las pequeñas empresas es el modelo de redes empresariales. Los funcionarios opinaron que existieron consorcios como formas asociativas pero no se mantuvieron por problemas de confianza, así mismo indican que las que existen actualmente no producen en conjunto sino en forma individual, lo encontrado coincide con IICA (2017) y Mincetur (2008) que

indican que la asociatividad es la unión libre y voluntaria de productores manteniendo independencia y con la finalidad de ser competitivos y hacer negocios conjuntos y así generar más ganancias, así mismo Gomez (2011) cita a (Enrique, 2002) y menciona que es la mejor manera que las empresas de la misma cadena logren ser exitosas en diferentes mercados, por otro lado Liendo y Martínez (2001) se refiere que las empresas cooperan entre si con la finalidad de solucionar problemas similares y de crear valor. San Martín (1995), Marshall (1920) y Spaeth (1993) coincide que la importancia de que las pequeñas empresas deben asociarse se asocien y planteen objetivos y no ser entidades aisladas, recalca la importancia de la confianza en el proceso asociativo . Interesante hallazgo en relación a Amézaga & Artieda (2017) que resaltan que el modelo asociativo que deben adoptar las MIPES agropecuarias son las redes empresariales, los empresarios de calzado no están muy convencidos, esto lo evidencia el 86% obtenido en dicha pregunta, una razón podría ser que son diferentes cadenas productivas.

En relación a la confianza en el marco conceptual, 100% respondió que ser honesto y veraz es muy importante, el 66% respondió que cada integrante debe mostrar lo que sabe al equipo en el que está asociado, el 82% respondió los empresarios deben ser coherentes con lo que dicen en el proceso asociativo y el 100% coincidió que el oportunismo debe descartarse para que el proceso asociativo funcione, los funcionarios opinaron que la confianza es un factor importantísimo en un proceso asociativo cómo indicó uno de ellos es la piedra angular de toda relación asociativa, lo encontrado en las entrevistas y cuestionarios coinciden con lo indicado por Robbins & Judge (2013) los cuales se refieren a la confianza como lo que esperamos de las personas y que ellas no se aprovechen de las situaciones, además de indicar que se genera y consolida con el tiempo y cuyas dimensiones integridad, competencia, consistencia, lealtad y apertura coinciden con lo respondido por los empresarios de calzado.

En relación a la asociatividad, el 96% de los empresarios de calzado respondieron que mejorarían sus ingresos al estar asociados, el 100% coincidió que podría acceder a nuevos mercados y el 86% respondió que podrían acceder a nueva tecnología para mejorar sus procesos productivos y reducir costos, por otro lado los funcionarios opinaron que los beneficios de estar asociados son un mejor manejo de proveedores, acceso a nueva tecnología y reducción de costos por compras conjuntas, las respuestas de los empresarios de calzado y de los funcionarios coinciden con lo indicado por

Mincetur (2008) el que indica que son un grupo de empresas que cooperan entre sí para mejorar sus procesos y ser competitivas en los mercados globalizados, incrementando ingresos, brindando más puestos de trabajo y adquiriendo nueva tecnología.

## V. CONCLUSIONES

- 5.1. La investigación determinó que los empresarios de calzado no están asociados debido a la falta de confianza que hay entre ellos, esto se evidencia porque a pesar de que hay normativas del Gobierno que promueven la asociatividad y les brindan beneficios, no lo hacen, así mismo pueden ser muy amigos pero para asociarse consideran que deben haber similares ideales, consideran que la confianza se fortalece con el tiempo (96% de los empresarios respondieron así), destacan que los pilares fundamentales para estar asociados son la honestidad y veracidad (100% de los empresarios respondieron así), no ser oportunistas (el 100% de los empresarios respondieron así), ser sinceros y coherentes con lo que hacen (82% de los empresarios indicaron así).
- 5.2. En relación al marco normativo, existe desconocimiento de la normativa promulgada por el estado, los empresarios de calzado desconocen que existen artículos de un decreto supremo que fomente la asociatividad, coinciden que si estuviesen asociados, se beneficiarían con las compras estatales. Los funcionarios opinan que existen iniciativas por parte del estado para fomentar la asociatividad pero estas no funcionan y estuvieron de acuerdo en que la confianza es de vital importancia para llevar a cabo un proceso asociativo, además precisaron que no hay un ente que capacite en el tema de asociatividad.
- 5.3. En el marco referencial los funcionarios indicaron que la confianza es vital para llevar a cabo un proceso asociativo, no solo basta ser amigos, consideran que deben existir perfiles de los empresarios que tengan los mismos ideales y deseos de sobresalir.
- 5.4. En el marco teórico los empresarios de calzado respondieron que la confianza es muy importante y se consolida a medida que avanza el tiempo en un proceso asociativo, en opinión de los funcionarios más que confianza existe amistad por eso muchas experiencias asociativas han fracasado. Para los empresarios de calzado la asociatividad se da en forma voluntaria y debe existir confianza, esto les permite hacer negocios conjuntos, no están convencidos que el modelo de redes empresariales sea lo ideal para ellos como lo precisan los teóricos. Existieron consorcios pero desaparecieron debido a problemas de confianza y los que existen no trabajan en forma conjunta sino individual.

5.5. Para los empresarios de calzado y los funcionarios en el marco conceptual referido a confianza concluyeron que deben ser honestos, debe descartarse el oportunismo, mostrarse como realmente son y ser coherentes con lo que dicen en el proceso asociativo. Los empresarios de calzado y los funcionarios coincidieron en sus respuestas en relación a la asociatividad, que producto de la asociatividad mejorarían sus ingresos, accederían a tecnología para mejorar sus procesos, poder de negociación con proveedores por compras conjuntas en cantidad, reducir costos y acceder a otros mercados.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- 6.1. Los empresarios de calzado de El Porvenir deben reunirse para analizar la realidad problemática que está atravesando su sector y proponer estrategias que no solo les permita crecer en forma individual, sino en conjunto logrando ser más competitivos.
- 6.2. El Estado por intermedio de la Dirección Regional de la Producción de La Libertad, el Municipio del Porvenir en su área de Desarrollo Económico Local deben capacitar a los empresarios de calzado en los temas de asociatividad, haciendo saber que hay normas que fomentan la asociatividad lo que les permitiría ser más eficientes y lograr mejores sus ingresos, fomentar la confianza entre los empresarios realizando visitas a sus talleres y experimentando algunas compras conjuntas de tal manera que los empresarios sientan los beneficios de estar asociados.
- 6.3. La Universidad César Vallejo debe realizar investigaciones que permitan conocer el perfil de los empresarios de calzado que tienen los mismos ideales y deseos de sobresalir para que se puedan asociar.
- 6.4. El Estado por intermedio de la Dirección Regional de la Producción de La Libertad debe investigar si el modelo de redes empresariales aplica a las empresas de calzado como funciona en empresas agropecuarias.

