

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS**

PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS

TESIS:

**ASOCIATIVIDAD E INGRESO FAMILIAR DE LAS ARTESANAS
TEXTILES DE LA PROVINCIA DE SAN MIGUEL, CAJAMARCA 2021**

Para optar el Grado Académico de

DOCTOR EN CIENCIAS

MENCIÓN: CIENCIAS ECONÓMICAS

Presentada por:

M.Cs. IRIS NOHEMY COBA ROJAS

Asesor:

Dr. ELMER RODRÍGUEZ OLAZO

Cajamarca, Perú

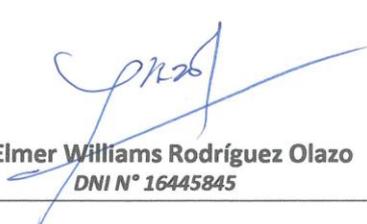
2024

CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

1. Investigador: **Iris Nohemy Caba Rojas**
DNI N° **41892191**
Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas.
Programa de Doctorado: Ciencias Económicas.
2. Asesor:
Dr. Elmer Williams Rodríguez Olazo
3. Grado académico o título profesional
 Bachiller Título profesional Segunda especialidad
 Maestro Doctor
4. Tipo de Investigación:
 Tesis Trabajo de investigación Trabajo de suficiencia profesional
 Trabajo académico
5. Título de Trabajo de Investigación:
Asociatividad e ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca 2021.
6. Fecha de evaluación: 07/01/2025
7. Software antiplagio: TURNITIN URKUND (OURIGINAL) (*)
8. Porcentaje de Informe de Similitud: 1 %
9. Código Documento: **trn:oid:::3117:419716421**
10. Resultado de la Evaluación de Similitud:
 APROBADO PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES O DESAPROBADO

Fecha Emisión: 17/01/2025

*Firma y/o Sello
Emisor Constancia*



Dr. Elmer Williams Rodríguez Olazo
DNI N° 16445845

* En caso se realizó la evaluación hasta setiembre de 2023

COPYRIGHT © 2024by
IRIS NOHEMY COBA ROJAS
Todos los derechos reservados



Universidad Nacional de Cajamarca
LICENCIADA CON RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 080-2018-SUNEDU/CD
Escuela de Posgrado
CAJAMARCA - PERU



PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

MENCIÓN: CIENCIAS ECONÓMICAS

Siendo las 11:30 horas del día 25 de setiembre del año dos mil veinticuatro, reunidos en el Auditorio de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca, el Jurado Evaluador presidido por el **Dr. ÁNGEL ABELINO LOZANO CABRERA**, el **Dr. OSCAR RANULFO SILVA RODRÍGUEZ**, el **Dr. EDWARD FREDY TORRES IZQUIERDO** y en calidad de Asesor el **Dr. ELMER WILLIAMS RODRÍGUEZ OLAZO**. Actuando de conformidad con el Reglamento Interno de la Escuela de Posgrado y la Directiva para la Sustentación de Proyectos de Tesis, Seminarios de Tesis, Sustentación de Tesis y Actualización de Marco Teórico de los Programas de Maestría y Doctorado, se dio inicio la SUSTENTACIÓN de la tesis titulada: **“ASOCIATIVIDAD E INGRESO FAMILIAR DE LAS ARTESANAS TEXTILES DE LA PROVINCIA DE SAN MIGUEL, CAJAMARCA 2021”**; presentado por la **Maestro en Ciencias con Mención en Dirección de Proyectos IRIS NOHEMY COBA ROJAS**.

