



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN ESTRATÉGICA

MENCIÓN EN COMERCIO EXTERIOR

TESIS

**NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS ASOCIACIONES EMPRESARIALES
DE LA ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL COMO ALTERNATIVA DE
ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL HACIA LA
EXPORTACIÓN EN EMPRESAS DE METAL MECÁNICA EN LA
PROVINCIA DE ILO, REGIÓN MOQUEGUA, 2015 – 2018**

PRESENTADA POR

Lic. DORA CUBA JIMÉNEZ

ASESOR: Ms. ELÍAS FILIBERTO REVOLLAR RODRÍGUEZ

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN ESTRATÉGICA
CON MENCIÓN EN COMERCIO EXTERIOR**

MOQUEGUA - PERÚ

2019

ÍNDICE DEL CONTENIDO

	Pág.
INDICE DE TABLAS	vii
INDICE DE GRAFICOS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	01
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	01
1.1. Descripción de la Realidad problemática	01
1.2. Definición del Problema	04
1.3. Objetivos de la Investigación	05
1.4. Justificación e importancia de la Investigación	06
1.5. Variables y operacionalización	06
1.6. Hipótesis de la Investigación	09
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	10
2. MARCO TEÓRICO	10
2.1. Antecedentes de la Investigación	10
2.2. Bases Teóricas	16
2.2.1. Asociatividad Empresarial y Nivel de conocimiento	16
2.2.2. Crecimiento Empresarial	18
2.3. Marco conceptual	19

2.3.1.	Modelos de Asociatividad Empresarial	19
2.3.2.	Crecimiento Empresarial de las Mypes	22
	CAPÍTULO III: MÉTODO	25
3.	MÉTODO	25
3.1.	Tipo de Investigación	25
3.2.	Línea de Investigación	25
3.3.	Diseño de Investigación	25
3.4.	Población y Muestra	26
3.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
3.6.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	27
	CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	28
4.	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	28
4.1.	Presentación de resultados por variable	28
4.2.	Nivel de conocimiento sobre Asociatividad	29
4.2.1.	Nivel conocimiento sobre Asociaciones	29
4.2.2.	Nivel conocimiento sobre Comités	30
4.2.3.	Nivel conocimiento sobre Consorcios	31
4.2.4.	Nivel conocimiento sobre Franquicias	32
4.2.5.	Nivel conocimiento sobre Join Ventures	33
4.2.6.	Nivel conocimiento sobre Sub Contrataciones	33
4.2.7.	Nivel conocimiento sobre Cooperativas	34
4.3.	Crecimiento empresarial	35
4.3.1.	Monto de Ventas	35

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Cuadro N° 01 - Operacionalización de Variables	08
Cuadro N° 02 – Resumen por Tipo de Asociatividad	35
Cuadro N° 03 – Inversión en bienes de Capital 2015- 2018	38
Cuadro N° 04 – Resumen de Créditos periodo 2015- 2018	42
Cuadro N° 05 – Cálculo Anual Porcentaje representativo de las Ventas 2015-2018	46
Cuadro N° 06 – Promedio y Desviación Estándar	46
Cuadro N° 07 – Crecimiento Empresarial H1	48
Cuadro N° 08 – Prueba Chi-Cuadrado H1	48
Cuadro N° 09 – Crecimiento Empresarial H2	49
Cuadro N° 10 – Prueba Chi-Cuadrado H2	50
Cuadro N° 11 – Crecimiento Empresarial H3	51
Cuadro N° 12 – Prueba Chi-Cuadrado H3	51
Cuadro N° 13 – Grado de Conocimiento de Estrategias de Asociatividad	52
Cuadro N° 14 – Resultados Obtenidos de la aplicación de Estrategias de Asociatividad	53
Cuadro N° 15 – Preferencia para la aplicación de Estrategias de Asociatividad	53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 01 – Tipo de Asociatividad	35
Gráfico N° 02 – Ingreso por Ventas	36
Gráfico N° 03 – Incremento de Capital periodo 2015 – 2018	37
Gráfico N° 04 – Insumos	39
Gráfico N° 05 – Gastos en Personal	40

RESUMEN

En un entorno global donde se ensayan una serie de estrategias a fin de hacer rentables los negocios es, objeto de estudio en el presente trabajo la Asociatividad empresarial empleada como tal para alcanzar este fin.

El rubro metal mecánico, en la provincia de Ilo, región Moquegua – Perú, es una industria creciente que genera múltiples puestos de trabajo y sobre todo de auto gestión del mismo, sin embargo ante los nuevos retos planteados por el asentamiento de la nuevas empresas mineras en el ámbito regional, estas deben buscar nuevos modelos de negocios que les permitan crecer empresarialmente y así coberturar la demanda de estas interna y externamente hacia la exportación.

A pesar que el Gobierno efectúa continuos esfuerzos por mejorar las condiciones y oportunidades para estas empresas en los ámbitos de la capacitación, asistencia técnica, certificaciones, etc. Las empresas del rubro metal mecánico aun muestran una incipiente tendencia hacia la asociatividad empresarial, es por ello que se busca conocer como esta ha sido asimilada y viene aplicándose en la provincia de Ilo, región Moquegua.

El cómo se viene dando las diferentes formas de asociatividad empresarial y su evolución en las empresas del rubro metal mecánico es el objeto del presente estudio.

Palabras Claves: Asociatividad Empresarial, Estrategia de Crecimiento Empresarial, Empresas de Metal Mecánica.

ABSTRACT

In a global environment where a series of strategies are tried in order to make profitable the business is, object of study in the present work the business Associativity used as such to reach this end.

The mechanical metal sector, in the province of Ilo, Moquegua region - Peru, is a growing industry that generates multiple jobs and above all self-management of the same, nevertheless before the new challenges posed by the settlement of the new mining companies in the regional sphere, these should look for new business models that allow them to grow entrepreneurially and thus cover the demand for these.

Although the Government makes continuous efforts to improve the conditions and opportunities for these companies in the areas of training, technical assistance, certifications, etc. The companies of the mechanical metal sector still show an incipient tendency towards the business associativity, that is why we seek to know how it has been assimilated and has been applied in the province of Ilo, Moquegua region.

The way in which the different forms of business associativity are being carried out and their evolution in the companies of the mechanical metal sector is the object of the present study.

Key Words: Business Associativity, Business Growth Strategy, Mechanical Metal Companies.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo empresarial en el Perú está amparado bajo la constitución y normado bajo un conjunto de leyes que buscan fomentar las iniciativas emprendedoras en todos los rubros del quehacer humano, no siendo el rubro metal mecánico la excepción.

Las diferentes formas asociativas también están contempladas y fomentadas según este marco legal, y son promovidas por el estado sin embargo, sus conceptos y definiciones muchas veces no son conocidas o debidamente empleadas entre las crecientes empresas y emprendedores de la región Moquegua y en especial de las empresas metal mecánicas de la provincia de Ilo.

Es por ello que en el marco de la presente investigación, está orientada a responder si el nivel de conocimiento sobre asociación está asociada al crecimiento empresaria, en el Capítulo I, primeramente se delimita el alcance de la misma describiendo la realidad problemática, objetivos, justificación e importancia así como las variables e hipótesis asociada a la misma.

Los antecedentes son descritos en el Capítulo II; los diferentes conceptos de asociatividad empresarial y crecimiento, así como el marco conceptual son expuestos y contextualizados a fin de conocer sus incidencias en las empresas del rubro metalmecánico de la provincia de Ilo.

En capítulo II es expuesta la metodología empleada, así como la muestra representativa de 25 empresas del rubro asentadas en esta provincia las cuales brindan los datos

pertinentes para la elaboración del estudio, así también las técnicas de procesamiento de datos.

El Capítulo IV, es una exposición de los datos encontrados según las variables sujetas de análisis a fin de determinar la posterior validación de la hipótesis y finalmente enunciar las conclusiones arribadas y sus respectivas recomendaciones.

La Autora

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), en el año 2017, Moquegua registraba 11,853 empresas, que generan renta de tercera categoría, que representan el 0.6% del total nacional.

De las 11,853, el 98% son consideradas micro empresas, es decir que sus ventas oscilan entre 0 a 150 unidades impositivas tributarias, el 2% son pequeñas empresas, con ventas superiores a las 150 unidades impositivas tributarias, hasta 1700 unidades impositivas tributarias, 0.1% medianas empresas con ventas superiores a las 1700 unidades impositivas tributarias, hasta las 2,300 unidades impositivas tributarias y solo el 2% son grandes empresas con ventas superiores a las 2,300 unidades impositivas tributarias.

Los rubros en los que están distribuidas, por número de empresas, 33 corresponden al sector agropecuario, 5,117 al sector comercio, 179 al

sector construcción, 42 al sector minería, 21 al sector pesca, 5,710 al sector servicios y 751 al sector manufactura.

Durante el 2015, según la SUNAT, el sector manufactura estaba compuesto por 70 empresas dedicadas a impresiones, 27 aserraderos, 85 productoras de alimentos, 21 productos lácteos, 37 productoras de vinos y piscos, 218 panaderías, 205 metalmecánicas, 8 productoras de calzado, 152 carpinterías, 133 confección textil y 56 de otros rubros.

