



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE

ADMINISTRACIÓN

TESIS

ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL PARA EL

DESARROLLO SOCIOECONOMICO DE LOS

RESTAURANTES DE LA URBANIZACION LATINA,

CHICLAYO – 2017.

PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Autor (es):

Bach. Ordoñez Estrella, Elvin Iván

Bach. Racho Fonseca, Yeni Jackeline

Asesor:

Mg. Heredia Llatas, Flor Delicia

Línea De Investigación

Emprendedurismo y Planes de negocios

Pimentel – Perú

2018



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO
SOCIOECONOMICO DE LOS RESTAURANTES DE LA
URBANIZACION LATINA, CHICLAYO – 2017.**

**PARA OBTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Autor (es):

Bach. Ordoñez Estrella, Elvin Iván

Bach. Racho Fonseca, Yeni Jackeline

Pimentel – Perú

2018

**ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL PARA EL
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS
RESTAURANTES DE LA URBANIZACION LATINA,
CHICLAYO – 2017.**

Mg. Heredia Llatas, Flor Delicia
Asesora

Dr. Urbina Cárdenas, Max
Presidente

MBA. Angulo Corcuera, Carlos Antonio
Secretario

Dra. Ramos Farroñan, Emma Verónica
Vocal

DEDICATORIA

Esta tesis se lo dedicamos a Dios quien supo guiarnos por el buen camino, darnos fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándonos a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Y en especial a nuestros padres y familiares de quienes hemos recibido incondicionalmente su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles; y sobre todo por ayudarnos con los recursos necesarios para estudiar, pues nos han brindado todo lo que somos como personas; nuestros valores, principios, carácter, empeño, perseverancia y coraje para conseguir nuestros objetivos.

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradecemos a Dios por que nos ha dado la fortaleza y el espíritu para seguir adelante sin desfallecer a pesar de las dificultades que hemos tenido y hemos enfrentado.

A nuestros padres por apoyarnos, brindarnos su cariño y motivarnos siempre a luchar por nuestros objetivos, orientándonos siempre a vivir plenamente y bajo el calor de los principios y valores humanos.

A nuestra asesora, la Mg. Flor Heredia Llatas, a quien de todo corazón agradecemos por su paciencia, dedicación, motivación, criterio y aliento. Que ha hecho fácil lo difícil, pues ha sido un privilegio contar con su guía y ayuda.

Finalmente, agradecemos a nuestros compañeros y amigos quienes de manera muy atenta nos colaboraron en el proceso de investigación, porque nos permitieron desarrollar un trabajo ameno y con quienes compartimos experiencias agradables y enriquecedoras.

**ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO
SOCIOECONÓMICO DE LOS RESTAURANTES DE LA URBANIZACION
LATINA, CHICLAYO – 2017.**

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo: Proponer un programa de asociatividad empresarial para contribuir al desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo – 2017. De la misma manera se justifica porque permitió resolver el trabajo aislado que hace cada uno de los restaurantes, brindando capacitación en temas de nutrición o preparación de alimentos y compra de insumos a menores costos. Para analizar la situación actual de los restaurantes de la urb. Latina, se aplicó una metodología de enfoque cuantitativo, tipo descriptivo - explicativo y propositivo, con un método deductivo – inductivo de diseño no experimental – transversal y cuya población estuvo conformada por 38 restaurantes de la urb. Latina.

La investigación nos permitió conocer datos de nuestras variables: asociatividad empresarial y desarrollo socioeconómico; en cuanto a la asociatividad empresarial se obtuvo como resultado que el 15.8%, de los propietarios se encuentran asociados, por otro lado el 84.2 % no se encuentra actualmente asociados en el cual se llega a la conclusión que el nivel de asociatividad es bajo. Y con respecto al desarrollo socioeconómico se obtuvo como resultado que los factores que intervienen en éste son producción, trabajo y capital, y el nivel de calidad de vida de los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina es regular. En conclusión se propuso un programa de asociatividad empresarial para mejorar la competitividad empresarial en los restaurantes de la urb. Latina con el fin de mejorar su desarrollo socioeconómico.

Palabras clave: Asociatividad, competitividad, productividad y calidad de vida.

Abstract

The present research had as objective to: Propose a business associativity program to contribute to the socioeconomic development of restaurants in the urbanization of Latina, Chiclayo - 2017. In the same way, it is justified because it allowed to solve the isolated work that each of the restaurants does, providing training in nutrition issues or food preparation and purchase of inputs at lower costs. To analyze the current situation of restaurants in the urb. Latina, a methodology of quantitative approach was applied, descriptive - explanatory and proactive type, with a deductive - inductive method of non - experimental design - transversal and whose population was conformed by 38 restaurants of the urb. Latina.

The research allowed us to know data of our variables: business associativity and socioeconomic development; In terms of business associativity, the result was that 15.8% of the owners are associated, on the other hand 84.2% are not currently associated in which it is concluded that the level of associativity is low. And with respect to socioeconomic development, the result was that the factors that intervene in it are production, work and capital, and the quality of life level of the owners of the restaurants in the urb. Latina is regular. In conclusion, a business associativity program was proposed to improve business competitiveness in restaurants in the urb. Latina in order to improve their socioeconomic development.

Key words: Associativity, competitiveness, productivity and quality of life

ÍNDICE

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN	17
1.1. Realidad problemática	17
1.2 Trabajos previos	24
1.3 Teorías relacionadas al tema	35
1.3.1 Asociatividad empresarial.	35
<i>1.3.1.1 Asociatividad.</i>	35
<i>1.3.1.1.1 Objetivos de la asociatividad.</i>	36
<i>1.3.1.1.2 Beneficios de la asociatividad.</i>	37
<i>1.3.1.1.3 Tipos de modelo de asociatividad</i>	37
<i>1.3.1.1.4 Ventajas y desventajas de la asociatividad.</i>	38
<i>1.3.1.1.5 Formas de asociatividad.</i>	40
<i>1.3.1.1.6 Limitaciones de la asociatividad.</i>	41
<i>1.3.1.2 Asociatividad empresarial.</i>	41
<i>1.3.1.2.1 Importancia de la asociatividad empresarial.</i>	42
<i>1.3.1.3 Ley General de Sociedades N° 26887.</i>	42
1.3.2 Desarrollo socioeconómico.	45
<i>1.3.2.1 Desarrollo económico.</i>	45
<i>1.3.2.2 Desarrollo social.</i>	46
1.4 Formulación del problema.....	47
1.5 Justificación e importancia del estudio.....	47

1.5.1	Justificación Teórica.....	47
1.5.2	Justificación Práctico.....	47
1.5.3	Justificación social.....	48
1.5.4	Justificación Metodológica.....	48
1.6	Hipótesis.....	49
1.7	Objetivos.....	49
1.7.1	Objetivo general.....	49
1.7.2	Objetivos específicos.....	49
II.	MATERIAL Y MÉTODO.....	52
2.1.	Tipo y diseño de investigación.....	52
2.1.1	Tipo de investigación.....	52
2.1.2	Diseño de investigación.....	52
2.2.	Población y muestra.....	53
2.2.1	Población.....	53
2.2.2	Muestra.....	53
2.3.	Variables y Operacionalización.....	54
2.3.1	Variables.....	54
2.3.2	Operacionalización de variables.....	55
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	58
2.4.1	Técnicas de recolección de datos.....	58
2.4.2	Instrumentos de recolección de información.....	58
2.4.3	Validacion de instrumentos.....	58
2.4.4	Confiabilidad de instrumentos.....	59
2.5.	Procedimientos de analisis de datos.....	59
2.6.	Aspectos éticos.....	59
2.7.	Criterios de rigor científico.....	60

III. RESULTADOS	62
3.1. Tablas y figuras.....	62
3.1.2 Análisis de los indicadores de la variable asociatividad empresarial.	68
3.1.2.1 <i>Análisis de los indicadores de la variable asociatividad empresarial según beneficios.</i>	68
3.1.2.2 <i>Análisis de los indicadores de la variable asociatividad empresarial según tendencias.</i>	74
3.1.2.3 <i>Análisis de los indicadores de la variable asociatividad empresarial según normatividad.</i>	77
3.1.3 Análisis de los indicadores de la variable desarrollo socioeconómico.	79
3.1.3.1 <i>Análisis de los indicadores de la variable desarrollo socioeconómico según desarrollo económico.</i>	79
3.1.3.2 <i>Análisis de los indicadores de la variable desarrollo socioeconómico según calidad de vida.</i>	83
3.2. Discusión de resultados.....	90
3.3. Aporte Científico.....	93
3.3.1 Justificación.....	93
3.3.2 Objetivos.	94
3.3.2.1 <i>Objetivo general.</i>	94
3.3.2.2 <i>Objetivos específicos.</i>	94
3.3.3 Actividades.....	94
3.3.4 Fases del programa de asociatividad empresarial.	94
3.3.4.1 <i>Selección y Sensibilización a los propietarios de los restaurantes.</i> ..	95
3.3.4.2 <i>Consolidación institucional.</i>	98
3.3.4.3 <i>Planes de trabajo.</i>	100
3.3.4.4 <i>Formación de equipos de trabajo.</i>	102
3.3.5 Beneficiarios.	106

3.3.6 Metas.....	108
3.3.6.1 <i>Institución que va gestionar el programa de capacitación</i>	108
3.3.6.1.1 <i>Sede de la capacitación</i>	108
3.3.6.1.2 <i>Perfil del capacitador</i>	108
3.3.7 Cronograma del programa de asociatividad.....	108
3.3.8 Financiamiento.....	109
3.3.8.1 <i>Presupuesto</i>	109
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	111
4.1. Conclusiones	111
4.2. Recomendaciones.....	112
REFERENCIAS	112
ANEXOS	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variable independiente.	55
Tabla 2. Operacionalización de variable dependiente.	57
Tabla 3. Alfa de cronbach.....	59
Tabla 4. Distribución de la población según la edad del propietario del restaurante.	62
Tabla 5. Distribución de la población según el sexo del propietario del restaurante.	63
Tabla 6. Propietario del restaurante.	64
Tabla 7. Rubro al que pertenecen los restaurantes.	65
Tabla 8. Asociación de los propietarios de los restaurantes.	67
Tabla 9. Comprar de manera conjunta con sus socios reducirá costos.....	68
Tabla 10. El estar asociado, conlleva a tener mayor producción en el servicio que se ofrece.	68
Tabla 11. Trabajar en asociatividad, es factible para poder negociar con sus proveedores.	70
Tabla 12. La asociatividad empresarial le da la oportunidad de ingresar a nuevos mercados y posicionarse.	71
Tabla 13. Le gustaría asociarse con otra empresa de su mismo rubro.	72
Tabla 14. Cree que al asociarse a otro restaurante podrá aumentar su productividad y competitividad.	73
Tabla 15. Modelos de asociatividad.	74
Tabla 16. Formas de asociatividad.	76
Tabla 17. Respaldo por la ley general de sociedades n° 26887.	77
Tabla 18. Contrato de asociatividad, manteniendo propia autonomía jurídica.	78
Tabla 19. Venta de platos al día.....	79
Tabla 20. Horas diarias que trabajan los propietarios en los restaurantes.	81
Tabla 21. Importancia del capital.	81
Tabla 22. Seguro de salud.....	83
Tabla 23. Nivel de educación del propietario del restaurante.	84

Tabla 24. Local del restaurante.....	85
Tabla 25. Casa que habita actualmente el propietario del restaurante.....	86
Tabla 26. Material de la vivienda del propietario del restaurante.	87
Tabla 27. Sistema de pensión privada del propietario del restaurante.	87
Tabla 28. Ingresos familiares de cada mes del propietario del restaurante.	89
Tabla 29. Selección y Sensibilización a los propietarios de los restaurantes.	96
Tabla 30. Recursos y presupuestos del taller.....	97
Tabla 31. Consolidación institucional.	99
Tabla 32. Recursos y presupuestos de la consolidación y formalización de la asociación de restaurantes de la urb. Latina.....	100
Tabla 33. Planes de trabajo.....	101
Tabla 34. Recursos y presupuestos de las prioridades y/o necesidades de los asociados de los restaurantes de la urb. Latina.	102
Tabla 35. Formación de equipos de trabajo.....	103
Tabla 36. Recursos y presupuestos de responsabilidades de la documentación para la formalización de la asociación de restaurantes de la urb. Latina.	105
Tabla 37. Beneficiarios.....	106
Tabla 38. Costo promedio de insumos (individual).	107
Tabla 39. Costo promedio de insumos (en asociación).	108
Tabla 40. Cronograma del programa de asociatividad.	108
Tabla 41. Presupuesto.	109
Tabla 42. Matriz de consistencia.	117
Tabla 43. Costo de insumos de los restaurantes de la urb. Latina.....	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de la población según la edad del propietario del restaurante.....	62
Figura 2. Distribución de la población según el sexo del propietario del restaurante	63
Figura 3. Propietario del restaurante	64
Figura 4. Rubro al que pertenecen los restaurantes	66
Figura 5. Asociación de los propietarios de los restaurantes.....	67
Figura 6. Comprar de manera conjunta con sus socios reducirá costos	68
Figura 7. El estar asociado, conlleva a tener mayor producción en el servicio que se ofrece	69
Figura 8. Trabajar en asociatividad, es factible para poder negociar con sus proveedores	70
Figura 9. La asociatividad empresarial le da la oportunidad de ingresar a nuevos mercados y posicionarte.....	71
Figura 10. Le gustaría asociarse con otra empresa de su mismo rubro	72
Figura 11. Cree que al asociarse a otro restaurante podrá aumentar su productividad y competitividad	73
Figura 12. Modelos de asociatividad.....	75
Figura 13. Formas de asociatividad.....	76
Figura 14. Respaldo por la ley general de sociedades n° 26887.	77
Figura 15. Contrato de asociatividad, manteniendo propia autonomía jurídica.....	78
Figura 16. Venta de platos al día.	80
Figura 17. Horas diarias que trabajan los propietarios en los restaurantes.	81
Figura 18. Importancia del capital.....	82
Figura 19. Seguro de salud.	83
Figura 20. Nivel de educación del propietario del restaurante.	84

Figura 21. Local del restaurante.	85
Figura 22. Casa que habita actualmente el propietario del restaurante.	86
Figura 23. Material de la vivienda del propietario del restaurante.	87
Figura 24. Sistema de pensión privada del propietario del restaurante.	88
Figura 25. Ingresos familiares de cada mes del propietario del restaurante.	89
Figura 26. Fases del programa de asociatividad empresarial.	95
Figura 27. Aplicando el cuestionario a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina.	124
Figura 28. Aplicando el cuestionario a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina.	125

I. INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Hoy en día la asociatividad empresarial, es considerada como una base esencial en los pequeños y medianos empresarios para afrontar mayores retos, desarrollando destacadas estrategias institucionales, con la finalidad de enfrentar fuertes amenazas y restricciones que ofrece el mundo globalizado. Y aunque teniendo la noción de la importancia de la asociatividad empresarial, existen muchos empresarios que prefieren desligarse para seguir trabajando solos, es decir la cultura empresarial que tienen les conlleva a tomar esta decisión, sin embargo poco a poco con los estudios que se van realizando y con la información que se brinda, esta forma de pensar de los empresarios va cambiando con el propósito de ser más competentes dentro del mercado y por ende optimizar su desarrollo socioeconómico.

A nivel internacional

En las últimas décadas la asociatividad o cooperación empresarial, ha ido mejorando, debido a que las PYMES han optado por asociarse, por lo que esta estrategia les facilita la resolución de problemas que surgen en el entorno de la organización, puesto que esta cooperación les conlleva a realizar economías de escala. A continuación se mencionará algunas realidades internacionales:

En Argentina las pymes dedicadas al abastecimiento de productos y servicios tienen un alto margen de competencia, en lo que las empresas más grandes obviamente acaparan mayor capacidad de mercado nacional e internacional, es así por lo que las pequeñas y medianas empresas se ven en la necesidad de asociarse con el fin de ser más competitivas en el mercado.

Mur (2014) nos dice que, El sector conformado por las empresas que proveen productos y servicios para el automovilismo de competencia es exigente, con la finalidad de obtener buenos resultados. En Argentina varios productos utilizados son de producción nacional, y la mayoría de fabricantes se encuentran en la provincia de Santa Fe. Si bien es cierto existen empresas nacionales cuyas marcas son reconocidas internacionalmente, también existen pymes del mismo sector, las cuales se caracterizan por tener una buena comunicación, se transmiten conocimientos y experiencias, con la finalidad de ser más

competitivas, reduciendo costos en la exploración de mercados internacionales. Por ende la cooperación entre las pymes de este sector es importante, con lo cual se fomentara su inserción internacional.

En Colombia hay varios municipios, en donde se realizan diversas actividades emprendedoras, las cuales contribuyen de manera significativa para el crecimiento socioeconómico del país. Según Jaimes , Pérez y Pacheco (2013), nos indican que:

En el municipio de Sincelejo-Colombia, el número de talleres productores de calzado es de aproximadamente 200. En su mayoría son unidades de producción familiar unipersonales, sin maquinaria especializada para la realización de esta actividad y con poca especialización, donde el jefe del hogar desarrolla el papel de productor y le enseña a un aprendiz, que por lo general es algún hijo o familiar.

En consecuencia estos productores de calzado, no tienen ningún tipo de asociatividad entre ellos, para poder negociar su mercadería, por lo tanto los empresarios que adquieren sus productos, probablemente son los que ponen el precio de compra, de tal forma se aprovechan de los productores ya que no tienen representación alguna.

En México, gran parte de las empresas presentan falencias en estrategias tanto financieras, comerciales y sobre todo asociativas, que conllevan a estas organizaciones a tener deficiencias competitivas en el mercado.

Las organizaciones económicas rurales (OER) de vainilla, que realizan sus actividades en la región del Totonacapan -México, tienen funciones importantes en los procesos socioeconómicos, pese a ello Presentan problemas estructurales (financieros, administrativos, cooperativos y productivos) lo cual ha generado cierta deslealtad de algunos socios. De 2006 a 2014, en la provincia del Totonacapan las empresas de varios productores se han reducido en un 70%, tanto en número como en tamaño, por el simple hecho que no tienen tácticas de suministro, lo cual les pueda facilitar para contar con insumos de calidad y cierta cantidad necesaria para atender los requerimientos de los canales de distribución. (...), además la insuficiente capacidad gerencial, financiera y comercial limita el ingreso de sus bienes y/o

servicios a los diferentes mercados, caracterizados por ser diferentes y tener mayor valor agregado. (Barrera , Espejel , Herrera y Cuevas , 2016).

En Ecuador los micros, pequeñas y medianas empresas contribuyen con un gran margen al desarrollo socioeconómico del país, por ende el Ministerio de Industrias y Productividad de dicho país decidió apoyar a las MIPYMES, con la finalidad de construir un país con igualdad de oportunidades, al respecto Jácome y King , (2013), nos indican que:

El Ministerio de Industrias y Productividad realiza estrategias de generación de contenidos para el mejoramiento de los distintos procesos productivos, orientando una preparación continua en la formación profesional; creando bienes estatales enfocados en los sectores productivos; así como, apoyo técnico especializado en procesos de eficiencia; trámite normativo y, posteriormente, apoyar la gestión al progreso de mercados, con orientación local e internacional. En lo cual, es trascendental la generación de oferta productiva a mercados, procedente de las cadenas productivas, intensivas en la aportación de las MIPYMES a nivel nacional, enfocando estrategias para la disminución de importaciones e impulsar las exportaciones.

Por otro lado en Chile, las pequeñas y medianas empresas también son consideradas como grandes agentes contribuyentes en el desarrollo de la economía nacional, las cuales representan la mayor fuerza laboral. Al respecto Chacana, (2014), nos indica que:

El alto nivel de laboriosidad de las empresas, y la alta variedad del desempeño económico de las organizaciones según la actividad económica en la que pertenecen, realizan importantes investigaciones y búsqueda de aportaciones a lo largo de los años. Por lo tanto, si se cuenta con una averiguación actualizada, se podrán plantear, enunciar e implementar de manera eficaz los distintos proyectos y políticas estatales orientadas a aumentar la producción y capacidad de la economía, así como promover el desarrollo de las organizaciones de menor tamaño.

A nivel nacional

El Perú en los últimos años, ha visto a la asociatividad empresarial como una táctica importante, para hacer frente a la globalización en un ambiente competitivo, es así que la PYMES se están asociando con la finalidad de acaparar mayor mercado y para poder exportar sus productos al extranjero y sobre todo mejorar su productividad y competitividad, en lo cual están obteniendo grandes beneficios, por ende su desarrollo socioeconómico ha mejorado en gran parte. A continuación se mencionará algunas realidades nacionales:

En Trujillo la producción y comercialización de hortalizas, son importantes para el desarrollo socioeconómico del sector, debido a que los ingresos obtenidos aportan al crecimiento de las organizaciones y del talento humano, es decir de manera financiera y social, pero últimamente:

La producción de hortalizas presenta bajos rendimientos, tanto en su capacidad de producción como de comercialización la cual es considerada como deficiente, porque no obtienen gran margen de ganancias, lo cual queda con los intermediarios. Al respecto se conoció grandes beneficios que se logran a través del trabajo asociativo, que son mayores que los logros individuales que podría alcanzar el pequeño productor, es decir las acciones conjuntas contribuyen a generar beneficios económicos, ya que este sector representa una actividad de gran importancia en la vida socioeconómica de la zona. (Alburquerque y Rodríguez, 2015).

En el distrito de Yara bamba, provincia de Arequipa existe ciertas limitaciones para la mejora económica de los productores rurales, dando a conocer que:

La asociatividad está poco avanzada en la mayoría de empresas rurales, (...), donde el trabajador agrario enfoca sus labores a la búsqueda de apoyo económico por parte de las instituciones, pues este productor tiene noción acerca de incentivos del estado. Sin embargo las principales falencias que restringen la mejora económica son: insuficiente capital laboral, escaso suministro de agua, bajo precio de los productos, insuficiente coyuntura con los clientes, demasiado papeleo y la falta de garantías para el acceso a préstamos por parte de entidades financieras. (Rocha , 2017).

En Piura, se identifican varios problemas con respecto al agro, donde el más importante es el pequeño desarrollo comercial que tienen los productores, es por ello que el MINAGRI plantea incrementar los niveles de asociatividad con la finalidad de promover el desarrollo empresarial en el agro, al respecto Salas (2016), nos indica que:

Los productores agrarios, en especial los productores con pequeñas unidades agropecuarias, enfrentan altos costos de transacción que restringen su participación comercial tanto en el mercado nacional como el internacional”. Es por ello que, las sociedades de productores agrarios brindan un lugar de interacción para la fomentación de relaciones y redes sociales, con la finalidad de mejorar el dinamismo de información entre sus socios; los cuales pueden emplear dicha información para ubicar sus productos en nuevos mercados. Además, estas asociaciones permiten superar ciertas falencias de terreno, donde las negociaciones comerciales se manejan de forma agrupada y directa con los clientes, lo cual concede cierto poder de negociación a los productores y también se disminuye la inseguridad en los precios de venta.

De este modo, las asociaciones de los productores agrarios podrían tener mayor participación comercial, donde no se verían limitados a ofrecer sus bienes en el mercado nacional e internacional, por ende la asociatividad entre las organizaciones del agro ayudaría a ser más competitiva en el mercado frente a otras regiones.

En la región San Martín, se presentan altos márgenes de informalidad corporativa, lo cual contribuye a un elevado nivel de evasión tributaria. Es por ello que el estado ha creado políticas de pago con relación a la primera venta del arroz pilado, con la finalidad de asegurar la recaudación de impuestos, aumentar la base tributaria e impedir la evasiva que se produce en la mercantilización, cuyo encadenamiento de comercialización presenta altos índices de informalidad. Al respecto Hidalgo y Rodríguez, (2015), nos indican que:

El desarrollo socio económico del país, pasa por un proceso integral e integrado, desde las provincias que conforman la región. En la provincia de San Martín, esto exige elevar la calidad de educación, la salud y sobre todo superar la pobreza de sus pobladores. El único camino para sostener esta situación, en el largo plazo, es con disponibilidad y utilización racional de sus recursos, que repercuten en su economía. En este marco, no cabe la menor

duda que ante la escasez de recursos económicos adicionales, le pertenece al estado desarrollar una acción: esforzándose en recolectar cada vez la mayor cantidad de tributos vigentes.

A nivel local

En la región Lambayeque la asociatividad empresarial es considerada importante en sectores agroexportadores pero en otros sectores no es tomada en cuenta por el simple hecho que cada organización trabaja de manera independiente sin la necesidad de incurrir en algún tipo de asociatividad, pero en los últimos 5 años esa percepción que tenían algunos empresarios ha ido cambiando, porque se ven en la necesidad de pertenecer a alguna asociación con la finalidad de formar cadenas productivas, tener mayor acceso a mercados más amplios, financiamiento, etc. A continuación se mencionará algunas realidades regionales:

En el distrito de Mórrope varias familias se dedican a la artesanía, cuyo oficio es transmitido de madres a hijas, realizando sus labores en talleres, lo cual no genera actividad y limita la comercialización, por lo que dichos productos solamente son vendidos en ferias o en sus propias casas. Al respecto Romero y Paz, (2014) nos indican que:

Las artesanías elaboradas con algodón nativo en este distrito comprenden artículos como monederos, carteras, adornos navideños entre otros; sin embargo, los trabajos llevados a cabo se realizan de manera individual, y no se logra alcanzar una oferta variada(...), ante esta situación de continuas turbulencias surge la asociación como una estrategia importante, donde las compañías tuvieran que buscar la competitividad colectiva, con el fin de alcanzar el éxito propio mediante la fusión de fuerzas asociativas.

En consecuencia, la asociatividad de todos los talleres de algodón nativo, ayudará a la unión del sector y con ello el desarrollo de la ventaja competitiva, basado en la diferenciación, al crear productos con valor agregado, debido a la labor artesanal.

En el Distrito de San José, provincia de Lambayeque, existe un constante desarrollo lo cual no solo es generado por sus actividades primordiales como son la pesca y la

construcción naval, sino también por el sector micro empresarial que día a día viene fortaleciéndose. Al respecto Kong y Moreno, (2014) nos indican que:

Se cuenta con microempresarios que con su ímpetu emprendedor han sabido administrar sus recursos con el fin de generar empresa, y es que hasta hoy el Distrito de San José cuenta con más de 100 micro y pequeñas empresas de distintas actividades, en las que destaca el sector comercio, el sector servicio y la pesca artesanal; que día a día van en aumento. El sector micro empresarial del Distrito de San José está formado en su generalidad por unidades económicas de menor escala, conocidas como microempresas, siendo de carácter familiar, y participando tanto en el sector formal como informal, las cuales han surgido con el pasar de los años.

El distrito de José Leonardo Ortiz, está situado en la región chala, al Norte del centro de la ciudad de Chiclayo, separado por la acequia Cois. “Es uno de los distritos de suelo más llano. Su extensión es de 25.56 km² y su población es de 161,717 habitantes, constituyéndose en el distrito de mayor densidad poblacional”.

Por el Norte, delimita con el distrito de Lambayeque; por el Sur y el Oeste, con el distrito de Chiclayo; y por el Este, con el distrito de Picci. Según su ley de creación, los límites del distrito son: Al Norte, la acequia Chilape; por el Este, la carretera a Ferreñafe; por el Sur, la acequia Cois, desde su intersección con la carretera a Ferreñafe hasta encontrar la urbanización San Lorenzo, de donde sigue con línea quebrada en dirección Nor Oeste, bordeando dicha urbanización hasta la línea del ferrocarril a Lambayeque, que constituye el lindero Oeste. (Díaz, 2013).

Además, La principal actividad económica del distrito es el comercio, llevado a cabo en Moshoqueque, donde los comerciantes y productores agrarios del departamento y la zona norte trasladan sus productos para su comercialización. También, hay cuantiosos talleres de reparación de vehículos automotores y maquinarias, carpinterías de madera y metálicas, manufacturas de lo-setas, de hielo, y de ladrillos, así como numerosos negocios comerciales.

Y de acuerdo a la visita para ejecutar el diagnóstico a los restaurantes de la urbanización Latina, se apreció los siguientes aspectos:

Cada organización realiza sus actividades de manera independiente, sin la necesidad de estar asociada con otras organizaciones con el fin de mejorar su competitividad, por el simple hecho que no tienen la iniciativa de querer implantar esta estrategia, es decir cada pequeño y mediano empresario del sector restaurantes continúa con sus labores del día a día, por lo que con ello obtiene beneficios. Y su desarrollo socioeconómico es regular, ya que no se podría decir que este es bueno, porque a estas organizaciones del rubro restaurantes les falta implementar varios puntos, con la finalidad que estén a la vanguardia de nuevos competidores, y no solamente trabajen de manera individual, por que como el dicho la unión hace la fuerza, tanto para realizar asociaciones con el fin de llevar a cabo cadenas productivas.

Además, en este sector de restaurantes cada empresario tiene su propia estrategia tanto en marketing y publicidad, tienen precios diferenciados entre cada uno. Es decir, los precios del servicio que ofrecen si no son altos son bajos, por lo tanto existe una competencia desleal lo cual hace que la clientela no se sienta segura de quien pueda ofrecer un mejor servicio.

También en algunos restaurantes nos mencionaron que sería bueno que se lleve a cabo una reunión o capacitación donde se mencione la importancia que tiene la asociatividad, con el fin de mejorar su desarrollo tanto social como económico, porque si alguno de ellos quiere llevar a cabo esta iniciativa, los demás empresarios hacen caso omiso a la idea de la asociatividad, es por eso que algunos propietarios de los restaurantes nos indicaron que sería bueno que alguna autoridad pueda dar la iniciativa para poner en marcha esta estrategia. Con la finalidad de llevar a cabo una competencia leal, con precios justos en el servicio, y sobre todo dar con ello una buena imagen a la zona.

1.2. Trabajos previos

A nivel internacional

Según Aguas (2016), en su tesis *“La asociatividad y la calidad de vida de los confeccionistas de la asociación “el señor de los remedios”, que participan en el programa hilando desarrollo, del cantón Pillaro”*, para la obtención del Título de Economista. Tiene como objetivo: Determinar la relación entre la asociatividad y la calidad de vida de los confeccionistas de la asociación “el señor de los remedios” que participan en el programa hilando desarrollo, del cantón Pillaro para conocer el nivel de ingresos de cada socio

mediante la participación del programa hilando desarrollo. La población que se trabajará en el presente Proyecto investigativo son socios confeccionistas, y el personal administrativo de la asociación “el señor de los remedios” del cantón Pillaro que son 10 trabajadores, donde se utilizó los siguientes instrumentos: Encuesta y Entrevista del total de los encuestados el 17% son de 20 a 30 años de edad, el 50% de los socios tienen de 31 a 40 años, y el 33% están entre los 41 a 50 años de edad, Hubo una limitación del presente Proyecto investigativo, fue en el tiempo de la obtención de la información a la población destinada, porque no se pudo realizar a todos los socios, por motivo de que hubo cambios en los representantes legales de la asociación. Finalmente concluye se determinan problemas en la organización en cuanto a toma de decisiones centralizadas no participativas con un 50% de los socios no cooperan ni se integran en la asociación. Uno de los factores más influyentes en la calidad de vida son los ingresos, mediante el programa, los socios han adquirido ingresos pero no los suficientes para sustentar las necesidades de sus familias con un 50 %.