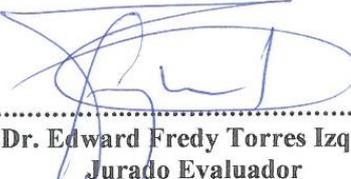
Realizada la exposición de la Tesis y absueltas las preguntas formuladas por el Jurado Evaluador, y luego de la deliberación, se acordó Aprobar con la calificación de Decisive (99) - Excelente la mencionada Tesis; en tal virtud, la **Maestro en Ciencias con Mención en Dirección de Proyectos IRIS NOHEMY COBA ROJAS**, está apta para recibir en ceremonia especial el Diploma que la acredita como **DOCTOR EN CIENCIAS**, de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas, Mención **CIENCIAS ECONÓMICAS**.

Siendo las 12:50 horas del mismo día, se dio por concluido el acto.


.....
Dr. Elmer Williams Rodríguez Olazo
Asesor


.....
Dr. Ángel Abelino Lozano Cabrera
Jurado Evaluador


.....
Dr. Oscar Ranulfo Silva Rodríguez
Jurado Evaluador


.....
Dr. Edward Fredy Torres Izquierdo
Jurado Evaluador

Dedicatoria

Dedicatoria a mis padres

Este logro es una prueba de su inmenso amor y dedicación. Valoro mucho las enseñanzas de vida que me han entregado y por el afecto que continuamente me brindan.

Esta tesis es un tributo a su legado y a la eterna admiración que siento por ustedes. Gracias por ser los mejores padres.

Agradecimiento

Agradezco a mi paciente asesor de tesis. Su disposición, orientación y apoyo han sido invaluable en el proceso de esta tesis. Su conocimiento, paciencia y compromiso han sido fundamentales para mi éxito académico. Esta tesis es un testimonio de tu guía experta y amable.

Gracias por ser un mentor excepcional.

Ninguno de nosotros es tan bueno como todos nosotros juntos.

Ray Kroc

Índice general

| | |
|---|----------|
| Dedicatoria | v |
| Agradecimiento | vi |
| Índice general | viii |
| Índice de tablas..... | xiii |
| Índice de figuras | xv |
| Lista de abreviaturas y siglas usadas..... | xvi |
| Resumen | xvii |
| Abstract | xviii |
| CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1. Planteamiento del problema | 1 |
| 1.1.1. Contextualización | 1 |
| 1.1.2. Descripción del problema | 2 |
| 1.1.3. Formulación del problema | 5 |
| 1.2. Justificación e importancia | 5 |
| 1.2.1. Justificación científica | 5 |
| 1.2.2. Justificación técnico – práctica..... | 6 |
| 1.2.3. Justificación institucional y personal | 6 |
| 1.3. Delimitación de la investigación | 7 |
| 1.3.1. Delimitación geográfica..... | 7 |
| 1.3.2. Delimitación temporal | 7 |
| 1.3.3. Delimitación socio demográfico | 7 |
| 1.4. Limitaciones..... | 7 |
| 1.5. Objetivos..... | 8 |
| 1.5.1. Objetivo general | 8 |
| 1.5.2. Objetivos específicos..... | 8 |
| CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO | 9 |
| 2.1. Antecedentes de la investigación..... | 9 |

| | | |
|---------|--|----|
| 2.1.1. | Internacionales | 9 |
| 2.1.2. | Nacionales..... | 11 |
| 2.1.3. | Locales | 14 |
| 2.2. | Marco epistemológico de la investigación | 16 |
| 2.3. | Marco doctrinal | 22 |
| 2.3.1. | Teoría de las redes sociales | 22 |
| 2.3.2. | Teoría del capital humano | 23 |
| 2.3.3. | Teoría de género y trabajo..... | 24 |
| 2.3.4. | Teoría de Porter | 25 |
| 2.3.5. | Asociatividad | 26 |
| 2.3.6. | Ingreso familiar | 31 |
| 2.4. | Marco conceptual | 34 |
| 2.4.1. | Asociatividad | 34 |
| 2.4.2. | Ingreso familiar | 37 |
| 2.5. | Definición de términos básicos | 41 |
| 2.5.1. | Alimentación | 41 |
| 2.5.2. | Asociatividad..... | 41 |
| 2.5.3. | Bienestar financiero | 41 |
| 2.5.4. | Cadena de valor..... | 41 |
| 2.5.5. | Comercialización..... | 42 |
| 2.5.6. | Comercio justo | 42 |
| 2.5.7. | Competitividad | 42 |
| 2.5.8. | Confiabilidad | 42 |
| 2.5.9. | Demanda | 42 |
| 2.5.10. | Economía colaborativa..... | 43 |
| 2.5.11. | Educación | 43 |
| 2.5.12. | Empoderamiento económico..... | 43 |
| 2.5.13. | Fidelización | 43 |
| 2.5.14. | Finanzas | 43 |