Moquegua es rica en recursos naturales como la agricultura y la minería, y se presenta como oportunidad de mercado para las micro y pequeñas empresas; el desarrollo de las grandes empresas mineras en la región como Southern Perú, Anglo American Quellaveco, Minera Pampa de Cobre S.A. y Minera San Gabriel. También se desarrollan empresas pesqueras dedicadas a la producción de harina y aceite de pescado, como Hayduk, Tasa, Copeinca, Pesquera Diamante y Promasa.

Otra oportunidad es la ZED Ilo, Zona Especial de Desarrollo que cuenta con 163 has., de las cuales solo se utilizan 16 has., donde se puede desarrollar un clúster para la actividad minera y convertirse en el centro logístico para exportaciones. Iniciativas comerciales con Bolivia, para el uso de puertos para transporte de minerales y soya. La construcción del ferrocarril de doble vía que unirá Ilo, Santa Cruz y Matogrosso. Desarrollo de ENGIE Energi, generadora de energía para la minería y el polo petroquímico, que trabaja derivados de gas, se convierten en oportunidad para este sector empresarial.

Estas empresas que son oportunidad de mercado para las MIPYMES, requieren que estas unidades económicas manejen gestión de la producción, (calidad, cantidad, normas técnicas), Gestión Empresarial (formalización, gestión financiera, capacidad de negociación) y Gestión de exportaciones (envases y embalajes, incoterms, medios de pago).

Las MIPYMES, presentan problemas que frenan su encuentro con las oportunidades de mercado, tienen dificultad para acceder a financiamiento, limitadas capacidades gerenciales, limitado acceso a la información, uso inadecuado de tecnologías, escasa innovación, escasa capacidad operativa, baja competitividad, baja productividad, poco acceso a gestión de la calidad, poca rentabilidad, informalidad, débil o nula articulación empresarial por desconocimiento.

Para acercar a las MIPYMES con las oportunidades de mercado, una alternativa viable sería la articulación productiva y asociatividad entre MIPYMES, con lo que podría cerrarse brechas y ayudar a este encuentro.

En la región existen alrededor de 32 asociaciones, entre asociaciones de productores agrarios y asociaciones de empresarios que se formaron con el objeto de cumplir actividades propias de asociaciones civiles sin fines de lucro, mas no con objetivos empresariales.

En la provincia de Ilo, existe el mayor número de empresas de metalmecánica, grandes, medianas, pequeñas y micro empresas, de las cuales, las micro empresas de metalmecánica practican el ejercicio de asociarse y realizan actividades de manera conjunta, que sin embargo, no

se mantiene en el tiempo debido a muchos factores que serán analizados en el presente trabajo.

1.2. Definición del Problema

Como se manifestó, se conocen los factores que limitan el desarrollo de las MIPYMES de metalmecánica, dificultad para acceder a financiamiento, limitadas capacidades gerenciales, limitado acceso a la información, uso inadecuado de tecnologías, escasa innovación, escasa capacidad operativa , baja competitividad, baja productividad, poco acceso a gestión de la calidad, poca rentabilidad, informalidad, débil o nula articulación empresarial por desconocimiento, es por ello que se hace necesario preguntarnos:

Definición del problema

¿Se asocia el nivel de conocimiento de las asociaciones empresariales con el crecimiento empresarial de las empresas metalmecánicas en la provincia de Ilo en el periodo 2015-2018?

Problemas específicos

¿Se asocia el crecimiento empresarial de las empresas metal mecánicas de la provincia de Ilo con la formación de asociaciones empresariales en el periodo 2015-2018?

¿Se asocia el nivel de resultados (utilidades) de las asociaciones empresariales con el crecimiento empresarial de las empresas metalmecánicas en la provincia de Ilo en el periodo 2015-2018?

¿Los empresarios metalmecánicos de la provincia de Ilo prefieren a todo nivel formar asociaciones en el periodo 2015-2018?

1.3. Objetivos de la Investigación

Objetivo General:

Determinar que, se asocia el nivel de conocimiento de las asociaciones empresariales con el crecimiento empresarial de las empresas metalmecánicas en la provincia de Ilo en el periodo 2015-2018.

Objetivos específicos:

Demostrar que se asocia el crecimiento empresarial de las empresas metalmecánicas de la provincia de Ilo con la formación de asociaciones empresariales en el periodo 2015-2018.

Probar que, se asocia el nivel de resultados (utilidades) de las asociaciones empresariales con el crecimiento empresarial de las

empresas metalmecánicas en la provincia de Ilo en el periodo 2015-2018.

Señalar que, los empresarios metalmecánicos de la provincia de Ilo prefieren a todo nivel formar asociaciones en el periodo 2015-2018.

1.4. Justificación e importancia de la Investigación

El presente trabajo de investigación resulta importante, original, preciso, porque es único en lo referente a esta temática, en la región y porque se aspira contribuya a mejorar las condiciones socioeconómicas, de los microempresarios del rubro de metalmecánica de la provincia de Ilo, región Moquegua, y conlleve a considerar la asociatividad empresarial como estrategia de crecimiento y estrategia para la exportación.

1.5. Variables y operacionalización

Variable 1

Nivel de Conocimiento de las asociaciones empresariales.-

Referida al conjunto de conocimientos sobre las modalidades de asociatividad empresarial que puedan formar las micro, pequeñas y medianas empresas.

Variable 2

Crecimiento empresarial.-

Referida al conjunto de indicadores relacionados con el funcionamiento y crecimiento empresarial.

Cuadro N° 01 - Operacionalización de Variables

VARIABLE 1	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INDICADOR
Nivel de Conocimiento de las asociaciones empresariales.	Referida al conjunto de conocimientos sobre las modalidades de asociatividad empresarial que puedan formar las micro, pequeñas y medianas empresas.	Asociación	Nivel de conocimiento sobre Asociatividad Empresarial	Nivel de Conocimiento sobre Asociaciones.
		Comité		Nivel de Conocimiento sobre Comités.
		Conorcio		Nivel de Conocimiento sobre Conorcios.
		Franquicia		Nivel de Conocimiento sobre Franquicias.
		Join Venture		Nivel de Conocimiento sobre Join Ventures.
		Sub Contratación		Nivel de Conocimiento sobre Subcontratación.
		Cooperativa		Nivel de Conocimiento sobre Cooperativas.
VARIABLE 2	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INDICADOR
Crecimiento Empresarial.	Referida al conjunto de indicadores relacionados con el funcionamiento y crecimiento empresarial.	Ingresos por ventas		Monto de Ventas (S/.)
		Patrimonio Neto		Aportaciones de Capital
		Nuevas Tecnologías de Producción		N° de Empresas que acceden a nuevas tecnologías de Producción
		Innovación		N° de Empresas que innovan
		Capacitación		N° de Empresas Capacitadas
		Asistencia Técnica		N° de Empresas que acceden a Asistencia Técnica
		Certificaciones de calidad		N° de Empresas con Certificaciones

Fuente: Elaboración propia.

1.6. Hipótesis de la Investigación

Se asocia el nivel de conocimiento de las asociaciones empresariales con el crecimiento empresarial de las empresas metalmecánicas en la provincia de Ilo en el periodo 2015-2018.

Hipótesis específicas.

Se asocia el crecimiento empresarial de las empresas metal mecánicas de la provincia de Ilo con la formación de asociaciones empresariales en el periodo 2015-2018.

Se asocia el nivel de resultados (utilidades) de las asociaciones empresariales con el crecimiento empresarial de las empresas metalmecánicas en la provincia de Ilo en el periodo 2015-2018.

Los empresarios metalmecánicos de la provincia de Ilo prefieren a todo nivel formar asociaciones en el periodo 2015-2018.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Existen pocos documentos en referencia al tema de asociatividad empresarial y crecimiento empresarial bajo la modalidad de asociación u otra en las micro y pequeñas empresas, los que si existen están referidos a asociatividad sin fines de lucro, como asociaciones de productores agrarios, asociados para solicitar apoyo al estado a alguna otra institución de apoyo como ONG.

Existe también tesis sobre propuestas de modelos asociativos que concuerdan que en el mundo estos nacen como un medio de desarrollo, es así que podemos apreciar como productores agrícolas se asocian a fin de acceder a estas alternativas de trabajo conjunto abriéndose paso como una estrategia que promueve el progreso y desarrollo.

En el Perú, el asociarse empresarialmente, no es algo común debido a experiencias negativas del pasado, en departamentos como Piura, La

Libertad, Arequipa y Puno, la asociatividad empresarial se da de manera regular, promovidas por políticas de promoción regional y por apertura de mercados a través de libre comercio.

En el país, la asociatividad, toma forma desde la apertura de mercados a través de tratados de libre comercio, pero estudiosos del tema manifestaron que para que las empresas puedan competir en el mercado globalizado tendrían que modernizarse y crecer de manera espectacular, y este proceso duraría por lo menos de 5 años; para entonces ya todas estarían muertas, Tomando en cuenta la tasa de mortandad de las MIPYMES, la única manera de sobrevivir en el corto plazo, es crecer horizontalmente mediante la cooperación empresarial e institucional (Villarán, 1998).

El estado promueve la asociatividad empresarial, desde la Dirección de Cooperativas e Institucionalidad de la Dirección General de Desarrollo Empresarial, brindando apoyo técnico para la formación y formalización de cooperativas empresariales.

En Moquegua predominan las asociaciones de productores agrarios, se pueden identificar solo 15 asociaciones de empresarios en más número en la provincia de Ilo de las cuales solo 6 tienen vida “activa”, una de ellas es la asociación de micro y pequeños empresarios que se dedican el rubro de metalmecánica, materia del presente trabajo de investigación.