## VII. REFERENCIAS

- Algalobo Távara, B. P. & Pusse Monja, K. Y. (2017). *Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de olmos*. Universidad Pedro Ruiz Gallo <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/UNPRG/1309>
- Álvarez-Gayou J, J.L. (2003)- *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paídos Educador.
- Amézaga, C., & Artieda, L. M. (2017). Asocam. Recuperado de <http://www.asocam.org/sites/default/files/publicaciones/files/a962c4b7ddf1d06bb0851958c9cd0eb7.pdf>
- Cenfrocafe. (s.f.). *Cenfrocafe*. Recuperado de <https://cenfrocafe.com.pe/>
- Education in the Knowledge Society PhD (02 de Julio de 2018). Taller Triangulación y análisis de datos - I Semana Doctoral (2016) [Archivo de vídeo]. De <https://www.youtube.com/watch?v=QyZWgYP065w>
- Fernández, G., Narváez, M. & Senior, A. (2008). El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: Una propuesta estratégica. *Opción*, 24(57), 74-92. Recuperado de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1012-15872008000300006&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872008000300006&lng=es&tlng=es).
- Gasca, L., Merino, A., Moreno, A. & Róman, L. (18 de abril de 2012). *La confianza*. Recuperado de <https://confias.wordpress.com/>
- Gómez, L. (Abril, 2011). Universidad de la Sierra Sur, Miahuatlán de Porfirio Díaz, Oaxaca. México. Recuperado de [http://www.pa.gob.mx/publica/rev\\_47/an%C3%A1lisis/asociatividad\\_empresarial.pdf](http://www.pa.gob.mx/publica/rev_47/an%C3%A1lisis/asociatividad_empresarial.pdf)
- Gonzalez-Campo, C. H. & Charry, G. (2010). *Capítulo 8. Redes empresariales.pdf*. Gestión, Poder, Innovación Y Estrategia En Las Organizaciones. Capítulo 8. Redes Empresariales . Recuperado de <https://doi.org/10.25100/peu.50.2>
- Hernández, S. R., & Fernández, C. C. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2017). Recuperado de <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/6326/1/BVE18019624e.pdf>

- Liendo, M. y Martínez A. (2001). Asociatividad. *Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las pymes*. Recuperado de [https://www.fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuertas/Liendo,%20Martinez\\_asociatividad.pdf](https://www.fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuertas/Liendo,%20Martinez_asociatividad.pdf)
- Lopez-Cerdán, C. (2003). *Redes empresariales: experiencias en la región andina*. CEPAL y Cooperación Italiana. MINKA, Perú.
- Marshall, A. (1920). *Principles of Economics*. London, Macmillan, 8va.Ed., p. 156.  
Disponible en:  
[http://files.libertyfund.org/files/1676/Marshall\\_0197\\_EBk\\_v6.0.pdf](http://files.libertyfund.org/files/1676/Marshall_0197_EBk_v6.0.pdf)
- Mathews, J. C. (2014). Asociatividad empresarial. Lima: Universidad del Pacífico.  
Recuperado de <http://hdl.handle.net/11354/2373>
- Meza, T., Cisneros, L. y Meza, J. (2017). *Experiencia de asociatividad en Ecuador: Caso apovinces*. Disponible en: <https://ssrn.com/abstract=3315552>
- Mincetur (2008). Asociatividad. *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*.  
Recuperado de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs\\_taller/Presentaciones\\_Tumbes\\_y\\_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf)
- Moss, R. (2006). *Confianza*. Barcelona, España: Ediciones Granica.
- Normas Legales. (30 de setiembre de 2008). *Diario El Peruano*. Recuperado de <https://diariooficial.elperuano.pe/Normas>
- Palacios, J. (2010). Aportes teóricos para el análisis de las relaciones de cooperación entre empresarios en un marco de intensa competencia ¿Cómo es posible cooperar compitiendo?. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (68), ISSN: 0120-8160. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=206/20619844006>
- Pereyra Dávila, P. (2014). Propuesta de modelo de gestión por procesos del área de capital humano para la implementación de un sistema de capacitación que permita mejorar la competitividad de asociaciones de Mypes metalmecánica del Parque Industrial de Villa el Salvador (VES) y su posicionamiento en el mercado.(Tesis de grado). Recuperada de

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/337021/Tesis%20Pereyra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pucci, F., Levin, R., Trajtenberg, N. y Bianchi, C. (2006): *La construcción de la confianza en procesos de mejora de calidad de las empresas uruguayas*. Ponencia presentada en las VII jornadas de Psicología de las organizaciones del trabajo. Facultad de Psicología. UDELAR.

Ramírez, M. (2013). *Triangulación e instrumentos para análisis de datos* [vídeo]. Disponible en el Tecnológico de Monterrey, sitio Web: <http://apps05.ruv.itesm.mx/portal/uvtv/video/video.jsp?folio=4626>

Rediagro Peru. (26 de enero de 2017). *Experiencias de asociatividad, competitividad y rentabilidad* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=b2Xg07Yn6WA>

Robbins, S., y Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional*. Colombia, South America. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.71355786&lang=es&site=eds-live>

Rojas Hernández, J. (Mayo de 2008). *Banco Central de Reserva del Perú*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2008/Piura/EER-Piura-13Rojas.pdf>

Sánchez, M., Chang, E., Camacho, K. y Bonett, K. (2014) *Microemprendimientos, Asociatividad y Gestión De Organizaciones Sociales*. Disponible en: <https://ssrn.com/abstract=2625686>

San Martín, F. (1995). *Distritos Industriales, conceptos, experiencias y bibliografía*. Primera Edición. Rullier Editores Ltda. Ciepd Minka.

Spaeth, B. (21 de mayo de 1993). *Small firms and development in Latin America*. Recuperado: [https://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/1993/93B09\\_117\\_engl.pdf](https://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/1993/93B09_117_engl.pdf)

Torres, F. (Marzo, 2013). Innovate Perú. *Ministerio de la Producción*. Recuperado de [https://innovateperu.gob.pe/fincyt/doc/INFORMES\\_CIES/Informe%20Final%20CEPICAFE.pdf](https://innovateperu.gob.pe/fincyt/doc/INFORMES_CIES/Informe%20Final%20CEPICAFE.pdf)

- Vara, A. (2008). *La tesis de maestría en educación. Una guía efectiva para obtener el grado de maestro y no desistir en el intento*. Primera Edición. Universidad de San Martín de Porras.
- Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa*. Tercera edición. Universidad de San Martín de Porras.
- Vargas Torres, J. E., & Ticlla Oliva, E. (2012). “*Los factores que favorecen o limitan el fortalecimiento del capital social en los procesos de asociatividad. El caso de la red de microempresarias de confecciones de San Juan de Lurigancho*”. Pontificia Universidad Católica Del Perú. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/1619>
- Vargas, X. (2011). *¿Como hacer investigación cuantitativa?* Mexico: ETXETA, SC.
- Willax Televisión. (01 de Enero de 2012). Entrevista a Carola Amézaga[Archivo de vídeo]. De <https://www.youtube.com/watch?v=nIJHmxs5CuQ>

## ANEXOS

### Anexo 1

#### Cuestionario de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado

Estimado(a) empresario, llene los datos que se solicitan, después de haber leído cada una pregunta por favor marque con un aspa una de las alternativas que considere correcta.

#### DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo:  Masculino /  Femenino

Nombre de la Empresa: \_\_\_\_\_ RUC: \_\_\_\_\_

Tipo de Calzado: \_\_\_\_\_

Años en el mercado: \_\_\_\_\_

#### **PREGUNTAS**

Nº	Pregunta	Opciones de Respuesta			
		Mucho	Regular	Poco	Nada
01	¿Conoce que existen artículos en el DS N°008-2008-TR, específicamente el 12 y 13, que fomenta la asociatividad, clusters y cadenas de producción?				
02	¿Considera que las compras estatales benefician más a las a empresas asociadas que a las individuales?				
03	¿Piensa Ud. que la confianza es una cualidad de la persona y surge en momentos de incertidumbre e incide en las personas cuando se toman decisiones importantes?				
04	¿Considera que la confianza se genera y consolida con el tiempo cuando se trabaja en forma asociativa?				
05	¿Considera Ud. que la asociatividad entre empresas se da de forma voluntaria o espontánea?				
06	¿Cree Ud. que la asociatividad permite a las empresas hacer negocios conjuntos, solucionar problemas similares, ser más competitivos y generar más ganancias?				
07	¿Considera que la confianza es de vital importancia para la asociatividad?				
08	¿Está de acuerdo que el modelo asociativo de redes empresariales es el que permite a las pequeñas empresas integrarse?				