Según Armas (2016), en el artículo “*Sistema de Acciones Estratégicas para conectar el conocimiento al desarrollo económico y social a través de las relaciones Universidad-Empresa en Ciego de Ávila*”. Como objetivo: Conectar el conocimiento al desarrollo económico y social a través de las relaciones universidad-empresa en Ciego de Ávila, para conocer desarrollo económico y social a través de las relaciones universidad – empresa. Con una población utilizada de 30 directivos del sector empresarial, 19 profesores de los Centros de Estudios de la UNICA, con una muestra el 67,8% del profesorado. Para la investigación se utilizó un instrumento de encuesta a directivos. Como resultado El sector empresarial no cuenta con los recursos humanos calificados para dar respuesta a las crecientes demandas que hoy plantea la sociedad cubana, Las demandas realizadas por las empresas a la universidad son insuficientes y las razones no se sitúan solo en el contexto empresarial sino también en el universitario. Y concluyendo que el sistema diseñado puede contribuir a conectar el conocimiento al desarrollo económico y social a través de las relaciones universidad – empresa e incrementar el impacto económico y social dirigidas a gestionar proyectos empresariales en las prioridades establecidas.

Según Barriga (2016), en sus tesis “*El trabajo asociativo como alternativa de desarrollo económico y social para madres cabeza de familia de Bogotá d.c.: caso barrio el paraíso*”, Para optar al grado de Máster de la Universidad de Palermo en Dirección de Empresas. Su objetivo es: Crear una empresa asociativa que sirva como alternativa de trabajo

y mejora de la calidad de vida para una población vulnerable y elaborar el plan de negocios de la primera idea de negocio a desarrollar. La muestra o población es de 400 dentro del mercado objetivo, obteniendo un nivel de confianza del 95%, que es el que por convención y conveniencia se maneja en la generalidad de las investigaciones de mercado y un margen de error del 7% el cual se consideró conveniente de acuerdo a los recursos disponibles. Dado que la población a la cual se le aplicará la encuesta sobrepasa las 30.000 personas se considera como infinita la cual se utilizó un instrumento que es la Encuesta, Con su hipótesis: La creación de empleo auto sostenible y asociativo a través de una fundación sin ánimo de lucro, ayudará al desarrollo económico y social de madres cabeza de familia pertenecientes a sectores vulnerables y desfavorecidos como la comuna IV “El Paraíso”, ubicada en Bogotá D.C. logrando concluir: De acuerdo con el estudio realizado en el sector de la comuna 4, Localidad de Soacha, existe una población vulnerable de madres cabeza de familia, interesadas en vincularse en un proceso de aprendizaje basado en el trabajo asociativo, con un 70% de las madres cabeza de familia del municipio de Soacha, no ejercen actualmente algún tipo de actividad económica la cual les genere ingreso. El 30% restante cuentan con un salario menor de \$100.000 mensuales. Lo cual indica una gran importancia que tiene la implantación de dicho proyecto en el sector para la mejora de calidad de vida.

Según Vargas (2016), con respecto a la investigación de su tesis “*La Asociatividad como Propuesta Estratégica para el desarrollo Micro empresarial de los Productores de corchos del Municipio de Neira Caldas*”, para obtener el título de Magíster en Gestión de Organizaciones Bogotá - Colombia. Tuvo como objetivo: Identificar un modelo de asociatividad que contribuya como estrategia para el desarrollo empresarial de los productores de corcho del municipio de Neira Caldas. El tipo de investigación es de carácter descriptivo con enfoque cualitativo, donde la población y muestra en esta investigación fueron seleccionadas 4 microempresas. Con un instrumento de entrevista seleccionadas a los propietarios de los establecimientos productores de corchos en la localidad. Llegando a concluir que “Los microempresarios del corcho en el municipio de Neira ven en la asociatividad una estrategia que les permitirá avanzar en su industria, implementar nuevas tecnologías, desarrollar nuevos mercados y mantenerse en el tiempo. Para que esto pueda darse necesitan en primera instancia mejorar la comunicación entre ellos, pues esto les permitirá llegar acuerdos en búsqueda de factores claves para mejorar sus prácticas”.

Según Cubero (2014), en su tesis *“Asociatividad agro-ecoturística como eje potenciador del desarrollo local en la comunidad de Bajos del Toro”* San José - Costa Rica. Tiene como objetivo: Determinar la viabilidad de la implementación de un sistema asociativo de tipo cooperativo, enfocado en los sistemas agro-productivos y de turismo rural comunitario en la comunidad “Bajos del Toro” para lograr un impacto positivo en su desarrollo económico local. En esta investigación es de tipo correlacional - explicativa con un enfoque orientado al desarrollo territorial de tipo endógeno, con una población de 273 habitantes del Distrito Toro Amarillo, del cantón de Valverde Vega, y una muestra de 30 viviendas aleatorias que equivale a 39.56%, utilizando tres técnicas específicas: La observación participante, el cuestionario y la entrevista semiestructurada. Y concluyendo “plantear una propuesta orientada a una mejora sustancial a nivel organizacional y que se dirija hacia la proyección de la actividad turística y a la obtención de objetivos concretos que permitan acondicionar la plataforma turística de la comunidad, a fin de dotarla de mejoras en el capital social y territorial”.

Según Orrala (2013), en su desarrollo de la investigación de su tesis *“Plan de Asociatividad para la Asociación de Agricultores ASODAGRI San Marcos, de la Comuna San Marcos, Provincia de Santa Elena”*. Para obtener el título profesional de ingeniero en desarrollo empresarial. Tiene como objetivo Evaluar la incidencia de las estrategias asociativas de marketing en los niveles de ventas de la Asociación de agricultores ASODAGRI "San Marcos", de la comuna San Marcos. Cuya hipótesis es, La incidencia de las estrategias asociativas de marketing en el mejoramiento de los niveles de ventas de la asociación de agricultores ASODAGRI "San Marcos" de la comuna San Marcos, provincia de Santa Elena. Donde la población es de 820 personas, teniendo como muestra de 262 agricultores radicados en la comuna San Marcos. lo cual se utilizó los siguientes instrumentos: la realización del focusgroup, se realizado a 8 personas dando que el 75% de los adultos de 35 – 45 años producen maíz, de los cuales el 35% utiliza un canal corto de comercialización y el 40% restante utiliza un canal con participación de intermediarios, lo que influye en sus ingresos. En tanto en las entrevistas a 8 profesionales se obtuvo que resalta 5 actividades productivas: Agrícola, Pecuaria, Turismo, Pesca, Artesanal. Lo cual menciona que la comuna san Marco produce, productos: Maíz Sandía, Pimiento, Maracuyá, Pepino, Melón. Finalmente Concluye que existe una gran debilidad en cuanto a la aplicación de estrategias de marketing mix, específicamente de promoción, en donde el 66% está

totalmente de acuerdo que se implementen estrategias en este ámbito, haciendo que un 77% de pobladores estén de acuerdo que un Plan de Asociatividad para los agricultores de San Marcos es un mecanismo viable para fomentar la comercialización de los productos agrícolas del sector.

Según Luna (2012), en la investigación de su tesis *“Influencia del capital humano para la competitividad de las pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato”*. Para obtener el grado de doctor en Administración. Tiene como objetivo: Comprobar que la competitividad de las Pymes y aún de las grandes empresas se debe, en gran medida, a la influencia de su capital humano. Siendo su hipótesis: El bajo nivel de competitividad en las pymes manufactureras de Celaya, se asocia a la baja producción y pobre experiencia laboral del capital humano. Su población se efectuó a 33 empresas similares, el tamaño de la muestra fue de 1372 casos (n), dentro de la ciudad de Celaya, Guanajuato. Con una investigación exploratorio y experimental, terminando en la propuesta de contribuir con un modelo que permite el entendimiento del capital humano con la competitividad. El tipo de instrumento usado fue de un cuestionario administrativo. Y se concluye que el modelo que se pone a consideración; “Modelo de Competitividad de Capital Humano (MCCH), dado que el estudio de competitividad de la empresa es muy amplio”.

A nivel nacional

Según Arroyo & Zuñiga (2017), en su tesis *“Relación entre el modelo asociativo empresarial y la comercialización de huasái (euterpe precatoria) por los agricultores de la comunidad de bello horizonte – distrito las piedras 2016”*, Para optar el título profesional de licenciado en administración y negocios internacionales tiene como objetivo: Determinar la relación entre el modelo asociativo empresarial y la comercialización de Huasái (Euterpe Precatoria) por los agricultores de la comunidad de Bello Horizonte - Distrito Las Piedras – 2016. Con una población de 50 agricultores, que representa nuestra muestra para obtener resultados significativos, para el trabajo de recolección de datos se utilizó encuestas, para medir el nivel de la variable modelo asociativa empresarial y la variable comercialización con sus respectivas dimensiones. Las mismas que fueron validadas con el estadístico alfa de cronbach 0.812 y 0.971 respectivamente, además se validaron a juicio de expertos con un promedio de 0.82 para ambas variables, Para la contratación de hipótesis se utilizó el estadístico de correlación rho de spearman, obteniendo una correlación positiva media entre

el modelo asociativo empresarial y la comercialización. La conclusión más relevante está definida en la existencia de una correlación significativa ($\rho = 0.694$) entre las variables de estudio; esto significa que el modelo asociativo empresarial permite mejorar la comercialización de Huasai.

Según Oré (2016) en su artículo, “*Asociatividad para la exportación directa de tapices de la ciudad de Ayacucho*”, “Problema: Uno de los problemas más significativos de productores de tapices de la ciudad de Ayacucho, no es su tamaño, sino su aislamiento que repercute en: a) altos costos operativos. b) no lograr economía de escala. c) No acceder a nuevos mercados, d) desconocer nuevas formas de hacer negocio, e) falta de modernización empresarial y reconversión industrial, baja productividad y competitividad, falta de investigación, desarrollo e innovación, f) mínima y deficiente oferta exportable”. Cuyo Objetivo: Fue determinar el modelo de asociatividad que impulse la exportación directa de los tapices de la ciudad de Ayacucho. Tipo de investigación: Aplicada. Metodología: Inductivo y deductivo. Diseño descriptivo-correlacional y no experimental. Población: 150 empresas formalmente constituidas en el año 2014; para recolectar datos utilizamos cuestionario auto administrado; en la tabulación utilizamos la estadística inferencial. Resultados: Como resultado de análisis de datos concluimos que la falta de asociatividad de los productores limita la exportación directa los tapices de la ciudad de Ayacucho. Por lo que en las encuestas, se determinó que los Microempresarios, no han recibido ningún tipo de capacitación formal, sean estas técnicas, vocacionales o de otra índole sobre lo que significa la asociatividad. Y al respecto, se propuso un modelo asociativo para el mejoramiento del nivel competitivo de las productores de tapices ayacuchanos, adoptando la definición de asociatividad horizontal de Henríquez.

Según Vera (2016), en su investigación, “*Asociatividad empresarial de los productores de quinua del Valle de Andahuaylillas, Quispicanchi – Cusco*”, tuvo como objetivo conocer su realidad. El tipo de investigación que se realizó fue básica, de diseño no experimental y de nivel descriptivo tomando como población de estudio a 60 asociados formados en dos grupos de 54 productores y 06 integrantes de la junta directiva inscritos en el padrón de la asociación, de los cuales se recopiló información primaria a través de cuestionarios elaborados para esta investigación. Los efectos de la indagación determinan que la Asociatividad Empresarial es regular con tendencia a mejorar, tal como lo demuestra el 85.2% de los productores y el 66.7% de los miembros de la junta directiva; de esta manera

podemos señalar que los productores deben de seguir trabajando en equipo en la búsqueda del objetivo en común para lograr mayores beneficios para el desarrollo óptimo de la asociación, asimismo la junta directiva debe fomentar una cooperación interna de todos los integrantes.

Según Cruz (2015), en su tesis *“Relación entre la asociatividad y el crecimiento empresarial en los productores de ají amarillo seco (capsicum baccatum) de sama Inclán-Proter-Tacna”*, para obtener el título profesional de ingeniera comercial. Tiene como objetivo: Determinar la relación entre la asociatividad y el crecimiento empresarial en los productores de ají amarillo seco (Capsicum Baccatum) de Sama Inclán-Proter-Tacna, para conocer la situación actual de los agricultores. Siendo su Hipotesis: La asociatividad se relaciona en forma directa con el crecimiento empresarial en los productores de ají amarillo seco (Capsicum Baccatum) de Sama Inclán-Proter. Donde la población, la conforman 344 unidades agropecuarias dedicadas a la producción de ají amarillo, y la muestra se calculó en base a la fórmula de Cochran, dando como resultado 75 personas a estudiar, además el instrumento usado fue el cuestionario. Y Concluye que, el nivel de la asociatividad, es “Regular”, y el crecimiento empresarial es “Bajo”, por ende la asociatividad y el crecimiento empresarial en los productores de ají amarillo seco (Capsicum Baccatum) de Sama Inclán-Proter-Tacna, se relaciona de forma directa.

Por otro lado Silvestre y Centurión (2015), en su investigación *“Capacitación en las mypes del sector comercio – rubro librerías, ciudad de Santa”*. Cuyo objetivo es determinar las principales características de la capacitación en las mypes del sector comercio – rubro librerías en la ciudad de Santa. donde la investigación fue tipo descriptivo de diseño no experimental/ transversal, y de una población muestral de cinco mypes que representa el 100 % de la población, a la cual se le aplicó un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta. En lo cual concluye diciendo que “los representantes de las mypes son adultos y tienen entre 31 años a más, son de sexo femenino con grado de instrucción secundaria, tienen entre 2 a 5 años en el mercado, más de un trabajador, son capacitados, y es por ello que consideran a la capacitación como inversión, lo cual incrementa la renta a las mypes”.

Según Urbina (2015), en la investigación de su tesis *“Impacto socio económico de la industria del calzado en el crecimiento y desarrollo del distrito el porvenir 2012-2013”*, Para obtener el grado de doctor en administración por lo que tiene como objetivo:

Diagnosticar el impacto económico y social de la industria del calzado en el distrito El Porvenir en términos de su crecimiento y desarrollo durante el 2012-2013. Su población Hacia la realización del estudio se ha tomado a 383 personas, que incluye a pobladores, a un representante de la asociación de fabricantes de calzado del distrito El Porvenir, y al alcalde del mismo distrito, su hipótesis: La industria del calzado tiene un impacto socio económico positivo en el crecimiento y desarrollo del distrito El Porvenir, que se manifiesta en un mejor nivel de vida, ingreso per cápita, educación, salud, agua y desagüe, electrificación, veredas e infraestructura. La técnica e instrumento es Se aplicó el instrumento del cuestionario mediante la técnica de la encuesta a los pobladores de la muestra seleccionada del distrito El Porvenir.

Al respecto Llanca (2012), en su investigación de tesis *"El Museo Leymebamba y el impacto socioeconómico en los prestadores de servicios turísticos en el distrito de Leymebamba- Provincia Chachapoyas - Región Amazonas"*. Tiene como objetivo analizar al Museo Leymebamba y los impactos socioeconómicos que genera en los prestadores de servicios turísticos y en la población. Para la muestra del presente estudio se realizó el método estadístico de muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que se esta tomando en cuenta a los prestadores de servicios turísticos que se encuentran en la localidad de Leymebamba y por consiguiente es un número reducido de establecimientos existentes. En ese sentido la hipótesis planteada es: El Museo Leymebamba es una institución educativa y cultural al servicio del público que alberga materiales culturales como: momias, ofrendas funerarias de la cultura ancestral de los Chachapoya(s), que en su conjunto incitan la atención de turistas nacionales y extranjeros, generando un impacto socioeconómico en los prestadores de servicios turísticos, permitiendo la mejora de la calidad de vida en la población. Finalmente concluye diciendo que el Museo Leymebamba ha contribuido al desarrollo social y económico, mejorando la calidad de vida de la población de manera directa o indirectamente.

A nivel local

Según Larios (2017), en su tesis *"Factores económicos que inciden en la exportación de ají paprika triturada o pulverizada del departamento de Lambayeque año 2014"*, Para obtener el título profesional de ingeniero comercial. Tiene como objetivo, principal de esta investigación es Identificar los factores económicos que inciden en la exportación de ají

paprika triturada o pulverizada del departamento de Lambayeque año 2014. Con una hipótesis planteada que los factores económicos, tales como el tipo de cambio real bilateral y el crecimiento económico de Estados Unidos han influido de manera positiva en las exportaciones de ají paprika triturada o pulverizada, Por otro lado, la muestra se plasmó comprendiendo los datos estadísticos de las exportaciones de ají paprika triturada de Lambayeque, el PBI de los Estados Unidos y el tipo de cambio real bilateral del primer trimestre al cuatro trimestre del año 2014. La presente investigación cuenta con una población representada por las diferentes empresas de la región Lambayeque exportadoras de ají paprika en su presentación triturada o pulverizada, según los registros proporcionados por la Dirección Regional De Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque, durante el año 2014. El tipo de instrumento que se realizó en este proyecto es la recolección de datos se ha utilizado una matriz de correlación mediante el programa econométrico Eviews 8, en la cual los resultados se han presentado a través de tablas y sus interpretaciones respectivas, cumpliendo la teoría económica de Gregorio explicando una relación positiva entre el tipo de cambio real y el crecimiento económico con las exportaciones. Finalmente se concluye que tanto el PBI de los Estados Unidos y el tipo de cambio real bilateral han influido de manera positiva en las exportaciones de ají paprika triturada, Se recomienda que el gobierno actual a través del MINCETUR diversifique la oferta exportable de ají paprika triturada lambayecana a otros países que cuenten con una economía más estable.

Según Cáceres y Mendoza (2016), en su tesis *“Impacto de la Asociatividad en la rentabilidad de la Asociación de Ganaderos Agroindustria San Juan Gallito, distrito de San José, provincia y departamento de Lambayeque periodo 2012 – 2015”*, Para optar el título profesional de ingeniero comercial. Tiene como objetivo, “Determinar el impacto de la asociatividad en la rentabilidad de la Asociación de Ganaderos Agroindustria San Juan Gallito, distrito de San José, provincia y departamento de Lambayeque periodo 2012 – 2015”. La población está constituida por 20 miembros, por lo que no se considera muestra. Hipótesis: La asociatividad ha permitido el incremento de la rentabilidad de la Asociación de Ganaderos Agroindustria San Juan Gallito. Teniendo como técnicas e instrumentos; la observación dirigida, entrevista a profundidad, análisis documental y encuestas. Y obtuvo el resultado confirmando la hipótesis que la Asociatividad ha permitido el incremento de la rentabilidad, finalmente concluye que la Asociatividad es una herramienta de gestión que

tiene un impacto positivo en la rentabilidad de las organizaciones, así como en el ámbito socioeconómico de los involucrados.

Según Pérez y Villalobos (2016), en su investigación *“Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa chifa_ pollería mi triunfo Chiclayo”*. Tiene por objetivo general, “Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Empresa Chifa-Pollería Mi Triunfo”. Donde la población está conformada por los 2000 clientes, del Chifa - Pollería Mi Triunfo - Chiclayo de los cuales se tomara una muestra y se realizará una encuesta, con una muestra de 132 elementos. Y obtuvo como resultados que, los clientes encuestados están en desacuerdo en que cuando la empresa promete hacer algo en una fecha determinada, no lo cumple. Finalmente concluye que “el Chifa Pollería Mi triunfo actualmente no brinda una buena atención ni cuenta con calidad de servicio de acuerdo a las cinco dimensiones del SERVQUAL. No obstante puede mejorar la prestación de su servicio para adelantarse a los requerimientos y así superar las expectativas del cliente, mientras la empresa ofrezca un mejor servicio los ingresos aumentará mejorando sus resultados económicos”.

Al respecto Musayón y Núñez (2014), en su investigación de tesis *“Propuesta de fortalecimiento asociativo para pequeños productores apícolas caso: Asociación del sector Cascajal Olmos Lambayeque”*, para obtener el título de licenciado en administración de empresas. Cuyo objetivo es: Propuesta para el fortalecimiento asociativo de los pequeños productores apícolas de la Asociación del Sector Cascajal – Olmos. Teniendo como población 17 socios apicultores que conforman la Asociación del Sector Cascajal – Olmos, por el cual no se empleó ninguna muestra, ya que la población se estudió de manera general. Donde el instrumento es el cuestionario. Finalmente, concluye que en “la asociación del sector Cascajal, las actividades han sido descuidadas por sus socios. Asociación que presenta desorganización, ausencia de trabajo en equipo, poco compromiso y bajo sentido de pertenencia; por tanto un desaprovechamiento de las oportunidades de la asociatividad. De ahí, que surge esta propuesta de fortalecimiento con una visión asociativa integral, que une el capital social, como activo inherente a las relaciones sociales y la gestión administrativa, que organiza el trabajo y lo canaliza hacia un objetivo determinado”.

Por otro lado Cercado (2014), en su investigación *“Red empresarial horizontal como estrategia de competitividad para los microempresarios de carpintería de madera en el*

distrito de la victoria – chichlayo 2013”. Cuyo objetivo es: “elaboración de la propuesta de una Red Empresarial Horizontal para contribuir a la Competitividad de los microempresarios de carpintería de madera dentro del mercado”. Donde la población estuvo conformada por 25 microempresarios de carpintería de madera. Siendo la hipótesis: la implementación de una Red Empresarial Horizontal contribuye e incrementa dicha Competitividad de los microempresarios. Teniendo como técnica la encuesta y la observación, por ende su instrumento aplicado fue el cuestionario y ficha de observación. Finalmente concluye que al llevar a cabo un diagnóstico se ha identificado como problema principal, bajo poder de negociación de los microempresarios de carpintería de madera del Distrito de La Victoria.

Según Soto (2014), Según en su tesis “*Propuesta de un modelo asociativo a productores de palta en el distrito de Motupe - departamento de Lambayeque*”, para optar el título de licenciado en administración de empresas. Tiene como objetivo principal establecer una propuesta de modelo asociativo a los productores de palta del Distrito de Motupe. Con una hipótesis planteada demostrando la identificación de intereses comunes de los productores de palta del distrito de Motupe y la organización de acciones conjuntas en su beneficio. Por otro lado, la muestra es aproximadamente a 70 productores de palta del Distrito de Motupe de los sectores más cercanos y accesible. La presente investigación cuenta con una población constituida aproximadamente de 100, del Distrito de Motupe - Provincia y Departamento de Lambayeque, contrastada con los informes obtenidos en la oficina descentralizada del Ministerio de Agricultura ubicada en el Distrito de Motupe, que esta guarda en el registro de la inscripción de agricultores del Valle de Motupe. El tipo de instrumento en la siguiente investigación es la recolección de datos teóricos como fichas bibliográficas, textuales y de resumen. En cuanto a la técnica de campo, la recolección de datos se llevará a cabo mediante encuestas, El proceso de la información se obtendrá a través del programa Microsoft Excel, donde los datos recolectados serán tabulados, para luego ser presentados en gráficas para una mejor comprensión y visualización de los resultados. Finalmente se concluye el 75% de la población agrícola, ha señalado que estaría dispuesto a constituir un modelo asociativo de productores de palta en el Distrito de Motupe. Los motivos de asociarse bajo un nuevo modelo por parte de los agricultores son una pieza fundamental haciendo que este tipo de modelo asociativo puede convertirse en un instrumento crucial para el desarrollo de la localidad.

Al respecto Flores (2013), en su investigación *“Propuesta de asociatividad para el desarrollo económico y social de los productores de café del distrito de kañaris -Ferreñafe”*. Tiene por objetivo general, “Proponer un modelo de asociatividad que permita a los productores Cafetaleros del distrito de Kañaris mejorar su gestión empresarial y el manejo integral de sus cultivos”. Donde la población está conformada por los productores cafetaleros de Kañaris, según registros de la Dirección Regional de Agricultura lo conforman 335 agricultores. de los cuales se tomara una muestra de 75 cafetaleros. Y se obtuvo como resultados que la población tiene ciertas dificultades para establecer nexos asociativos con gente que no está vinculado a ellos de manera familiar y esto suele ser mucho más marcado con gente que es ajena a su comunidad o caserío, con lo que el grado de desconfianza suele ser muy alto y por ende dificulta en cierta medida al intento de trabajo asociativo. Finalmente concluye que el proceso de asociatividad depende en gran medida del grado de capital social existente entre los potenciales participantes, haciendo hincapié en la confianza, reciprocidad, compromiso, cooperación, entre otros.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Asociatividad empresarial.

1.3.1.1 Asociatividad.

Para Pérez y Múnera (2007), “la asociatividad es la capacidad de una cadena productiva para trabajar juntos, mediante el desarrollo de esquema de trabajo que permitan obtener beneficios en cuanto la disminución de costos y sincronización de la cadena para el aumento de la competitividad”. Las acciones asociativas son una construcción social, sostenida con comunicación, diálogos, información, puesta en común de intereses y esquemas de cooperación, la cual se nutre de la confianza.

Principios de procesos de asociatividad son:

Generación de confianza: cohesión entre empresarios (capital social empresarial); confianza en el proceso asociativo en ti (credibilidad en el proceso asociativo); generación de metas y seguimientos a éstas (cumplimiento de compromiso).

Integridad desde el enfoque sistémico (abordar integralmente la competitividad): Trabajo correcto de las diferentes áreas de la organización.

Protagonismo Empresarial: Las empresas deben participar en el diseño, el seguimiento y la financiación del proceso. (p. 44).

1.3.1.1.1 Objetivos de la asociatividad.

Para Mincetur (2013), “Las empresas se asocian para lograr algún objetivo en común. Para esto, lo ideal es buscar socios que tengan valores semejantes y cuyas habilidades sean complementarias, de manera tal de que todos tengan algo para contribuir y todos puedan beneficiarse”.

En función del objetivo que persigue el grupo y sus resultados, pueden generarse en el tiempo relaciones comerciales permanentes. “En el largo plazo, en algunos casos, la grupo puede concluir en la formación de una empresa con personalidad jurídica y patrimonio propio”.

De manera general, los objetivos de la asociatividad se enfocan en cooperar apuros conjuntos y reducir costos. Unos de los propósitos por los cuales se acude a estos modelos se presentan a continuación:

Comercialización

Apertura de nuevos mercados para productos actuales, Lanzamiento de nuevos productos al mercado, Intercambio de información comercial, Investigación de mercados, Alianzas comerciales, Consorcios de exportación, Inversión conjunta, Logística y distribución y Servicios post venta conjunta.

Financieros

Acceso a financiamiento: hace referencia a las garantías que se requieren las cuales no pueden ser cubiertas en forma individual, pero sí logran ser cubiertas de manera grupal, por cada uno de los integrantes.

Ahorro por Compras: inversiones conjuntas.

Organizaciones

Mejora en los métodos lucrativos, Concentración de nuevas formas de dirección, puesta en marcha de proyección transcendental, Cambio de

averiguación productiva o tecnológica. Preparación conjunta, Incubación de economías de escala. Dirección a tecnologías de productos o procesos, Aumento del poder de negociación e Investigación y desarrollo

1.3.1.1.2 Beneficios de la asociatividad.

Según Barrera citado por Cruz (2016), señala que los beneficios de la asociatividad:

Resolver y enfrentar problemas de manera conjunta, respetando la autonomía de los participantes.

Aumento de la producción.

Mayor poder de negociación.

Se comparten, riesgos, costos y beneficios.

Mejora de la calidad del producto.

Acceder a mercados.

1.3.1.1.3 Tipos de modelo de asociatividad

Con respecto a Mincetur (2008), citado por Cruz (2016), señala:

Redes de Cooperación

Conjunto de empresas que comparten información, procesos o conglomeran ofertas, sin renunciar a funcionar de manera independiente. No existe una relación de subordinación. Mantienen diversos vínculos cooperativos para realizar acciones conjuntas coordinadas.

Articulación Comercial

Relación sostenida entre empresas ofertantes y demandantes la cual puede ser mediada o animada por un agente intermediario, bróker o gestor de negocios.

Alianza en Cadenas Productivas

En base a acuerdos entre actores que cubren una serie de etapas y operaciones de producción, transformación, distribución y comercialización de un

producto o línea de productos (bienes o servicios). Implica división de trabajo en la que cada agente o conjunto de agentes realiza etapas distintas del proceso productivo.

Alianza en Clusters

De manera similar a las cadenas de valor, pero los actores están concentrados geográficamente y están interconectados en una actividad productiva particular. Comprende no sólo empresas sino también instituciones que proveen servicios de soporte empresarial.

Joint Venture

Se constituye una nueva sociedad creada por dos o más empresas con personalidad jurídica independiente pero realiza una actividad empresarial supeditada a las estrategias competitivas de las empresas propietarias. Esta forma de cooperación implica la aportación de fondos, tecnología, personal, bienes industriales, capacidad productiva o servicios.

Consortios

El Art. 445 de la Ley General de Sociedades establece que el contrato de consorcio es aquél por virtud del cual dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa con el propósito de obtener un beneficio económico. Los Consortios se pueden formalizar legalmente sin que las empresas pierdan su personería jurídica pero con una gerencia común.

1.3.1.1.4 Ventajas y desventajas de la asociatividad.

Para el Centro de Exportaciones e Inversiones Nicaragua (2010), menciona las siguientes ventajas y desventajas de la asociatividad.

Ventajas

Aumento de la producción.

Conservar la autonomía de los integrantes, “la unión hace la fuerza”. Esto admite que las organizaciones asociadas cooperen los recursos llevados

a cabo en la asociatividad, conservando aquellos puntos valiosos y que no desean ser cooperados en plena privacidad.

Mayor poder de negociación.

Mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y a financiamiento.

Se cooperan peligros y costos.

Disminución de costos.

Progreso de la eficacia y diseño.

Mejora el funcionamiento de la cadena de valor entre organizaciones.

Mejora la gestión del conocimiento técnico – productivo y comercial.

La Pymes adquirirán los beneficios de la asociatividad de acuerdo a su grado de colaboración y la responsabilidad que en ello instalen.

Existe elasticidad entre los participantes asociados.

Mejorar la producción y competitividad, lo que permite ser visionarios para ingresar a nuevos mercados.

Forjan en las organizaciones y los empresarios, un conocimiento más abierto, mayor confianza, una visión unida a mayor tiempo, y más eficacia.

Desventajas

Varias veces la persona no puede requerir préstamos o crédito, porque no cuenta con un respaldo fidedigno.

Los que ofrecen productos limitados muchas veces no perciben un buen precio por sus productos en el mercado local.

La obtención de materiales resulta más cara, porque los proveedores no le brindarán una rebaja por la compra de semillas, fertilizantes y otros insumos, y si se lo ofrecen, éste será mínimo.

Y normalmente las agencias brindan capacitación y entrenamiento a grupos, no a individuos.

1.3.1.1.5 Formas de asociatividad.

Existen distintas formas de asociatividad entre las cuales poseemos: los distritos industriales, los clúster, y las redes de empresas.

Distritos Industriales

Para Becattini (1990), define el distrito industrial como “una entidad socioeconómica que se caracteriza por la presencia activa de una comunidad de personas y una población de empresas en una área natural e históricamente limitada”, es asimismo que el distrito industrial está formado por muchas compañías que llevan a cabo actividades coherentes y que están ubicadas en una comunidad claramente reconocible. “El concepto de distritos industriales combina tres elementos principales: la comunidad de las personas, la población de empresas y la atmosfera industrial”. (pp. 24-25).

Los clúster

Las empresas que participan en los clúster, pueden desempeñar las mismas o diversas actividades, y se pueden integrar de forma vertical u horizontal; deben ser especializadas, competitivas e innovadoras, de un alto nivel tecnológico, trabajar en coordinación con las políticas públicas y las universidades como generadoras de conocimiento”. (Acevedo y Buitrago, 2009, p. 16). Los clúster actúan como un foro productivo y eficaz para el diálogo entre organizaciones semejantes y sus proveedores, las jurisdicciones y otras entidades.” La importancia de los clúster se debe a que estos reducen los costos de transacción, aumentan el número de transacciones, y promueven el intercambio de conocimiento, lo que favorece la innovación. (Capó, Esposito y Masiá, 2007).