En el ámbito regional y nacional, Di Natale Hernández, N., Picón Iglesias, E. M., Quezada Ramírez, H. M., & Toro Huamán, G. M. (2017), en su tesis “Planeamiento estratégico del sector metalmecánica en el Perú”, nos dan a conocer la importancia de la Planeamiento estratégico para el sector y como debemos aprovechar las ventajas estratégicas que tiene el sector frente a otros países de la región, sobre todo en el costo de energía que es muy inferior al de países como Argentina, Chile, Brasil o Colombia, sin embargo es necesario tener en cuenta el potencial de los principales países líderes del rubro en el mundo como son Japón China y Alemania.

Vilela Panta, V. J. (2014), en su libro “Características de las MYPES de metalmecánica y carpintería en Lima Norte: Un análisis de casos”, destaca que el sector manufacturero en el Perú contribuye con alrededor del 14.2 % del Producto Bruto Interno – PBI lo cual representa el 16.4 % de la Población Económicamente Activa – PEA, y esta así mismo representa el 13.7 % de las exportaciones peruanas. De estos indicadores, el sector metalmecánico representa el 15% del total de empresas registradas en el Perú, constituyéndose en uno de los sectores que mayores fuentes de trabajo provee.

Sin embargo, la asociatividad de las empresas se da más en un ámbito de supervivencia que de crecimiento o competitividad ya sean estas

alianzas estratégicas, eslabonamientos estratégicos, acuerdos entre grandes empresas y MYPES.

Respecto a este punto, manifiesta su preocupación ante la baja cantidad de empresas que manifiestan pertenecer a alguna asociación empresarial, siendo solo el 15,2% de estas que forman parte de una mientras que el 82,9% indican no pertenecer a ninguna.

Por otro lado, Celis Cuzco, R. J. (2013), en su tesis titulada “Grado de influencia de los determinantes de la productividad en el sector metalmecánica para el Perú 2007- 2011”, nos muestra en su Cuadro N°3.17: Participaciones porcentuales: Producción, número de trabajadores, stock de capital y PTF, que la región Moquegua registra un índice negativo, debido principalmente al bajo de nivel de implementación e innovación tecnológica (p. 113).

Finalmente encontramos que, Domínguez Orbegoso, A. R., & Ulloa Mata, M. (2016), en su tesis denominada “Innovación en las Mypes de equipo eléctrico y de maquinaria y equipo de Los Olivos a partir de la asociatividad empresarial: Estudio de casos múltiples”, también nos hace ver los bajos niveles de asociatividad en la empresas del rubro metalmecánica y peor aún los escasos esfuerzos en innovación que se dan en el Perú en comparación con los demás países de la región, cuyas principales causas están dadas por los altos costos que esto representa, escases de personal calificado, falta de financiación de fuentes

exteriores, falta de fondos, predominio de empresas establecidas y la dificultad para encontrar socios para la innovación.

En el ámbito internacional, Suárez Pineda, Marlén, & Suárez Pineda, Luri. (2017), en su artículo denominado “El conocimiento, determinante en procesos de asociatividad: una experiencia en conformación de redes empresariales” manifiesta “El rol del conocimiento en las organizaciones y en los sectores productivos ha cambiado los paradigmas de la asociatividad, más valioso que compartir cualquier capacidad o recurso para ganar competitividad, es compartir el conocimiento. Las herramientas de la gestión del conocimiento, ayudan a establecer condiciones vinculadas a la generación de un contexto de aprendizaje que favorezca la creación de ventajas competitivas, basadas en los procesos de innovación y la explotación de las capacidades internas de las organizaciones”. Encuentros, 15(2), 83-97.

De lo anterior podemos dilucidar la importancia que tiene el conocimiento, tanto a nivel de individuos como de organizaciones, de la asociatividad y como este debe preservarse como base de la experiencia para el desarrollo de futuras asociaciones que permitan el crecimiento empresarial.

Estos niveles de conocimiento y desarrollo de las empresas tienen mucho que ver con el grado de cultura organizacional que existe en ellas, es así como lo describe López Posada, Laura Marcela. (2015), en

su trabajo titulado “Manifestaciones de Cultura Empresarial: Una mirada desde la Asociatividad en las Mipymes. Tendencias, 16(2), 99-117, hacen una clara diferenciación entre las características culturales de una región o ubicación geográfica en particular donde se puede desarrollar la asociatividad de determinados productores y la cultura organizacional que, en sí, debe co-existir en ella como parte de su aprendizaje y crecimiento.

Coronado Medina, Alejandro, Echeverri, Andrea, & Arias Pérez, José Enrique. (2014), en su artículo “Aproximación a la cooperación en innovación en empresas del Programa de Asociatividad y Desarrollo Empresarial Sectorial – PADES en Antioquia (Colombia). Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, 22(2), 185-205, develan una realidad no muy halagadora de américa latina y en un caso particular de Colombia, donde a pesar de que los microempresarios participan del Programa de Asociatividad y Desarrollo Empresarial Sectorial – PADES de la Asociación Colombiana de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas – ACOPI en el departamento de Antioquia (Colombia), los avances en la implementación de innovación no se desarrolla en la medida de lo deseado, ya que los empresarios comparten conocimiento y experiencias de asociatividad mas no la iniciativa de invertir en innovación lo que da como resultado que no se logran fabricar productos con valor agregado basados en los procesos formales de I+D+i (Giraldo et al., 2009).

Aun así, las experiencias de asociatividad como parte de una estrategia de crecimiento empresarial dio sus frutos en Antioquía, ya que prácticamente duplicó su oferta exportable entre el 2001 y 2010 gracias a estrategias como Medellín Ciudad Clúster y los Programas de Desarrollo Empresarial Sectorial – PRODES como experiencias de integración productiva tal como lo expresan Mesa Callejas, Ramón Javier, & Pérez Robles, Sandy Paola. (2011) en su artículo “Desempeño exportador de Antioquia y marco institucional para su desarrollo: el papel de la Mipyme. Perfil de Coyuntura Económica, (17), 123-139.

Vistos estos antecedentes es necesario destacar que en la actualidad en nuestro país, el Ministerio de la Producción promueve la formación de Cooperativas a través de la Dirección de Institucionalidad y Cooperativas de la Dirección General de Desarrollo Empresarial.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Asociatividad empresarial y Nivel de conocimiento

Primero definiremos que es asociatividad empresarial y que son asociaciones o gremios empresariales.

Asociatividad empresarial: Se entiende como asociación empresarial al esfuerzo de cooperación entre empresas que tienen objetivos claros de mejorar su gestión, su productividad y la competitividad de las que los conforman.

A diferencia de asociación o gremios empresariales, que tienen como objetivo a ser representativos frente al gobierno, al sector público y la defensa de intereses sectoriales de cara a las políticas públicas que la afecta.

También se asume que la asociatividad se da cuando un empresario acompaña a otro u otros en una misión en común, esta competitividad se da cuando el fin es mejorar su productividad y el posicionamiento en el mercado. La implementación de una relación de asociatividad está facultada deliberadamente en un interés mutuo que afecta, según su fin, el tipo de bien o servicio, tiempo y espacio, así como por los costos y beneficios asumidos por cada uno de los participantes.

Es así que se llega a una pregunta inherente al tema como es ¿Para que la Asociatividad? Y la respuesta se da dentro del ámbito del comercio exterior como es disminuir costos, lograr una economía de escala, acceder a nuevos mercados, modernización empresarial y reconvención industrial, aplicación de nuevos negocios, cumplir con las demandas y exigencias de nuevos mercados.

Nivel de conocimiento: Por otro lado, el nivel de conocimiento está referido al cúmulo de conocimientos y entendimiento de los procesos de asociatividad y como estos pueden influir en su crecimiento.

Este conocimiento es el que, de ser enfocado de la forma correcta y siendo reiterativamente recordado y aplicado en el entorno empresarial metalmeccánico, permitirá que en el transcurso del tiempo, el número de asociaciones puedan extenderse y consolidarse en la región.

El cómo las empresas metalmeccánicas de la provincia entienden estos conceptos, determinarán su nivel de conocimiento sobre la asociatividad a fin de que esta pueda ser definida como una estrategia de crecimiento en el rubro.

2.2.2. Crecimiento Empresarial

El crecimiento empresarial puede definirse como el proceso de mejora continua que experimenta una empresa al lograr sus objetivos, esta mejora se puede reflejar en su crecimiento económico en un periodo de tiempo, como **el incremento de ventas, incremento del patrimonio, incremento de la rentabilidad.**

Este concepto se encuentra ligado al crecimiento económico el cual es definido como el proceso de potenciar a cada ser humano dentro de la sociedad, por lo tanto el desarrollo está sujeto o es inherente a la persona humana dentro de una comunidad, podría

decirse que se trata de un proceso cualitativo, en contraposición al crecimiento, que tiene un carácter esencialmente cuantitativo.