Nº	Pregunta	Opciones de Respuesta			
		Mucho	Regular	Poco	Nada
09	¿Considera que es importante ser honesto y veraz en cada situación que se presente en un proceso asociativo?				
10	En un proceso asociativo, ¿considera que cada integrante debe mostrar los conocimientos y aptitudes que puede aportar al equipo?				
11	¿Considera importante que los integrantes sean coherentes (hacer lo que se dice) con las acciones que realizan en un proceso asociativo?				
12	¿Considera que el oportunismo debe descartarse en el proceso asociativo?				
13	¿Considera que cada integrante debe compartir experiencias, procesos innovadores para lograr el crecimiento del equipo conformado?				
14	¿Considera que al estar los empresarios asociados mejorarían sus ingresos en forma conjunta e individual por tener un mejor poder de negociación con clientes y proveedores?				
15	¿Considera que el estar asociado podría acceder a otros mercados e incrementará la mano de obra por la mejora de pedidos?				
16	¿Piensa Ud. que se puede acceder a nueva tecnología que permita optimizar la producción y reducir costos como consecuencia de estar asociado?				

## Anexo 2

### Guía de entrevista estructurada de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado

Investigación: “Incidencia de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del Porvenir, 2019”.

#### DATOS GENERALES:

Nombres y Apellidos \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo:  Masculino /  Femenino

Cargo: \_\_\_\_\_

Perfil profesional: \_\_\_\_\_

#### PREGUNTAS

- 1) ¿Cree que el estado tiene políticas que promueven la asociatividad para obtener beneficios conjuntos tomando como base lo indicado en el Decreto Supremo N° 008-2008-TR, artículos 12 y 13 sobre asociatividad empresarial y fomento de la asociatividad? Explique.
- 2) ¿Considera que los gobiernos locales o entidades como Produce apoyan iniciativas de asociatividad con la finalidad de potenciar el sector calzado en el distrito del Porvenir, cuál es su opinión al respecto?
- 3) ¿Considera a la confianza un factor fundamental por la que empresarios de calzado del distrito del Porvenir se asociarían o no se asociarían. Explique
- 4) Algunos autores en sus investigaciones acerca de la asociatividad concluyeron que un modelo asociativo podría funcionar a pesar de existir problemas de confianza, responsabilidad y falta de cooperación, ¿Cuál es su opinión acerca de eso?
- 5) ¿Cree Ud. que existe confianza entre los productores de calzado del distrito del Porvenir? Explique
- 6) ¿Conoce la existencia de empresas de calzado que se encuentren asociadas? Comente al respecto.
- 7) ¿ Considera la confianza como un elemento importante en el proceso de asociatividad? . Explique
- 8) Basados en su experiencia y criterio ¿Cuáles cree que son los beneficios que logran cada una de las empresas al momento de asociarse?

Muchas Gracias

### **Anexo 3**

Artículos 12 y 13 del Decreto Supremo N° 008-2008-TR

Publicado en el diario El Peruano el 30 de septiembre de 2008

#### Artículo 12°.- Asociatividad Empresarial

Las MYPE, sin perjuicio de las formas societarias previstas en la normativa vigente, pueden asociarse o celebrar contratos asociativos para lograr un mejor acceso al mercado privado y a las compras estatales. Los beneficios y medidas de promoción para que las MYPE participen en las compras estatales alcanzan a los consorcios que sean establecidos entre ellas. La conformación de consorcios o la adopción de cualquier modalidad asociativa empresarial no acarrearán la pérdida de la condición de MYPE, siempre que no se incurra en los supuestos de grupo económico o vinculación económica previstos en el artículo 4°, según corresponda.

#### Artículo 13°.- Fomento de la asociatividad, clusters y cadenas de producción

Las MYPE que estén inscritas en el REMYPE y que se agrupen en unidades asociativas o clusters o se inserten en procesos de subcontratación o cadenas productivas de exportación podrán tener prioridad para el acceso a programas y medidas de fomento del Estado. En dichos programas se promoverán las buenas prácticas de asociatividad, clusters y cadenas de exportación, en particular en lo relativo a la articulación interinstitucional, difusión de información, acceso a servicios financieros y al desarrollo empresarial. Asimismo, se desarrollará un marco jurídico adecuado a partir de las mejores prácticas asociativas. El MTPE, con el apoyo del MINCETUR, promoverá programas de apertura, consolidación y diversificación de mercados internacionales.

**Anexo 4**  
**Ficha de validación instrumento cuestionario**

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE LA PARTE CUANTITATIVA  
 ESTADÍSTICA**

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**Incidencia de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del Porvenir, 2019**

- I. DATOS DEL EXPERTO(A):**  
 a. APELLIDOS Y NOMBRES: SAN MARÍN BALDWIN FRANCISCO  
 b. GRADO ACADÉMICO ALCANZADO: Ph. D.  
 c. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: MINKA

- II. DATOS DEL INSTRUMENTO**  
 TIPO: CUESTIONARIO  
 NOMBRE: Incidencia de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del Porvenir, 2019  
 NÚMERO DE ÍTEMS EVALUADAS: \_\_\_\_\_ V1: 08 Preguntas Y V2: 08 Preguntas  
 EMPLEADO EN INVESTIGACIONES ANTERIORES: No, es creación del investigador  
 CREADO  o MODIFICADO  POR: Br. JOSÉ MARTÍN LI GAVIDIA

**III. DIMENSIONES DE LA EVALUACIÓN:**

ASPECTOS	CRITERIOS	Deficiente 0 – 25%	Aceptable 25 – 50%	Buena 51 – 75%	Excelente 76 – 100%
1. Redacción	Están formulados con lenguaje claro y adecuado.				X
2. Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad y calidad.			X	
3. Consistencia	Adecuado para valorar aspectos de las variables.			X	
4. Coherencia	Entre las dimensiones.			X	
5. Pertinencia	Se pretende lograr los objetivos planteados.				X

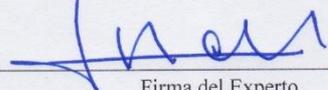
RESULTADO DE LA EVALUACIÓN:

PORCENTAJE TOTAL: \_\_\_\_\_

**IV. OPINIÓN FINAL DE LA EVALUACIÓN:** \_\_\_\_\_

1.  El instrumento **NO APLICABLE** para la investigación.
2.  El instrumento debe **MODIFICARSE** para ser aplicado en la investigación.
3.  El instrumento **SI ES APLICABLE** para la investigación.