Las Redes De Empresas

Son mecanismos o estrategias de integración y articulación de diferentes agentes que tienen un objetivo que los incita a aliarse bajo este tipo de estructura. Según Becerra (2008) deben tener, al menos, las siguientes cuatro características: 1) Orientación a la demanda u orientado al mercado: debe existir un mercado promisorio para el producto. 2) Orientación al empresario: deben existir empresarios que acepten un proyecto y estén interesados en operarlo. 3) Orientación al negocio: el proyecto mediante el cual se articulan debe ser un negocio rentable para los empresarios que lo operen, y debe hacerse un

estudio económico-financiero minucioso antes de iniciarlo. Y 4) Orientación a generar cambios permanentes en la estructura productiva de los empresarios: los proyectos de la red deben generar una serie de ajustes que tienen que realizar los empresarios para alcanzarlo.

Una alianza estratégica permanente entre un grupo claramente definido de empresas independientes, que colaboran para alcanzar objetivos comunes orientados al desarrollo de la competitividad de los participantes. (Guerrero, 2006, p. 9).

1.3.1.1.6 Limitaciones de la asociatividad.

De acuerdo a Sáenz citado por Vásquez y Zapata (2015), dice que la Asociatividad es un proceso complejo que abarca varios factores que influirán en su éxito o fracaso. Esto requiere entonces de convicción e identificación con el compromiso al que se someten. Sin embargo, no está exenta a las siguientes limitaciones:

La falta de una cultura basada en cooperación.

La inexistencia de un entorno institucional.

Ausencia de las normas en asociatividad.

Falta de un conjunto experto en el tema.

Los intereses no están organizados de acuerdo a las metas de la asociación.

No existe un adecuado clima de familiaridad e información.

Los individuos no aportan el tiempo suficiente.

Se requieren ingresos de capitales por parte de los asociados.

1.3.1.2 Asociatividad empresarial.

Según Sánchez , Henao y Aristizábal (2011), “La asociatividad empresarial es un proceso mediante el cual un grupo de empresas deciden trabajar juntas para conseguir mejores resultados en el campo productivo, organizacional y comercial”. Con la finalidad de ganar el favoritismo de los compradores, generar ingresos mayores que los costos, ser beneficiosos y ser duraderos. Es por ello que la asociatividad empresarial posee sentido si contribuye a que cada una de las organizaciones emparentadas o asociadas logre conseguir excelentes resultados. (p. 37).

Según Beltrán (2012), “la asociatividad empresarial se define como una estrategia orientada a potenciar el logro de una ventaja competitiva por parte de una empresa es decir como una estrategia busca el dominio y control por parte de una empresa de una característica, habilidad, recurso o conocimiento que incremente su eficiencia y le permita distanciarse de la competencia”.

1.3.1.2.1 Importancia de la asociatividad empresarial.

Según Sánchez , Henao y Aristizábal, (2011), La importancia de la asociatividad empresarial radica en que el entorno y las tendencias mundiales del mercado exigen trabajar cooperada mente en redes, en alianzas, para ser más Productivos y competitivos, pues resulta definitivamente muy difícil competir en un escenario donde se requiere atender pedidos de gran volumen, con calidad, innovación, oportunidad, capacidad de distribución, precios y condiciones favorables.

Así como el mercado es global, los consumidores son globales, pues tienen acceso a diversas alternativas para tomar decisiones de compra. Ya se perfilan a nivel global: productos y servicios, competidores, empresas y soluciones a las necesidades de las personas, las organizaciones y los propios gobiernos. (p. 37).

1.3.1.3 Ley General de Sociedades N° 26887.

Hoy en día las oportunidades de negocios tienen ciertas barreras para ser desarrolladas de forma individual, en la cual se incurre a asociarse con otras empresas o personas, con la finalidad de complementar servicios o productos que la empresa pudiera estar ofreciendo. Por lo tanto, ante esta situación una forma de desarrollarse el negocio es mediante el uso de los llamados contratos asociativos siendo los más conocidos el de Asociación en Participación y el Consorcio.

Estos contratos asociativos se encuentran regulados en la Ley General de Sociedades y como regla general se debe de tener en claro que no genera una persona jurídica, deben constar por escrito y no requieren ser registrados. Pues la idea central de este tipo de contratos consiste en que las partes se juntan para desarrollar un negocio específico en interés común de todos los intervinientes.

En estos contratos las partes deberán de regular la forma que participarán en el negocio, qué es lo que aportarán cada una de ellas, como se distribuirán las utilidades que se generen entre otros aspectos singulares a cada proyecto de negocios.

La Ley General de Sociedades regula dos formas de contratos asociativos el contrato de Asociación en Participación y el contrato de Consorcio.

Contratos asociativos

Artículo 438.- Alcances

Se considera contrato asociativo aquel que crea y regula relaciones de participación e integración en negocios o empresas determinadas, en interés común de los intervinientes. El contrato asociativo no genera una persona jurídica, debe constar por escrito y no está sujeto a inscripción en el Registro.

Artículo 439.- Contribuciones de dinero, bienes o servicios

Las partes están obligadas a efectuar, las contribuciones en dinero, bienes o servicios establecidos en el contrato. Si no se hubiera indicado el monto de las contribuciones, las partes se encuentran obligadas a efectuar las que sean necesarias para la realización del negocio o empresa, en proporción a su participación en las utilidades.

La entrega de dinero, bienes o la prestación de servicios, se harán en la oportunidad, el lugar y la forma establecida en el contrato. A falta de estipulación, rigen las normas para los aportes establecidas en la presente ley, en cuanto le sean aplicables.

Artículo 440.- Contrato de asociación en participación

Es el contrato por el cual una persona, denominada asociante concede a otra u otras personas denominadas asociados, una participación en el resultado o en las utilidades de uno o de varios negocios o empresas del asociante, a cambio de determinada contribución.

Artículo 441.- Características

El asociante actúa en nombre propio y la asociación en participación no tiene razón social ni denominación.

La gestión del negocio o empresa corresponde única y exclusivamente al asociante y no existe relación jurídica entre los terceros y los asociados.

Los terceros no adquieren derechos ni asumen obligaciones frente a los asociados, ni éstos ante aquéllos. Y El contrato puede determinar la forma de fiscalización o control a ejercerse por los asociados sobre los negocios o empresas del asociante que son objeto del contrato.

Los asociados tienen derecho a la rendición de cuentas al término del negocio realizado y al término de cada ejercicio.

Artículo 442.- Limitación de asociar

El asociante no puede atribuir participación en el mismo negocio o empresa a otras personas sin el consentimiento expreso de los asociados.

Artículo 443.- Presunción de propiedad de los bienes contribuidos

Respecto de terceros, los bienes contribuidos por los asociados se presumen de propiedad del asociante, salvo aquellos que se encuentren inscritos en el Registro a nombre del asociado.

Artículo 444.- Participaciones y casos especiales

Salvo pacto en contrario, los asociados participan en las pérdidas en la misma medida en que participan en las utilidades y las pérdidas que los afecten no exceden el importe de su contribución. Se puede convenir en el contrato que una persona participe en las utilidades sin participación en las pérdidas así como que se le atribuya participación en las utilidades o en las pérdidas sin que exista una determinada contribución.

Artículo 445.- Contrato de Consorcio

Es el contrato por el cual dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa con el propósito de obtener un beneficio económico, manteniendo cada una su propia autonomía.

Corresponde a cada miembro del consorcio realizar las actividades propias del consorcio que se le encargan y aquéllas a que se ha comprometido. Al hacerlo,

debe coordinar con los otros miembros del consorcio conforme a los procedimientos y mecanismos previstos en el contrato.

Artículo 446.- Afectación de bienes

Los bienes que los miembros del consorcio afecten al cumplimiento de la actividad a que se han comprometido, continúan siendo de propiedad exclusiva de éstos. La adquisición conjunta de determinados bienes se regula por las reglas de la copropiedad.

Artículo 447.- Relación con terceros y responsabilidades

Cada miembro del consorcio se vincula individualmente con terceros en el desempeño de la actividad que le corresponde en el consorcio, adquiriendo derechos y asumiendo obligaciones y responsabilidades a título particular. Y sobre todo cuando el consorcio contrate con terceros, la responsabilidad será solidaria entre los miembros del consorcio sólo si así se pacta en el contrato o lo dispone la ley.

1.3.2 Desarrollo socioeconómico.

Según Anda (2003), “el desarrollo económico requiere de una creciente inversión de tierra, trabajo y capital, pero los resultados del trabajo no podrán superarse si no se generan el conocimiento, las habilidades empresariales y la productividad necesarios, a través de la educación, las habilidades empresariales, la ciencia y la tecnología”.

1.3.2.1 Desarrollo económico.

Para Patricio Molina citado por Planella, (1986), indica que el “desarrollo económico puede definirse como una mejora constante secular en el bienestar material que podemos considerar reflejado en una corriente cada vez mayor de bienes y servicios”. El desarrollo socioeconómico se expresa en términos materiales, su estudio está relacionado con modificaciones- sociales, culturales, políticas, lo mismo que económicas que pueden contribuir o impedir el progreso material.

Causas principales del desarrollo económico son: según la literatura sobre el desarrollo económico es exenta y variada. Abarca desde el estudio de los problemas de los países del tercer mundo, El de las causas de la pobreza y formas de superarla, como los problemas de crecimiento de los países altamente desarrollados. Hace parte del tema

igualmente, las teorías del desarrollo económico que abarca la historia del pensamiento económico desde A. Smith hasta nuestros días. Involucra también el papel de los elementos que intervienen en el Desarrollo como son entre otros los elementos de producción, tierra-trabajo y capital, siendo lo innato a los aspectos cuantitativos del desarrollo, esto es, los criterios para medirlos.

Producción: según Zorrilla (2004), nos dice que la producción es una palabra muy usada en la economía la cual, “indica la creación de bienes y servicios, es decir, la producción debe comprender la totalidad de la vida económica. La producción es el resultado de la combinación de diferentes factores que sirven para satisfacer necesidades humanas”.

Trabajo: se ha determinado el trabajo como la realización consiente y racional humana, enfocada a la afiliación de utilidad a las cosas, coexiste discrepancia entre trabajo corporal y el económico, aunque uno y otro tienen sus comienzos en la potencialidad psicofísica humana. “El trabajo económico es aquel que desarrolla ordenadamente las energías humanas hacia un fin económico. El trabajo físico, es el producto de la intencionalidad de una fuerza”.

Capital: por capital se entiende el acervo de instrumentos resultantes de todos los bienes económicos producidos por el trabajo (maquinas, instalaciones, edificios).

Su clasificación del capital señala su función general en el proceso productivo. Sin embargo esta función puede dividirse a su vez en otras tres consideradas como principales a) funciona como instrumento multiplicador de producción, b) funciona como medio de sostenimiento, c) funciona como materia prima.

1.3.2.2 Desarrollo social.

Según Midgley (1995), nos indica que el desarrollo social es “un proceso de promoción del bienestar de las personas en conjunción con un proceso dinámico de desarrollo económico”. “El desarrollo social es un proceso que, en el transcurso del tiempo, conduce al mejoramiento de las condiciones de vida de toda la población en diferentes ámbitos: salud, educación, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social, empleo,

salarios, principalmente. Implica también la reducción de la pobreza y la desigualdad en el ingreso”.

1.4 Formulación del problema

¿De qué manera la asociatividad empresarial contribuye en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urb. Latina, Chiclayo - 2017?

1.5 Justificación e importancia del estudio

Ñaupas, Mejía y Novoa (2013), Determinan que “justificar implica fundamentar las razones por las cuales se realiza la investigación. Y que la explicación de estas, pueden agruparse en razones, siendo teóricas, metodológicas y sociales”.

Por otro lado para Palella y Martins (2012), La justificación “indica el por qué se quiere hacer esta investigación. Expresa las razones tanto personales como generales del investigador, los aportes del estudio a determinada disciplina, a la solución de problemas prácticos de tipo organizacional, social, educativo, económico y cultural”. (p. 60).

1.5.1 Justificación Teórica.

Para Bernal (2006), “La justificación teórica se hace cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados, hacer epistemología del conocimiento existente o cuando se busca mostrar las soluciones de un modelo”. (p.66).

Esta investigación es importante porque ayudará a los restaurantes de la Urbanización Latina, a tener una noción plena de la importancia de asociarse, lo cual es denominada como estrategia fundamental para la competitividad, por ende en la presente investigación hablaremos de diferentes autores, los cuales nos ayudaran a contrarrestar el problema planteado, es decir dando una solución al mismo.

1.5.2 Justificación Práctico.

Palella y Martins (2012), nos indican que “la justificación práctico está Destinado a resaltar la contribución a la solución de un problema concreto que afecta directa e indirectamente a una realidad social”. (p. 61).

La presente investigación en lo práctico permitirá que se resuelva el trabajo aislado que hace cada uno de los restaurantes, se brindara capacitación ya sean en temas de nutrición o preparación de alimentos y compra de insumos a menores costos. Así como también en temas de estrategias de marketing y atención al cliente consecuentemente los que se verán beneficiados serán los clientes indirectamente y los propietarios directamente.

1.5.3 Justificación social.

Bernal (2006), nos menciona que” la justificación social es la explicación del alcance o proyección que tiene la investigación, dando a conocer la trascendencia o repercusión en la sociedad”.

Desde el punto de vista social la presente investigación permitirá mejorar la productividad y competitividad de los restaurantes de la urbanización latina, por ende estas organizaciones tendrán mejoras en su desarrollo socioeconómico, así como también los que residen en esta urbanización serán beneficiados de manera directa o indirecta porque un desarrollo en mencionada urbanización contribuye a optimizar la calidad de vida de la población.

1.5.4 Justificación Metodológica.

Palella y Martins (2012), nos indican que la justificación metodológica es “Referido al uso o propuesta de métodos y técnicas específicas que pueden servir de aporte y/o aplicación para otros investigadores que aborden problemas similares”. (p. 61)

Desde el punto de vista metodológico esta investigación es de tipo descriptivo-explicativo- propositivo porque se va a diagnosticar, identificar y determinar cada una de las variables, para entender cuáles son los factores que influyen en estas. Para ello se utilizará la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, la cual servirá como guía para futuras investigaciones. Además, los resultados obtenidos serán ingresados al software SPSS V22, con el fin de medir el grado de influencia que tiene la asociatividad empresarial.

1.6 Hipótesis

HI: La asociatividad empresarial si contribuye en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urb. Latina, Chiclayo - 2017.

HO: La asociatividad empresarial no contribuye en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urb. Latina, Chiclayo - 2017.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo general.

Proponer un programa de asociatividad empresarial para contribuir al desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo – 2017.

1.7.2 Objetivos específicos.

Diagnosticar el nivel de asociatividad empresarial de los restaurantes, de la urbanización Latina, Chiclayo.

Analizar los factores que intervienen en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo.

Diagnosticar el nivel de calidad de vida de los propietarios de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo.

Diseñar un programa de asociatividad empresarial para contribuir al desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo.

II.

MATERIAL Y MÉTODO

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1 Tipo de investigación.

El tipo de investigación que se realizó es de enfoque cuantitativo descriptivo-explicativo – propositivo con el fin de conocer los factores que influyen e intervienen tanto en la asociatividad empresarial como en el desarrollo socioeconómico.

Según Cortés y Iglesias (2004), nos mencionan que el enfoque cuantitativo toma como centro de su proceso de investigación a las mediciones numéricas, utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación. Utiliza la recolección, la medición de parámetros, la obtención de frecuencias y estadígrafos de la población que investiga para llegar a probar las hipótesis establecidas previamente. (p. 10).

Por otro lado, según Hernández, Fernández y Baptista (2010), nos mencionan que “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. Es decir, exclusivamente pretenden calcular o acopiar información de manera autónoma o unida sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, y su finalidad no es indicar cómo se relacionan éstas. (p. 80).

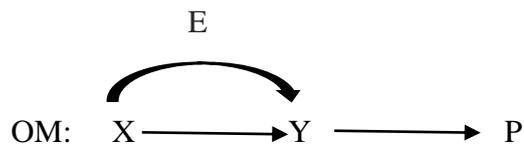
Además, según Hernández et al. (2010), manifiestan que “Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables”. (pp. 83-84).

2.1.2 Diseño de investigación.

Para llevar a cabo esta investigación se utilizó un diseño No experimental-Transversal, basada en la observación de fenómenos o hechos, para luego analizarlos.

Según Hernández, et al. (2010), un diseño no experimental, podría definirse como “la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos”. (p. 149).

Cuyo esquema:



O = Observación

M= Muestra

X = Asociatividad Empresarial

Y = Desarrollo Socioeconómico

E = Explicación

P = Propuesta

2.2. Población y muestra

2.2.1 Población.

Nuestra población está formada por 38 restaurantes de la urbanización latina, del distrito de José Leonardo Ortiz. Según un sondeo realizado por los investigadores, debido a que ninguna organización tanto pública como privada cuenta con información al respecto.

2.2.2 Muestra.

“La muestra es una parte de la población en estudio, seleccionada de manera que en ella queden representadas las características que distinguen a la población de la que fue tomada”. (Moreno, 2007, p. 9).

En la presente investigación no se tomó en cuenta la muestra por que la población es pequeña, por ende el estudio estuvo enfocado en toda la población, la cual está constituida por 38, restaurantes de la urbanización latina, del distrito de José Leonardo Ortiz.

2.3. Variables y Operacionalización

2.3.1 Variables.

Variable Independiente: Asociatividad empresarial

Según el Centro de Exportaciones e inversiones Nicaragua, (2010), la asociatividad empresarial “Es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, donde comparten la misma necesidad; cada empresa mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial y decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto para la búsqueda de un objetivo en común”. (p. 3).

Variable Dependiente: Desarrollo socioeconómico

De acuerdo a García, (2012), el desarrollo socioeconómico es la “Condición, goce o estado que garantiza el goce y ejercicio pleno de los derechos y garantías en sentido estricto, pero cuando nos referimos a los países esta condición va más allá, pues implica un proceso que se relaciona con el modo de vida de los individuos que habitan ellos. Visto el Desarrollo como proceso entonces lo podemos definir como aquel que implica la mejoría continuada y consistente en las condiciones de vida de los originarios de los países”

2.3.2 Operacionalización de variables.

Tabla 1

Operacionalización de variable independiente.

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	Índice
Asociatividad Empresarial	Beneficios	Disminuir costos	¿Considera que comprar de manera conjunta con sus socios reducirá costos?	Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario	Sí; No
		Incremento de producción	¿El estar asociado, le ha conllevado a tener mayor producción en el servicio que ofrece?		Sí; No
		Poder de negociación	¿Trabajar en Asociatividad, considera usted, que es factible para poder negociar con sus proveedores?		Sí; No
		Acceder a mercados	¿Cree usted, que la Asociatividad empresarial, te da la oportunidad de ingresar a nuevos mercados y posicionarte?		Sí; No

	Productividad y competitividad	¿Cree usted, que si se asocia a otra empresa de su mismo rubro podrá aumentar la productividad y competitividad en su negocio?	Mucho; Regular; Poco; Nada
	Modelo asociativo	¿Su Negocio Presenta Algunas de Las Siguietes Características de módelos de Asociatividad?	Puntos de participación; Juntas productivas; Alianzas de Clusters; Joint Venture; Ninguno
Tendencias	Formas asociativas	¿A qué forma de asociatividad le gustaría pertenecer?	Conjunto de Pequeñas y Medianas Empresas; Organizaciones; Grupos de Empresas
	Asociación en participación	¿Cree usted que el estar asociado(a) estaría respaldado por una ley o normatividad de acuerdo al a ley general de sociedades N°26887?	Sí; No
Normatividad	Contrato de consorcio	¿Sabía usted que al realizar un contrato de asociatividad, está manteniendo su propia autonomía jurídica?	Sí; No

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2*Operacionalización de variable dependiente.*

Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	Índice
Desarrollo Socioeconómico	Desarrollo económico	Producción	¿Cuántos platos vende al día?	Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario	Menos-20; 20-25; 25-30; 30-40; 40-a mas
		Trabajo	¿Cuántas horas diarias trabajan en su negocio?		4; 6; 8; 10
		Capital	¿Cree usted que el capital es importante para su negocio?		Sí; No
		Salud	¿Su negocio le permite contar con un seguro de salud?		INDEPENDIENTE; ESSALUD; SIS; N.A
	Calidad de vida	Educación	¿Cuál es el nivel de educación que tiene usted?		Primaria ; Secundaria; Técnico; Universitario; No tiene estudios
		Vivienda	¿De qué material es su vivienda?		Material: Noble; Adobé; Rustico; pre fabricado
		Seguridad social	¿Pertenece usted a un sistema de pensión privada?		ONP; AFP; N.A
		Salario	¿En promedio sus ingresos familiares cada mes, es?		Menos-850; 850-1000; 1.000- 1.200; 1.200- 1.500; 1.500- 1.800; 1.800- a mas

Fuente: Elaboración propia.

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

2.4.1 Técnicas de recolección de datos.

En esta investigación se utilizó como técnica de recolección de información a la encuesta, con la finalidad de recoger información referente a la asociatividad empresarial y el desarrollo socioeconómico en los restaurantes de la urb. Latina.

Según García (2004), nos dice que la encuesta, “es un método que se realiza por medio de técnica de interrogación, procurando conocer aspectos relativos a los grupos. Tanto para entender como para justificar la conveniencia y utilidad de la encuesta es necesario alcanzar que en un proceso de investigación, en principio, el recurso básico que nos auxilia para conocer nuestro objeto de estudio es la observación, La cual permite la apreciación empírica de las características y el comportamiento de lo que se investiga”. (p. 19).

2.4.2 Instrumentos de recolección de información.

El instrumento de recolección de información que empleamos en la presente investigación es el cuestionario, en el cual se recolecto la información requerida en las dimensiones e indicadores de las variables.

De acuerdo a Bracea citado por Hernández, et al. (2010), nos indica que “el cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Y Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis”. (p. 217).

2.4.3 Validacion de instrumentos.

De acuerdo a Hernández, et al. (2010), nos menciona que “La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir”. (p. 201).

Nuestra validacion se realizo por profesionales licenciados en administracion con posgrados y con mas de 5 años de experiencia en el tema en estudio, quienes brindaron sugerencias a fin de una mejor redaccion en el instrumento.

2.4.4 Confiabilidad de instrumentos.

De acuerdo a Hernández, et al. (2010), nos dice que “la confiabilidad es el Grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes”. (p. 200).

Al respecto nuestra estadística de fiabilidad es de 0,59 donde el número de elemento es de 23, excluyendo edad y sexo.

Tabla 3

Alfa de cronbach.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,59	23

Fuente: Elaboración propia.

2.5. Procedimientos de analisis de datos

Para el procesamiento de la información es fundamental el empleo de herramientas estadísticas luego de aplicar el instrumento de recolección de datos que es el cuestionario de encuesta, los cuales se ingresaron a una base de datos, siendo procesadas mediante el software estadístico SPSS V22 y Excel, de donde se obtuvieron tablas y figuras estadísticas, para luego analizar e interpretar cada resultado obtenido.

2.6. Aspectos éticos

La honestidad y la honradez son vitales en el campo de la investigación, pues el investigador tiene un papel muy importante en el desarrollo del bienestar social por la utilidad que le darán posteriormente a las investigaciones.

De acuerdo a Noreña, et al. (2012) manifiesta los siguientes aspectos éticos para una investigación:

Consentimiento informado: Los participantes estuvieron de acuerdo con ser informantes y reconocieron sus derechos y responsabilidades dentro de la investigación.

Confidencialidad: Se les informo la seguridad y protección de su identidad como informantes valiosos de la investigación.

Manejo de riesgos: Este requisito tiene relación con los principios de no maleficencia y beneficencia, pues esta investigación no generará ningún prejuicio a la empresa en estudio, ya que la información recabada no serán utilizadas con fines distintos.

2.7. Criterios de rigor científico

De acuerdo a Noreña, et al. (2012) manifiesta los siguientes criterios de rigor científico para una investigación:

Credibilidad mediante el valor de la verdad y autenticidad. Los resultados son reconocidos “verdaderos” por los participantes.

Transferibilidad y aplicabilidad. Se describe detalladamente el contexto y los participantes; y se realiza una exhaustiva recolección de datos.

Consistencia para la replicabilidad. El cuestionario empleado para el recojo de información fue certificado por evaluadores externos para autenticar la pertinencia y relevancia del estudio.

Confirmabilidad y neutralidad. Los hallazgos de la investigación son contrastados con investigaciones de los contextos internacional, nacional y local que tuvieron similitudes con las variables estudiadas de los últimos cinco años de antigüedad.

Relevancia. Los resultados obtenidos tendrán correspondencia con la justificación.

III. RESULTADOS

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y figuras

3.1.1 Análisis de los datos generales de la población en estudio.

Tabla 4

Distribución de la población según la edad del propietario del restaurante.

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
26-35	21	55.3	55.3	55.3
36-45	11	28.9	28.9	84.2
46 a más	6	15.8	15.8	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

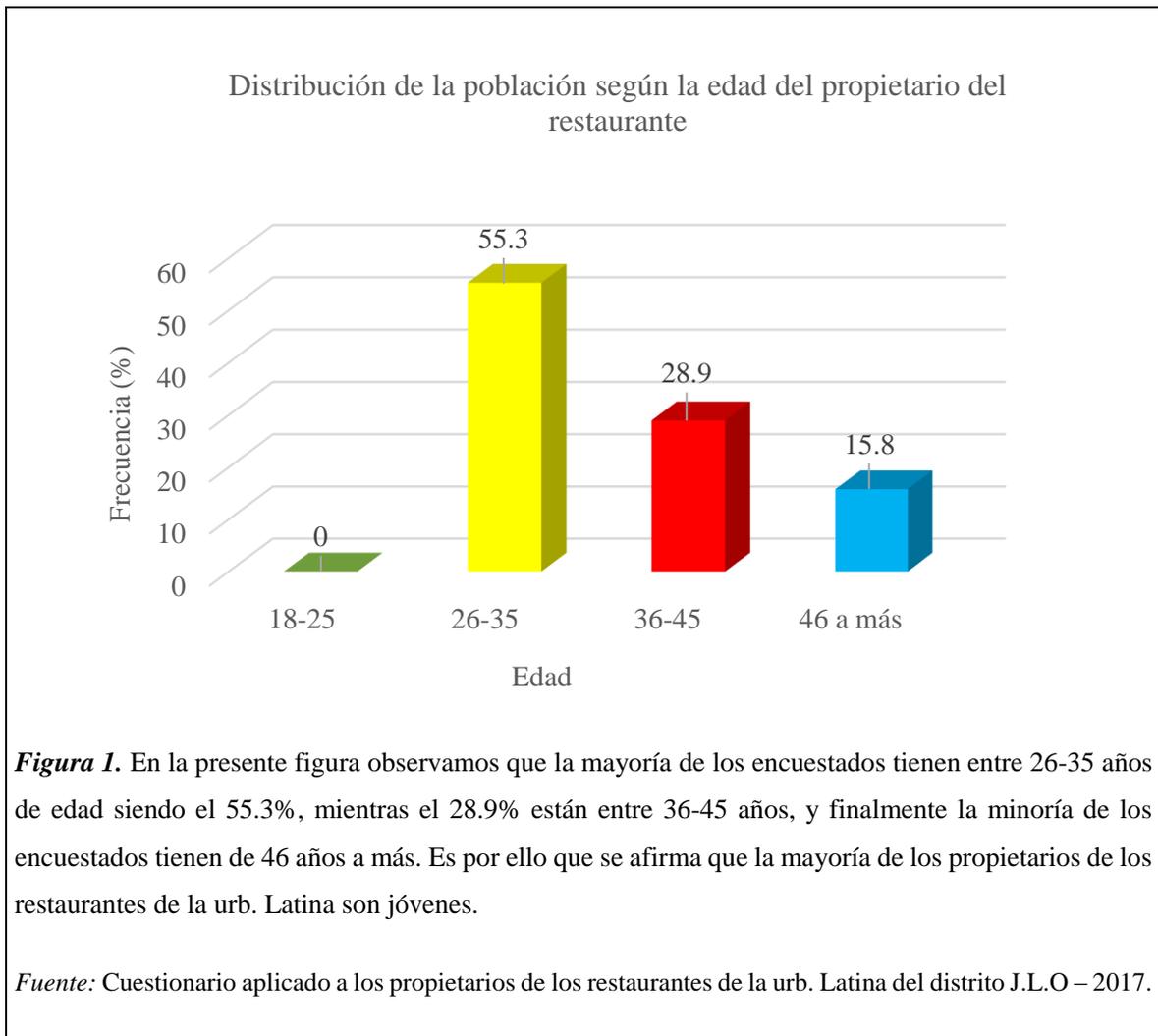


Tabla 5

Distribución de la población según el sexo del propietario del restaurante.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	21	55.3	55.3	55.3
Femenino	17	44.7	44.7	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

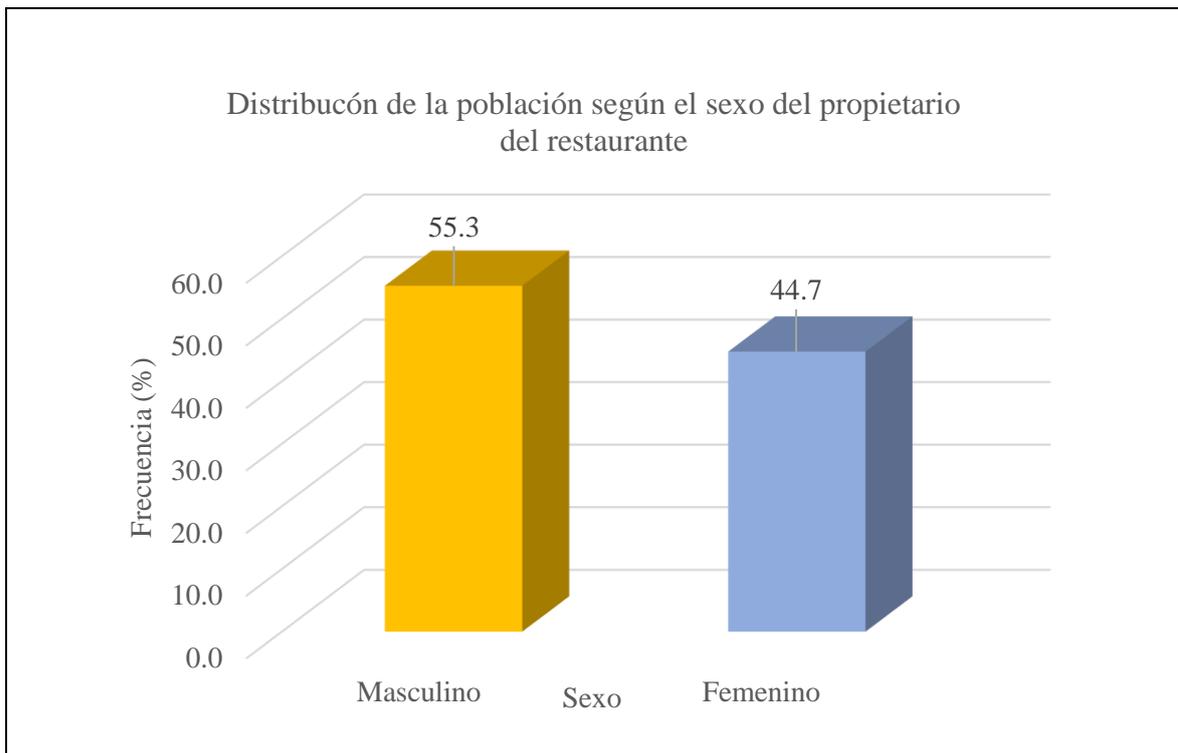


Figura 2. En esta figura se evidencia la Distribución de la población según el sexo de los propietarios de los restaurantes de la Urb. Latina, donde la mayoría de los encuestados son de sexo masculino conformando el 55.3%, asimismo la minoría son de sexo femenino la cual está conformada por el 44.7% del total de la población.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017