Dicho esto, no deberíamos confundir crecimiento económico con desarrollo humano, ya que este último se define como un proceso de crecimiento de la economía a través de la aplicación de nuevas tecnologías y procesos productivos que originan cambios sociales, políticos e institucionales.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Modelos de Asociatividad Empresarial

Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Por definición, la Micro, Pequeña y Mediana Empresa – MIPYME, es una unidad económica, conformada por recursos humanos, materiales y financieros, constituida por una persona natural o jurídica que, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, genera rentas de tercera categoría conforme a la Ley del Impuesto a la Renta, y tiene finalidad lucrativa, comprendiendo cualquier forma asociativa o societaria prevista en la Ley, incluidas las cooperativas y otras formas autogestionarias. Tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes y/o prestación de servicios.

Asociatividad Empresarial en las MIPYMES

Asociatividad empresarial se entiende como el esfuerzo de cooperación inter empresarial voluntario que realizan de 2 a más pequeñas y micro empresas con el objeto de mejorar su gestión y crecimiento a través de su productividad y competitividad. Es necesario indicar que se diferencia de las asociaciones o gremios empresariales en que estas tienen como objetivo principal la representatividad frente al sector público y la defensa de intereses sectoriales de cara a las políticas públicas que los afectan.

Según los conceptos obtenidos y el criterio de la autora se plantean las siguientes definiciones:

Franquicia

Modelo de negocio mediante el cual un modelo exitoso transmite a otra el derecho de uso de su marca comercial más todo el conocimiento a cambio de un pago inicial más un porcentaje de las regalías. Clonación de negocios.

Consortio

Definida como la estrategia de integración de elementos empresariales con la finalidad de mejorar su competitividad, es decir, es una alianza estratégica horizontal entre pares con un

objetivo y acción conjuntos orientados a la mejora de la competitividad de las compañías participantes.

En general se busca alcanzar menores costos unitarios por mayor volumen de producción, mejor poder de negociación frente a clientes, proveedores, bancos, etc. Y la posibilidad de desarrollo de una marca colectiva.

Joint Venture

Es un acuerdo contractual entre dos o más partes, mientras individualmente mantienen su independencia, articulando recursos para el logro de un objetivo en común.

Sub Contratación

Modalidad de asociatividad mediante la cual una empresa busca a otra con una especialidad en un área determinada a fin de mejorar el producto o el servicio final. Esta se da de forma externa a través de un contrato.

Cooperativa

Se define como una asociación de personas, generalmente naturales, o jurídicas que se unen voluntariamente a fin de atender y satisfacer alguna necesidad o aspiración en común ya sea esta de naturaleza económica, social, de salud, educación, culturales u otra, mediante una empresa que es de propiedad colectiva y de gestión y administración autónoma y democrática

(elección de miembros del consejo directivo por votación universal).

2.3.2. Crecimiento Empresarial de las Mypes

El crecimiento empresarial puede definirse como el proceso de mejora de una compañía.

Es un proceso lento que requiere esfuerzo y planificación y está dado desde el mismo nacimiento de la organización.

Depende mucho de los recursos que le asignen sus dueños o inversionistas, ya sea a través de un aumento de capital, es decir por el aporte que opten por invertir los accionistas o por la reinversión de los beneficios del negocio.

Depende de las estrategias que desarrolle para el cumplimiento de sus objetivos.

En nivel MIPYME, se puede decir que una empresa a crecido cuando:

Incrementar sus ventas

Es la acción en virtud de la cual se transfiere un bien o un servicio a un precio pactado, por lo tanto su incremento aumenta los ingresos percibidos por la organización.

Incremento del patrimonio

Conjunto de bienes o activos y derechos o pasivos pertenecientes a la empresa. Activos menos pasivos.

- Reducir gastos
- Se da porque la empresa tuvo ganancias
- Se da porque la empresa aumenta su capital (emisión de nuevas acciones o aportaciones de Capital)

Incremento de la Rentabilidad

Recursos que se invierten en un proyecto comparado con los beneficios o ganancias que se obtienen:

- Llevan un control adecuado de gastos, en que rubro están gastando y en que puedes realizar ajustes y elaborar presupuestos.
- Incrementar márgenes de ganancias, reduciendo costos de producción.
- Gestión eficiente de inventarios, para no generar gastos innecesarios.

Aplicación de nuevas tecnologías

Que ayuda al aumento de la productividad, por lo tanto bajara los tiempos de sus procesos productivos (aumentando su velocidad, disminuyendo error humano).

Innovación

Incrementará su competitividad ya que logrará diferenciarse de las otras, por lo tanto será más atractivo para los clientes.

Certificaciones de calidad

Brinda ventajas competitivas para la organización y los resultados operativos, después de la certificación, se reflejan en los ingresos y el incremento de su participación en el mercado.

CAPÍTULO III: MÉTODO

3. MÉTODO

3.1. Tipo de Investigación

Es de tipo descriptivo ya que reseña y describe rasgos y atributos de los objetos de estudio; pretende analizar y describir los procesos asociativos entre las pequeñas y micro empresas y su crecimiento empresarial. Es explicativa porque da razones sobre la ocurrencia de determinados hechos, y no experimental ya que a pesar de ver casos de estudio no influye en los resultados e indicadores propuestos.

3.2. Línea de Investigación

Procesos y actividades productivas y prestación de servicios.

3.3. Diseño de Investigación

Se emplearán investigación descriptiva, casos prácticos y observación naturalista.

3.4. Población y Muestra

Se considerara como unidad de análisis del proyecto de investigación, las micro y pequeñas empresas del rubro metalmecánica registradas en la SUNAT, en sus diferentes modalidades; las mismas que son en un número de 20 micro y pequeños empresarios de la Provincia de Ilo de la región Moquegua, por lo tanto será un muestreo no probabilístico y propositivo.

Es menester indicar que por pedido expreso de los microempresarios y en un acuerdo de confidencialidad entre las partes, se procedió a no divulgar el nombre de las mismas, por lo que las 20 micro y pequeñas empresas están representadas por la nomenclatura A,B,C,D, etc.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Los datos serán recolectados de diferentes fuentes, principalmente de los mismos empresarios, de libros, folletos, informes e internet, datos por observación y experiencia propia.

Será de base de datos y será en base a una encuesta bajo el método de entrevista así mismo utilizaremos una ficha de trabajo donde vaciaremos los datos cuantitativos que obtendremos de los expedientes. El cuestionario está debidamente validado por la prueba Alfa de Cronbach.

3.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Los datos recolectados se registrarán primero en una ficha electrónica debidamente programada para calcular el valor del índice correspondiente a cada variable, en base a las fórmulas e índices consignadas en la operacionalización de las variables; luego se ingresarán esos datos a una base de datos y hojas de cálculo especializadas.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados por variable

Como se expone en el título del presente trabajo, la asociatividad empresarial en el rubro metalmecánico de la provincia de Ilo, región Moquegua, ha venido atravesando un proceso evolutivo que es necesario analizar en determinadas variables a fin de determinar si esta se constituye en una estrategia efectiva para lograr el crecimiento empresarial de las mismas.

Para ello es necesario explorar a través del grupo muestral en evaluación, si esta ha sido aplicada en su entorno empresarial y cuál es el nivel de aceptación que tienen estas estrategias de crecimiento en el sector.

Se determinaron un conjunto de variables las cuales se analizarán en su concepción y aplicación para así poder determinar el nivel de conocimiento que se tiene de cada una de ellas y como estas han contribuido a fortalecer su proceso de crecimiento.

Es importante resaltar que la totalidad de empresas encuestadas han implementado alguna técnica de asociatividad durante los últimos cuatro años, sin embargo, gran parte de ellas aún desconocen su potencial para un mejor aprovechamiento, en ese sentido se hace denotar una urgente necesidad de profundizar sus niveles de conocimiento respecto a las posibilidades que pueden desarrollar con su implementación.

4.2. Nivel de conocimiento sobre Asociatividad

4.2.1. Nivel de conocimiento sobre Asociaciones

Las Asociaciones representan tal vez la forma más común de asociatividad ya que gran parte de la población tiene conocimiento de su existencia, especialmente en el rubro metalmecánico, es por ello que dentro de los datos procesados encontramos que catorce (14) empresas manifiestan que en algún momento conformaron una asociación con una finalidad en particular.

Esto se debe principalmente a dos razones: La primera es que a lo largo de los años se ha venido fomentando mucho la integración de los grupos generadores de bienes y servicios a través de esta modalidad, tanto desde el sector público como privado, haciéndose que este concepto sea difundido dentro del rubro metal mecánico de Ilo por lo que entienden mejor su significado y los fines para las que lo conforman.

En segundo lugar tenemos la exigencia legal, ya que generalmente al participar en algún proceso que involucre el aporte de una inversión considerable de recursos, optan por asociarse de esta manera, generando vínculos privados entre las partes con lo cual les resulta más fácil la absolución de controversias en caso de surgir contratiempos.

Por lo expuesto esta modalidad de asociatividad se constituye en la más empleada dentro del rubro metal mecánico como estrategia de crecimiento.

4.2.2. Nivel de conocimiento sobre Comités

Los Comités también constituyen otra forma de asociatividad muy empleada entre la población y el sector metalmeccánico no está exento de ello. Es así que cinco (5) empresas del rubro metalmeccánico, manifiestan haber hecho uso de este tipo de modalidad a fin de mejorar su performance como empresa.

Es necesario ver en este caso, al igual que el anterior, que este tipo de asociatividad se da de manera temporal para el cumplimiento de un determinado fin. Hasta el momento, la asociatividad no es vista como una estrategia de crecimiento hacia la exportación, sino más bien como una estrategia de crecimiento temporal.