Trujillo, 18 de noviembre del 2019

  
 Firma del Experto  
 DNI: 06511301 Celular: 99328955

## Anexo 5

### Ficha validación instrumento guía de entrevista

#### FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE LA PARTE CUALITATIVA

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Incidencia de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del Porvenir, 2019

**V. DATOS DEL EXPERTO(A):**

- a. APELLIDOS Y NOMBRES: SAN MARTÍN BALDWIN FRANCISCO  
b. GRADO ACADÉMICO ALCANZADO: Ph. D.  
c. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: MINSA

**VI. DATOS DEL INSTRUMENTO**

TIPO: GUIA DE ENTREVISTA

NÚMERO DE ITEMS EVALUADAS: 08

EMPLEADO EN INVESTIGACIONES ANTERIORES: No, es creación del investigador

CREADO  o MODIFICADO  POR: Br. JOSÉ MARTÍN LI GAVIDIA

**VII. DIMENSIONES DE LA EVALUACIÓN:**

ASPECTOS	CRITERIOS	Deficiente 0 – 25%	Aceptable 25 – 50%	Buena 51 – 75%	Excelente 76 – 100%
1. Redacción	Están formulados con lenguaje claro y adecuado.			X	
2. Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad y calidad.			X	
3. Consistencia	Adecuado para valorar aspectos de las variables.				X
4. Coherencia	Entre las dimensiones.				X
5. Pertinencia	Se pretende lograr los objetivos planteados.				X

RESULTADO DE LA EVALUACIÓN:

PORCENTAJE TOTAL: \_\_\_\_\_

**VIII. OPINIÓN FINAL DE LA EVALUACIÓN:** \_\_\_\_\_

4.  El instrumento **NO APLICABLE** para la investigación.  
5.  El instrumento debe **MODIFICARSE** para ser aplicado en la investigación.  
6.  El instrumento **SI ES APLICABLE** para la investigación.

Trujillo, 18 de noviembre del 2019

Firma del Experto

DNI: 06571301 Celular: 993284550

## Anexo 6

### Hoja de vida de Experto en Asociatividad y Confianza

#### FRANCISCO SAN MARTÍN BALDWIN

Presidente de MINKAPERU. Graduado en el Instituto de Ciencias Políticas de la Universidad de Salzburgo, Austria, con grado de Maestría y Doctorado, disertando sobre Clusters, Competitividad y Políticas de Desarrollo Internacional. Amplia experiencia en el diseño e implementación de proyectos vinculados a redes empresariales, competitividad regional y desarrollo territorial. Investigador y Consultor. Vicepresidente de la Comisión Brandt. Autor de diversas publicaciones en torno a la pequeña empresa, cadenas productivas y competitividad internacional. Profesor y Coordinador del Diplomado Internacional *Globalización y Competitividad* de la Escuela de Postgrado de la Universidad del Pacífico y el Deutsches Institut fuer Entwicklungspolitik. Miembro del Consejo Consultivo de Ciencia y Tecnología de la Municipalidad de Lima, miembro del Directorio del Joerg Meyer Stamer Scholarship Funds. Cónsul Honorario de Austria. Presidente de la Cámara de Turismo de la Libertad.



**MINKAPERU** (<http://www.minkaperu.pe/>) Minka trabaja desde hace 20 años promoviendo el desarrollo de estudios y proyectos de clusters, cadenas productivas y la cooperación empresarial. El enfoque de redes consiste en promover la interacción empresarial e institucional, la construcción de confianza con el objeto de mejorar ingresos y empleo aprovechando las oportunidades de la acción colectiva. En los últimos años hemos promovido más de 100 proyectos asociando a pequeños productores de frutas, horticultores, pequeños ganaderos, artesanos, servicios turísticos y culturales.

**Fecha de nacimiento:** 5 de Enero de 1960

**Lugar de nacimiento:** Trujillo, Perú

**Educación:**

- Magister en Ciencias Políticas (1991)  
Instituto de Ciencias Políticas  
Universitaet Salzburg, Austria
- Doctor (Ph. D.) en Ciencias Políticas (1995)  
Disertación: Clusters y Competitividad Internacional  
Instituto de Ciencias Políticas

Universitaet Salzburg, Austria

**Idiomas:**

Idioma	Lugar	Conversación	Lectura	Escritura
Alemán	Universidad de Viena, Austria	x	x	x
Inglés	Universidad de Sussex, Inglaterra	x	x	x
Italiano	Universidad de Perugia, Italia	x	x	
Francés	Universidad de Salzburgo, Austria	x	x	

**Experiencia Laboral:**

- Fundador y Presidente del Centro de Estudios, Investigación y Promoción del Desarrollo, MINKA, Trujillo, Perú.
- Profesor investigador contratado (Lehrauftrag) en el Instituto de Ciencias Políticas de la Universidad de Salzburgo, Austria.
- Director de la Agencia de Diseño de Proyectos del Instituto para el África y Asia de Salzburgo, Austria.
- Coordinador y Profesor de la maestría Internacional Global Management entre la Johannes Kepler Universitaet Linz y la Universidad Nacional de Trujillo
- Presidente de Perú 2021 La Libertad. Organización empresarial de Fomento al Desarrollo Regional.
- Consultor de organismos internacionales como COSUDE, OIT, ZAV, AAI, Universitaet Linz, Academia de Ciencias de Austria.
- Profesor y Coordinador del Diplomado Internacional *Globalización y Competitividad* de la Escuela de Postgrado de la Universidad del Pacífico y el Deutsches Institut fuer Entwicklungspolitik.
- Miembro del Directorio del Fondo Articula Perú financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo
- Director de la Universidad Willy Brandt para el Cambio Climático
- Autor de diversas Publicaciones en torno a cadenas y clusters.

### **Otras actividades, becas, pasantías internacionales**

- (1995) Pasantía al Institute of Development Studies IDS, Inglaterra.
- (1997) Pasantía: Competitividad Regional y Clusters. Región de Nordrheinwestphalen. INEF/Universitaet Duisburg.
- (1999): Visita al Cluster de Novo Hamburgo Brasil, Universidad del Valle dos Sinos/ USAID.
- (2000) Pasantía a la Región del Bio Bio, Chile. Experiencias de Innovación y Desarrollo Regional.
- (2001) Pasantía: Clusters en la Región de Alta Austria. Universitaet Linz.
- (2001) Expositor de CADE 2001: Competitividad Regional.
- (2002) Participación en Programa International Visitor Programme. Washington DC, Nueva York, Cleveland, San Diego y Florida.
- (2004) Expositor invitado a la Conferencia Encuentro CAF por la Competitividad. Corporación Andina de Fomento. Caracas, Venezuela, 19-20 Octubre 2004.
- (2005) Pasantía en el Institute of Development Studies, University of Sussex, Inglaterra. Clusters, Cadenas Globales de Valor, China.
- (2007) Conferencia Negocios Inclusivos. Santiago de Chile.
- (2009) Pasantía en el Instituto Alemán de Desarrollo, Bonn, Alemania. Políticas para el Cambio Climático

### **Proyectos de Investigación, Estudios, Consultorías:**

- 1993: Clusters in Developing Countries. Universitaet Salzburg. Cancillería Federal de Austria.
- 1993: Cooperación y Reintegración. Universitaet Salzburg. Instituto para África y Asia de Salzburgo, Austria.
- 1994: El sector de pequeñas empresas de madera de Trujillo, Perú. En cooperación con la Universitaet Linz, Austria. Financiado por la Academia de Ciencias de Austria.
- 1996: Clusters en Perú. MINKA
- 1998: Sistematización de la Experiencia del MSP en Trujillo, Perú. El programa de calzado del convenio ADEX/AID/MINKA.
- 2000: Clusters en el Norte del Perú. Prompyme – Ministerio de Trabajo del Perú.
- El Conglomerado de Calzado en Trujillo
- El Conglomerado de Turismo de Máncora