Tabla 6

Propietario del restaurante.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	38	100.0	100.0	100.0
No	0	0	0	0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

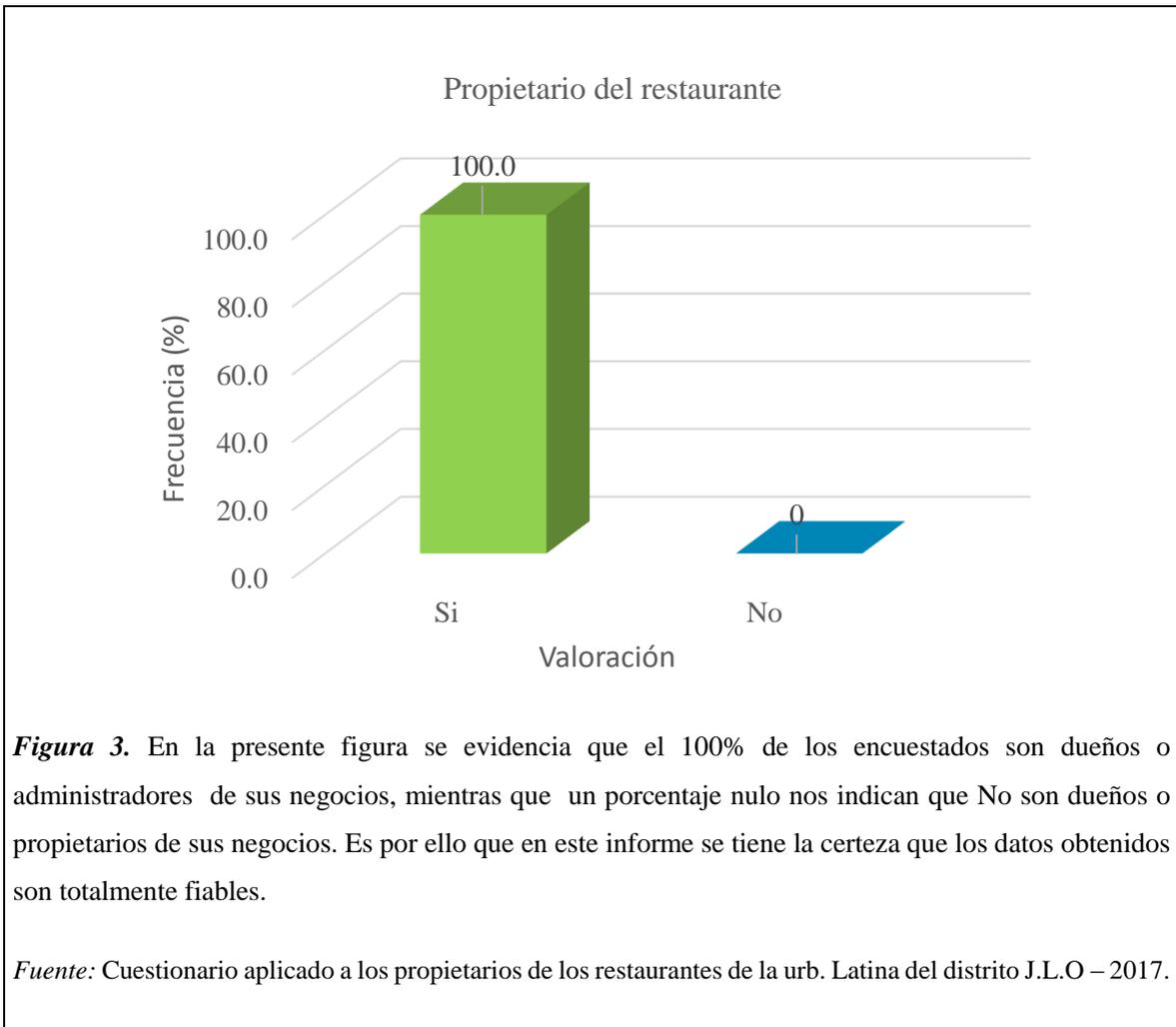


Tabla 7*Rubro al que pertenecen los restaurantes.*

Valoración	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
Cevichería	6	15.8	15.8	15.8
Chifa	5	13.2	13.2	28.9
Pollería	4	10.5	10.5	39.5
Cevichería - Menú criollo	4	10.5	10.5	50.0
Menú - Comida criolla	8	21.1	21.1	71.1
Menú - Platos a la carta	4	10.5	10.5	81.6
Chifa - Pollería	7	18.4	18.4	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

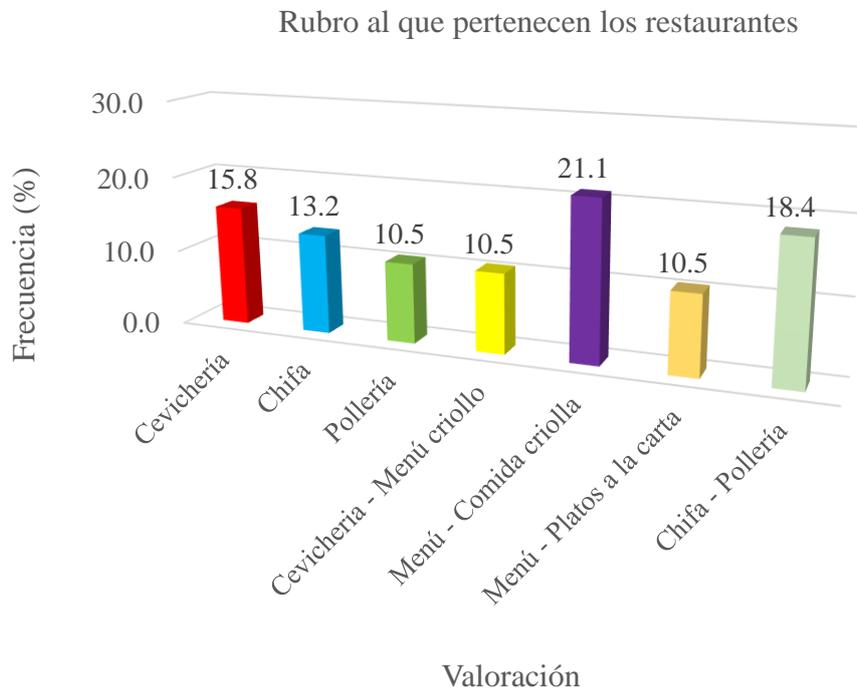


Figura 4. En base a la evidencia de acuerdo al Rubro al que pertenecen los restaurantes de la Urb Latina, nos dice que el 21,1% de los encuestados en el Rubro Menú-Comida criolla se posiciona en el primer lugar, mientras que el 18,4% de los encuestados en el Rubro Chifa-Pollería ocupa un segundo lugar, seguido por un 15.8 % en el Rubro de Cevichería obteniendo el tercer lugar, también con un 13,2 % el Rubro de Chifa logra el cuarto lugar, y por último con un 10.5% se tiene un empate en los Rubros Pollería, Cevichería-Menú criollo , Menú- Platos a la carta ocupando los últimos lugares que representa en el Rubro de Restaurantes de la Urb Latina. Por lo tanto se puede decir que la urb. Latina es una zona altamente comercial, donde los rubros tanto de menú-comida criolla, chifa-pollería, y Cevichería son los más concurridos. Es por ello que se cree conveniente un programa de asociatividad empresarial para brindar un mayor impulso al rubro restaurantes con la finalidad que puedan mejorar su desarrollo socioeconómico.

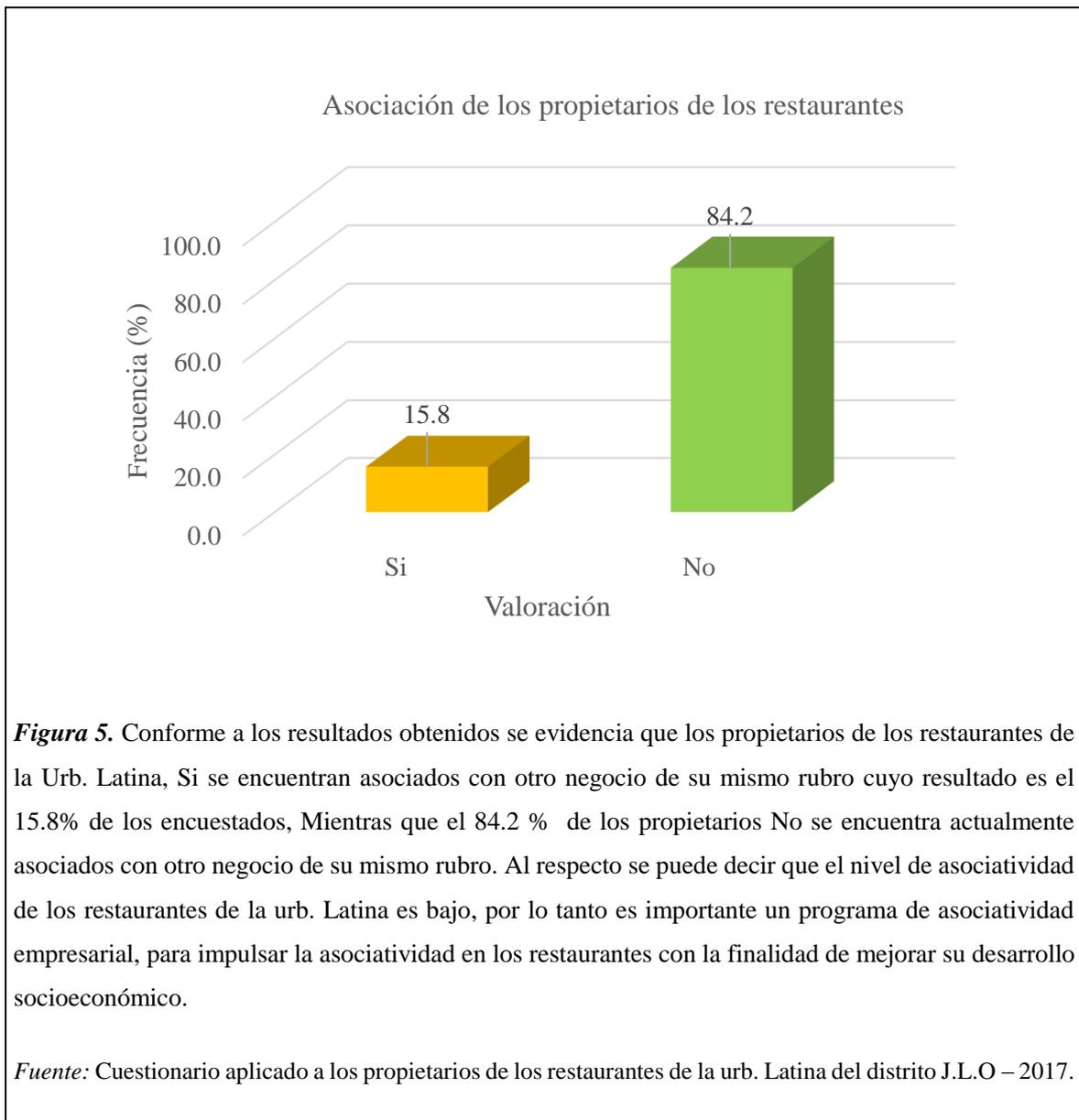
Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

Tabla 8

Asociación de los propietarios de los restaurantes.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	6	15.8	15.8	15.8
No	32	84.2	84.2	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.



3.1.2 Análisis de los indicadores de la variable asociatividad empresarial.

3.1.2.1 Análisis de los indicadores de la variable asociatividad empresarial según beneficios.

Tabla 9

Comprar de manera conjunta con sus socios reducirá costos.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	6	15.8	100.0	100.0
No	0	0.0	0	0
Total	38*	100.0		

* En la presente tabla se tiene un total de 38 encuestados, donde solo responden los que están asociados los cuales son 6 mientras que 32 no responden a este ítem por no estar asociados.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

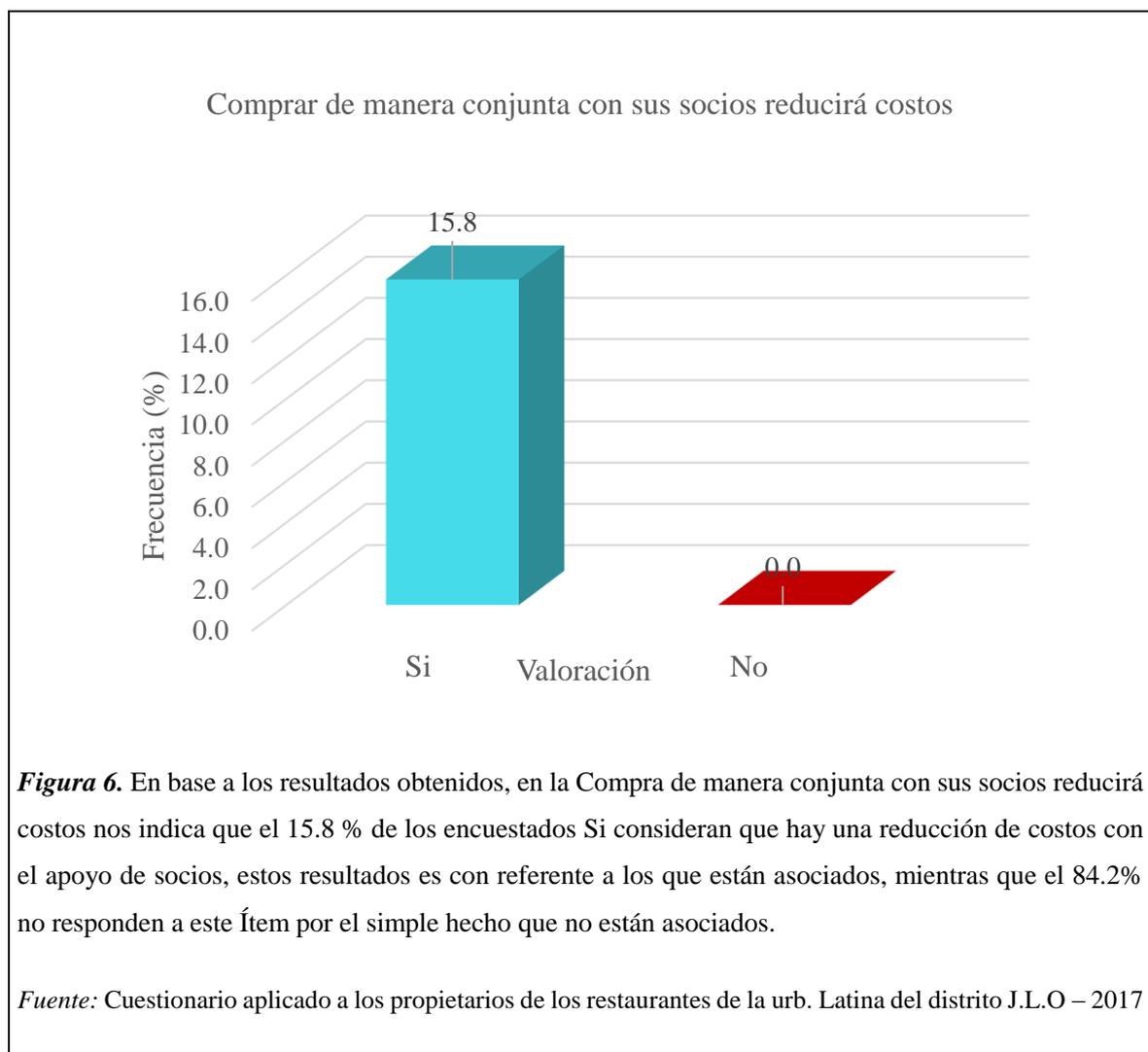


Figura 6. En base a los resultados obtenidos, en la Compra de manera conjunta con sus socios reducirá costos nos indica que el 15.8 % de los encuestados Si consideran que hay una reducción de costos con el apoyo de socios, estos resultados es con referente a los que están asociados, mientras que el 84.2% no responden a este Ítem por el simple hecho que no están asociados.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017

Tabla 10

El estar asociado, conlleva a tener mayor producción en el servicio que se ofrece.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	6	15.8	100.0	100.0
No	0	0.0	0	0
Total	38*	100.0		

* En la presente tabla se tiene un total de 38 encuestados, donde solo responden los que están asociados los cuales son 6 mientras que 32 no responden a este ítem.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

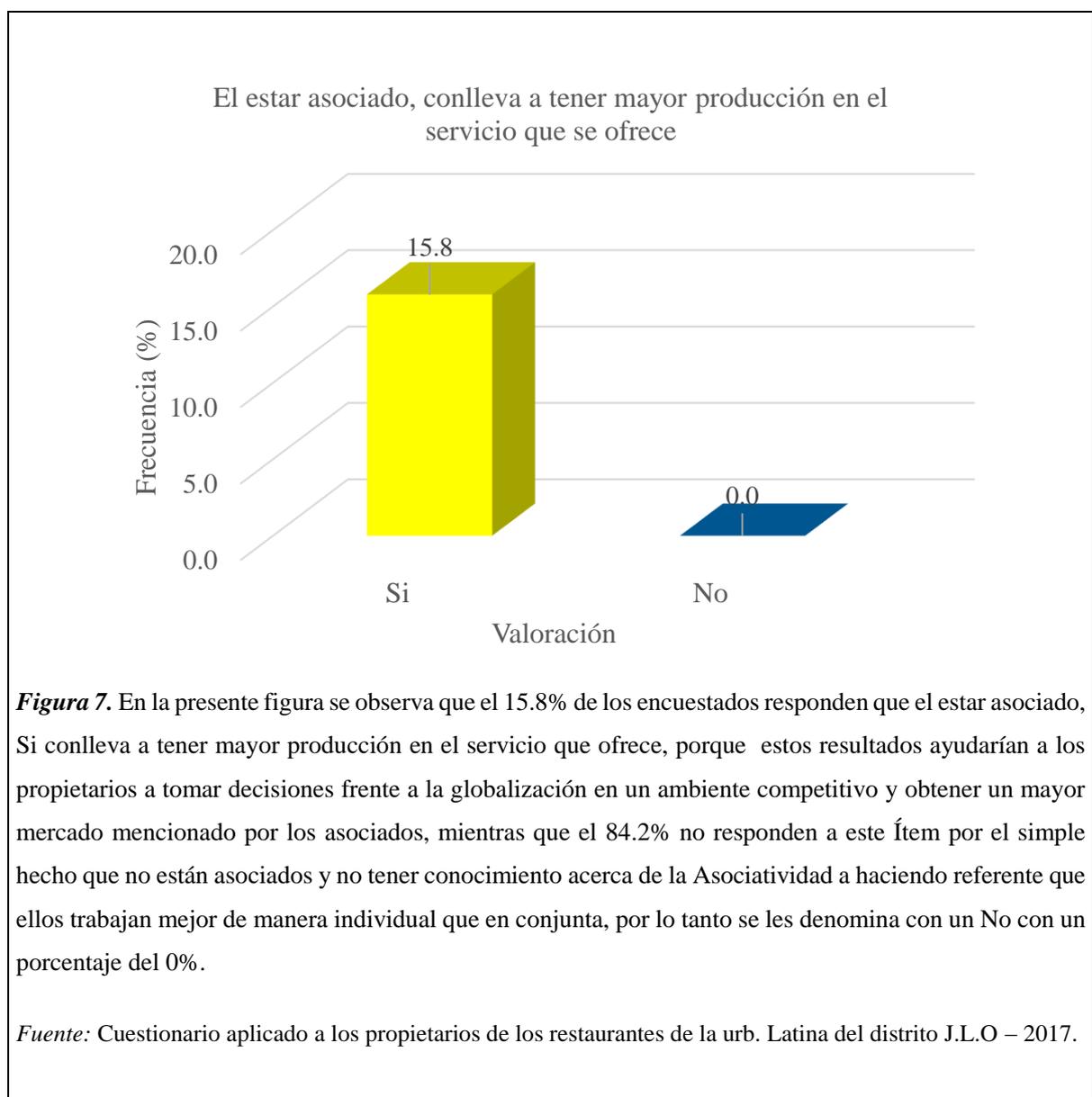


Tabla 11

Trabajar en asociatividad, es factible para poder negociar con sus proveedores.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	6	15.8	100.0	100.0
No	0	0.0	0	0
Total	38*	100.0		

* En la presente tabla se tiene un total de 38 encuestados, donde solo responden los que están asociados los cuales son 6 mientras que 32 no responden a este ítem por no estar asociados.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

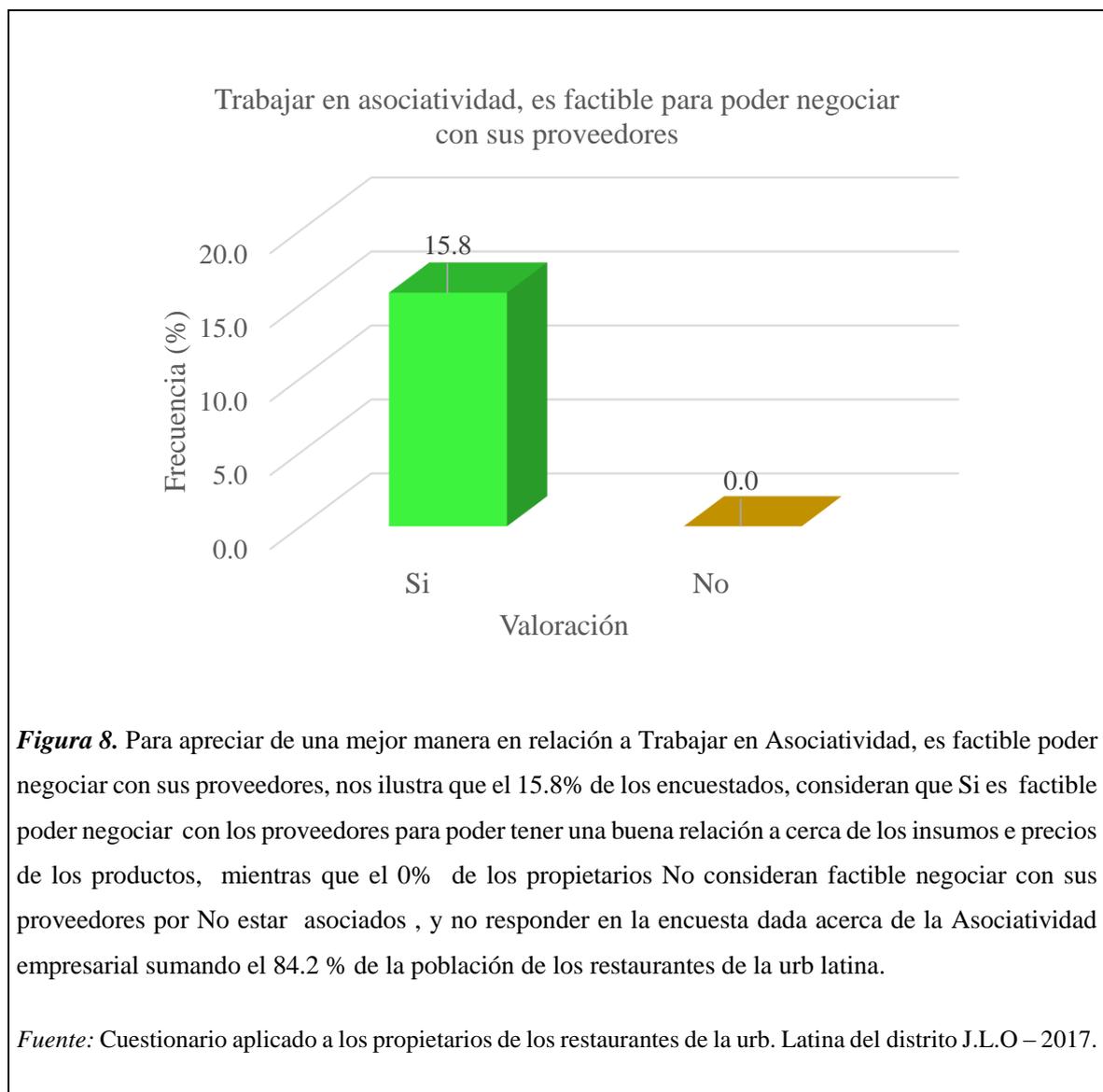


Tabla 12

La asociatividad empresarial le da la oportunidad de ingresar a nuevos mercados y posicionarse.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	6	15.8	100.0	100.0
No	0	0.0	0	0
Total	38*	100.0		

*En la presente tabla se tiene un total de 38 encuestados, donde solo responden los que están asociados los cuales son 6 mientras que 32 no responden a este ítem por no estar asociados.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

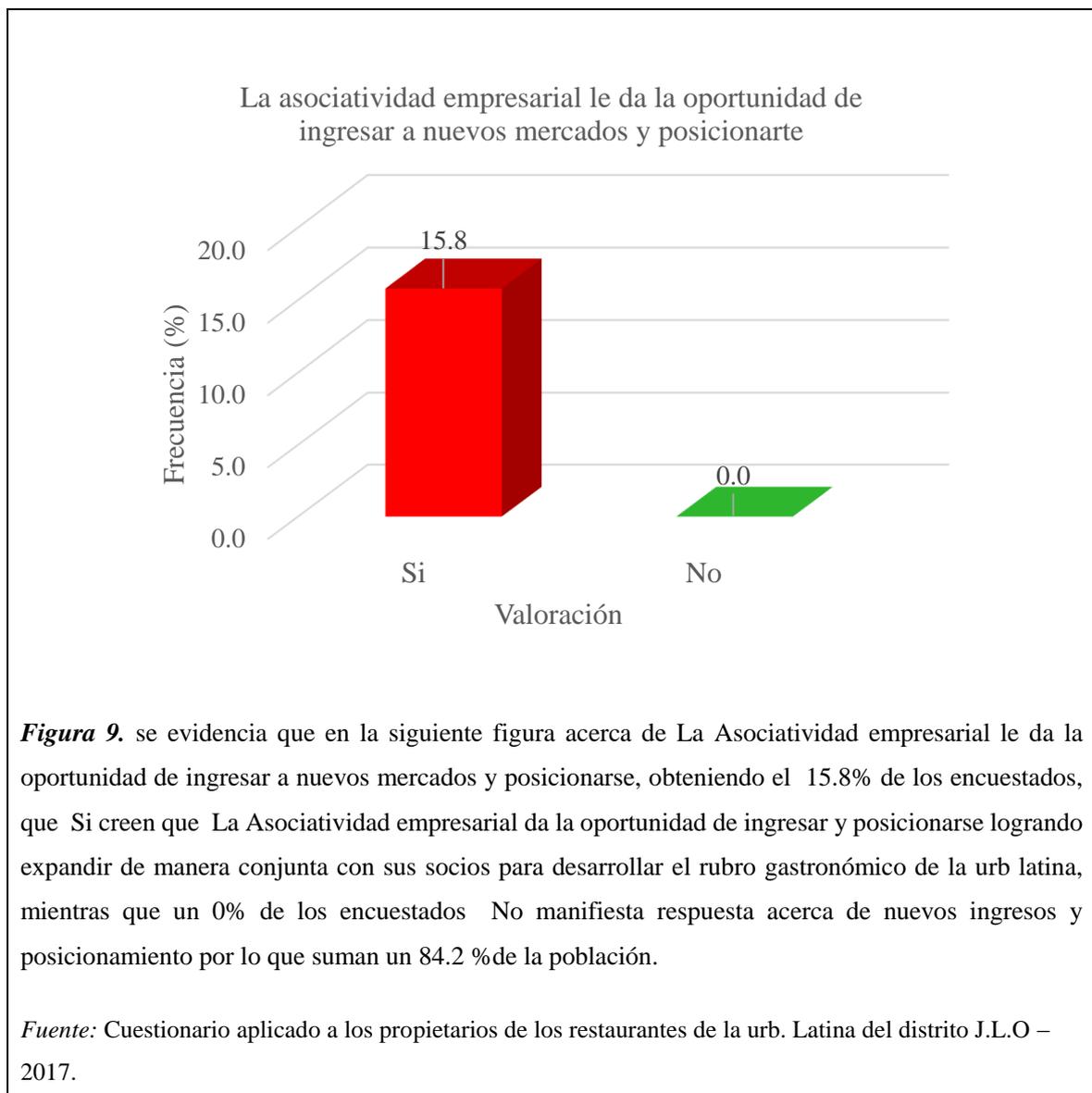


Tabla 13

Le gustaría asociarse con otra empresa de su mismo rubro.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	20	52.6	62.5	62.5
No	12	31.6	37.5	100.0
Total	32*	84.2	100.0	

*En la presente tabla se tiene un total de 32 encuestados, donde solo se hace referencia a los que no están asociados mientras que los 6 restantes del total de la población no responden a este ítem por estar asociados.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

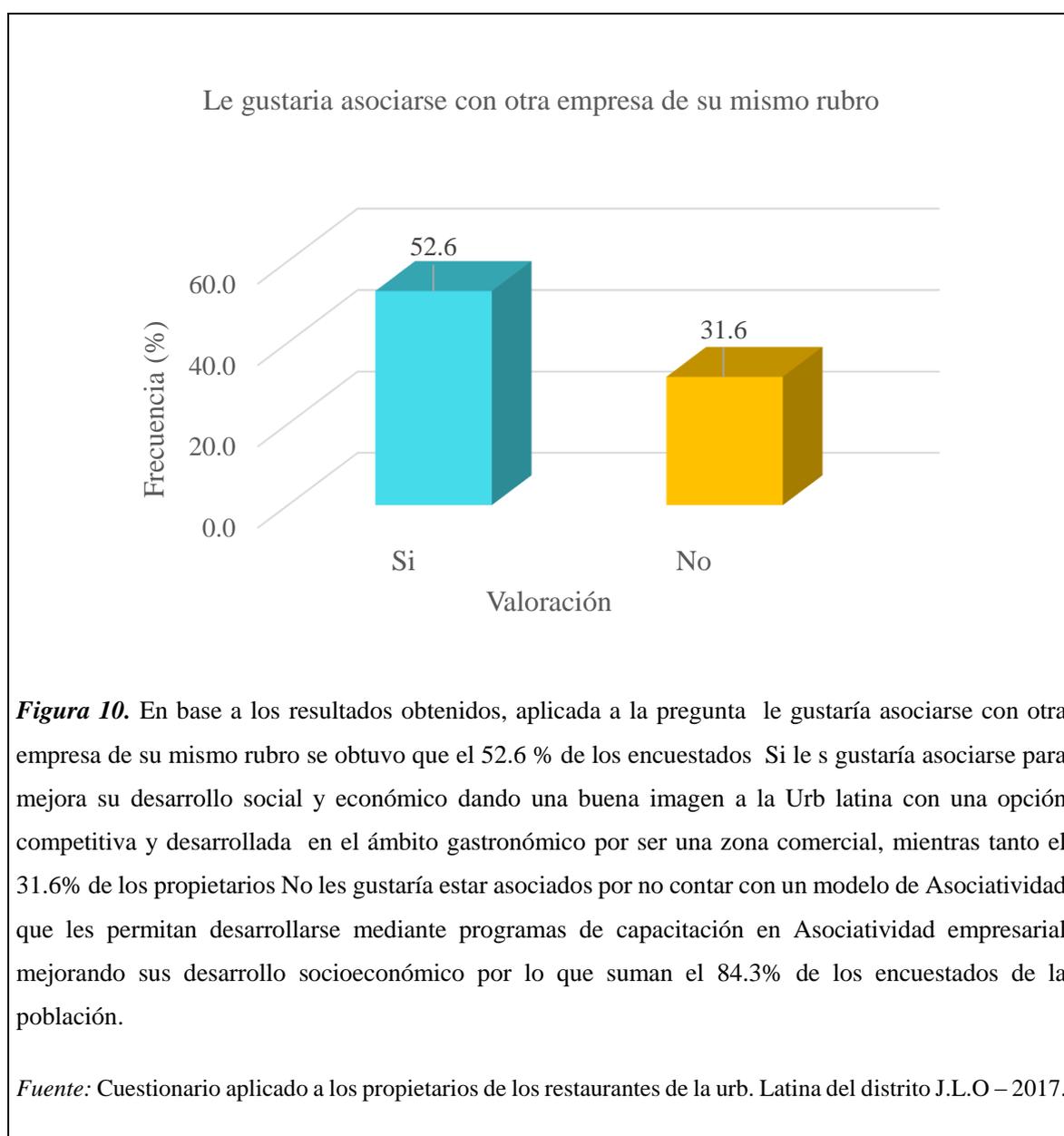


Tabla 14

Cree que al asociarse a otro restaurante podrá aumentar su productividad y competitividad.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mucho	3	7.9	9.4	9.4
Regular	21	55.3	65.6	75.0
Poco	6	15.8	18.8	93.8
Nada	2	5.3	6.3	100.0
Total	32*	84.2	100.0	