Esto nos demuestra que el nivel de conocimiento de estas, al margen de ser las más difundidas dentro del entorno empresarial

ileño, necesitan de una mayor difusión y posicionamiento dentro del gremio metalmeccánico a fin de que sean vistas como estrategias de largo plazo que los impulsen a generar mayores volúmenes de producción con tendencia hacia la exportación.

4.2.3. Nivel de conocimiento sobre Consorcios

Los Consorcios se constituyen en la modalidad de asociatividad más conocida dentro del mundo empresarial metal mecánico de la provincia de Ilo, a pesar de ello, solo una (01) empresa de este rubro la ha aplicado durante el periodo de estudio.

El Consorcio se define como la integración de diversos elementos empresariales a fin de mejorar la competitividad de las empresas participantes, buscando así un mayor poder de negociación en el manejo de sus costos o una mayor cobertura del mercado según los objetivos y el propósito de la misma.

Es menester conocer que, dentro del proceso de investigación, se cuestionó sobre la posibilidad de asumir una futura modalidad de asociatividad empresarial, siendo esta, la del consorcio, la única que fue puesta de manifiesto debido principalmente a que esta es la más difundida dentro del ámbito empresarial ileño y sobre la cual los empresarios del rubro metal mecánico tiene mayor conocimiento.

4.2.4. Nivel de conocimiento sobre Franquicias

Como se explicó en el marco inicial, la estrategia asociativa a través de las franquicias consiste en transmitir el derecho de uso de marca, generalmente ya reconocida y posicionada en el mercado, a un tercero con la finalidad de expandir el negocio bajo determinados estándares de calidad.

Esto implica la transferencia no solo de derecho comercial de la marca sino del conocimiento implicado en ella a fin de que esta no pierda la calidad y uniformidad de la producción independientemente del lugar donde se establezca.

Dicho de esta manera se abre un conjunto de posibilidades para que las empresa metalmecánicas de la provincia de lo que actualmente se encuentran en plena producción, puedan fabricar determinado productos y parte a fin de abastecer el mercado local, que como bien se dijo, con el desarrollo minero de la región, este abre un nicho expectante de mercado, sin embargo, a pesar de ser una de las estrategias más difundidas en el entorno empresarial, mucho de ellos desconocen su aplicación y posibles beneficios a obtener, se denota una grado de desconocimiento a tal punto que a la fecha, en el periodo de estudio, no se ha implementado en ningún caso lo que implica que por el momento no es una alternativa de asociatividad en la mente de los empresarios de la localidad, Por lo tanto el número de franquicias implementadas es de 0 (cero).

4.2.5. Nivel de conocimiento sobre Join Ventures

Tal vez uno de los conceptos de estrategia asociativa empresarial menos conocida y difundida dentro del ámbito empresarial local no es más que un acuerdo contractual entre dos o más partes para el logro de un objetivo común, generalmente a largo plazo.

Este tipo de asociatividad que busca la participación de dos o más partes con aportes de tipo tecnológico, material, conocimiento, capital, entre otros, al no tener mayor difusión ni aceptación, origina que ninguna empresa la haya tomado en cuenta ni mucho menos la tenga en sus planes de mediano o largo plazo, por lo tanto el número de Join ventures implementados durante el periodo de estudio es 0 (cero).

4.2.6. Nivel de conocimiento sobre Sub Contrataciones

Aunque implementada durante el periodo de estudio, la Sub Contratación no ha sido vista como una modalidad de asociatividad empresarial y por lo tanto no es reconocida como tal.

Este tipo de modalidad, lo que busca es cubrir una determinada deficiencia de especialidad en un tema en particular a fin de mejorar el producto o servicio final.

No se tiene registro del número de Subcontrataciones efectuadas ya que estas fueron consideradas como parte de los procesos

interno de la empresa, sin embargo, teniéndose en cuenta que esta se constituye en una práctica de asociatividad empresarial, deberá ser considerada como tal en el futuro.

Por lo tanto el número de sub contrataciones también es de 0 (cero).

4.2.7. Nivel de conocimiento sobre Cooperativas

Las Cooperativas se definen como la asociación voluntaria de personas a fin de satisfacer una necesidad o aspiración común no necesariamente de tipo empresarial.

Dentro del rubro metalmecánico, el concepto de cooperativa no ha sido tomado en cuenta, es más, ni siquiera ha sido considerada como una alternativa de asociatividad empresarial debido al desconocimiento que hay de ello, por lo que el número de Cooperativas implementadas dentro del sector metalmecánico de Ilo es de 0 (cero).

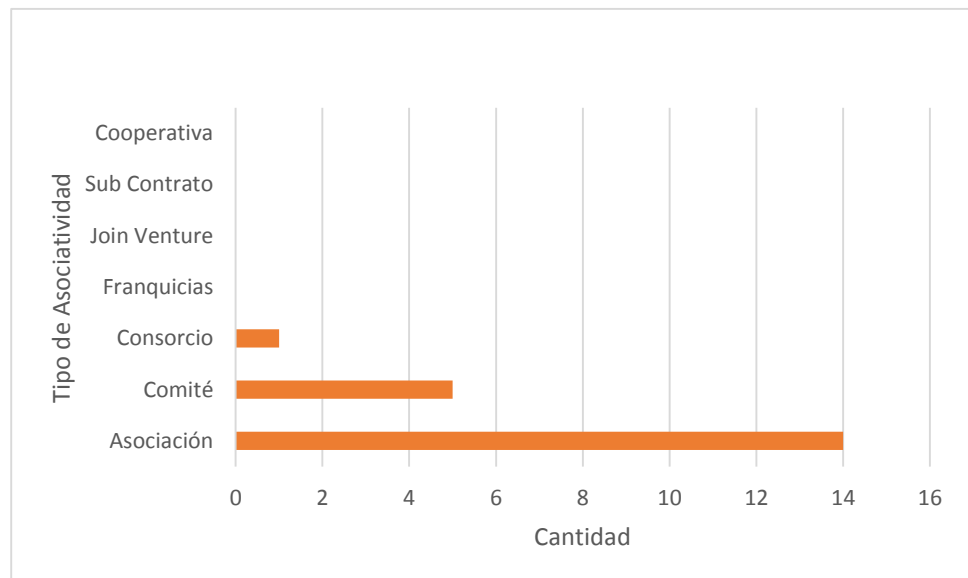
Vistos los anteriores resultados, podemos resumir los mismos en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 02 – Resumen por Tipo de Asociatividad

Tipo de Asociatividad	
Asociación	14
Comité	5
Consortio	1
Franquicia	0
Join Venture	0
Sub Contrato	0
Cooperativa	0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 01 – Tipo de Asociatividad



Fuente: Elaboración propia.

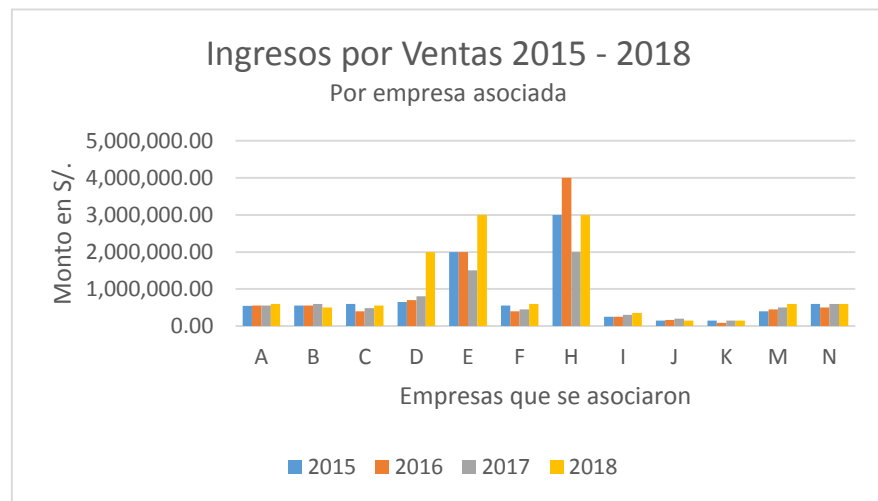
4.3. Crecimiento empresarial

4.3.1. Monto de Ventas

Representa el total de los ingresos registrados por las empresas del rubro metal mecánico durante el periodo 2015- 2018, este resume la totalidad de ingresos por todo concepto hacia la

empresa sin descontar los costos de producción (personal e insumos) los cuales se verán más adelante. Como se puede apreciar, estos han mantenido y en algunos casos incrementado durante el periodo de análisis, principalmente durante los periodos de asociatividad; estos ingresos pueden apreciarse en el siguiente cuadro.

Gráfico N° 02 – Ingreso por Ventas



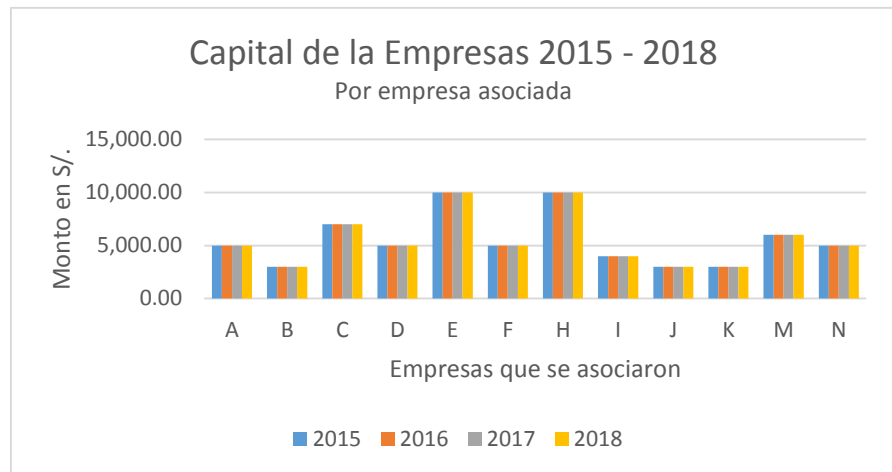
Fuente: Elaboración propia.