- El Conglomerado de Menestras en Lambayeque
- El Conglomerado de Lácteos en Cajamarca
- 2001: Los Clusters de la región de Baja Austria y las Políticas Públicas de Fomento a la Competitividad Regional. Servicio Austriaco de Intercambio Académico/ Universitaet Linz, Austria.
- 2002: Clusters en los países del área andina. Organización Internacional del Trabajo, Cluster de Artesanía en Ayacucho, Cluster de Metalmecánica del Parque Industrial Infantas, Los Olivos – Lima
- 2003: Situación de la Pequeña Empresa en el Perú. COSUDE, Agencia Suiza de Cooperación Internacional.
- 2004: BID/MEF: Articulación Productiva, Clusters y Cadenas en el Perú. Estudio de 4 casos: Espárragos, Metalmecánica, Turismo Macronorte y Alpaca.
- 2005: La Cadena Productiva de la Talla en el Perú.
- 2007/8: Territorios y Empresas en red

#### **Selección de Publicaciones**

- (1991): La promoción del sector informal. El caso de Trujillo. Tesis de Maestría en Ciencias Políticas. Universidad de Salzburgo, Austria.
- (1992): Reintegración y Cooperación Internacional. Experiencias del Perú y Austria. En: Alternativen Denken. Jahresbericht des Afro-Asiatischen Institutes Salzburg. (Alemán)
- (1994): (Con Fady Barcha) Posibilidades de Cooperación entre Universidades, Instituciones de Cooperación internacional y Estudiantes de países en Desarrollo. Resultados parciales de una investigación. Diskussionspapier Nr. 1, Consulting Agentur für Reintegration,, Salzburg. (Alemán)
- (1994): Conglomerado de Calzado en Trujillo, Perú. Una Nueva Perspectiva de la Pequeña Empresa. MINKA. Fondo Editorial Pamis/Copeme. Lima.
- (1995): El Cluster de Calzado en Trujillo, Perú. Un estudio de caso en el marco de la teoría de la especialización flexible y la discusión sobre los distritos industriales en países en desarrollo. Tesis doctoral. Instituto de Ciencias Políticas. Universidad de Salzburgo, Austria. (Alemán)
- (1995): (Ed.) Pequeña empresa en países en desarrollo. Cambio de paradigma. Diskussionspapier Nr. 2. Consulting Agentur für ,Reintegration, Salzburg. (Alemán).

- (1995): Distritos Industriales. Conceptos, experiencias internacionales y bibliografía. MINKA. Trujillo, diciembre 1995.
- (1997): con Holley, Heinz/ García Luis: Estudio de la pequeña empresa en el sector madera en el marco de la teoría de la especialización flexible. Universidad de Linz/ Academia de Ciencias de Austria. (Alemania)
- (2002) La Construcción de Redes Empresariales. Gobiernos Locales y Pequeñas Empresas. Perú Económico. Vol. XXV, Nr. 10, Octubre del 2002.
- (2003): (Ed.): Carlos López Cerdán: Redes Empresariales. Experiencias en la Región Andina. Minka 2003.
- (2003) El Cluster de Metalmecánica de Infantas. Gerencia, abril del 2003. Revista de IPAE, Lima, Perú.
- (2005) Wissen und Nachhaltige Entwicklung. OEFSE. KKS Jubileum Wien, 2005.
- (2008) Territorios y Empresas en Red. Trujillo, Perú. MINKA 2008.
- (2008) (Ed) Articulación Productiva y Competitividad Territorial. Trujillo, Perú. MINKA 2008.
- (2011) Magdalena de Cao. Desarrollo inclusivo. Minka. 2011

## Anexo 7

### Resultados de la confiabilidad del instrumento cuestionario

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,807	16

#### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	55,6000	13,378	,274	,804
P02	53,2000	12,622	,412	,796
P03	53,2000	11,956	,610	,781
P04	53,1000	12,767	,406	,796
P05	53,7000	11,789	,307	,822
P06	53,1000	12,322	,544	,786
P07	52,8000	14,400	,000	,810
P08	53,4000	10,044	,872	,749
P09	52,8000	14,400	,000	,810
P10	53,1000	11,433	,837	,764
P11	52,8000	14,400	,000	,810
P12	52,8000	14,400	,000	,810
P13	53,1000	11,433	,837	,764
P14	53,3000	12,233	,512	,788
P15	53,1000	13,878	,080	,818
P16	52,9000	13,656	,276	,804

## Anexo 8

Hoja de datos en SPSS V25 de la prueba piloto

Confidencialidad Investigación.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	var
1	2,00	3,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
2	1,00	3,00	3,00	4,00	2,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00
3	1,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
4	1,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00
5	1,00	3,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00
6	1,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	2,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00
7	1,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
8	1,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
9	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00
10	1,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00
11																	

**Anexo 9**  
Autorización de funcionarios entrevistados



**CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA SER ENTREVISTADO Y/O  
VIDEO GRABADO**

**A quien corresponda.**

Por medio de la presente,

Yo: CARLOS ALFARO RAMOS, con documento nacional de identidad  
N° 17897095 quien en la actualidad ocupa el cargo de  
EX-VICE PRESIDENTE EN LA APIAT; acepto ser entrevistado(a) y  
autorizo que se publiquen las respuestas dadas para esta entrevista a través de publicaciones  
impresas y electrónicas, con fines de contribuir en el proyecto de investigación, **“Incidencia  
de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del  
Porvenir, 2019”**, conducido por el Br. José Martín Li Gavidia.

Trujillo, 28 de noviembre del 2019

Firma: \_\_\_\_\_

Apellidos y Nombres: \_\_\_\_\_

DNI N°: \_\_\_\_\_



**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA SER ENTREVISTADO Y/O  
VIDEO GRABADO**

**A quien corresponda.**

Por medio de la presente,

Yo: Juan Felipe Sifuentes Cabrera, con documento nacional de identidad  
Nº 17957326 quien en la actualidad ocupa el cargo de  
Presidente de La Alameda; acepto ser entrevistado(a) y  
autorizo que se publiquen las respuestas dadas para esta entrevista a través de publicaciones  
impresas y electrónicas, con fines de contribuir en el proyecto de investigación, **“Incidencia  
de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del  
Porvenir, 2019”**, conducido por el Br. José Martín Li Gavidia.

Trujillo, 28 de noviembre del 2019

Firma: Juan Felipe Sifuentes Cabrera

Apellidos y Nombres: Sifuentes Cabrera Juan Felipe

DNI Nº: 17957326

### Anexo 10

#### Matriz de sistematización de información de la investigación

Fuente Constructo	Funcionario	Empresario	Revisión Literatura		
	Entrevista	Encuesta	Análisis de Datos	Guía de entrevista a Funcionario	Cuestionario a Empresarios
<b>MARCO NORMATIVO</b>					
Decreto Supremo N° 008-2008-TR, Artículo 12° sobre la Asociatividad Empresarial	X	X	Las MYPE pueden asociarse para lograr acceso al mercado privado y a las compras estatales. Cada empresa mantiene su condición de MYPE.	1. ¿Cree que el estado tiene políticas que promueven la asociatividad para obtener beneficios conjuntos tomando como base lo indicado en el Decreto Supremo N° 008-2008-TR, artículos 12 y 13 sobre asociatividad empresarial y fomento de la asociatividad? Explique. 2. ¿Considera que los gobiernos locales o entidades como Produce apoyan iniciativas de asociatividad con la finalidad de potenciar el sector calzado en el distrito del Porvenir, cuál es su opinión al respecto?	Para las preguntas 1 al 16, el cuestionario tiene la escala que se indica a continuación: a) Nada, puntaje 1 b) Poco, puntaje 2 c) Regular, puntaje 3 d) Mucho, puntaje 4
Decreto Supremo N° 008-2008-TR, Artículo 13° Fomento de la asociatividad, clusters y cadenas de producción	X	X	Las MYPE inscritas en REMYPE que se agrupan en clusters o cadenas exportadoras tendrán prioridad para acceso a medidas de fomento del estado.		1. ¿Conoce que existen artículos en el DS N°008-2008-TR, específicamente el 12 y 13, que fomenta la asociatividad, clusters y cadenas de producción? 2. ¿Considera que las compras estatales benefician más a las a empresas asociadas que a las individuales?
<b>MARCO REFERENCIAL</b>					