* En la presente tabla se tiene un total de 32 encuestados, donde solo se hace referencia a los que no están asociados mientras que los 6 restantes del total de la población no responden a este ítem por estar asociados.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

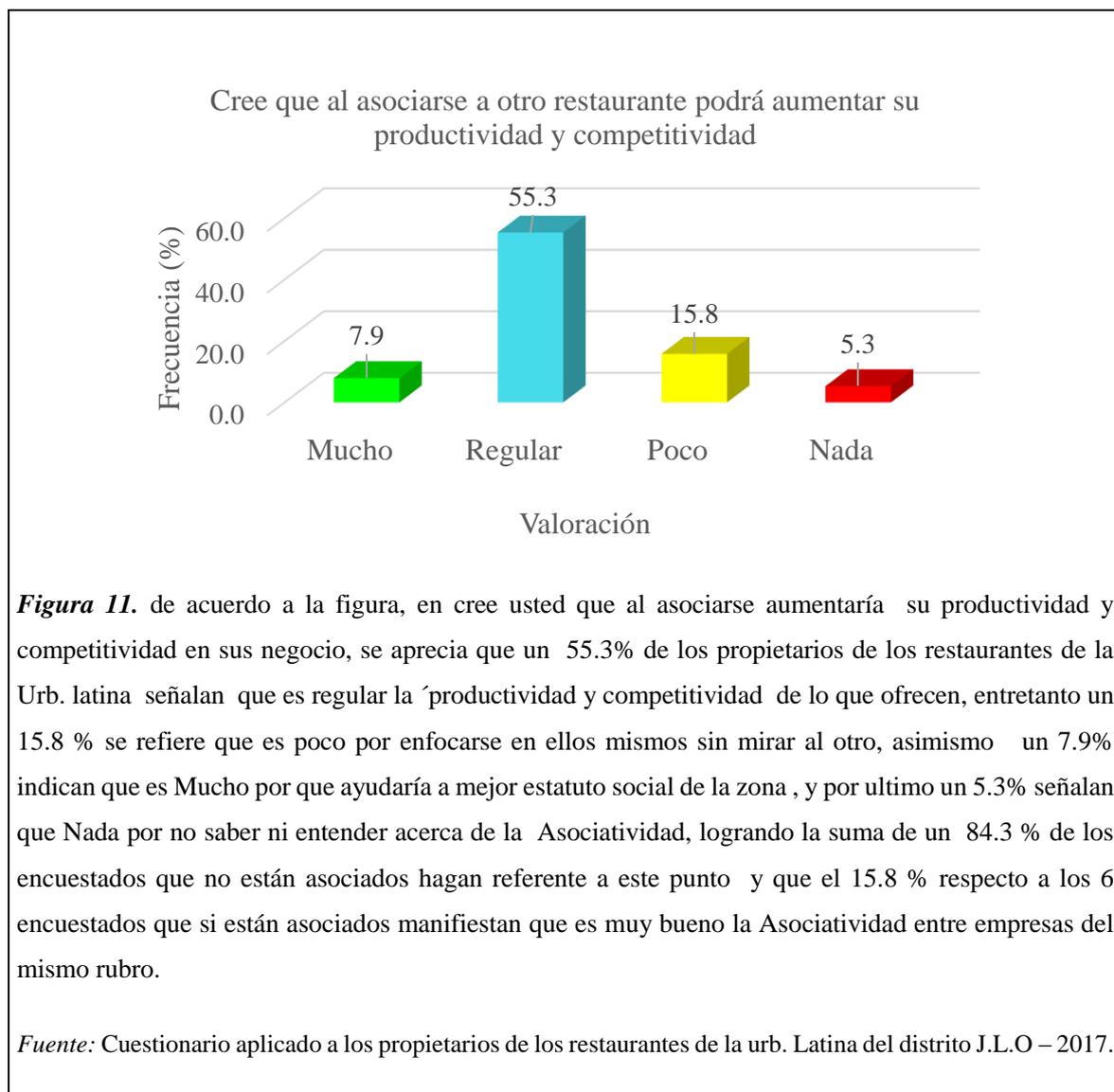


Figura 11. de acuerdo a la figura, en cree usted que al asociarse aumentaría su productividad y competitividad en sus negocio, se aprecia que un 55.3% de los propietarios de los restaurantes de la Urb. latina señalan que es regular la productividad y competitividad de lo que ofrecen, entretanto un 15.8 % se refiere que es poco por enfocarse en ellos mismos sin mirar al otro, asimismo un 7.9% indican que es Mucho por que ayudaría a mejor estatuto social de la zona , y por ultimo un 5.3% señalan que Nada por no saber ni entender acerca de la Asociatividad, logrando la suma de un 84.3 % de los encuestados que no están asociados hagan referente a este punto y que el 15.8 % respecto a los 6 encuestados que si están asociados manifiestan que es muy bueno la Asociatividad entre empresas del mismo rubro.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

3.1.2.2 Análisis de los indicadores de la variable asociatividad empresarial según tendencias.

Tabla 15

Modelos de asociatividad.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Puntos de participación	8	21.1	21.1	21.1
Juntas productivas	6	15.8	15.8	36.8
Alianzas de clústers	0	0.0	0.0	0.0
Joint venture	0	0.0	0.0	0
Ninguno	24	63.2	63.2	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

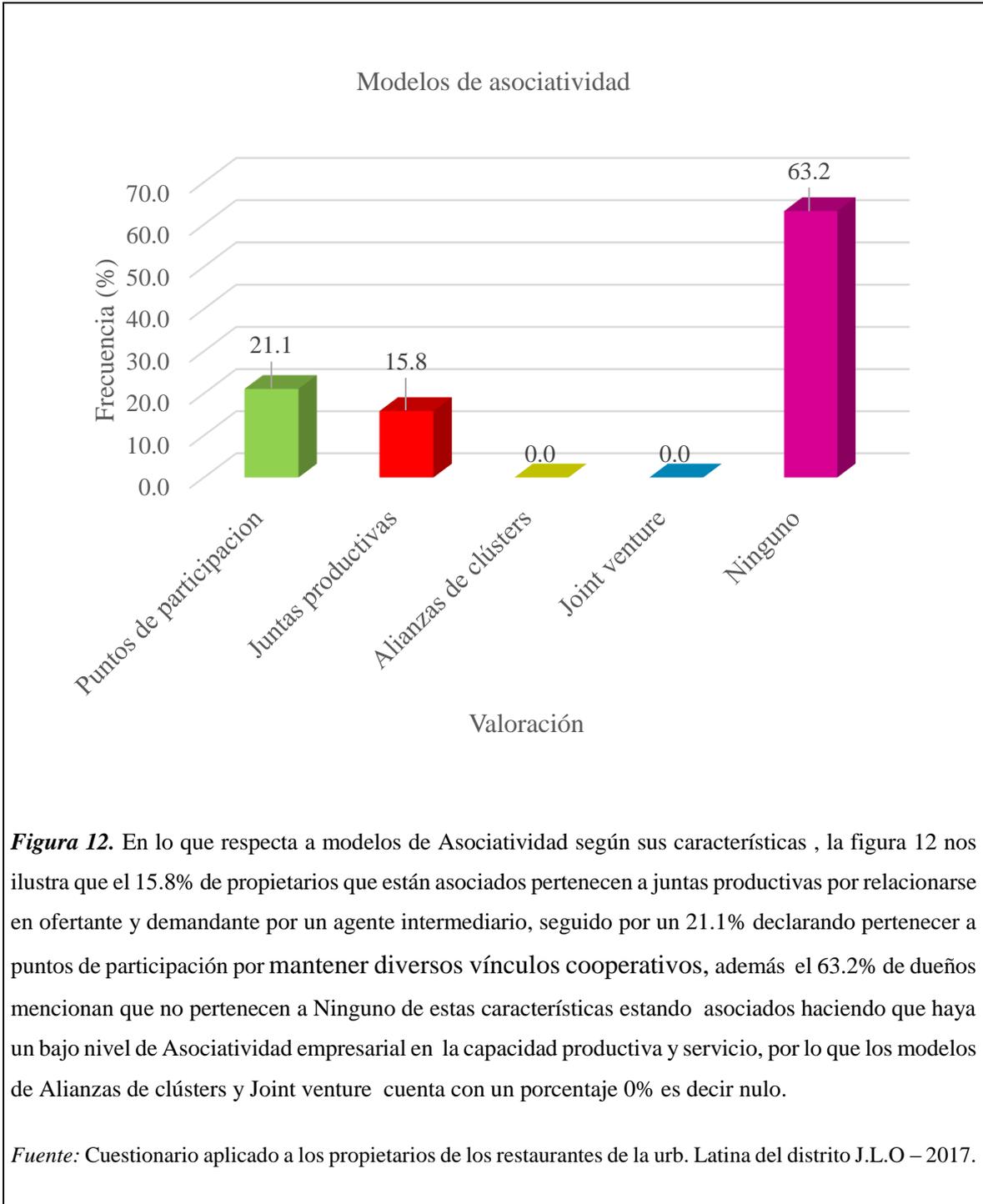


Tabla 16

Formas de asociatividad.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Conjunto de pequeñas y medianas empresas	11	28.9	45.8	45.8
Organizaciones	6	15.8	25.0	70.8
Grupos de empresas	7	18.4	29.2	100.0
Total	24*	63.2	100.0	

* En la presente tabla se tiene un total de 24 encuestados, donde solo se hace referencia a los que no pertenecen a ningún modelo de asociatividad por lo que les gustaría pertenecer a formas de asociatividad, mientras el resto del total de la población no responde a este ítem por ya pertenecer a un modelo asociativo.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

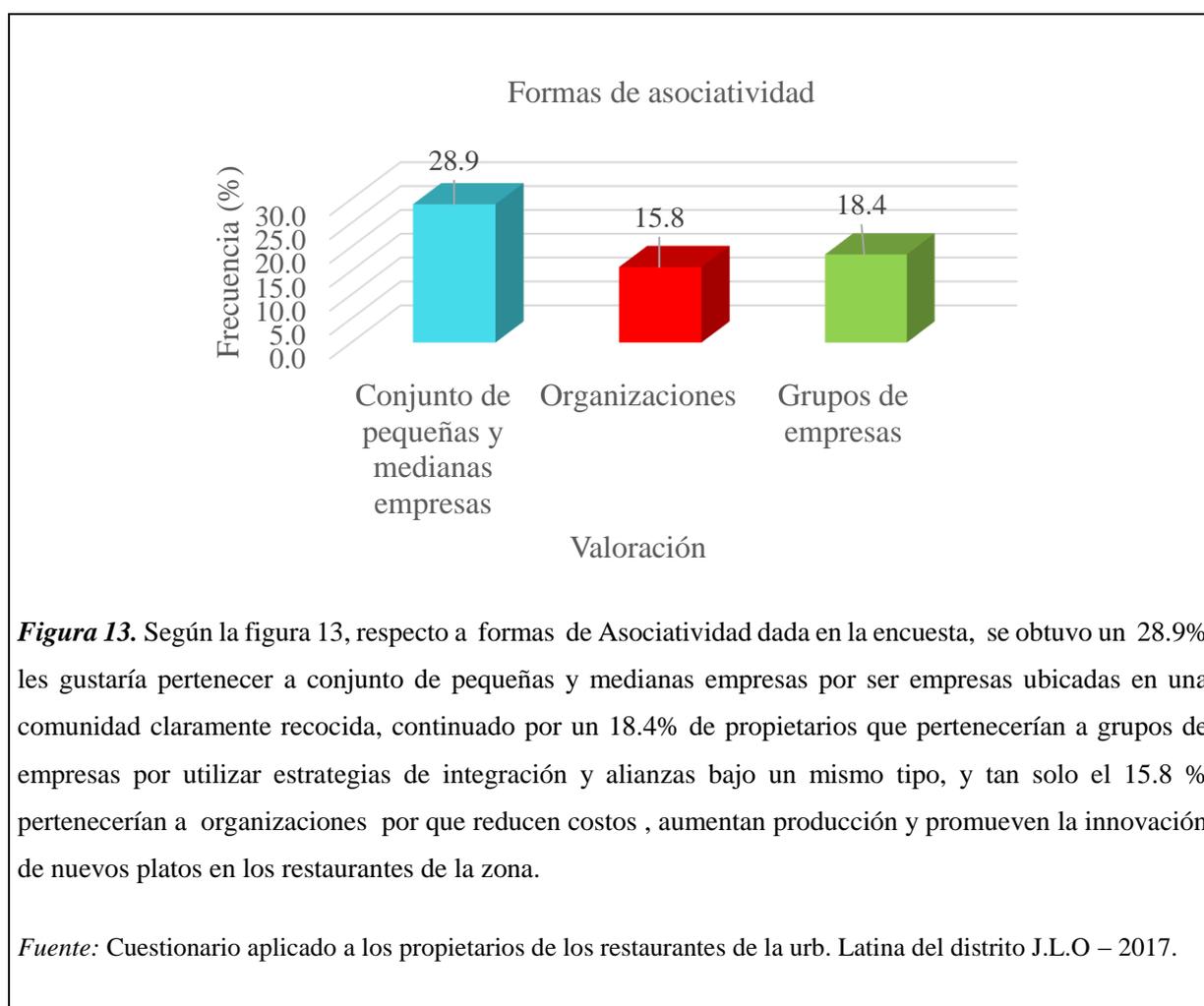


Figura 13. Según la figura 13, respecto a formas de Asociatividad dada en la encuesta, se obtuvo un 28.9% les gustaría pertenecer a conjunto de pequeñas y medianas empresas por ser empresas ubicadas en una comunidad claramente recocida, continuado por un 18.4% de propietarios que pertenecerían a grupos de empresas por utilizar estrategias de integración y alianzas bajo un mismo tipo, y tan solo el 15.8 % pertenecerían a organizaciones por que reducen costos , aumentan producción y promueven la innovación de nuevos platos en los restaurantes de la zona.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

3.1.2.3 Análisis de los indicadores de la variable asociatividad empresarial según normatividad.

Tabla 17

Respaldo por la ley general de sociedades n° 26887.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	37	97.4	97.4	97.4
No	1	2.6	2.6	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

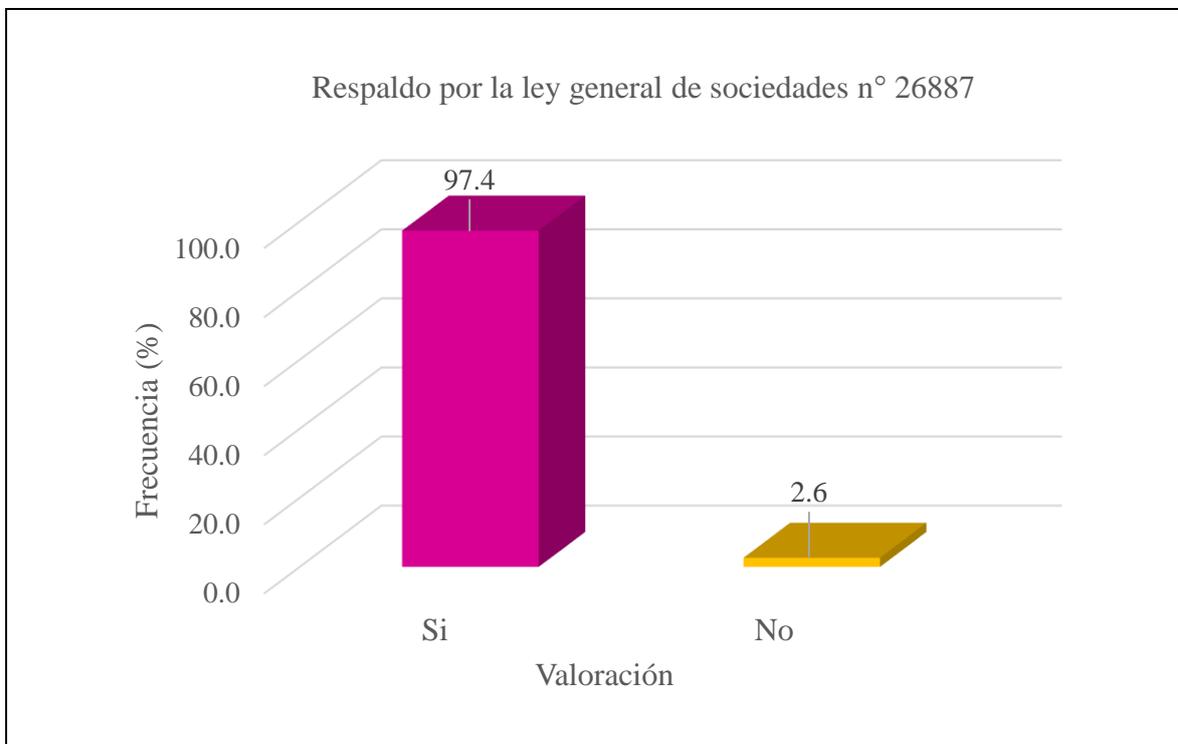


Figura 14. En base a los resultados a cerca del respaldado por una ley general de sociedades 26887 los encuestados, indicaron que el 97.4% Si serian respaldados por esta ley siendo importante en la ley de sociedades como regla general para el desarrollo de un negocio específico, entretanto un 2.6% de encuestado dijeron que No siendo la minoría de la población en no tener conocimiento de esta ley por lo que el 100% de la población opinaron de la ley de sociedades que es importante como parte de la Asociatividad.

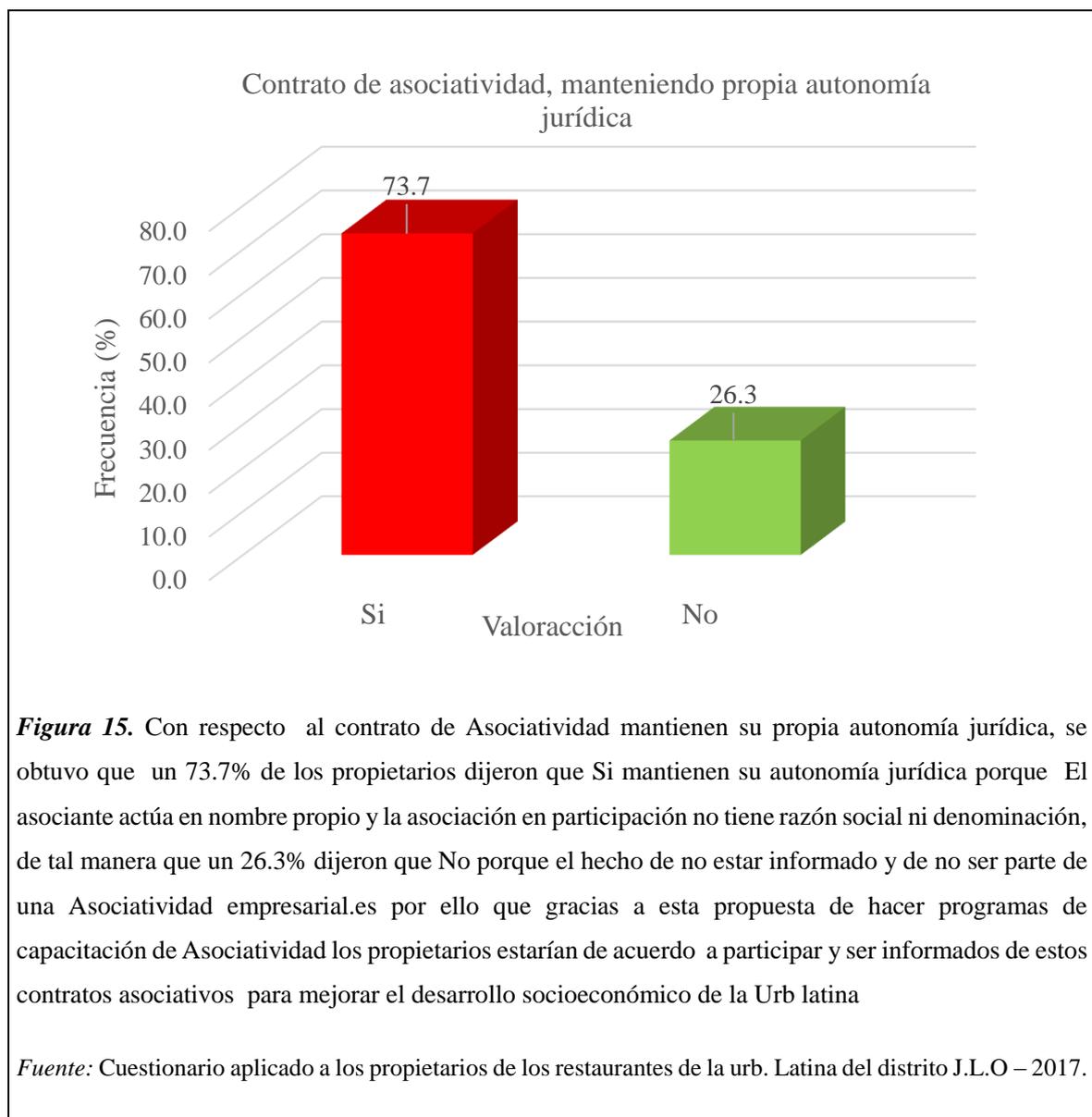
Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

Tabla 18

Contrato de asociatividad, manteniendo propia autonomía jurídica.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	28	73.7	73.7	73.7
No	10	26.3	26.3	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.



3.1.3 Análisis de los indicadores de la variable desarrollo socioeconómico.

3.1.3.1 Análisis de los indicadores de la variable desarrollo socioeconómico según desarrollo económico.

Tabla 19

Venta de platos al día.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 20	4	10.5	10.5	10.5
21-25	8	21.1	21.1	31.6
26-30	10	26.3	26.3	57.9
31-40	13	34.2	34.2	92.1
41- a más	3	7.9	7.9	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

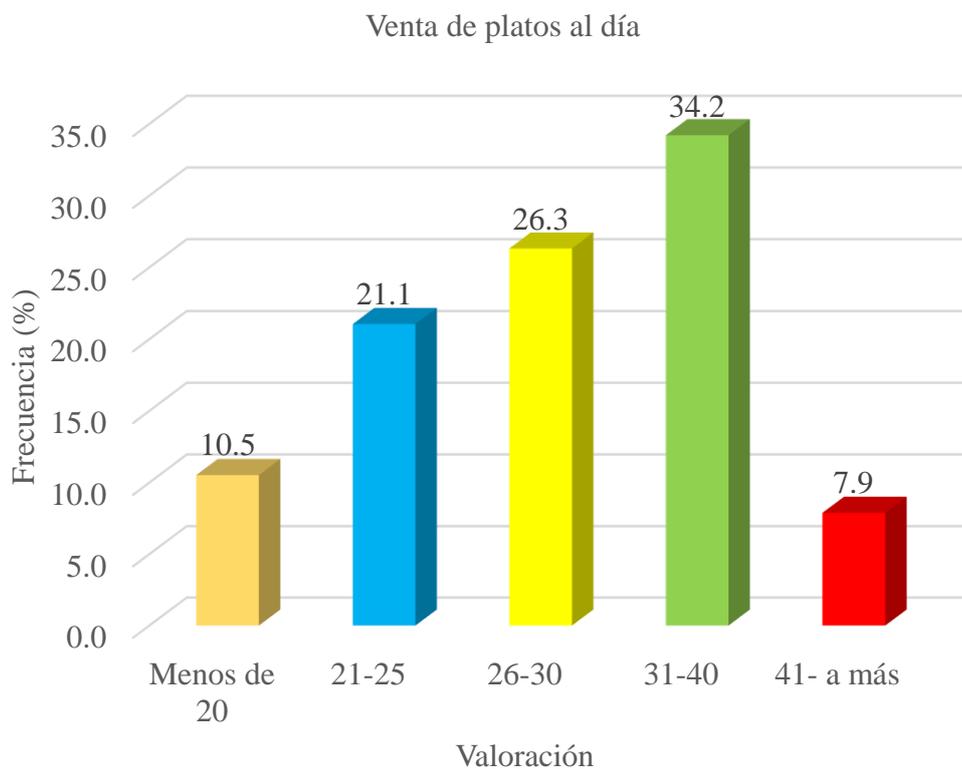


Figura 16. En base los resultados de la encuesta acerca de venta de platos al día por los dueños de los restaurantes se obtuvo que el 10.5 % venden menos de 20 platos al día , consiguiendo que no tenga una buena productividad, sin embargo el 21.1% entregan de 21 a 25 platos al día, estando en un nivel de productividad y servicio bueno , mientras que el 26.3% ofrecen de 26 a 30 platos al día, logrando tener una economía estable , en tanto el 34.2% vende de 31 a 40, obteniendo la satisfacción de las necesidades de los clientes, y por último el 7.9 % ofrecen de 41 a más platos al día, haciendo que tenga una buena estabilidad económica, satisfacción a sus clientes y buena calidad de vida. Por lo que representa el 100% de la población.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

Tabla 20

Horas diarias que trabajan los propietarios en los restaurantes.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
4	0	0	0	0
6	2	5.3	5.3	5.3
8	22	57.9	57.9	63.2
10	14	36.8	36.8	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

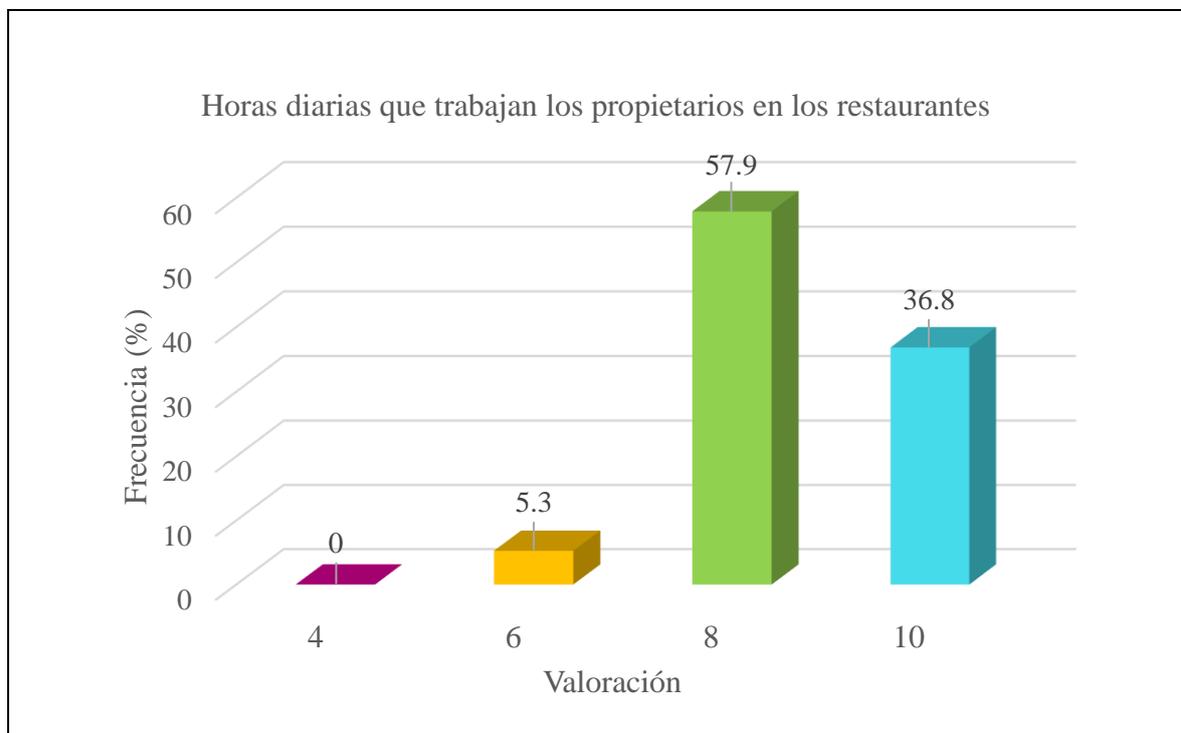


Figura 17. En base a la evidencia junto a los restaurantes de la Urb de latina en cuantas las horas que trabajan en sus negocios, nos muestra que un 0 % trabajan cuatro horas lo cual es poco para este tipo de rubro en los restaurante de la zona, sin embargo el 5.3 % trabajan seis horas en rubros cevicheria y menú criollo por lo que satisfacen a sus cliente en el turno mañana, también encontramos que un 57.9% realizan ocho horas diarias de trabajo siendo rubros más frecuentes por los cliente donde los propietarios tiene que mostrar su mejor carta de presentación, y por último el 36.8% velan 10 horas de trabajo pasando las hora establecida de jornada enfocado a los clientes que siempre están dispuesto a tenderlos más allá del horario o que no tienen clientes suficientes, esto resalta que el 100% de los encuestados manifestaron los horarios de trabajo en el ámbito gastronómico.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

Tabla 21

Importancia del capital.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	35	92.1	92.1	92.1
No	3	7.9	7.9	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