4.3.2. Aportaciones de Capital

El capital de las empresas sujetas de estudio no ha tenido modificación alguna durante el periodo de estudio, esto debido a que las empresas no han tenido la necesidad de hacerlo, sus administraciones en la mayor parte de los casos está dada por los propios dueños de los negocios quienes muchas veces desconocen temas administrativos - gerenciales que les

permitan avizorar mejores oportunidades de negocios de hacerlo. Por lo tanto este indicador es del 0%.

Gráfico N° 03 – Incremento de Capital periodo 2015 - 2018



Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo existen otros factores que debemos considerar, que aunque no son sujetos de estudio del presente trabajo, influirán en la determinación del Patrimonio neto de las empresas al final del periodo contable y estos factores son:

4.3.2.1. Monto de Inversión en bienes de capital (S/.)

El invertir en bienes de capital es una de las acciones más importantes en las empresas metalmecánicas ya que les permite la renovación de herramientas y maquinarias para poder desarrollar de manera más eficiente y eficaz sus procesos de producción, hecho que muchas veces son pasadas por alto por los

empresarios y estas adquisiciones son consideradas un gasto más que como una inversión.

Esto se ve reflejado en las encuestas ya que, al igual que el acceso al crédito, solo un 25% invirtió en la adquisición de bienes de capital y fueron precisamente estas empresas las que obtuvieron mejores resultados e incremento de sus ingresos a lo largo del periodo.

Cuadro N° 03 – Inversión en bienes de Capital

2015- 2018

Año			
2015	2016	2017	2018
0.00	78,000.00	151,000.00	0.00

Fuente: Elaboración propia.

4.3.2.2. Insumos

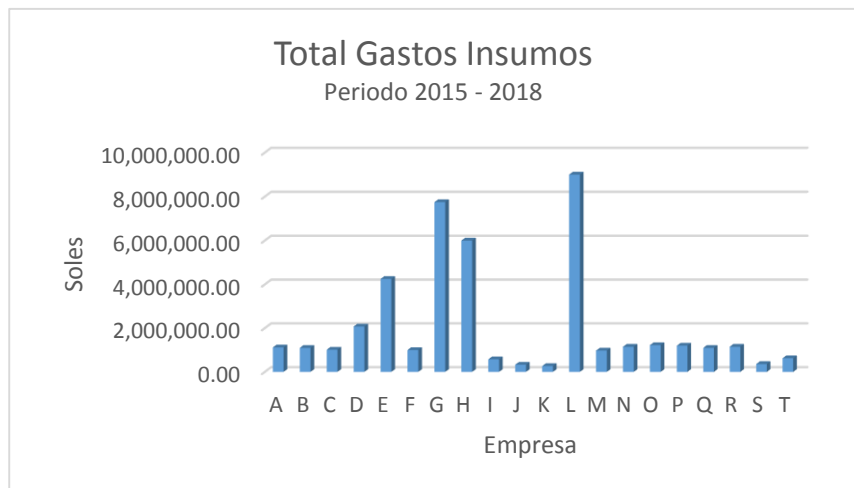
Por otro lado es necesario es necesario evaluar las variable que inciden en el crecimiento de una determinada empresa, las mismas que están dadas más por procesos internos que externos.

Siendo esto así es necesario ver la adquisición de insumos, como parte de los gastos operativos de la empresa, y están dadas por todas las compras de materiales efectuadas a fin de poder cumplir con los compromisos y entrega de productos.

Estos costos son variables en función de la cantidad de pedidos recepcionados. Ninguna empresa mantiene saldos o productos en sus almacenes, todas trabajan en función de pedidos ya confirmados y según las estimaciones en cada caso representan alrededor del 50 % del costo de producción.

Gráficamente podemos expresarlo de la siguiente manera:

Gráfico N° 04 – Insumos



Fuente: Elaboración propia.

4.3.2.3. Planillas

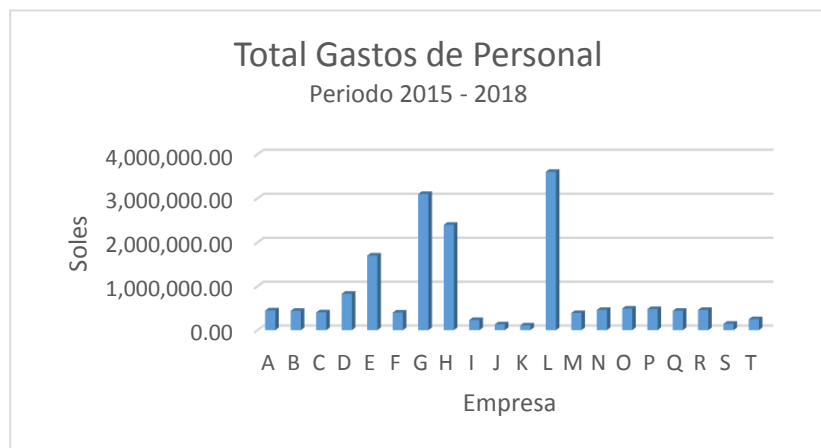
Los costos por planilla, como en cualquier empresa, al margen de su importancia social, también representan un parte muy importante para la evaluación de los costos de producción.

Según la información recopilada, las empresas mantienen entre 2 y 5 empleados en panillas, los cuales realizan generalmente labores administrativas.

Para afrontar y satisfacer los requerimientos de bienes y servicios solicitados, se efectúa la contratación temporal de personal, generalmente Técnicos en soldadura y metal mecánica en general y dependiendo de la labor contratada de Profesionales especialistas en alguna área mecánica eléctrica.

Los costos de personal, en promedio representan el 20% del total de los ingresos registrados y se muestran en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 05 – Gastos en Personal



Fuente: Elaboración propia.

4.3.2.4. Porcentaje (%) de Empresas que acceden al crédito

El acceso al crédito es un factor muy importante que sin embargo conlleva a riesgos, siempre y cuando no se hagan en los momentos oportunos y cuando el riesgo es atenuado con una garantía de un mercado existente para el desarrollo de algún producto en particular.

En este caso, el indicador no se muestra favorable ya que solo 5 de las 20 empresas sujetas de estudio manifiestan haber accedido a créditos durante el periodo 2015-2018, lo cual representa el 25%.

Este aspecto solo contempla el acceso al crédito formal a través de entidades bancarias u otras formalmente constituidas, sin embargo también se encontró que muchas de ellas recurren al crédito informal o el auto financiamiento según sus posibilidades.

4.3.2.5. Montos otorgados

Derivado del indicador anterior, las pocas empresas que tuvieron acceso al crédito lo generaron en montos relativamente discretos y sobre todo orientados a la compra de insumos y maquinarias a fin de mejorar sus procesos de producción.

En resumen estas cinco empresas generaron créditos por los siguientes montos:

Cuadro N° 04 – Resumen de Créditos periodo 2015- 2018

Año			
2015	2016	2017	2018
0.00	600,000.00	1,350,000.00	1,130,000.00

Fuente: Elaboración propia.

4.3.3. N° de Empresas que acceden a nuevas tecnologías de Producción

El acceder a nuevas tecnologías es un proceso importante dentro del desarrollo y crecimiento empresarial de cualquier empresa ya que pasa por mantener la calidad de los productos y servicios ofertados a fin de hacer más rentable su elaboración.

Respecto a este tema, según las encuestas realizadas, el 60 % de empresas si ha tenido acceso a ellas durante el periodo 2015-2018, esto denota el interés de las empresas metalmecánicas de mantenerse actualizadas a pesar que muchas veces no tienen acceso a los recursos necesarios para hacerlo.

Sin embargo se les hace dificultoso debido acceder a estas, tal como se manifestó, debido muchas veces a factores económicos, a pesar que existen programas del gobierno con la finalidad de mejorar esta situación, esta es una de las razones por la cuales acceden a la conformación de asociaciones a fin de poder acceder a estos.

4.3.4. N° de Empresas que innovan

De igual manera, la innovación es un proceso crucial para el desarrollo empresarial y hacerlo requiere no solo con contar con nuevas tecnologías, sino de implementar un proceso creativo al interior de la empresa.

Definir los procesos de innovación no solo en las áreas de producción, sino en las administrativas también constituye un reto para esta empresas, a pesar de ello se encontró que el 55% de las empresas manifiestan que han innovado en los últimos años.

Esto le permite tener vigencia en el mercado local, pensando siempre en una futura expansión a fin de coberturar mercados globales.

Por ahora el proceso de innovación esta dado principalmente a la elaboración de nuevos productos, más eficientes y a costos competitivos.

El 45% de empresas restantes tiene pensado implementar algún tipo de innovación pero nuevamente se topan con problemas de desarrollo de capacidades al interior de sus equipos técnicos.