Fuente Constructo	Funcionario	Empresario	Revisión Literatura		
	Entrevista	Encuesta	Análisis de Datos	Guía de entrevista a Funcionario	Cuestionario a Empresarios
Vargas Torres & Tiella Oliva (2012) investigaron acerca de “Los factores que favorecen o limitan el fortalecimiento del capital social en los procesos de asociatividad. El caso de la red de microempresarias de confecciones de San Juan de Lurigancho”	X		Concluyeron que con relación la confianza para los investigadores es el factor fundamental para que los procesos asociativos sean exitosos y que para la muestra la asociatividad es la estrategia para alcanzar el éxito empresarial y ser competitivos.	3. ¿Considera a la confianza un factor fundamental por la que empresarios de calzado del distrito del Porvenir se asociarían o no se asociarían. Explique 4. Algunos autores en sus investigaciones acerca de la asociatividad concluyeron que un modelo asociativo podría funcionar a pesar de existir problemas de confianza,	
Algalobo Távara, & Pusse Monja, (2017) Realizaron una investigación sobre “Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de olmos”	X		Concluyeron que el 95% de los productores estarías dispuestos a asociarse a pesar de los problemas detectados como confianza, individualismo, irresponsabilidad y falta de cooperación. Recomendaron adoptar un modelo cooperativista de cadena productiva y generar confianza para que se interesen en el tema asociativo.	responsabilidad y falta de cooperación, ¿Cuál es su opinión acerca de eso?	
<b>MARCO TEÓRICO</b>					
La confianza	X	X	Moss (2006) indica que la confianza es un valor, y éste no se evalúa, es	5. ¿Cree Ud. que existe confianza entre los productores de calzado del	3.¿Piensa Ud. que la confianza es una cualidad de la persona y surge en momentos de incertidumbre e incide en

Fuente Constructo	Funcionario	Empresario	Revisión Literatura		
	Entrevista	Encuesta	Análisis de Datos	Guía de entrevista a Funcionario	Cuestionario a Empresarios
			<p>importante e incide en el desempeño de las personas. Pucci, Levin, Trajtenberg y Bianchi (2006) se refieren a la confianza como aquella que surge cuando estamos en momentos de incertidumbre, no hay datos y tenemos que tomar decisiones importantes. Gasca, Merino, Moreno, &amp; Róman (2012) citan a Laurance Cornu indicando que la confianza es una suposición del actuar de las personas en el futuro. Robbins &amp; Judge (2013) Se refieren a la confianza como lo que esperamos de las personas y que ellas no se aprovechen de las situaciones, además de indicar que se genera y consolida con el tiempo.</p>	<p>distrito del Porvenir? Explique</p>	<p>las personas cuando se toman decisiones importantes?</p> <p>4.¿Considera que la confianza se genera y consolida con el tiempo cuando se trabaja en forma asociativa?</p>
La asociatividad	X	X	<p>IICA (2017) Indica que es la unión libre y voluntaria de productores manteniendo independencia y con la finalidad de ser competitivos y generar más ganancias.</p>	<p>6. ¿Conoce la existencia de empresas de calzado que se encuentren asociadas? Comente al respecto.</p>	<p>5.¿Considera Ud. que la asociatividad entre empresas se da de forma voluntaria o espontánea?</p> <p>6.¿Cree Ud. que la asociatividad permite a las empresas hacer negocios conjuntos, solucionar problemas similares, ser más competitivos y generar más ganancias?</p>

Fuente	Funcionario	Empresario	Revisión Literatura		
Constructo	Entrevista	Encuesta	Análisis de Datos	Guía de entrevista a Funcionario	Cuestionario a Empresarios
			<p>Mincetur (2008) Se refiere que es la articulación de empresas con un enfoque estratégico para hacer negocios conjuntos.</p> <p>Gomez (2011) cita a (Enrique, 2002) Menciona que es la mejor manera que las empresas de la misma cadena logren ser exitosas en diferentes mercados.</p> <p>Liendo y Martínez (2001) Se refiere que las empresas cooperan entre si con la finalidad de solucionar problemas similares y de crear valor.</p> <p>San Martín (1995) Resalta la importancia de que las empresas se asocien y planteen objetivos, recalca la importancia de la confianza en el proceso asociativo.</p> <p>Marshall (1920) y Spaeth (1993) se refieren a que las pequeñas empresas deben integrarse y no ser entidades aisladas.</p> <p>Amézaga &amp; Artieda (2017) Resaltan que el modelo asociativo que deben adoptar las MIPE</p>		<p>7.¿Considera que la confianza es de vital importancia para la asociatividad?</p> <p>8.¿Está de acuerdo que el modelo asociativo de redes empresariales es el que permite a las pequeñas empresas integrarse?</p>

Fuente Constructo	Funcionario	Empresario	Revisión Literatura		
	Entrevista	Encuesta	Análisis de Datos	Guía de entrevista a Funcionario	Cuestionario a Empresarios
			agropecuarias son las redes empresariales.		
<b>MARCO CONCEPTUAL</b>					
La confianza			Robbins & Judge (2013) Se refieren a la confianza como lo que esperamos de las personas y que ellas no se aprovechen de las situaciones, además de indicar que se genera y consolida con el tiempo.		
Dimensión Integridad	X	X	Honestidad y veracidad en cada situación que se presente.	7. ¿ Considera la confianza como un elemento importante en el proceso de asociatividad? . Explique	9.¿Considera que es importante ser honesto y veraz en cada situación que se presente en un proceso asociativo?
Dimensión Competencia		X	Son los conocimientos y habilidades necesarias para ejecutar alguna las actividades.		10. En un proceso asociativo, ¿considera que cada integrante debe mostrar los conocimientos y aptitudes que puede aportar al equipo?
Dimensión Consistencia		X	Es la forma crítica como se manejan y se llevan adelante las situaciones que se presenten. Es hacer lo que se dice.		11. ¿Considera importante que los integrantes sean coherentes (hacer lo que se dice) con las acciones que realizan en un proceso asociativo?
Dimensión Lealtad		X	Manera de actuar correcta sin aprovechar oportunidades.		12. ¿Considera que el oportunismo debe descartarse en el proceso asociativo?
Dimensión Apertura		X	Es la sinceridad y transparencia del grupo.		13. ¿Considera que cada integrante debe compartir experiencias, procesos innovadores para lograr el crecimiento del equipo conformado?
La asociatividad y sus dimensiones:			Mincetur (2008) Grupo de empresas que cooperan entre sí para mejorar sus		

Fuente	Funcionario	Empresario	Revisión Literatura		
Constructo	Entrevista	Encuesta	Análisis de Datos	Guía de entrevista a Funcionario	Cuestionario a Empresarios
			procesos y ser competitivas en los mercados globalizados.		
Dimensión Factores económicos	X	X	Alcanzar objetivos trazados e incrementar ingresos.	8. Basados en su experiencia y criterio ¿Cuáles cree que son los beneficios que logran cada una de las empresas al momento de asociarse?	14. ¿Considera que al estar los empresarios asociados mejorarían sus ingresos en forma conjunta e individual por tener un mejor poder de negociación con clientes y proveedores?
Dimensión Factores sociales		X	Brinda más puestos de trabajo y da seguridad y bienestar a los trabajadores actuales.		15. ¿Considera que el estar asociado podría acceder a otros mercados e incrementará la mano de obra por la mejora de pedidos?
Dimensión Factores tecnológicos		X	Adquisición de última tecnología, mejora procesos de producción y reducción de costos.		16. ¿Piensa Ud. que se puede acceder a nueva tecnología que permita optimizar la producción y reducir costos como consecuencia de estar asociado?