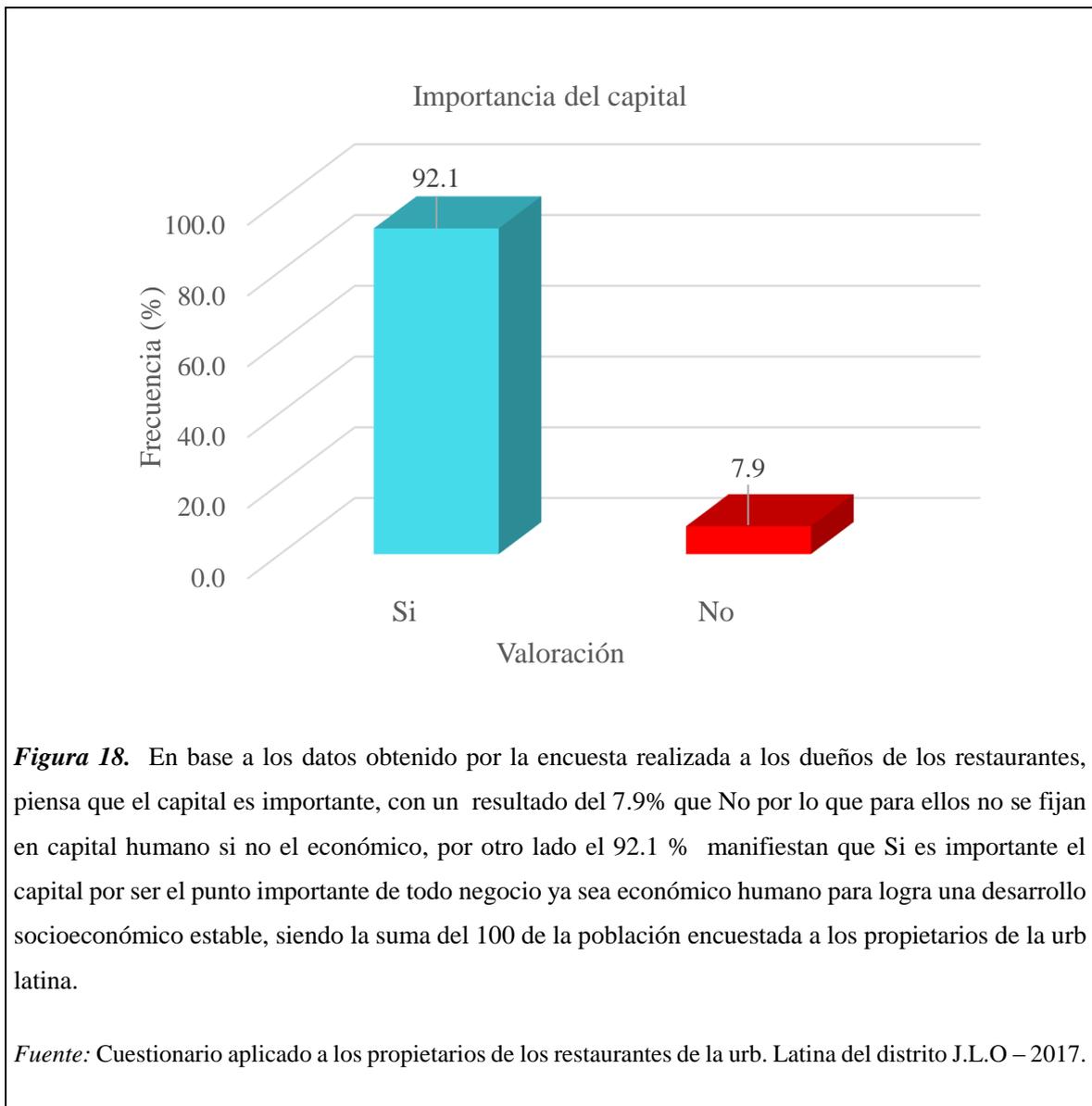


Figura 18. En base a los datos obtenido por la encuesta realizada a los dueños de los restaurantes, piensa que el capital es importante, con un resultado del 7.9% que No por lo que para ellos no se fijan en capital humano si no el económico, por otro lado el 92.1 % manifiestan que Si es importante el capital por ser el punto importante de todo negocio ya sea económico humano para logra una desarrollo socioeconómico estable, siendo la suma del 100 de la población encuestada a los propietarios de la urb latina.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

3.1.3.2 Análisis de los indicadores de la variable desarrollo socioeconómico según calidad de vida.

Tabla 22

Seguro de salud.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Independiente	7	18.4	18.4	18.4
Essalud	9	23.7	23.7	42.1
Sis	9	23.7	23.7	65.8
N.A	13	34.2	34.2	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

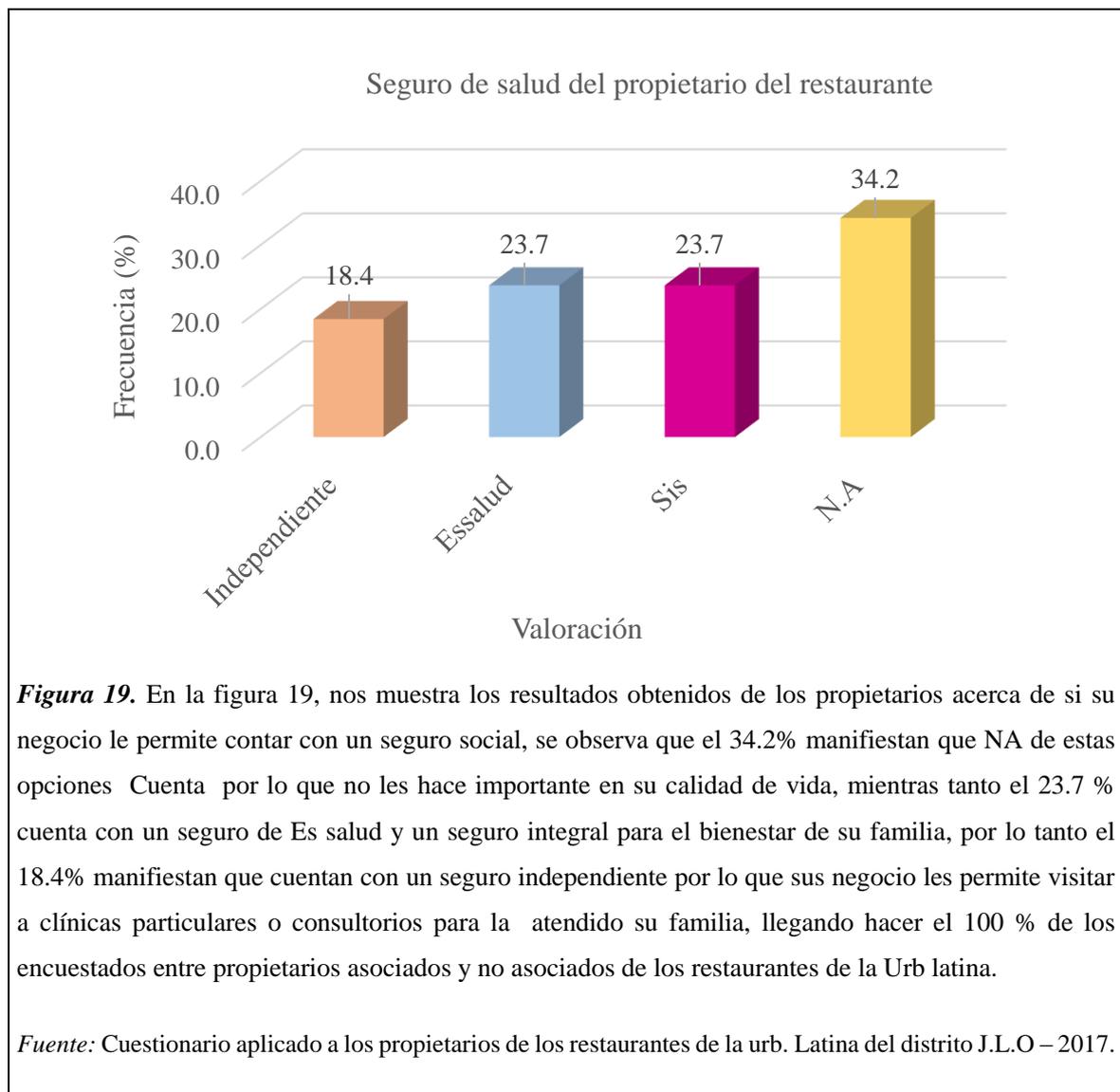


Tabla 23

Nivel de educación del propietario del restaurante.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	1	2.6	2.6	2.6
Secundaria	17	44.7	44.7	47.4
Técnico	14	36.8	36.8	84.2
Universitario	6	15.8	15.8	100.0
No tiene estudios	0	0.0	0.0	0.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

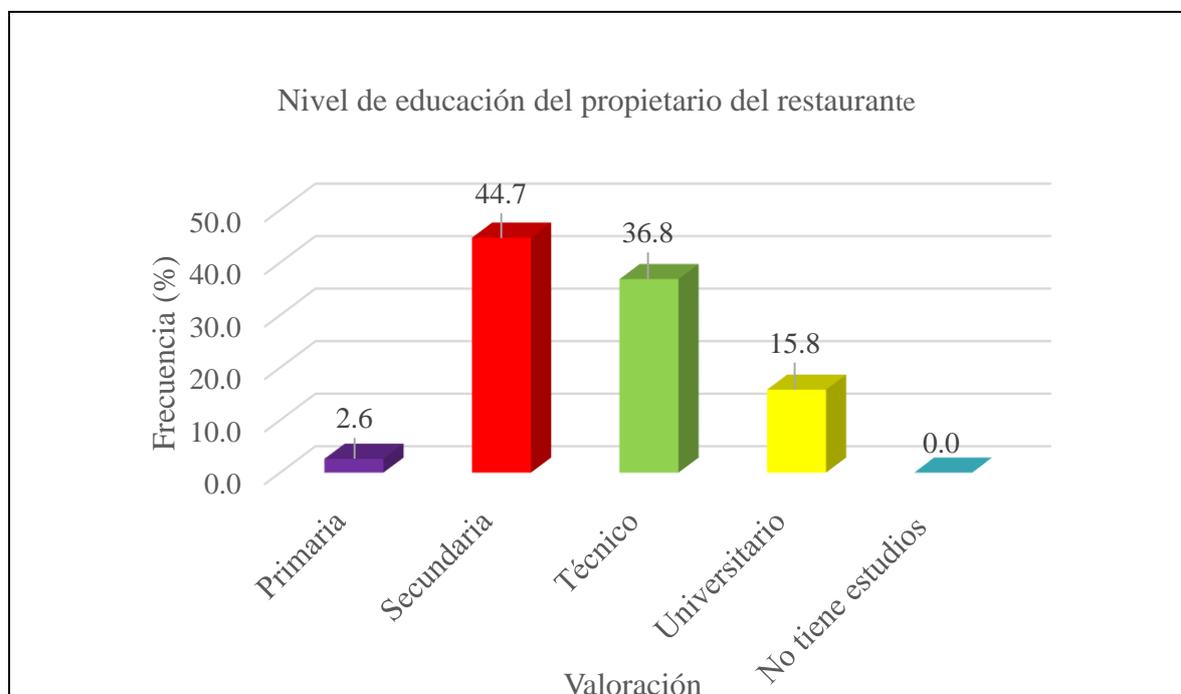


Figura 20. En los que respecta al nivel de educación, la figura 20 nos ilustra, que, el 44.7% cuenta con Secundaria siendo el mayor porcentaje de instrucción en los dueños de los restaurante generando emprendedurismo, seguido por de un 36.8% de técnico que han estudiados carreras cortas como administración y gastronomía, mientras que el 15.8% son universitarios logrando que estos propietarios tenga sus propio negocio basada en la teoría obteniendo en la práctica, y un 2.6% tienen Primaria ya que los dueños solo se han dedicado a su negocio empíricamente pero no instruido, por último el 0% de los dueños no tienen estudios, haciendo que a los propietarios son personas preparadas y emprendedoras.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

Tabla 24

Local del restaurante.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Propio	10	26.3	26.3	26.3
Rentado	28	73.7	73.7	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

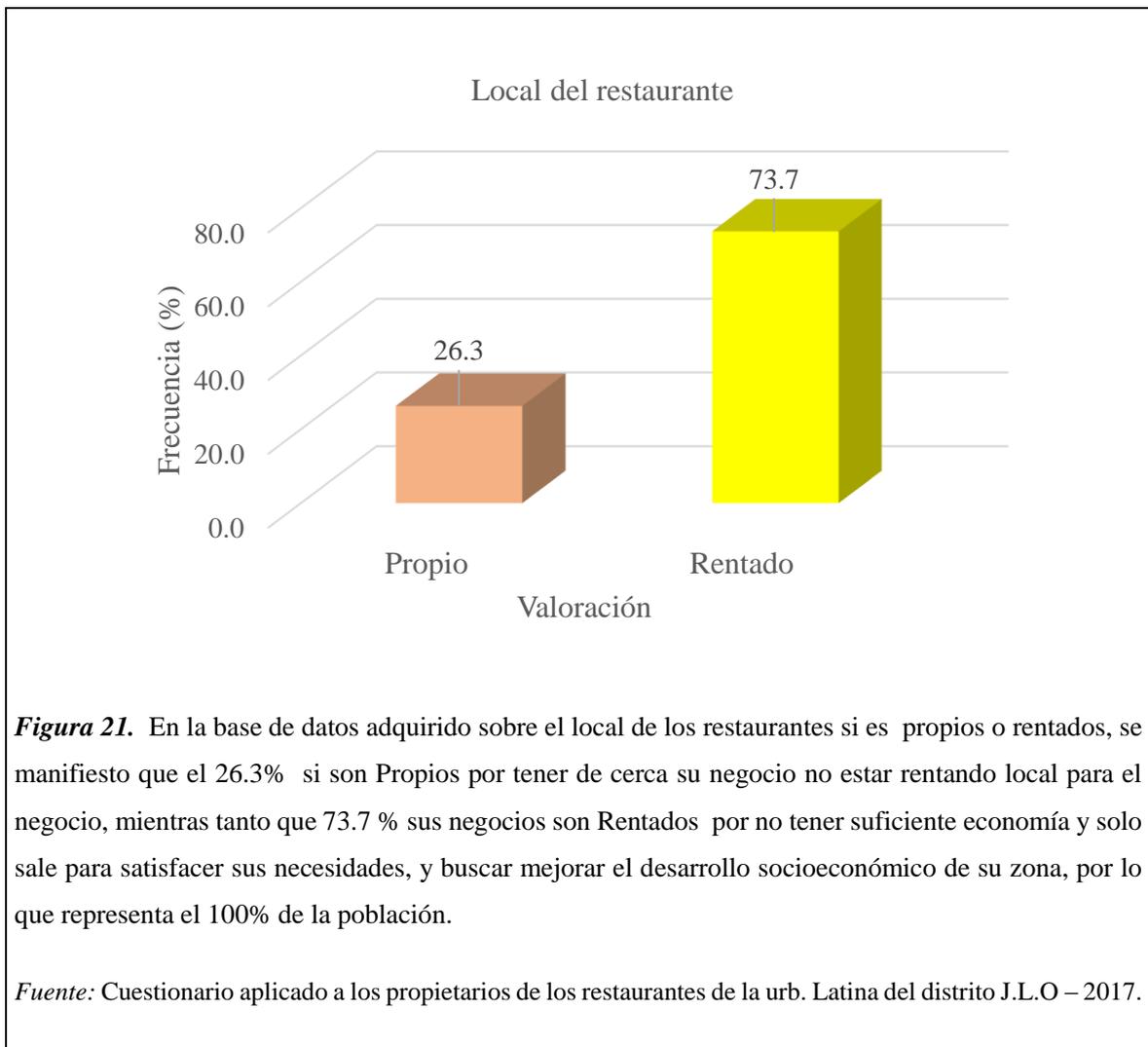


Figura 21. En la base de datos adquirido sobre el local de los restaurantes si es propios o rentados, se manifiesto que el 26.3% si son Propios por tener de cerca su negocio no estar rentando local para el negocio, mientras tanto que 73.7 % sus negocios son Rentados por no tener suficiente economía y solo sale para satisfacer sus necesidades, y buscar mejorar el desarrollo socioeconómico de su zona, por lo que representa el 100% de la población.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

Tabla 25

Casa que habita actualmente el propietario del restaurante.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Propia	21	55.3	55.3	55.3
Rentada	17	44.7	44.7	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

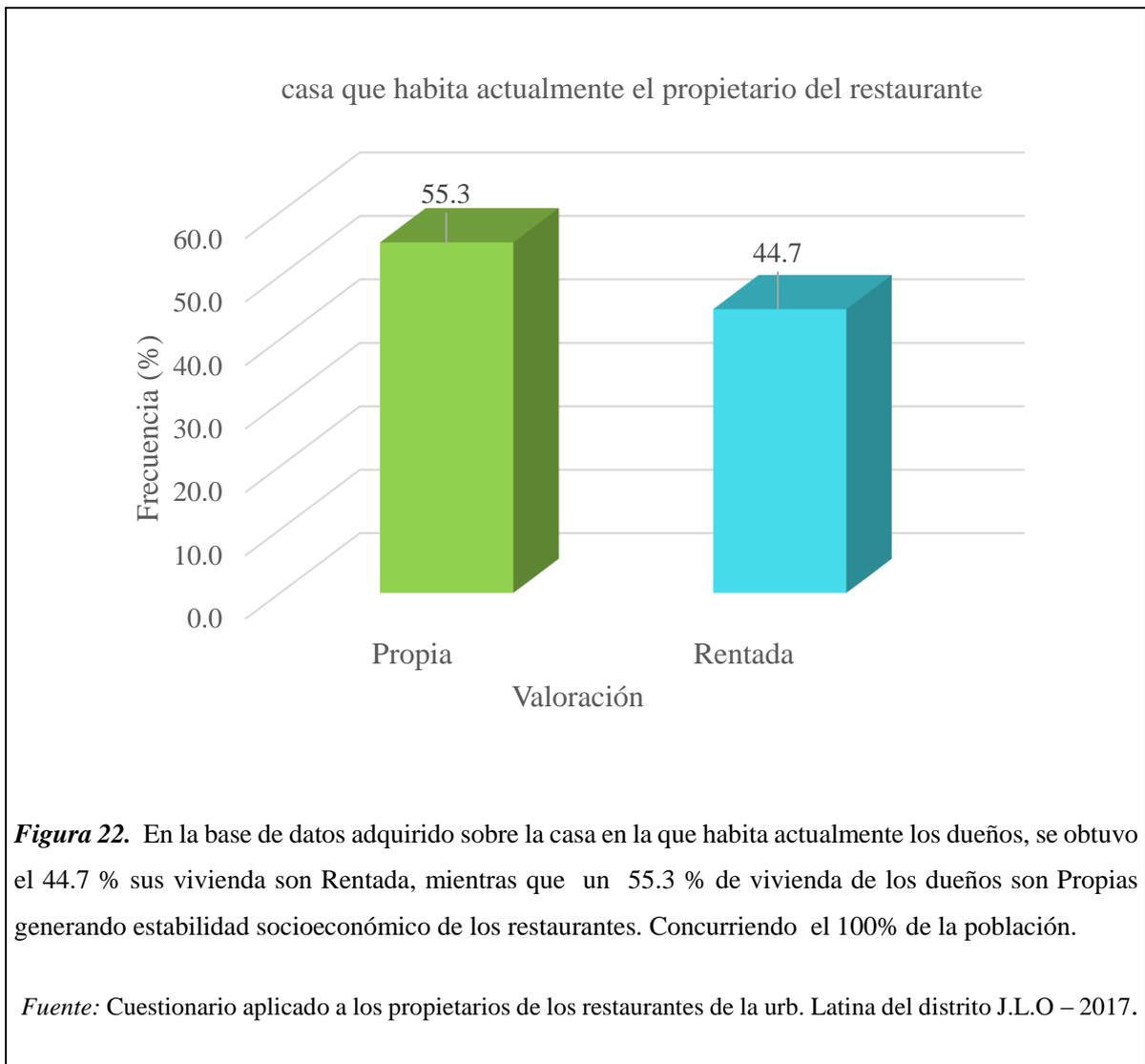


Figura 22. En la base de datos adquirido sobre la casa en la que habita actualmente los dueños, se obtuvo el 44.7 % sus vivienda son Rentada, mientras que un 55.3 % de vivienda de los dueños son Propias generando estabilidad socioeconómico de los restaurantes. Concurriendo el 100% de la población.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

Tabla 26

Material de la vivienda del propietario del restaurante.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Material noble	36	94.7	94.7	94.7
Material de adobé	1	2.6	2.6	97.4
Material rustico	1	2.6	2.6	100.0
Material pre fabricado	0	0.0	0.0	0.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

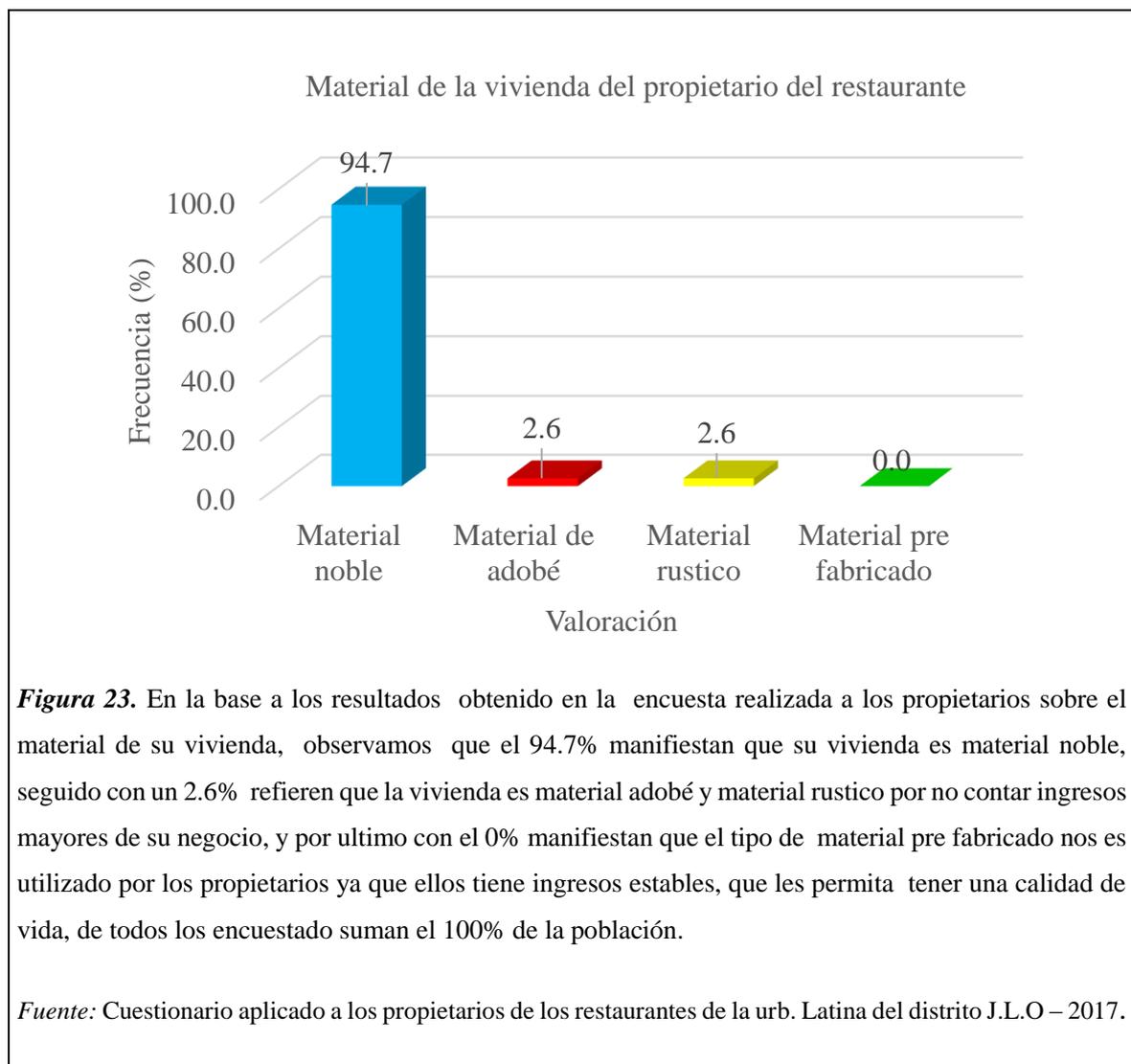


Figura 23. En la base a los resultados obtenido en la encuesta realizada a los propietarios sobre el material de su vivienda, observamos que el 94.7% manifiestan que su vivienda es material noble, seguido con un 2.6% refieren que la vivienda es material adobé y material rustico por no contar ingresos mayores de su negocio, y por ultimo con el 0% manifiestan que el tipo de material pre fabricado nos es utilizado por los propietarios ya que ellos tiene ingresos estables, que les permita tener una calidad de vida, de todos los encuestado suman el 100% de la población.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

Tabla 27

Sistema de pensión privada del propietario del restaurante.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ONP	4	10.5	10.5	10.5
AFP	4	10.5	10.5	21.1
N.A	30	78.9	78.9	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

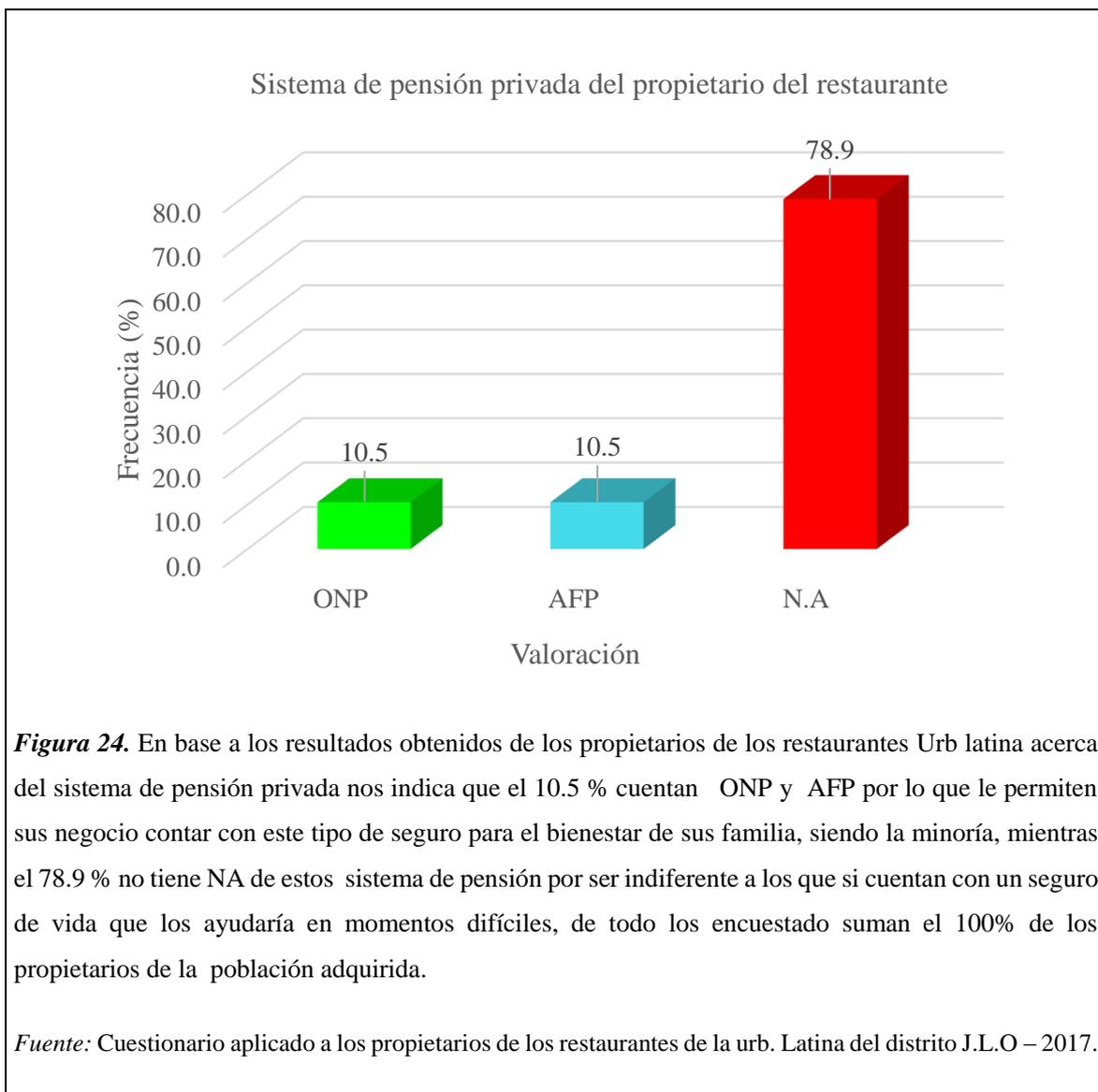
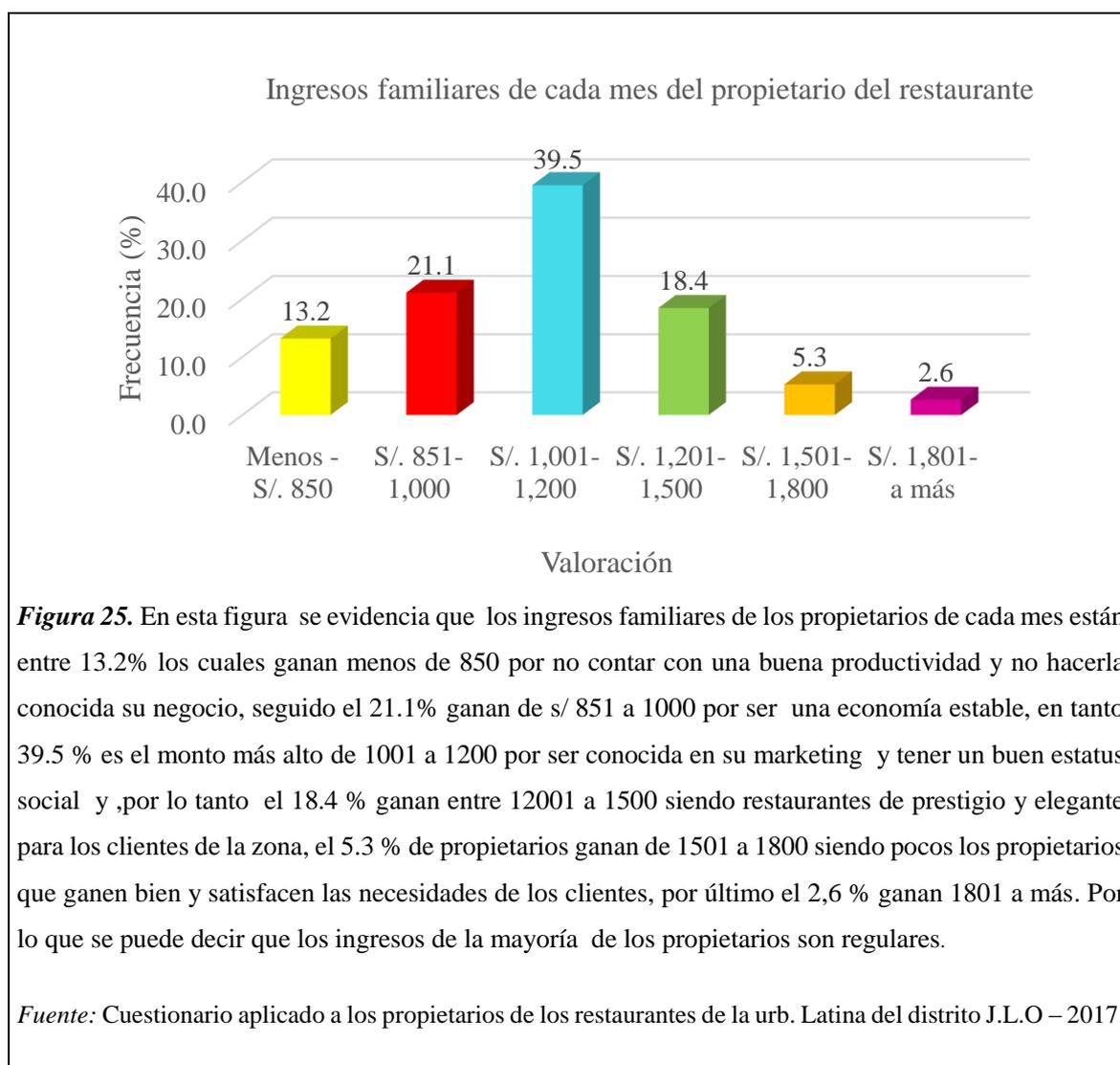


Figura 24. En base a los resultados obtenidos de los propietarios de los restaurantes Urb latina acerca del sistema de pensión privada nos indica que el 10.5 % cuentan ONP y AFP por lo que le permiten sus negocio contar con este tipo de seguro para el bienestar de sus familia, siendo la minoría, mientras el 78.9 % no tiene NA de estos sistema de pensión por ser indiferente a los que si cuentan con un seguro de vida que los ayudaría en momentos difíciles, de todo los encuestado suman el 100% de los propietarios de la población adquirida.