4.3.5. N° de Empresas Capacitadas

El 80% de las empresas sujetas de estudio obtuvieron algún tipo de capacitación durante los últimos 4 años; esto es un aspecto relevante ya que demuestra el interés de los empresarios de

mantenerse actualizados en cuanto al desarrollo de sus funciones y procesos.

Aunque este resultado es alentador, también es necesario indicar que es necesario ampliar el campo de conocimiento de los mismos en temas administrativos y no solo productivos, lo cual les permitiría un mejor crecimiento empresarial.

4.3.6. N° de Empresas que acceden a Asistencia Técnica

Los procesos de Asistencia Técnica generalmente viene dados por parte del Gobierno que busca que las empresas, no solo del rubro metal mecánico, accedan a la formalización de las mismas tanto así desde el punto de vista tributario sino no también desde el procedimental, a fin de brindarles el conocimiento debido de los procesos técnicos para que estas puedan obtener sus registros y certificaciones que les permitan crecer y abastecer mercados cada vez más exigentes que solicitan este tipo de formalidades y nivel técnico.

En el presente estudio se encontró que el 90% de empresas manifiesta haber recibido algún tipo de Asistencia técnica, principalmente en aspectos de calidad de los productos y servicios que brindan.

4.3.7. N° de Empresas con Certificaciones

En los últimos tiempos, las certificaciones se han convertido en una de las actividades más importantes para las empresas principalmente del rubro metal mecánico, que cada vez son más necesarias a fin de poder acceder a postular a brindar bienes y servicios, principalmente del sector minero.

A pesar de los esfuerzos de capacitación y asistencia técnica que se brinda, solo un 25% de empresas han podido acceder a algún tipo de certificación, tan importante cuando se trata de abastecer el mercado metalmecánico de la industria minera asentada en la región.

4.4. Contrastación de hipótesis

En el desarrollo del presente trabajo de investigación hemos podido determinar cómo se han venido dando los procesos de asociatividad en las empresas del rubro metalmecánico de la provincia de Ilo, región Moquegua, teniendo en cuenta que a pesar que todas lo han practicado de alguna manera, aun no quedan claros sus alcances. En función de los tipos de asociatividad practicados los cuales afectaron los ingresos por ventas de todas las empresas, así como el nivel de utilidades que representó su aplicación podemos ver que la relación entre las ventas totales y las utilidades obtenidas tenemos un promedio representativo del mismo de 26.16 %, con una Desviación Estándar de 3.12.

**Cuadro N° 05 – Cálculo Anual Porcentaje representativo de las
Ventas 2015-2018**

Ítem	Año			
	2015	2016	2017	2018
Ingresos Ventas (S/.)	19,061,000.00	21,250,000.00	20,030,000.00	24,200,000.00
Utilidad por Año (S/.)	5,718,300.00	5,697,000.00	4,508,000.00	6,130,000.00
Porcentaje representativo de las ventas (%)	30.00	26.81	22.51	25.33

Fuente: Elaboración propia.

Cómo se puede apreciar, aunque las ventas durante el 2017 sufrieron un ligero descenso, pero en el 2018 se incrementaron grandemente, y fue precisamente durante esos años que se produjeron la mayor cantidad de actividades asociativas. Esto se puede explicar debido a que en los primeros años y las primeras experiencias asociativas se fueron mejorando los procesos asociativos lo cual permitió obtener un crecimiento empresarial significativo, sin embargo el porcentaje representativo de las utilidades se vio disminuido debido principalmente por las inversiones en equipamiento que se dieron en los grupos empresariales asociados.

Según los resultados obtenidos, procedemos al cálculo del Promedio y Desviación Estándar correspondiente, obteniendo:

Cuadro N° 06 – Promedio y Desviación Estándar

Promedio	26.16
Desv. Estándar	3.12

Fuente: Elaboración propia.

Efectuando el Cálculo de t, tenemos que:

$$T_c = \frac{26.16-0}{3.12/\sqrt{4}}$$

$$T_c = 16.77$$

Empleando la Tabla de Distribución de t Student a un nivel de confianza del 5% el mismo que es 2.13, podemos decir que la hipótesis: “Se asocia el nivel de conocimiento de las asociaciones empresariales con el crecimiento empresarial de las empresas metalmecánicas en la provincia de Ilo en el periodo 2015-2018”, es aceptada.

Prueba de hipótesis 1

Hi: Se asocia el crecimiento empresarial de las empresas metal mecánicas de la provincia de Ilo con la formación de asociaciones empresariales en el periodo 2015-2018.

Ho: No se asocia el crecimiento empresarial de las empresas metal mecánicas de la provincia de Ilo con la formación de asociaciones empresariales en el periodo 2015-2018.

Cuadro N° 07 – Crecimiento Empresarial H1

CRECIMIENTO EMPRESARIAL					
¿Qué nivel de conocimiento sobre asociaciones tiene respecto de ellas?					
		Regular	Poco	Muy poco	Total
CRECIMIENTO EMPRESARIAL	-3,13	0	1	0	1
	-2,86	1	0	0	1
	,00	7	0	0	7
	2,94	2	0	0	2
	3,51	0	0	1	1
	9,14	1	0	0	1
	11,87	1	0	0	1
	14,47	2	0	0	2
	16,96	1	0	0	1
	18,56	1	0	0	1
	27,72	1	0	0	1
	45,45	1	0	0	1
Total		18	1	1	20

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 08 – Prueba Chi-Cuadrado H1

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	40,000 ^a	22	0.011
Razón de verosimilitud	15.776	22	0.827
Asociación lineal por lineal	0.612	1	0.434
N de casos válidos	20		

a. 35 casillas (97,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,05.

Fuente: Elaboración propia

Prueba de Hipótesis 2

Hi: Se asocia el nivel de resultados (utilidades) de las asociaciones empresariales con el crecimiento empresarial de las empresas metalmecánicas en la provincia de Ilo en el periodo 2015-2018.

Ho: No se asocia el nivel de resultados (utilidades) de las asociaciones empresariales con el crecimiento empresarial de las empresas metalmecánicas en la provincia de Ilo en el periodo 2015-2018.

Cuadro N° 09 – Crecimiento Empresarial H2

CRECIMIENTO EMPRESARIAL *

¿Cuáles fueron los resultados que obtuvo entre el 2015-2018?

		Buenos	Regular	Malos	Total
CRECIMIENTO	-3,13	0	0	1	1
EMPRESARIAL	-2,86	0	0	1	1
	,00	0	0	7	7
	2,94	0	0	2	2
	3,51	0	0	1	1
	9,14	0	1	0	1
	11,87	0	0	1	1
	14,47	0	2	0	2
	16,96	1	0	0	1
	18,56	1	0	0	1
	27,72	1	0	0	1
	45,45	1	0	0	1
Total		4	3	13	20

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 10 – Prueba Chi-Cuadrado H2

Pruebas de chi-cuadrado			Significación asintótica (bilateral)
	Valor	df	
Chi-cuadrado de Pearson	40,000 ^a	22	0.011
Razón de verosimilitud	35.459	22	0.035
Asociación lineal por lineal	14.273	1	0.000
N de casos válidos	20		

a. 36 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,15.

Fuente: Elaboración propia

Prueba de hipótesis 3

Hi: Se asocia el crecimiento empresarial de las empresas metal mecánicas de la provincia de Ilo con que los empresarios prefieren a todo nivel formar asociaciones en el periodo 2015-2018.

Ho: No se asocia el crecimiento empresarial de las empresas metal mecánicas de la provincia de Ilo con que los empresarios prefieren a todo nivel formar asociaciones en el periodo 2015-2018.

Cuadro N° 11 – Crecimiento Empresarial H3

CRECIMIENTO EMPRESARIAL

* En caso de desear hacer uso de alguna de estas modalidades
¿Cuál de ellas prefería como estrategia de crecimiento para su empresa?

		Consortios	Ninguna	Total
CRECIMIENTO	-3,13	1	0	1
EMPRESARIAL	-2,86	1	0	1
	,00	7	0	7
	2,94	2	0	2
	3,51	0	1	1
	9,14	1	0	1
	11,87	1	0	1
	14,47	2	0	2
	16,96	1	0	1
	18,56	1	0	1
	27,72	1	0	1
	45,45	1	0	1
Total		19	1	20

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 12 – Prueba Chi-Cuadrado H3

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,000 ^a	11	0.045
Razón de verosimilitud	7.941	11	0.719
Asociación lineal por lineal	0.148	1	0.700
N de casos válidos	20		

a. 23 casillas (95,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,05.

Fuente: Elaboración propia

4.5. Discusión de resultados

Durante el estudio hemos podido determinar que los empresarios metalmecánicos si adoptan estrategia de asociatividad, a pesar que muchos de ellos desconocen o no tienen un conocimiento amplio de las mismas.

Cuadro N° 13 – Grado de Conocimiento de Estrategias de Asociatividad

Muy Poco	5.00%
Poco	5.00%
Regular	90.00%

Fuente: Elaboración propia.

Las modalidad de asociatividad mas empleada es la Asociación, sin embargo esta como tal, se constituye una nueva estrategia de crecimiento empresarial la cual busca el desarrollo empresarial a través de la asociación con un fin de representatividad ante organismos gubernamentales y empresariales con la finalidad de acceder a nuevas tecnologías y equipamiento que les permitan crecer e innovar, subsidiando en algunos casos el costo de las mismas.