Fuente: Dra. Ana María Soledad Ramírez y Dr. Martín Grados Vásquez

## Anexo 11

### Transcripción de las entrevistas y categorización

<p>Título de la investigación: Incidencia de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del Porvenir, 2019</p> <p>Objetivos generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar el nivel en que la confianza incide en la asociatividad de los productores de calzado del distrito del Porvenir, 2019.</li> <li>- Describir y explicar la incidencia que tiene la confianza en desarrollar la asociatividad de los productores de calzado del distrito del Porvenir, 2019</li> </ul>			
<p>Entrevista 1: Ing. Carlos Alfaro Ramos Ex - Vicepresidente APIAT (Asociación de pequeños industriales y artesanos de Trujillo)</p>		<p>Entrevista 2 Sr. Juan Julio Sifuentes Presidente La Alameda del Calzado</p>	
<p><b>MARCO NORMATIVO</b></p>			
<p>PREGUNTA 1: ¿Cree que el estado tiene políticas que promueven la asociatividad para obtener beneficios conjuntos tomando como base lo indicado en el Decreto Supremo N° 008-2008-TR, artículos 12 y 13 sobre asociatividad empresarial y fomento de la asociatividad? Explique.</p>			
<p><b>RESPUESTA</b></p>	<p><b>CATEGORIAS</b></p>	<p><b>RESPUESTA</b></p>	<p><b>CATEGORIAS</b></p>
<p>Definitivamente todo Gobierno que ha pasado ha ido haciendo algo porque se logre la asociatividad de las pequeñas y microempresas como lo indican los artículos mencionados, es cierto que en los marcos teóricos de cada política de estado el apoyo a la pequeña y mediana empresa estaban orientados a dinamizarla buscando una asociatividad porque en caso contrario no tenían el apalancamiento suficiente individualmente de poder desarrollarse pero en qué fallaba en que solamente era un enunciado teórico porque el estado no estaba preparado para poder trabajar o lograr un buen resultado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene política pero en la práctica no funcionan.</li> <li>• Estado no preparado para lograr asociatividad de empresas.</li> </ul>	<p>Creo que si tiene políticas como está en el decreto supremo que mencionó, pero en la práctica no se llevan a cabo debido a que no se acercan a los empresarios para ver cuáles son sus necesidades, por ejemplo hay un centro tecnológico de Citeccal en Alto Trujillo pero ellos no se acercan a nosotros para conocer las demandas que tenemos en relación a modelaje, sistemas de producción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normativa solo queda en el papel no se lleva a la práctica.</li> <li>• Estado no ve las necesidades de los empresarios.</li> </ul>
<p>PREGUNTA 2: ¿Considera que los gobiernos locales o entidades como Produce apoyan iniciativas de asociatividad con la finalidad de potenciar el sector calzado en el distrito del Porvenir, cuál es su opinión al respecto?</p>			
<p><b>RESPUESTA</b></p>	<p><b>CATEGORIAS</b></p>	<p><b>RESPUESTA</b></p>	<p><b>CATEGORIAS</b></p>
<p>Si bien es cierto apoyan y conozco de algunas pero en la práctica a veces no se dan porque los que manejan en los municipios estos órganos de desarrollo o que tienen que ver con la pequeña o microempresa lo ven muy tedioso además que no estamos preparados para estos cambios y al final se quede nada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobiernos locales miran la asociatividad como algo tedioso.</li> <li>• Empresarios no preparados para cambios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En Alto Trujillo hay una instalación de Citeccal dictan cursos de modelaje, tienen maquinarias pero no llega al fabricante, están ahí en sus escritorios, deberían orientar en nuevos procesos de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe iniciativa pero no funciona.</li> </ul>

		producción y eso que están para ayudar a los fabricantes. Creo que su función debería ser visitar a los fabricantes y ver sus necesidades y así poder apoyarlos, espero puedan corregir eso.	
--	--	--	--

**MARCO REFERENCIAL**

3) ¿Considera a la confianza un factor fundamental por la que empresarios de calzado del distrito del Porvenir se asociarían o no se asociarían. Explique

RESPUESTA	CATEGORIAS	RESPUESTA	CATEGORIAS
Definitivamente, la confianza es vital, sino hay confianza no se logra nada y en el sector calzado eso ha sido o es nuestro talón de Aquiles. No hay confianza y por eso que inclusive a pesar de que podemos ser muy buenos amigos pero en los negocios fracasamos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confianza es vital en proceso asociativo.</li> <li>• Son amigos pero no se pueden asociar.</li> </ul>	Justamente la falta de orientación de un ente que nos de charlas de cómo es la asociación de fabricantes para poder hacer una empresa grande, para poder enfrentar a la China y a Brasil que son los países que nos están inundando con su calzado al territorio nacional. Entonces, mientras no haya un Ente que nos dé esa orientación el fabricante por sí solo nunca se va a unir porque sienten desconfianza y no tienen la capacidad de hacer entre 5 o 10 fabricantes de un solo tipo de producción para que podamos enfrentar al mercado nacional y extranjero.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay existencia de ente capacitador en tema de asociatividad.</li> <li>• Existe desconfianza entre productores de calzado.</li> </ul>

4) Algunos autores en sus investigaciones acerca de la asociatividad concluyeron que un modelo asociativo podría funcionar a pesar de existir problemas de confianza, responsabilidad y falta de cooperación, ¿Cuál es su opinión acerca de eso?