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

Tabla 28*Ingresos familiares de cada mes del propietario del restaurante.*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos - S/. 850	5	13.2	13.2	13.2
S/. 851- 1,000	8	21.1	21.1	34.2
S/. 1,001- 1,200	15	39.5	39.5	73.7
S/. 1,201- 1,500	7	18.4	18.4	92.1
S/. 1,501- 1,800	2	5.3	5.3	97.4
S/. 1,801- a más	1	2.6	2.6	100.0
Total	38	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina del distrito J.L.O – 2017.

3.2. Discusión de resultados

Todos los resultados encontrados permiten valorar las opiniones y respuestas de nuestros encuestados. Asimismo se observa la importancia obtenida para la solución de la problemática de la urbanización latina.

De acuerdo al bajo nivel de asociatividad y la regular calidad de vida que subsiste en los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina, conlleva a proponer un programa de asociatividad empresarial para los restaurantes de la urb. Latina, donde se va a desarrollar en 4 etapas que son fases 1 selección y sensibilización a los propietarios de los restaurantes, fase 2 consolidación institucional, fase 3 planes de trabajo, fase 4 formación de equipo trabajo, lo cual les permitirá que los asociados tengan programa de capacitación, poder de negociación de compras por volumen, importancia del liderazgo y trabajo en equipo, capacitación en atención al cliente, convenios y capacitaciones por instituciones del rubro gastronómico. Esto concuerda en parte con los resultados obtenidos por Soto (2014), en Lambayeque, donde el 75% de la población agrícola, ha señalado que estaría dispuesto a constituir un modelo asociativo de productores de palta en el Distrito de Motupe. Los motivos de asociarse bajo un nuevo modelo por parte de los agricultores son una pieza fundamental haciendo que este tipo de modelo asociativo puede convertirse en un instrumento crucial para el desarrollo de la localidad. Es por ello que decimos que ambos resultados concuerdan en parte, porque ambos buscan implantar un programa o modelo asociativo con el fin de mejorar el desarrollo socioeconómico tanto de los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina como de la localidad de Motupe respectivamente.

En uno de los resultados encontrados en la tabla 8 se evidencia que los propietarios de los restaurantes de la Urb. Latina, en un 15.8%, se encuentran asociados con otro negocio de su mismo rubro, de otro lado el 84.2 % de los propietarios no se encuentra actualmente asociados. Al respecto se puede decir que el nivel de asociatividad de los restaurantes de la urb. Latina es bajo. Esto coincide parcialmente con los resultados encontrados por Cruz (2015), en Tacna al mencionar que el nivel de la asociatividad, es “Regular”, y el crecimiento empresarial es “Bajo”, por ende la asociatividad y el crecimiento empresarial en los productores de ají amarillo seco (*Capsicum Baccatum*) de Sama Inclán-Proter-Tacna, se relaciona de forma directa. Al comparar nuestra realidad con el antecedente y la base teórica, el antecedente coincide parcialmente con la realidad encontrada en los restaurantes

de la urbanización latina, en este mismo rubro al analizarlo con el estándar ideal propuesto por el Centro de Exportaciones e inversiones Nicaragua (2010), observamos que hay una gran divergencia porque se conocen ampliamente las ventajas de la asociatividad pero en la práctica en la urbanización latina no se está dando.

Otro de los resultados encontrados, presentados en las tablas 19,20 y 21 se observa que los factores que intervienen en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urb. Latina son producción, trabajo y capital, el primero de ellos nos menciona que en su producción en promedio venden de 31 a 40 platos al día, en cuanto al trabajo las horas que laboran los propietarios está en el promedio laboral de 8 horas representando el 57.9%, y en cuanto al capital el 92.1 % considera que esté es de suma importancia para todo negocio. Estos datos coinciden en parte con los resultados encontrados por Silvestre y Centurión (2015), en la ciudad de santa – Áncash, en lo cual consideran a la capacitación como inversión, lo cual incrementa la renta a las mypes. Es decir la capacitación en los empleados y los propietarios ayudara a mejorar la atención a los clientes e impulsar el marketing en el negocio, por lo tanto esta estrategia beneficiara con tener mayor producción, por otro lado Cáceres y Mendoza (2016), nos mencionan que la Asociatividad es una herramienta de gestión que tiene un impacto positivo en la rentabilidad de las organizaciones, así como en el ámbito socioeconómico de los involucrados, lo cual coincide con la base teórica mencionada por García (2012), que al tener mayor rentabilidad, se contribuirá al goce de lo logrado por lo cual el desarrollo socioeconómico de estos es bueno.

Por otro lado los resultados encontrados, presentados en las tablas 23, 25, 26 y 28 se observa que la calidad de vida se divide en educación donde el 44.7% de los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina tienen un nivel de educación secundario, mientras que un 36.8% es técnico; y con respecto a su vivienda el 55.3% mencionan que es propia y el 44.7% es rentada, dichas viviendas mayoritariamente son de material noble; y con respecto a su salario los propietarios tienen ingresos promedios entre 1001-1200 representado por el 39.5%, al respecto se puede decir que la calidad de vida de los propietarios es regular. Estos resultados coinciden en gran parte con los datos encontrados por Aguas (2016), Ecuador al mencionar que uno de los factores más influyentes en la calidad de vida son los ingresos, mediante el programa, los socios han adquirido ingresos pero no los suficientes para sustentar las necesidades de sus familias con un 50 %. Sin embargo Llanca (2012), Chachapoyas- Amazonas encontró que El Museo Leymebamba genera un impacto

socioeconómico en los prestadores de servicios turísticos, el cual ha contribuido al desarrollo social y económico, mejorando la calidad de vida de la población de manera directa o indirectamente. Y finalmente estos resultados coinciden parcialmente con la base teórica mencionada por García (2012), que al tener mayores ingresos, se contribuirá a tener una mejor calidad de vida contribuyendo al goce de lo logrado por el desarrollo socioeconómico.

Con respecto al diseño de un programa de asociatividad empresarial para los restaurantes de la urb. Latina se desarrolla en 4 fases: Fase 1 selección y sensibilización a los propietarios de los restaurantes de la urb. latina, en esta fase nos ayudara a sensibilizar a todos los propietarios a asociarse logrando beneficios económicos y sociales de manera conjunta, cuyo costo es de S/.188,60 ; en la Fase 2 consolidación institucional ayudara a la conformación de la junta directiva que se encargara de guiar y representara a sus socios que pertenecerán a una asociación y formalización legal con un costo de S/.1,225; en la Fase 3 planes de trabajo abarcara las prioridades y /o necesidades de los propietarios tales como : seguridad ciudadana y atención al cliente teniendo como costo de S/.243,50; y en la Fase 4 formación de equipo de trabajo se realizara la conformación de comités de apoyo como: Gestión de compras, Gestión de documentación, Gestión de capacitación educativa con un costo de S/.85,50. Por lo que esta propuesta tiene como costo total de S/. 1,742.60. estos datos difieren con los resultados encontrados por Orrala (2013), en Ecuador mencionando que existe una gran debilidad en cuanto a la aplicación de estrategias de marketing mix, específicamente de promoción, en donde el 66% está totalmente de acuerdo que se implementen estrategias en este ámbito, haciendo que un 77% de pobladores estén de acuerdo que un Plan de Asociatividad para los agricultores de San Marcos es un mecanismo viable para fomentar la comercialización de los productos agrícolas del sector.

3.3. Aporte Científico

DISEÑAR UN PROGRAMA DE ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOCIOECONOMICO DE LOS RESTURANTES DE LA URB. LATINA, CHICLAYO.

INTRODUCCIÓN

Según los resultados que se obtuvieron durante la investigación, permitió realizar una propuesta para solucionar la problemática acerca de la Asociatividad empresarial influyente en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la Urb. Latina.

La propuesta que se plantea a través del presente proyecto se orienta a proporcionar un programa asociativo empresarial, enfocándose en el trabajo organizado mediante estrategias asociativas de marketing que permitan mejorar los procesos de comercialización y mejorar su desarrollo socioeconómico.

En los últimos años se viene hablando mucho acerca de la asociatividad empresarial, en ambientes académicos, gubernamentales y hasta el ambiente empresarial. Por lo que la urb. Latina en el sector de restaurantes es altamente comercial. Ante esta Perspectiva, la Asociatividad debería ser una fuente importante de auge empresarial, pero se ha convertido en un proceso bastante complejo, haciendo que las Pymes para adecuarse a la realidad sobresaliente se ven obligadas, en muchos casos, no sólo a encarar un proceso de observación sino además a interactuar con el medio a través de la conformación de redes o asociaciones que los ubique en posiciones más sólidas para afrontar las amenazas y aprovechar las oportunidades.

3.3.1 Justificación.

Las Entidades y empresas son conscientes de que toda alternativa va a ser operante en la medida que los pequeños y medianos empresarios superen sus propias limitaciones de integración, que dejen de trabajar individualmente, por lo que así nunca podrían participar de estrategias y acciones que solo se pueden desarrollar en forma asociada. Ante esta falencia del bajo nivel de asociatividad en los restaurantes de la urb. Latina

proponemos un programa de Asociatividad para dar a conocer cuán importante es la Asociatividad empresarial.

3.3.2 Objetivos.

3.3.2.1 Objetivo general.

Proponer un programa de Asociatividad empresarial para mejorar los procesos de comercialización en los restaurantes de la urb. Latina, 2018.

3.4.2.2 Objetivos específicos.

Promocionar y sensibilizar a los propietarios de los restaurantes.

Diseñar las etapas de consolidación institucional.

Gestionar los planes de trabajo.

Conformar equipos de trabajos.

3.3.3 Actividades.

Esta capacitación se va a llevar a cabo mediante una actividad de aprendizaje, lo que incluirá horas prácticas así como también la parte teórica.

Para la parte teórica se hará uso del material de apoyo, talleres, diapositivas, videos. Dentro de las actividades de esta propuesta tendremos temas importantes acerca de la Asociatividad empresarial.

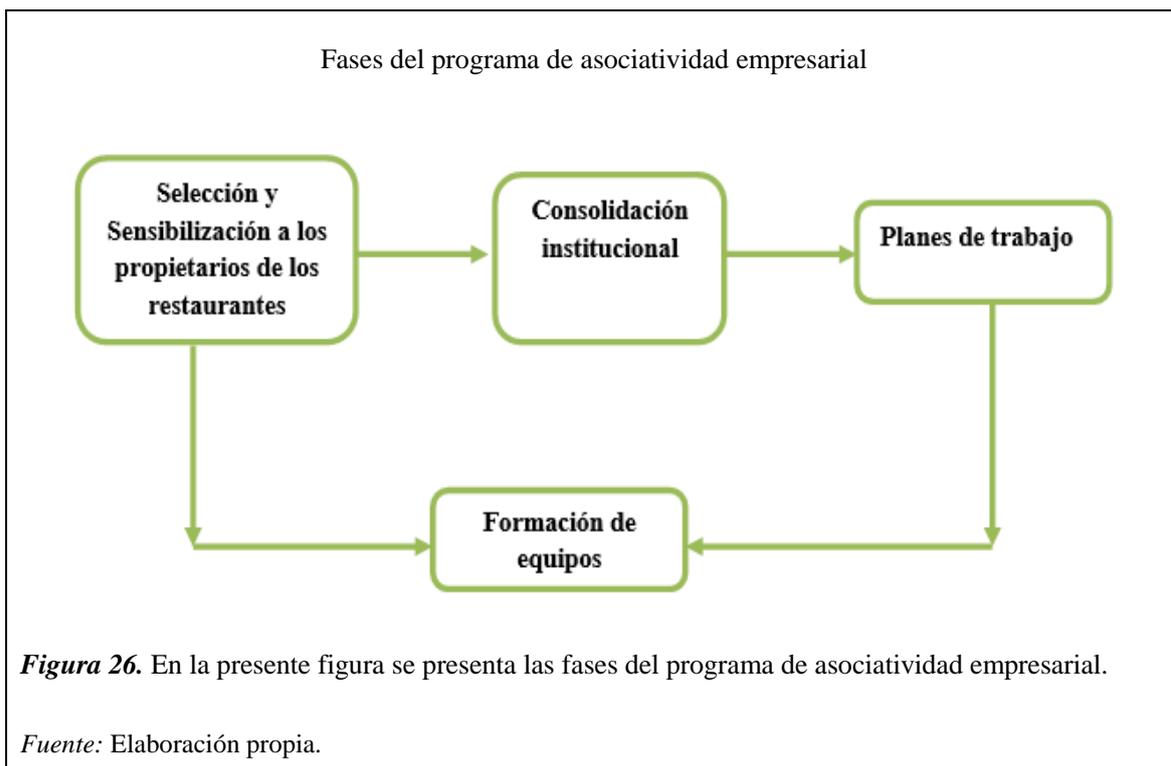
3.3.4 Fases del programa de asociatividad empresarial.

Fase I: Selección y sensibilización a los propietarios de los restaurantes.

Fase II: Consolidación institucional.

Fase III: Planes de trabajo.

Fase IV: Formación de equipos de trabajó.



3.3.4.1 Selección y Sensibilización a los propietarios de los restaurantes.

En esta fase se dará mediante charlas de sensibilización se deberá identificar a pequeños y medianos empresarios que se encuentren interesados en trabajar en asociación, con el objetivo de lograr beneficios económicos y sociales de manera conjunta. Los potenciales beneficiarios deben cumplir criterios tales como disponibilidad e interés para invertir esfuerzo, tiempo y dinero en sus propios procesos de mejora.

Es a partir de dicho interés que el grupo se va filtrar en un proceso de Selección, en el cual quedan aquellos pequeños empresarios interesados en mejorar y trabajar para ello, en esta etapa se debe considerar la elaboración de perfiles de cada integrante para poder identificar a los futuros líderes que servirán de agente catalizador a cargo de la Asociatividad donde estará conformado por una junta general de propietarios la cual tiene un presidente, secretario, tesorero y un vocal para ello serán los responsables ante la nueva Asociatividad empresarial para los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina.

Tabla 29*Selección y Sensibilización a los propietarios de los restaurantes.*

Fase 1 : Selección y Sensibilización a los propietarios de los restaurantes				
Tareas específicas	Responsable	Veces	Tiempo	Participantes
visita general para plantear propuesta de asociarse	Coordinador del área de desarrollo económico y promoción pymes.	2	120 min c/u	
Convocatoria para Asamblea General	Coordinador del área de desarrollo económico y promoción pymes.	1	180 min	
Taller de Asociatividad con el fin de mejorar su desarrollo socioeconómico:				
Importancia del liderazgo y trabajo en equipo.	Capacitador profesional			38 propietarios
Asociatividad desde el ámbito empresarial.				
Asociatividad comunitaria.		3	90 min c/u	
Elección de la junta directiva conformada por: Presidente(a); Secretario(a); Tesorero(a); Vocal(a)	Coordinador del área de desarrollo económico y promoción pymes.	1	40 min	
Acta constitucional	Secretario general de la junta directiva de los propietarios.	1	20 min	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30*Recursos y presupuestos del taller.*

Actividad	Detalle	Costos	
		Costo unitario (S/.)	Costo total (S/.)
	Local	0	0*
	Decoración (banner)	60.00	60.00
Taller de Asociatividad con el fin de mejorar su desarrollo socioeconómico:	Silla	0	0*
Importancia del liderazgo y trabajo en equipo	Proyector	0	0*
Asociatividad desde el ámbito empresarial	Folletos y separatas impresas	1.20(38)	45.60
Asociatividad comunitaria	lapiceros	1.00(38)	38.00
	Bocaditos salados / dulces:		
	Bombones rellenos pequeños, Galletas	20.00	20.00
	Alfajores pequeños y Gaseosas	25.00	25.00
Capacitador profesional	contrato por convenio	0	0*
Total			188.60

Fuente: Elaboración propia.

* En la tabla de recursos y presupuesto del taller la leyenda del costo total de algunas actividades es cero por ser financiada por el área de desarrollo económico y promoción pymes de la Municipalidad de José Leonardo Ortiz.

3.3.4.2 Consolidación institucional.

Una vez definido los participantes empresarios para el proceso de Asociatividad empresarial, se da paso a la conformación legal de la organización de empresarios del rubro restaurantes, para lo cual se deberá iniciar con un proceso de consolidación institucional que permita unir ideales, esfuerzos como lo es la Asociación.

En esta fase se definirá la junta directiva que será la encargada de guiar y/o representar a los socios que quieran pertenecer a una asociación hacia el objetivo que es la importancia y el desarrollo grupal de los socios buscando estrategias asociativas para micro y pequeñas empresas –restaurantes y el impacto positivo de su entorno.

Esta junta debe procurar estar conformada por los participantes que en la fase 1 hayan sido identificados como los líderes del grupo y con el perfil adecuado para estas funciones.

Tabla 31*Consolidación institucional.*

Fase 2: Consolidación institucional				
Tareas específicas	Responsable	Veces	Tiempo	Participantes
2° Reunión de la Asamblea general	Coordinador del área de desarrollo económico y promoción pymes.	1	60 min	
Capacitación a junta directiva sobre Funciones	Manual de Coordinador del área de desarrollo económico y promoción pymes.	2	90 min c/u	
Documentación para la formalización de la asociación de restaurantes de la urb. Latina.				38 propietarios
Acta de constitución de la junta directiva. Elaboración de estatutos Validación de estatutos ante la Asociación Elevación a Escritura Pública- Inscripción ante SUNAT. Legalización libros contables.	Coordinador del área de desarrollo económico y promoción pymes.	2	120 min c/u	
2° Acta constitucional	Secretario general de la junta directiva de los propietarios	1	20 min	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32

Recursos y presupuestos de la consolidación y formalización de la asociación de restaurantes de la urb. Latina.

Detalle	Costo	
	Costo unitario (S/.)	Costo total (S/.)
Documentación para la formalización de la asociación de restaurantes de la urb. Latina.		
Acta de constitución de la junta directiva: libro de acta y legalización de la misma.	15	15
Elaboración de estatutos.	10(38)=380	380(2)=760
Validación de estatutos ante la Asociación.	400	400
Elevación a Escritura Pública.	0	0
Inscripción ante SUNAT.	0	0
Legalización libros contables.	50	50
Total		1,225

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4.3 Planes de trabajo.

Una vez que la confianza se encuentra consolidada, la asociación puede iniciar su proceso de prioridades / necesidades con un planeamiento estratégico. Para llegar a esta fase, todos los socios estarán dispuestos al compromiso de analizar la problemática que se encuentra los restaurantes de la Urb. latina, así como sus potencialidades internas y las del entorno, validando así un objetivo común de largo plazo que permita a la asociación mejorar significativamente su competitividad.

Tabla 33*Planes de trabajo.*

Fase 3: Planes de trabajo				
Tareas específicas	Responsable	Veces	Tiempo	Participantes
3° reunión de la Asamblea general	Coordinador del área de desarrollo económico y promoción pymes.	1	60 min	
Prioridades / necesidades				
seguridad ciudad:				
Patrulleros en el sector				
Cámaras de vigilancia				
Atención al cliente Capacitación general a los colaboradores de los restaurantes de urb. Latina. En temas de manejo de alimentos, alimentación balanceada e importancia del buen trato y eficiencia del pedido del cliente.	Coordinador del área de desarrollo económico y promoción pymes.	1	90 min	38 propietarios
3°Acta constitucional	Secretario general de la junta directiva de los propietarios	1	20 min	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 34

Recursos y presupuestos de las prioridades y/o necesidades de los asociados de los restaurantes de la urb. Latina.

Actividad	Detalle	Costo	
		Costo unitario (S/.)	Costo total (S/.)
Prioridades / necesidades	Folletos y separatas impresas	1.20(38)	45.60
Seguridad ciudadana:	Lapiceros	1.00(38)	38.00
Patrulleros en el sector	Copias	0.5(38)	1.90
Cámaras de vigilancia	Folder	1.00(38)	38.00
Capacitación general a los colaboradores de los restaurantes de urb. Latina en temas de manejo de alimentos, alimentación balanceada e importancia del buen trato y eficiencia del pedido del cliente.	Bocaditos salados / dulces: Mini pañuelos con manjar Mini sándwich de pollo. Gaseosas	50.00 60.00 10.00	50.00 60.00 10.00
Total			243.50

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4.4 Formación de equipos de trabajo.

En esta fase la asociación inicia con los comités de apoyo a través de la implementación de un plan estratégico que se realizó en la fase anterior. En muchos casos se trata del inicio formal de una nueva organización.

Tabla 35*Formación de equipos de trabajo.*

Fase 4: Formación de equipos de trabajo				
Tareas específicas	Responsable	Veces	Tiempo	Participantes
4° reunión de la Asamblea general	Coordinador del área de desarrollo económico y promoción pymes.	1	90 min	
Elección de comités por los propietarios	Coordinador del área de desarrollo económico y promoción pymes.	1	40 min	
Comités conformados:				
Gestión de compras:				
Negociar la compra por volumen				
Gestión de documentación :				
Responsabilidades de la Documentación para la formalización de la asociación de restaurantes de la urb. de latina	Coordinador del área de desarrollo económico y promoción pymes.	4	90 min c/u	38 propietarios
Gestión de capacitación en educación:				

Gestión y visitas a las instituciones del rubro
gastronómico con el objetivo de lograr convenios
y capacitaciones.

Cenfotur filial Chiclayo

Escuela Cumbre Sac

Peruvian Gourmet College S.A.C

Escuela gastronómica Juan mejía baca

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 36

Recursos y presupuestos de responsabilidades de la documentación para la formalización de la asociación de restaurantes de la urb. Latina.

Actividad	Detalle	Costo	
		Costo unitario (S/.)	Costo total (S/.)
Responsabilidades para los Comités conformados.			
Gestión de compras:			
Negociar la compra por volumen	Folletos y separatas impresas		
Gestión de documentación:			
Responsabilidades de la Documentación para la formalización de la asociación de restaurantes de la Urb. de latina	Lapiceros	1.20(38)	45,60
	Copias	1.00(38)	38,00
	Bocaditos salados / dulces:	0.5(38)	1.90
Gestión de capacitación en educación:			
Gestión y visitas a las instituciones del rubro gastronómico con el objetivo de lograr convenios y capacitaciones.	Mini sándwich de pollo.	0	0*
	Gaseosas		
Cenfotur filial Chiclayo	Charlas dictados por los chef de los institutos mencionados		
Escuela Cumbre Sac			
Peruvian Gourmet College S.A.C			
Escuela gastronómica Juan mejía baca			
Total			85,50

Fuente: Elaboración propia.

* En la tabla de recursos y presupuestos de responsabilidades de la documentación para la formalización de la asociación de restaurantes de la urb. Latina, la leyenda del costo total de una de las actividades es cero por ser financiada por el área de desarrollo económico y promoción pymes.

3.3.5 Beneficiarios.

El diseño de un programa de asociatividad empresarial para los restaurantes de la urb. Latina beneficiara a los asociados, a la Municipalidad Distrital de José Leonardo Ortiz y a los Institutos gastronómicos.

Tabla 37

Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficios
Asociados	Mejorar el servicio, negociar ventas, volúmenes de compras y manejo de insumos, preparación de platos con el fin de reducir costos en un 10%. Mejor la atención al cliente
Municipalidad Distrital De José Leonardo Ortiz	Contará con una base de datos de los restaurantes de la Urb. Latina lo cual podrán aplicar a otras Urbanizaciones o a distintos sectores del Distrito. Mayor comunicación y mejor prestigio con los vecinos que viven a los alrededores de los restaurantes.
Institutos Gastronómicos	Difusión de sus actividades de responsabilidad social entre su público objetivo buscando sensibilizarlos para que ellos se inscriban y formen parte de la institución. Mayor captación de clientes.

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se presenta un flujo de caja que respalda el 10% de la reducción de costos por motivos asociativos al momento de hacer compras de insumos por parte de los dueños de los restaurantes de la urbanización latina.

Tabla 38*Costo promedio de insumos (individual).*

COSTO PROMEDIO DE INSUMOS (INDIVIDUAL)											
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
S/.1,844	S/.1,900	S/.1,927	S/.1,730	S/.1,815	S/.2,000	S/.2,080	S/.1,970	S/.1,850	S/.1,850	S/.1,950	S/.2,100

Fuente: Elaboración propia.**Tabla 39***Costo promedio de insumos (en asociación).*

COSTO PROMEDIO DE INSUMOS (EN ASOCIACIÓN)											
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
S/.1,659	S/.1,710	S/. 1,734	S/.1,557	S/.1,633	S/.1,800	S/.1,872	S/.1,773	S/.1,665	S/.1,665	S/.1,755	S/.1,890

Fuente: Elaboración propia.

3.3.6 Metas.

Capacitar al 100% de la población es decir a los 38 propietarios y sus familias de los restaurantes de la urb. Latina, a comensales directos e indirectos, como trabajadores que laboran en los restaurantes del sector.

3.3.6.1 Institución que va gestionar el programa de capacitación.

Municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz a cargo del área de desarrollo económico y promoción pymes.

3.3.6.1.1 Sede de la capacitación.

El programa de Asociatividad se realizará en los ambientes de la Municipalidad de José Leonardo Ortiz lo cual cuenta con una moderna infraestructura e instalaciones con servicio de electricidad, wi-fi, agua potable, y aire acondicionado con ello los capacitadores podrán brindar una buena capacitación a los propietarios de los restaurantes.

3.3.6.1.2 Perfil del capacitador.

Para la ejecución del programa de Asociatividad es necesario la coordinación de un profesional competente para que efectúe el programa por lo tanto se da a conocer el perfil de puesto:

Mínimo 2 años de experiencia formación metodológica.

Preferentemente con título de tercer nivel universitario.

Edad entre 25 años a 40 años.

Disponer del tiempo para atender con eficiencia la ejecución del Programa. Y que Posea habilidades comunicativas que le facilitan interactuar con los demás.

Conocer y manejar las técnicas grupales.

Liderazgo y responsable.

3.3.7 Cronograma del programa de asociatividad.

Tabla 40

Cronograma del programa de asociatividad.

Nº	Actividades	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Fase 1	Selección y sensibilización a los propietarios de los restaurantes	X				
Fase 2	Consolidación institucional		X			
Fase 3	Planes de trabajo			X		
Fase 4	Formación de equipos de trabajo				X	X

Fuente: Elaboración propia.

3.3.8 Financiamiento.

El monto de inversión de este programa de Asociatividad, será financiada con ingresos propios presupuestados por la municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz.

3.3.8.1 Presupuesto.

Tabla 41

Presupuesto.

Descripción	Costo total
Fase 1: Selección y sensibilización a los propietarios de los restaurantes	188,60
Fase 2: Consolidación institucional	1,225
Fase 3: Planes de trabajo	243,50
Fase 4: Formación de equipos de trabajo	85,50
Total	1742,60

Fuente: Elaboración propia.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Se propone un programa de asociatividad empresarial para mejorar la competitividad empresarial en los restaurantes de la urb. Latina con el fin de mejorar su desarrollo socioeconómico. Es decir ello contribuirá a que haya un uso eficiente de sus recursos.

El diagnóstico del nivel de asociatividad de los restaurantes de la urb. Latina nos permite concluir que el 15.8%, de los propietarios se encuentran asociados con otro negocio de su mismo rubro, por otro lado el 84.2 % no se encuentra actualmente asociados. Es por ello que el nivel de asociatividad de los restaurantes de la urb. Latina es bajo.

Los factores que intervienen en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urb. Latina son: producción, trabajo y capital, donde la producción es buena, en cuanto a su trabajo el 57.9% de los propietarios laboran en promedio de 8 horas y con respecto al capital el 92.1 % considera que esté es de suma importancia para todo negocio.

Analizando el nivel de calidad de vida de los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina, podemos concluir que su calidad de vida es regular, teniendo en cuenta su educación donde el 80.5% tienen educación secundario y técnico, y con respecto a su vivienda el 55.3% mencionan que es propia y el 44.7% es rentada, y por último en su salario los propietarios tienen ingresos promedios entre 1001-1200 representado por el 39.5%.

Se diseñó un programa de asociatividad empresarial el cual se enfocara en el trabajo organizado mediante estrategias cooperativas para el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de urb. Latina. El mismo que consta de 4 fases y tiene un presupuesto total de S/. 1,742.60. el cual lograra beneficios tales como: programa de capacitación, poder de negociación de compras por volumen, capacitación en atención al cliente, convenios y capacitaciones por instituciones del rubro gastronómico.

4.2. Recomendaciones

Promover la Asociatividad Empresarial para mejorar la competitividad empresarial de los restaurantes de la Urb. Latina.

Tomar en cuenta el nivel de Asociatividad obtenido de los resultados de la Investigación que los propietarios de los restaurantes de la Urb. Latina se asocien para que sean más competitivos y ser parte del desarrollo económico de un país.

Los propietarios de los restaurantes de la Urb. Latina deben evaluar los factores que intervienen en el desarrollo socioeconómico que son los principales y fundamentales de todo negocio como producción, trabajo, capital.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación acerca del nivel de calidad de vida de los propietarios de la Urb. Latina se recomienda que todo empresario cuente con un seguro social.

A la Municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz poner en marcha el programa de Asociatividad Empresarial el cual se enfocara en el trabajo organizado mediante estrategias cooperativas para el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la Urb. Latina.

REFERENCIAS

REFERENCIAS

- Aguas , R. C. (2016). *La asociatividad y la calidad de vida de los confeccionistas de la asociación "el señor d ellos remedios", que participan en el programa hilando desarrollo, del cantón pillaro*. (Tesis de licenciatura). Ambato - ecuador. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/20828>.
- Albuquerque, P., y Rodríguez, H. (2015). Modelo de asociatividad para promover el desarrollo económico de pequeños productores de hortalizas. *Ciencia y tecnología*.
- Anda, C. (2003). *Entorno socioeconomico de Mexico*. Balderas 95, Mexico, D.F: Limusa, SA de C.V.
- Armas, H. M. (2016). Sistema de acciones Estratégicas para conectar el conocimiento al desarrollo ecoeconomia y social a través de la relaciones Universidad- Empresa en ciego de Avila. *Estrategia y Gestion Universitaria*, 4, N°1. Obtenido de <http://revistas.unica.cu/index.php/regu/article/view/417/325>
- Arroyo , J., y Zuñiga, Z. (2017). *Relación entre el modelo asociativo empresarial y la comercialización de Huasai (euterpe precatoria) por los agricultores d ela comunidad de bello horizonte - distrito las piedras 2016*. (Tesis de licenciatura). Puerto maldonado - Perú. Obtenido de <http://repositorio.unamad.edu.pe/handle/UNAMAD/222>
- Barrera , A., Espejel , A., Herrera, B., & Cuevas , V. (2016). Asociatividad empresarial de organizaciones productoras de vainilla. *Agroproductividad*, 80.
- Barriga, M. A. (2016). *El trabajo asociativo como alternativa de desarrollo económico y social para madres cabeza de familia de bogota D.C: caso barrio el paraíso*. (Tesis de maestría). Buenos aires - Argentina. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10226/1777>
- Beltrán , E. (2012). *Desafíos y Oportunidades de las Pymes Salvadoreñas Construyendo una Agenda de desarrollo*. San Salvador: FUNDES- FUNAPYMES.
- Bernal , C. A. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. méxico : Pearson educación .
- Cabedo , S. (2003). *Hacia un concepto Integral de Calidad de Vida: La Universidad y los Mayores* . Castellón de la Plana- España : Universitat Jaume I .