Esto denota que se deben hacer mayores esfuerzos por la difusión de las ventajas que representa adoptar alguna estrategia de crecimiento en el futuro.

En cuanto a los resultados obtenidos de la aplicación de esta estrategia, la mayoría de empresarios manifiesta haber obtenido resultados regulares

y buenos, solo un tercio aproximadamente manifestó haber obtenido malos resultados mostrando cierta inconformidad respecto a ello.

Cuadro N° 14 – Resultados Obtenidos de la aplicación de Estrategias de Asociatividad

Buenos	30%
Malos	25%
Regular	45%

Fuente: Elaboración propia.

También se logró destacar, que dentro del regular o bajo conocimiento de las estrategias empresariales el 95% considera la conformación de Consorcios como una posible estrategia a considerar en el futuro.

Cuadro N° 15 – Preferencia para la aplicación de Estrategias de Asociatividad

Consorcios	95.00%
Ninguna	5.00%

Fuente: Elaboración propia.

De otro lado, el poder negociador de los integrantes de estas asociaciones para la obtención de mejores precios no se ha visto incrementada debido a que los volúmenes contratados no representaron un incremento significativo por lo que el valor de los mismo no se vio afectado.

De igual manera, el costo de las planillas tampoco se vio afectado debido que el personal administrativo y técnico estable de estas empresas fluctúa entre 02 y 05 personas entre hombres y mujeres y solo en temporadas de alto número de requerimientos por satisfacer se procede a la contratación o Sub contratación de servicios de terceros a fin de cumplir con ellos.

Esto se ve reflejado en el volumen de ventas estacional que al momento de ser anualizada denota un incremento en las mismas.

El acceso a nuevas tecnologías aún se hace dificultoso, por múltiples razones, pero principalmente por cuestiones de capitalización y acceso a programas que les permitan alcanzar este objetivo, obviamente esto también afecta los procesos de innovación en la mayoría de empresas y solo unas pocas logran una mejora significativa en los mismos.

El crédito informal está presente debido a la desconfianza que muestran los empresarios frente al sistema bancario formal, principalmente debido a malas experiencias anteriores con el mismo. Esto también afecta la adquisición de bienes de capital, que se efectúa en la medida de las posibilidades de endeudamiento de estas empresas.

La capacitación no deja ser importante, principalmente si esta está orientada a la mejora de los productos que producen y sobre todo las

orientadas a una mejora administrativa de sus procesos, los cual les permitiría obtener las certificaciones tan necesarias hoy en día.

Finamente, si bien es cierto el presente trabajo no incluye una variable que cuantifique el volumen de exportación que se podría lograr si los microempresarios se asociasen con esa finalidad, es menester tener en cuenta esta alternativa de asociación que incrementaría la oferta exportable no tradicional de Moquegua.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- ✓ Hemos demostrado que efectivamente el nivel de conocimiento de las asociaciones empresariales se asocia con el crecimiento empresarial de las empresas metalmecánicas en la provincia de Ilo en el periodo 2015-2018. Al respecto hemos encontrado una Significación asintótica (bilateral) de 0.011 empleando el estadígrafo Chi cuadrado.

- ✓ Se ha demostrado que si se asocia el crecimiento empresarial de las empresas meta mecánicas de la provincia de Ilo con la formación de consorcios empresariales en el periodo 2015-2018 de acuerdo a los datos cuantitativos y cualitativos de percepción de los empresarios metalmecánicos. Al respecto hemos encontrado una Significación

asintótica (bilateral) de 0.045 empleando el estadígrafo Chi cuadrado.

- ✓ Se ha demostrado que se asocia el nivel de resultados (utilidades) de las asociaciones empresariales con el crecimiento empresarial de las empresas metalmecánicas en la provincia de Ilo en el periodo 2015-2018. Al respecto hemos encontrado una Significación asintótica (bilateral) de 0.011 empleando el estadígrafo Chi cuadrado.

- ✓ A la pregunta qué tipo de empresa le gustaría formar sociedades, nos damos cuenta que se inclinan por la asociación lo cual desde ya señala que son conscientes de la asociación frente a las debilidades de capital, tecnología, acreditación es por ello que se inclinan por formar consorcios en la provincia de Ilo.

5.2. Recomendaciones

- ✓ Se debe fomentar y promocionar más la Asociatividad empresarial como estrategia de crecimiento empresarial debido al escaso conocimiento que tienen los empresarios del rubro metalmecánico de la provincia de Ilo sobre ellas con miras a formar grupos

consolidados que puedan representar una oferta exportadora sustentable.

- ✓ Brindar mayor capacitación y asesoría técnica sobre todos los posibles tipos y modelos de asociatividad y sus aspectos administrativos y legales.

- ✓ Ampliar los alcances de los procesos de capacitación en adquisiciones, control y manejo de personal, innovación y procesos de Certificación.

- ✓ Monitorear la incidencia de las principales variables que inciden en el crecimiento empresarial de las empresas del rubro metalmecánico de la Provincia de Ilo, Región Moquegua.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Di Natale Hernández, N., Picón Iglesias, E. M., Quezada Ramírez, H. M., & Toro Huamán, G. M. (2017). *Planeamiento estratégico del sector metalmecánica en el Perú.*

Domínguez Orbegoso, A. R., & Ulloa Mata, M. (2016). *Innovación en las mypes de equipo eléctrico y de maquinaria y equipo de Los Olivos a partir de la asociatividad empresarial: Estudio de casos múltiples.*

Vilela Panta, V. J. (2014). *Características de las MYPES de metalmecánica y carpintería en Lima Norte: Un análisis de casos.*

Celis Cuzco, R. J. (2013). *Grado de influencia de los determinantes de la productividad en el sector metalmecánica para el Perú 2007- 2011.*

Suárez Pineda, Marlén, & Suárez Pineda, Luri. (2017). *El conocimiento, determinante en procesos de asociatividad: una experiencia en conformación de redes empresariales.* Encuentros, 15(2), 83-97. <https://dx.doi.org/10.15665/re.v15i2.850>

López Posada, Laura Marcela. (2015). *Manifestaciones de Cultura Empresarial: Una mirada desde la Asociatividad en las*

Mipymes. Tendencias, 16(2), 99-117. <https://dx.doi.org/10.22267/rtend.151602.23>

Coronado Medina, Alejandro, Echeverri, Andrea, & Arias Pérez, José Enrique. (2014). *Aproximación a la cooperación en innovación en empresas del Programa de Asociatividad y Desarrollo Empresarial Sectorial -Pades- En Antioquia (Colombia)*. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, 22(2), 185-205. Retrieved May 29, 2019, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052014000200011&lng=en&tlng=es.

Mesa Callejas, Ramón Javier, & Pérez Robles, Sandy Paola. (2011). *Desempeño exportador de Antioquia y marco institucional para su desarrollo: el papel de la Mipyme. Perfil de Coyuntura Económica, (17), 123-139.* Retrieved May 29, 2019, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-42142011000100006&lng=en&tlng=es.

Alonso, J. A., & Marta Pedrejas, M. A. (2011). *Estrategia de Crecimiento y Promoción del Tejido Empresarial. Lima Perú.* Lerko Print, S.A.

Andrade, G. (2011). *Economía Solidaria.* México D.F. Tigre.

Chandler, Alfred. *Strateg and Strucuture*. (1962). *Trabajo de investigación sobre los cambios de organización y estrategia en empresas norteamericanas*.

Estado Peruano. (1993). *Constitución Política del Perú. Promulgada el 29 de Diciembre de 1993*. Publicada en el Diario Oficial El Peruano el 30 de Diciembre de 1993 y entró en vigencia el 31 de Diciembre de 1993.

Estado Peruano. (1997). *Ley General de Sociedades Ley N° 26887*. Dada el 19 de Noviembre de 1997.

Feigenbaum, A. V. (2009). *Administración de Calidad Total TQM*. 3ra Edición.

Flores Arocutipa, J. P. (2005). *Metodología de la Investigación*. Moquegua, Perú. Edit. UNAM.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) (2013). *Guía: Asociatividad para el Comercio Exterior*. Lima, Perú.

Hernández, R. C.-C. (2010). *Metodología de la Investigación*. México. Mc Graw Hill.

Hernández Meléndrez. E. (2006). *Como escribir una Tesis*. México. Escuela Nacional de Salud Pública.

Bunge, M. (2000). *La Investigación Científica, su estrategia y su filosofía*. México. Siglo XXI Editores.

Ishikawa, K. (2009). *¿Qué es el Calidad Total de calidad?, la Modalidad Japonesa*. México. Grupo Editorial Norma.

Lardent, A. R. (2001). *Sistemas de Información para la Gestión Empresarial. Planeamiento, Tecnología y Calidad*. Buenos Aires. Rep. Argentina. Edit. Pearson Education S.A.

Porter, M. (2008). *Ventaja competitiva*. México. Editorial Continental.

Villajuana, C. (2001). *El Tablero de gestión Estratégica*. Lima, Perú. Edit. Industria Gráfica Zárate S.A.

Villarán, F. (1998). *Las PYMEs en la estructura empresarial peruana*. Lima, Perú. Edit. SASE.

datosmacro.com. (s.f.). *Perú: Índice de Competitividad Global*. Recuperado el 15 de Marzo de 2015, de:

<http://www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global/peru>