RESPUESTA	CATEGORIAS	RESPUESTA	CATEGORIAS
Eso depende de los contextos, eso podría funcionar cuando hay una preparación adecuada, manejas cifras, números y mientras tus cifras y números demuestran que las cosas van yendo bien sigues asociado pero esa no es la situación de nuestros lugareños, de nuestros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Funcionaria si los resultados empresariales son positivos.</li> <li>• No se da por la falta de capacitación y preparación adecuada.</li> </ul>	Podría funcionar, pero tendríamos que escoger a los fabricantes que tengan ese mismo ideal y es complicado buscar entre nosotros a esos fabricantes que	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Funcionaria pero tendrían que escoger entre fabricantes con los mismos ideales y deseos de sobresalir.</li> </ul>

amigos porque no tenemos la capacitación ni la preparación adecuada y básicamente nos movemos en base a la confianza.		tienen esos mismos ideales, pensamientos y que deseen sobresalir.	
<b>MARCO TEÓRICO</b>			
5) ¿Cree Ud. que existe confianza entre los productores de calzado del distrito del Porvenir? Explique			
<b>RESPUESTA</b>	<b>CATEGORIAS</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>CATEGORIAS</b>
Mira tengo experiencias vividas con ellos y veo que definitivamente que por mas amigos que seamos no tenemos la confianza suficiente con ellos quisimos iniciar 3 experiencias asociativas y en las 3 fracasamos y fue fundamentalmente por confianza.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de confianza.</li> </ul>	Entre los productores de calzado hay mucha amistad en un 100% pero cuando hablamos de confiar considero que en un 50%, siendo franco nunca va a ser al 100% por algunas experiencias que se han visto que han fracasado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prevalece la amistad más que la confianza.</li> <li>Algunas experiencias asociativas han fracasado.</li> </ul>
6) ¿Conoce la existencia de empresas de calzado que se encuentren asociadas? Comente al respecto.			
<b>RESPUESTA</b>	<b>CATEGORIAS</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>CATEGORIAS</b>
Conocía. Porque sí hubo un momento justo en la época del Gobierno de Toledo, se armaron los famosos consorcios y tuvo un éxito aparente pero se cayó por la falta de confianza que hoy no han quedado ni rastros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existieron consorcios pero no duraron en el tiempo por confianza.</li> </ul>	Mira a ver. Yo pertenezco a una asociación de calzado, que nos unimos 28 fabricantes, "Asociación de Pequeños Comerciantes Industriales de Calzado- AMICOR", que queda acá en el Parque Industrial de la Esperanza. Al principio como te digo, unidos, después alejándose cada uno, se van alejando, se van yendo, van faltando a las reuniones, ya no dan sus cuotas ,entonces quiere decir que esa asociación no está caminando muy bien. Otra asociación también hay acá en el Parque Industrial de calzado de El Porvenir, por alto Trujillo, a algunos el municipio o el gobierno regional les dieron unos terrenos de una cuadra, media cuadra, qué sé yo. Y	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existen pero más que producir en conjunto, producen en forma individual.</li> </ul>

		qué hacen? Cancha de futbolito, local para que alquilen eventos de 15 años, matrimonios, y, dónde está su fábrica? En Amicor de las 28 hay 3 empresas que están produciendo calzado.	
<b>MARCO CONCEPTUAL</b>			
7)¿ Considera la confianza como un elemento importante en el proceso de asociatividad? . Explique			
<b>RESPUESTA</b>	<b>CATEGORIAS</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>CATEGORIAS</b>
Es la piedra angular. La confianza es la piedra angular, sino hay confianza no funciona la asociatividad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Confianza es la piedra angular de la asociatividad.</li> </ul>	Es importantísima ya que si no confiamos entre nosotros no tendría ningún sentido asociarnos, ya ¿para qué?	<ul style="list-style-type: none"> <li>La confianza es muy importante para asociarse.</li> </ul>
8)Basados en su experiencia y criterio ¿Cuáles cree que son los beneficios que logran cada una de las empresas al momento de asociarse?			
<b>RESPUESTA</b>	<b>CATEGORIAS</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>CATEGORIAS</b>
Bueno, sí hay muy buenos beneficios con proveedores de insumos, bancos, reduces costos, compra de maquinaria para que beneficie a todo el grupo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manejo proveedores.</li> <li>Tecnología que beneficie al grupo.</li> <li>Reducción de costos</li> </ul>	Al estar asociado si hay beneficios por ejemplo al comprar cuero, insumos, maquinaria lo compran en forma individual, no conozco de ninguna asociación que haya comprado maquinaria de alta producción y sigan, se la existencia de una asociación que compraron maquinaria, estaban produciendo y vendiendo pero desapareció por el tema de que uno se aprovechó y se disolvió. Como te digo si no hay confianza no hay nada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beneficios más en relación de compras conjuntas, cuero e insumos para la producción de calzado.</li> </ul>

## **Anexo 12**

Ficha técnica del instrumento cuestionario confianza en la asociatividad de los productores de calzado

### **1. Nombre**

Cuestionario de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado

### **2. Autor:**

Li Gavidia José Martín

### **3. Objetivo:**

Medir la confianza y la asociatividad de los productores de calzado.

### **4. Normas:**

El empresario de calzado del distrito de El Porvenir, al momento de contestar es muy importante que sea objetivo, honesto y sincero con sus respuestas de modo que se obtenga una información real.

### **5. Usuarios (muestra):**

De un total de 300 empresarios de calzado que tiene registrado la Oficina Regional del Ministerio de la Producción en Trujillo, se selecciono 50 empresas por conveniencia.

### **6. Unidad de análisis:**

Como unidad de análisis se considera: El empresario de calzado del distrito de El Porvenir.

### **7. Modo de aplicación:**

- El instrumento está estructurado en 16 ítems, los que fueron tomados de la matriz de sistematización de información de la investigación (anexo 10) agrupados por los marcos normativo, referencial, teórico y conceptual. Las preguntas se refieren a las dos variables de estudio: Confianza y Asociatividad, y su escala es: uno, dos, tres y cuatro puntos por cada ítem.
- Los participantes tienen que desarrollar el cuestionario en forma individual, consignando los datos requeridos de acuerdo a las instrucciones para su respectivo desarrollo.

- Para la aplicación del cuestionario se considera un tiempo aproximado de un día y como materiales se utilizará un bolígrafo o lápiz.

### **8. Estructura:**

El cuestionario referido a las variables confianza y asociatividad tienen 8 ítems cada una. Cada ítem incluye cuatro alternativas de respuestas: mucho, regular, poco y nada.

### **9. Escala valorativa de las alternativas de respuesta de los ítems:**

<b>Respuesta</b>	<b>Puntaje</b>
Mucho	4
Regular	3
Poco	2
Nada	1

### **10. Validación y confiabilidad:**

La validez de contenido se realizó por juicio de expertos del campo de la investigación de confianza, asociatividad y clusters.

Dr. Francisco San Martín Baldwin

La confiabilidad del instrumento se realizó por el método de Alfa de Cronbach usando SPSS Versión 25.

### **Anexo 13**

#### Ficha técnica del instrumento Guía de entrevista estructurada de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado

**1. Nombre**

Guía de entrevista estructurada de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado.

**2. Autor:**

Li Gavidia José Martín

**3. Objetivo:**

Obtener las opiniones de funcionarios sobre la confianza y asociatividad en los constructos normativo, referencial, conceptual y teórico.

**4. Normas:**

El funcionario al momento de contestar es muy importante que sea objetivo, honesto y sincero con sus respuestas de modo que se obtenga una información real.

**5. Usuarios (muestra):**

Funcionarios o ex funcionarios de algún gremio que agrupe a empresarios de calzado.

**6. Unidad de análisis:**

Como unidad de análisis se considera: 1 funcionario de la Alameda del Calzado y 1 ex funcionario de la Apiat.

**7. Modo de aplicación:**

- El instrumento está estructurado en 8 ítems, los que fueron tomados de la matriz de sistematización de información de la investigación (anexo 10) agrupados por los marcos normativo, referencial, teórico y conceptual. Las preguntas se refieren a las dos variables de estudio: Confianza y Asociatividad, son preguntas en las que los entrevistados brindan su opinión y conocimiento.
- Para la aplicación de la guía de entrevista se considera un tiempo aproximado de 30 minutos y como equipo se usará el celular para realizar la grabación de la entrevista.

## **8. Validación:**

La validez de contenido se realizó por juicio de expertos del campo de la investigación de confianza, asociatividad y clusters.

Dr. Francisco San Martín Baldwin.