- Cáceres, A. E., y Mendoza, D. E. (2016). *Impacto de la Asociatividad en la rentabilidad de la Asociación de Ganaderos Agroindustria San Juan Gallito, distrito de San José, provincia y departamento de Lambayeque periodo 2012 – 2015*. (Tesis de licenciatura). Chiclayo: Universidad Privada Juan Mejía Baca. Obtenido de <http://repositorio.umb.edu.pe/handle/UMB/41>.
- Cegarra, J. (2012). *Los métodos de investigación*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Centro de Exportaciones e inversiones Nicaragua. (2010). *Asociatividad*. Managua.
- Cercado, E. R. (2014). Red empresarial horizontal como estrategia de competitividad para los microempresarios de carpintería de madera en el distrito de la victoria-chiclayo 2013. (Tesis de licenciatura). *Horizonte empresarial*. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/2271>.
- Chacana, S. (2014). *La importancia de las Pymes para el desarrollo de la economía nacional*. Antofagasta-Chile.
- Cortés, M., y Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre la metodología de la investigación*. Campeche, México.
- Crúz, M. (2016). *Relación entre la Asociatividad y el Crecimiento Empresarial en los productores de Ají Amarillo Seco (CAPSICUM BACCATUM) de Sama Inclán - Proter*. (Tesis de licenciatura). Tacna -Perú. Obtenido de <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/81>.
- Cubero, G. D. (2014). *Asociatividad agro-ecoturística como eje potenciador del desarrollo local en la comunidad de bajos del toro*. (Tesis de maestría). San Jose - Costa Rica. Obtenido de <http://mx.123dok.com/document/6qm8174z-asociatividad-agroecoturistica-como-eje-potenciador-del-desarrollo-local-en-la-comunidad-de-bajos-del-toro.html>.
- Díaz, L. (2013). *Distrito de Jose Leonardo Ortiz*. Obtenido de <http://luzmiladiazsaavedra.blogspot.pe/2013/06/distrito-de-jose-leonardo-ortiz.html>
- Flores, L. D. (2013). *Propuesta de asociatividad para el desarrollo económico y social de los productores de café del distrito de Kañaris-Ferreñafe*. (Tesis de licenciatura). Chiclayo - Perú: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/150>.
- García, F. (2004). *El cuestionario*. México: Limusa.

- García, V. A. (16 de Octubre de 2012). *Blogs: Desarrollo socioeconómico* . Obtenido de blogspot.pe: <http://victorgarciaprofe.blogspot.pe/2012/10/desarrollo-socioeconomico.html>.
- Guazmayán , C. (2004). *Internet y la investigación científica: el uso de los medios y las nuevas tecnologías en la educación*. Bogotá-Colombia: Magisterio .
- Hernandez , E. (2000). *La competitividad industrial en México*. México: Casa abierta al tiempo.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* . México: Mc graw hill.
- Hidalgo, S., y Rodriguez, A. (2015). *La evasión del impuesto a la Venta del arroz pilado en la comercialización por las empresas molineras y su incidencia en el desarrollo socio-económico en la provincia de san Martín* . Tarapoto.
- Jácome, H., y King , K. (2013). *Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa*. Quito-Ecuador: Flacso .
- Jaimes , H., Pérez , C., & Pacheco, C. (2013). *El sector calzado como actividad promisoría en el municipio de sincelejo.perfiles laborales y ocupacionales*. Sincelejo, Colombia: Planet grafit.
- Kong, J. A., y Moreno, J. M. (2014). *Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES del distrito de San José*. Lamabayeque: Usat.
- Larios, M. Á. (2017). *factores económicos que inciden en la exportación de ají paprika triturada o pulverizada del departamento de lambayeque año 2014*. Chiclayo- Perú. Obtenido de <http://repositorio.udl.edu.pe/handle/UDL/74>.
- Llanca , Y. (2012). *El museo Leymebamba y el impacto socioeconómico en los prestadores de servicios turísticos en el distrito de Leymebamba -Provincia Chachapoyas - Región Amazonas*. Amazonas. Obtenido de <http://repositorio.untrm.edu.pe/handle/UNTRM/370>.
- Luna , J. E. (2012). *Influencia del capital humano para la competitividad de las pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato*. (Disertación doctoral). Celaja Guanajuato- México. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/index.htm>.
- Midgley, J. (1995). *Social Development: The Developmental Perspective in Social Welfare*. Londres : Sage.
- Mincetur . (2013). *Colección Promoviendo Exportación*. Lima -Perú: Digired.net.

- Moreno, G. (2007). *Introducción a la metodología de la investigación educativa II*. Guadalajara-México: Progreso S.A. de C.V. .
- Mur, C. E. (2014). *Asociatividad empresarial como factor potenciador de capacidades exportadoras en el sector autopartista para competición santafesino*. Obtenido de Repositorio digital UNC: <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/1895>.
- Musayón , L. P., y Núñez, R. Z. (2014). *Propuesta de fortalecimiento asociativo para pequeños productores apícolas caso: Asociación del sector cascajal olmos Lambayeque*. (Tesis de licenciatura). Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/96>.
- Ñaupas, H., Mejía, E., y Novoa, E. (2013). *Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis* (3° ed.). Perú: Universidad Mayor de San Marcos.
- Oré, E. (2016). Asociatividad para la exportación directa de tapices de la ciudad de Ayacucho. *Ciencia y Desarrollo* , 95.
- Orrala, H. A. (2013). *Plan de asociatividad para la asociación de agricultores ASODAGRI San Marcos, de la comuna San Marcos, provincia de Santa Elena*. (Tesis de licenciatura). LA libertad-Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/1324>.
- Parella, S., y Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa* (Tercera ed.). Caracas: fedupel.
- Perego, L. H. (2000). *Competitividad y Clusters Productivos*. La Plata.
- Pérez , E. M., y Villalobos, A. (2016). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa chifa-Pollería Mi triunfo Chiclayo. *Horizonte empresarial, III(2)*. Obtenido de <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/379>.
- Pérez , E., y Múnera , F. (2007). *Reflexiones para implementar un sistema de gestión de la calidad (ISO 9001: 2000) en cooperativas y empresas de economía solidaria (Documento de trabajo) Universidad ...* Bogotá: Primera edición Universidad Cooperativa de Colombia.
- Planella , I. (1986). *Agroindustria y desarrollo económico* . Bogotá: IICA oficina en Colombia .
- Rocha , A. J. (2017). *Análisis de los factores que limitan la mejora económica de los productores rurales organizados en el distrito de Yarabamba*. Arequipa .
- Rodríguez , C. (1999). *La cultura de la calidad y productividad de las Empresas* . Tlaquepaque, Jalisco - México: ITESO - La Universidad Jesuita en Guadalajara .

- Romero , Z., y Paz, I. N. (2014). *La asociatividad como estrategia empresarial e incremento del nivel competitivo de los pequeños productores artesanales de algodón nativo del distrito de Mórrope*. Chiclayo: Universidad de Lambayeque. Obtenido de <http://repositorio.udl.edu.pe/handle/UDL/46>.
- Salas, V. B. (2016). *El Rol de la Asociatividad en la Participación Comercial de los Productores Agrarios: El Caso de Piura*. Piura.
- Sánchez , L. M., Henao, D. J., y Aristizábal, P. (2011). "*ARCOIRIS*": *Educación ambiental en el manejo de residuos sólidos a través de*. Armenia- Quindío- Colombia: Fundación Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío- EAM.
- Silvestre, K. K., y Centurión , R. Z. (2015). Capacitación en las mypes del sector comercio - rubro librerías, ciudad de Santa-2013. *In Crescendo Ciencias Contables & Administrativas*, 227. Obtenido de <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-ciencias-contables/article/view/1100>.
- Soto, O. A. (2014). *Propuesta de un modelo asociativo a productores de palta en el distrito de motupe - departamento de lambayeque*. (Tesis de licenciatura). Chiclayo - Perú. Obtenido de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/138>.
- Tapia Montecinos , I., Quintana Campana, E., Ance Flores , D., & Morales Cardenas , J. (2002). *Calida de vida en Potosí Efectos Ambientales en cuatro Zonas del Municipio*. La paz : Isalp.
- urbina, A. (2015). *Impacto socioeconomico de la industria del calzado en el crecimiento y desarrollo del distrito el porvenir 2012-2013*. (Tesis doctoral). Trujillo - Perú. Obtenido de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/4808>.
- Vargas, J. (2016). *La Asociatividad como Propuesta Estratégica para el desarrollo Microempresarial de los Productores de corchos del Municipio de Neira Caldas*. Bogota-Colombia. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10654/15057>.
- Vera , L. L. (2016). *Asociatividad empresarial de los productores de quinua del Valle de Andahuaylillas, Quispicanchi - Cusco*. Cusco: Universidad Andina del Cusco. Obtenido de <http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/135>.
- Zorrilla, S. (2004). *Como Aprender Economia Concepto Basicos*. Mexico: Limusa Noriega Editores.

ANEXOS

Tabla 42

Matriz de consistencia.

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL/ESPECIFICO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	TECNICA E INSTRUMENTOS	
ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS RESTAURANTES DE LA URBANIZACIÓN LATINA, CHICLAYO - 2017	¿De qué manera la asociatividad empresarial contribuye en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urb. Latina, Chiclayo - 2017?	Objetivo general					
		Proponer un programa de asociatividad empresarial para contribuir al desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo – 2017.	HI: La asociatividad empresarial si contribuye en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urb. Latina, Chiclayo - 2017.	Asociatividad Empresarial 1	Beneficios		
		Objetivos específicos					
		Diagnosticar el nivel de asociatividad empresarial de los restaurantes, de la urbanización Latina, Chiclayo.				Tendencias	
		Analizar los factores que intervienen en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo.				Normatividad	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
		Diagnosticar el nivel de calidad de vida de los propietarios de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo.	HO: La asociatividad empresarial no contribuye en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urb. Latina, Chiclayo - 2017.	Desarrollo socioeconómico	Desarrollo económico		
		Diseñar un programa de asociatividad empresarial para el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo.			Calidad de vida		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 43*Costo de insumos de los restaurantes de la urb. Latina.*

Costo de insumos de los restaurantes de la urb. Latina (una semana)							
Insumos	Unidad	Compras de un propietario (individual)			Compras de varios propietarios (en asociación) 12*		
		Costo unitario (S/.)	Consumo promedio semanal	Costo total (S/.)	Costo unitario (S/.)	Consumo promedio semanal	Costo total (S/.)
- Arroz	Saco	130,00	2	260,00	119,00	2	238,00
- Azúcar	Bolsa	125,00	0.5	62,50	113,00	0.5	56,50
- Aceite	Balde	140,00	0.5	70,00	126,00	0.5	63,00
- Fideos	Bolsa	32,00	0.5	16,00	27,00	0.5	13,50
- Papas	Quintal	55,00	0.5	27,50	46,00	0.5	23,00
- Condimentos	Kilos	25,00	1	25,00	21,00	1	21,00
Total		S/.461,00			S/.415,00		

Fuente: Elaboración propia.

* La presente tabla hace referencia a 12 restaurantes de la urb. Latina en la cual se especifica los insumos a comprar en restaurantes que ofrecen menú-comida criolla y menú-platos a la carta.



ESTIMADO SEÑOR(A):

Nos encontramos realizando un estudio, respecto a la Asociatividad Empresarial y el desarrollo socioeconómico en la URB. LATINA, seguros de contar con sus respuestas le pedimos responder con honestidad el cuestionario. La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada pregunta, luego marque con un aspa(x) las alternativas que correspondan.

I.DATOS GENERALES

1. Edad: _____

2. Sexo M () F ()

3. ¿Es usted el dueño o administrador del negocio?

- a) Si
- b) No

4. ¿Cuál es el rubro al que pertenece?

- a) Cevichería
- b) Chifa
- c) Pollería
- d) Cevichería- Menú criollo
- e) Menú- Comida criolla
- f) Menú-Platos a la carta
- g) Chifa-Pollería

5. ¿Actualmente se encuentra asociado(a) con algún negocio de su mismo rubro?

- a) Si
- b) No

6. Si su respuesta a la pregunta anterior es no, pasar a la N° 10, de lo contrario continúe:
¿Considera que comprar de manera conjunta con sus socios reducirá costos?

- a) Si
- b) No

7. ¿El estar asociado, le ha conllevado a tener mayor producción en el servicio que ofrece?

- a) Si
- b) No

8. ¿Trabajar en Asociatividad, considera usted, que es factible para poder negociar con sus proveedores?

- a) Si
- b) No

9. ¿Cree usted, que la Asociatividad empresarial, te da la oportunidad de ingresar a nuevos mercados y posicionarte?

- a) Si
- b) No

Pasar a la pregunta N° 12

10. Si su respuesta a la pregunta N° 5 es no, entonces ¿le gustaría asociarse con otra empresa de su mismo rubro?

- a) Si
- b) No

11. ¿Cree usted, que si se asocia a otra empresa de su mismo rubro podrá aumentar la productividad y competitividad en su negocio?

- a) Poco
- b) Regular
- c) Mucho
- d) Nada

12. ¿Su Negocio Presenta Algunas de Las Sigüientes Características de módelos de Asociatividad?

- a) Puntos de participación (Asociación)
- b) Juntas productivas (Reuniones de empresas)
- c) Alianzas de clústers(Empresas sectores)
- d) Joint venture (Empresario asociado)
- e) Ninguno

13. Si su respuesta a la pregunta anterior es ninguno ¿a qué forma de asociatividad le gustaría pertenecer?

- a) Conjunto de Pequeñas y Medianas Empresas
- b) Organizaciones
- c) Grupos de Empresas

14. ¿Cree usted que el estar asociado(a) estaría respaldado por una ley o normatividad de acuerdo al a ley general de sociedades N°26887?

- a) Si
- b) No

15. ¿Sabía usted que al realizar un contrato de asociatividad, está manteniendo su propia autonomía jurídica?

- a) Si
- b) No

16. Con Respecto A Su Negocio: ¿Cuántos platos vende al día?

- a) Menos-20
- b) 20-25
- c) 25-30
- d) 30-40
- e) 40-a mas

17. ¿Cuántas horas diarias trabajan en su negocio?

- a) 4
- b) 6
- c) 8
- d) 10

18. Para permanecer en el mercado ¿Cree usted que el capital es importante para su negocio?

- a) Si
- b) No

19. ¿Su negocio le permite contar con un seguro de salud?

- a) INDEPENDIENTE
- b) ESSALUD
- c) SIS
- d) N.A

20. ¿Cuál es el nivel de educación que tiene usted?

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Técnico
- d) Universitario
- e) No tiene estudios

21. ¿Su restaurante cuenta con local?

- a) Propio
- b) Rentado

22. ¿La casa que habita actualmente es?

- a) Propia
- b) Rentada

23. ¿De qué material es su vivienda?

- a) Material Noble
- b) Material de Adobé
- c) Material Rustico
- d) Material Pre fabricado

24. ¿Pertenece usted a un sistema de pensión privada?

- a) ONP
- b) AFP
- c) N.A

25. ¿En promedio sus ingresos familiares cada mes, es?

- a) Menos-850
- b) 850-1000
- c) 1.000- 1.200
- d) 1.200- 1.500
- e) 1.500- 1.800
- f) 1.800- a mas

Aplicando el cuestionario a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina.



Figura 27. En la presente figura se presenta imágenes del cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina.

Fuente: Elaboración propia.

Aplicando el cuestionario a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina.



Figura 28. En la presente figura se presenta imágenes del cuestionario aplicado a los propietarios de los restaurantes de la urb. Latina.

Fuente: Elaboración propia.

Validación de Cuestionario

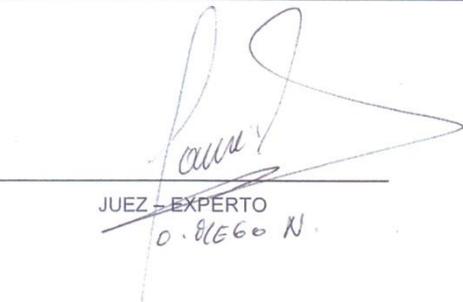
NOMBRE DEL JUEZ		Quisimo Mezo Nuñez
	PROFESIÓN	Licenciado en Adm. Bus.
	ESPECIALIDAD	Dr. en Adm. Bus.
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	8 años
	CARGO	Jefe. Unid. Invest. - FACEM.
ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS RESTAURANTES DE LA URBANIZACION LATINA, CHICLAYO - 2017		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	Ordoñez Estrella, Elvin Iván Racho Fonseca, Yeni Jackeline	
ESPECIALIDAD	ADMINISTRACIÓN	
INSTRUMENTO EVALUADO	CUESTIONARIO DE ENCUESTA	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL Proponer un programa de asociatividad empresarial para el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo – 2017.	
	ESPECÍFICOS Diagnosticar el nivel de asociatividad empresarial de los restaurantes, de la urbanización Latina, Chiclayo. Analizar los factores que intervienen en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo. Diagnosticar el nivel de calidad de vida de los propietarios de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo. Diseñar un programa de asociatividad empresarial para el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo.	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 20 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la	

<p>6. ¿cree usted, que la asociatividad empresarial, te da la oportunidad de ingresar a nuevos mercados y posicionarte? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>7. ¿cree usted, que si se asocia a otra empresa de su mismo rubro podrá aumentar la productividad y competitividad en su negocio? a) Nada b) Poco c) Regular d) Mucho</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>8. ¿Su Negocio Presenta Algunas de Las Sigüientes Características de módelos de asociatividad? a) Puntos de participación b) Juntas productivas c) Alianzas de clústers d) Joint venture e) Ninguno</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>9. ¿si su respuesta a la pregunta anterior es ninguno a que forma de asociatividad le gustaría pertenecer? a) Distritos industriales / compañías b) Organizaciones semejantes c) Las redes de empresas</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>

<p>10. ¿si Usted decide Asociarse sabe si tendría el respaldo de una ley o normatividad de acuerdo al a ley general de sociedades N°26887? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>11. ¿sabía usted que al realizar un contrato de asociatividad, está manteniendo su propia autonomía jurídica? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>¿Cuál es su percepción sobre los siguientes aspectos de Desarrollo socioeconómico?</p>	
<p>12. Con Respecto A Su Negocio: ¿cuántos platos vende al día? a) 20-25 b) 25-30 c) 30-40 d) 40 a mas</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>13. ¿cuantas horas diarias trabajan en su negocio? a) 4 b) 6 c) 8 d) 10</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>14. ¿Para permanecer en el mercado cree usted que el capital es importante para su negocio? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>15. ¿su negocio le permite contar con un seguro de salud? a) INDEPENDIENTE b) ESSALUD c) SIS d) N.A</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>

<p>16. ¿hasta qué nivel de educación estudio usted?</p> <p>a) Primaria b) Secundaria c) Técnico d) Universitario e) No tiene estudios</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>17. ¿La casa que habita actualmente es?</p> <p>a) Propia b) Rentada c) Prestada d) De un familiar</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>18. ¿De qué material es su vivienda?</p> <p>a) Material noble b) Material de Adobé c) Material Rustico d) Material Pre fabricado</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>19. ¿pertenece usted a un sistema de pensión privada?</p> <p>a) AFP b) ONP</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20. ¿En promedio sus ingresos familiares cada mes, es?</p> <p>a) 850 -1.000 b) 1.000 -1.200 c) 1.200 – 1.500 d) 1.500 – 1.800</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA _____ N° TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



JUEZ EXPERTO

0.8166 N.

NOMBRE DEL JUEZ		Cristhian Sanchez Uriarte
	PROFESIÓN	Lic en Admmstración
	ESPECIALIDAD	Mg en Gestion del Talento Humano
	EXPERIENCIA PROFESIONAL(EN AÑOS)	5
	CARGO	Administrador Prog Pres. Deuda - ERCD
ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS RESTAURANTES DE LA URBANIZACION LATINA, CHICLAYO - 2017		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	Ordoñez Estrella, Elvin Iván Racho Fonseca, Yeni Jackeline	
ESPECIALIDAD	ADMINISTRACIÓN	
INSTRUMENTO EVALUADO	CUESTIONARIO DE ENCUESTA	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL Proponer un programa de asociatividad empresarial para el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo – 2017.	
	ESPECÍFICOS Diagnosticar el nivel de asociatividad empresarial de los restaurantes, de la urbanización Latina, Chiclayo. Analizar los factores que intervienen en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo. Diagnosticar el nivel de calidad de vida de los propietarios de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo. Diseñar un programa de asociatividad empresarial para el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo.	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "7A" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 20 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la	

¿Cuál es su percepción sobre los siguientes aspectos de Asociatividad Empresarial?	
<p>1. ¿Es usted el dueño o administrador de su negocio?</p> <p>a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2. ¿En su negocio, la asociatividad le genera rentabilidad que le permita cubrir sus necesidades familiares?</p> <p>a) Si b) No</p>	<p>TA() TD(<input checked="" type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: <i>la asociatividad tiene como fin cubrir los derechos en el</i></p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3. ¿considera que comprar de manera conjunta con sus socios sus insumos o materias primas, está ahorrando dinero?</p> <p>a) Si b) No</p>	<p>TA() TD(<input checked="" type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: <i>El empresario cuida sus proveedores</i></p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4. ¿El estar asociado, le ha conllevado a tener mayor producción en el servicio que ofrece?</p> <p>a) Si b) No</p>	<p>TA() TD(<input checked="" type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5. ¿Trabajar entre organizaciones, cree usted, que es factible para poder negociar con sus proveedores y así elegir al mejor para que pueda abstener en materia prima y/o insumos?</p> <p>a) si b) No c) A veces</p>	<p>TA() TD(<input checked="" type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: <i>la asociación vido por los desechos</i></p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>6. ¿cree usted, que la asociatividad empresarial, te da la oportunidad de ingresar a nuevos mercados y posicionarte? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>7. ¿cree usted, que si se asocia a otra empresa de su mismo rubro podrá aumentar la productividad y competitividad en su negocio? a) Nada b) Poco c) Regular d) Mucho</p>	<p>TA() TD(<input checked="" type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>8. ¿Su Negocio Presenta Algunas de Las Sigüientes Características de módelos de asociatividad? a) Puntos de participación b) Juntas productivas c) Alianzas de clústers d) Joint venture e) Ninguno</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>9. ¿si su respuesta a la pregunta anterior es ninguno a que forma de asociatividad le gustaría pertenecer? a) Distritos industriales / compañías b) Organizaciones semejantes c) Las redes de empresas</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>

<p>10. ¿si Usted decide Asociarse sabe si tendría el respaldo de una ley o normatividad de acuerdo al a ley general de sociedades N°26887? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>11. ¿sabía usted que al realizar un contrato de asociatividad, está manteniendo su propia autonomía jurídica? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>¿Cuál es su percepción sobre los siguientes aspectos de Desarrollo socioeconómico?</p>	
<p>12. Con Respecto A Su Negocio: ¿cuántos platos vende al día? a) 20-25 b) 25-30 c) 30-40 d) 40 a mas</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>13. ¿cuantas horas diarias trabajan en su negocio? a) 4 b) 6 c) 8 d) 10</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>14. ¿Para permanecer en el mercado cree usted que el capital es importante para su negocio? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>15. ¿su negocio le permite contar con un seguro de salud? a) INDEPENDIENTE b) ESSALUD c) SIS d) N.A</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>

<p>16. ¿hasta qué nivel de educación estudio usted?</p> <p>a) Primaria b) Secundaria c) Técnico d) Universitario e) No tiene estudios</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>17. ¿La casa que habita actualmente es?</p> <p>a) Propia b) Rentada c) Prestada d) De un familiar</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>18. ¿De qué material es su vivienda?</p> <p>a) Material noble b) Material de Adobé c) Material Rustico d) Material Pre fabricado</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>19. ¿pertenece usted a un sistema de pensión privada?</p> <p>a) AFP b) ONP</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20. ¿En promedio sus ingresos familiares cada mes, es?</p> <p>a) 850 -1.000 b) 1.000 -1.200 c) 1.200 – 1.500 d) 1.500 – 1.800</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u>15</u> N° TD <u>5</u>
2. COMENTARIO GENERALES	<i>las asociaciones permiten a los empresarios votar por sus derechos</i>
3. OBSERVACIONES	<i>Cambiar los preguntas o anulados.</i>

Christian Saucedo

JUEZ - EXPERTO

NOMBRE DEL JUEZ		<i>Carla Reyes Reyes</i>
	PROFESIÓN	<i>Lic. Administración</i>
	ESPECIALIDAD	<i>Org. Gestión Pública</i>
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	<i>7 años</i>
	CARGO	<i>Docente</i>
ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS RESTAURANTES DE LA URBANIZACION LATINA, CHICLAYO - 2017		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	Ordoñez Estrella, Elvin Iván Racho Fonseca, Yeni Jackeline	
ESPECIALIDAD	ADMINISTRACIÓN	
INSTRUMENTO EVALUADO	CUESTIONARIO DE ENCUESTA	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL Proponer un programa de asociatividad empresarial para el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo – 2017.	
	ESPECÍFICOS Diagnosticar el nivel de asociatividad empresarial de los restaurantes, de la urbanización Latina, Chiclayo. Analizar los factores que intervienen en el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo. Diagnosticar el nivel de calidad de vida de los propietarios de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo. Diseñar un programa de asociatividad empresarial para el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la urbanización Latina, Chiclayo.	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 21 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la	

confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.

¿Cuál es su percepción sobre los siguientes aspectos de Asociatividad Empresarial?

<p>1. ¿Es usted el dueño o administrador de su negocio? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>2. ¿Actualmente se encuentra asociado(a) con algún negocio de su mismo rubro? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>3. Si su respuesta a la pregunta anterior es no, pasar a la N° 7, de lo contrario continúe: ¿considera que comprar de manera conjunta con sus socios reducirá costos? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>4. ¿El estar asociado, le ha conllevado a tener mayor producción en el servicio que ofrece? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>5. ¿Trabajar en asociatividad, cree usted, que es factible para poder negociar con sus proveedores? a) si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>6. ¿cree usted, que la asociatividad empresarial, te da la oportunidad de ingresar a nuevos mercados y posicionarte? a) Si</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>

<p>b) No</p> <p> Pasar a la pregunta N° 9</p>	
<p>7. Si su respuesta a la pregunta N° 2 es no, entonces ¿le gustaría asociarse con otra empresa de su mismo rubro?</p> <p>a) Si b) No</p>	
<p>8. ¿cree usted, que si se asocia a otra empresa de su mismo rubro podrá aumentar la productividad y competitividad en su negocio?</p> <p>a) Nada b) Poco c) Regular d) Mucho</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿Su Negocio Presenta Algunas de Las Sigüientes Características de môdelos de asociatividad?</p> <p>a) Puntos de participación b) Juntas productivas c) Alianzas de clústers d) Joint venture e) Ninguno</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. ¿si su respuesta a la pregunta anterior es ninguno a que forma de asociatividad le gustaría pertenecer?</p> <p>a) Distritos industriales / compañías b) Organizaciones semejantes</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

c) Las redes de empresas	
<p>11. ¿Cree usted que el estar asociado(a) estaría respaldado por una ley o normatividad de acuerdo al a ley general de sociedades N°26887? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>12. ¿sabía usted que al realizar un contrato de asociatividad, está manteniendo su propia autonomía jurídica? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
¿Cuál es su percepción sobre los siguientes aspectos de Desarrollo socioeconómico?	
<p>13. Con Respecto A Su Negocio: ¿cuántos platos vende al día? a) 20-25 b) 25-30 c) 30-40 d) 40 a mas</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>14. ¿cuantas horas diarias trabajan en su negocio? a) 4 b) 6 c) 8 d) 10</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>15. ¿Para permanecer en el mercado cree usted que el capital es importante para su negocio? a) Si b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>16. ¿su negocio le permite contar con un seguro de salud? a) INDEPENDIENTE b) ESSALUD</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>

<p>c) SIS d) N.A</p>	
<p>17. ¿hasta qué nivel de educación estudio usted? a) Primaria b) Secundaria c) Técnico d) Universitario e) No tiene estudios</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>18. ¿La casa que habita actualmente es? a) Propia b) Rentada c) Prestada d) De un familiar</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>19. ¿De qué material es su vivienda? a) Material noble b) Material de Adobé c) Material Rustico d) Material Pre fabricado</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>20. ¿pertenece usted a un sistema de pensión privada? a) AFP b) ONP</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>21. ¿En promedio sus ingresos familiares cada mes, es? a) 850 -1.000 b) 1.000 -1.200 c) 1.200 – 1.500 d) 1.500 – 1.800</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA _____ N° TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



JUEZ - EXPERTO

Acta de originalidad de informe de investigación

Yo, Mg. Heredia Llatas Flor Delicia, coordinadora del área de investigación de la EAP de Administración, y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 0310 –FACEM-USS-2018 del estudiante(s) ORDOÑEZ ESTRELLA ELVIN IVÁN y RACHO FONSECA YENI JACKELINE titulada ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOCIOECONOMICO DE LOS RESTAURANTES DE LA URBANIZACION LATINA, CHICLAYO – 2017, Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del 17% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el programa Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 20 de Diciembre del .2017



Mg. Heredia Llatas Flor Delicia

DNI N° 41365424

DECLARACIÓN JURADA

DATOS DEL AUTOR:

Autor

Autores

ORDOÑEZ ESTRELLA ELVIN IVÁN

Apellidos y nombres

77239449

2131811240

Presencial

DNI N°

Código N°

Modalidad de estudio

RACHO FONSECA YENI JACKELINE

Apellidos y nombres

45075590

2131819176

Presencial

DNI N°

Código N°

Modalidad de estudio

Administración

Escuela académico profesional

Ciencias Empresariales

Facultad de la Universidad Señor de Sipán

Ciclo X

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Proyecto de investigación

Informe de investigación

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor o autores del proyecto e informe de investigación titulado

ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOCIOECONOMICO DE LOS RESTAURANTES DE LA URBANIZACION LATINA, CHICLAYO – 2017.

La misma que presento para optar el grado de:

Licenciado en Administración

2. Que el proyecto y/o informe de investigación citado, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra derechos de autor normados por Ley.
3. Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración del proyecto y/o informe de tesis.
4. Que el título de la investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN y ante terceros, en caso se determinara la comisión de algún delito en contra de los derechos del autor.


ORDOÑEZ ESTRELLA ELVIN IVÁN
DNI N°77239449




RACHO FONSECA YENI JACKELINE
DNI N°45075590



FORMATO N° T1-CI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)

Pimentel, 20 de diciembre del 2017

Señores

Centro de Información

Universidad Señor de Sipán

Presente.

Los suscritos:

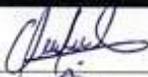
Ordoñez Estrella Elvin Iván _____ Con DNI: 77239449

Racho Fonseca Yeni Jackeline _____ Con DNI: 45075590

En mí (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado: ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOCIOECONOMICO DE LOS RESTAURANTES DE LA URBANIZACION LATINA, CHICLAYO – 2017, Presentado y aprobado en el año 2017 como requisito para optar el título de licenciado en administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de administración, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Centro de Información de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en la página Web del Centro de Información, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
Ordoñez Estrella Elvin Iván	77239449	
Racho Fonseca Yeni Jackeline	45075590	

Reporte de Turnitin

ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOCIOECONOMICO DE LOS RESTAURANTES DE LA URBANIZACION LATINA, CHICLAYO – 2017.

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	2%
2	aleph.uned.ac.cr Fuente de Internet	1%
3	repositorio.udl.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.untrm.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	alicia.concytec.gob.pe	1%