| | |
|---|-----------|
| 2.5.15. Gestión financiera | 44 |
| 2.5.16. Habilidades emocionales | 44 |
| 2.5.17. Habilidades psicológicas..... | 44 |
| 2.5.18. Ingresos | 44 |
| 2.5.19. Innovación | 44 |
| 2.5.20. Metas financieras..... | 45 |
| 2.5.21. Microcrédito | 45 |
| 2.5.22. Oferta..... | 45 |
| 2.5.23. Productividad | 45 |
| 2.5.24. Remuneración..... | 45 |
| 2.5.25. Servicios básicos | 46 |
| 2.5.26. Sostenibilidad financiera | 46 |
| 2.5.27. Red de apoyo..... | 46 |
| 2.5.28. Valor añadido..... | 46 |
| 2.5.29. Vivienda..... | 46 |
| CAPÍTULO III PLANTEAMIENTO DE LAS HIPÓTESIS Y VARIABLES | 47 |
| 3.1. Hipótesis..... | 47 |
| 3.1.1. Hipótesis general | 47 |
| 3.1.2. Hipótesis específicas | 47 |
| 3.2. Variables..... | 47 |
| 3.3. Matriz de operacionalización de los componentes de la hipótesis..... | 48 |
| CAPÍTULO IV MARCO METODOLÓGICO | 50 |
| 4.1. Ubicación geográfica | 50 |
| 4.2. Diseño de la investigación | 50 |
| 4.3. Método de investigación | 52 |
| 4.4. Población, muestra, unidad de análisis y unidades de observación | 54 |
| 4.4.1. Población..... | 54 |
| 4.4.2. Muestra | 55 |
| 4.4.3. Unidad de análisis | 56 |

| | |
|---|-----|
| 4.4.4. Unidad de observación | 56 |
| 4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información | 56 |
| 4.5.1. Técnicas de recopilación de datos..... | 56 |
| 4.5.2. Instrumentos..... | 56 |
| 4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información | 57 |
| 4.7. Matriz de consistencia | 58 |
| CAPÍTULO V RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | 60 |
| 5.1. Presentación de resultados..... | 60 |
| 5.1.1. Resultados para la asociatividad | 60 |
| 5.1.1.1. Asociatividad..... | 60 |
| 5.1.1.2. Ingreso familiar. | 63 |
| 5.3. Contrastación de hipótesis..... | 74 |
| CAPÍTULO VI PROPUESTA TEÓRICA | 81 |
| 6.1. Formulación de la propuesta para la solución teórica del problema | 81 |
| 6.1.1. Introducción..... | 81 |
| 6.1.2. Análisis FODA | 83 |
| 6.1.3. Visión..... | 86 |
| 6.1.4. Misión..... | 86 |
| 6.2. Costos de implementación de la propuesta | 98 |
| 6.3. Beneficios que aporta la propuesta..... | 102 |
| CONCLUSIONES | 104 |
| SUGERENCIAS..... | 106 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 108 |
| APÉNDICES..... | 122 |
| Apéndice 1: Instrumentos de medición..... | 122 |
| Apéndice 2: Confiabilidad de los instrumentos | 125 |
| Apéndice 3: Baremos de los instrumentos..... | 126 |
| Apéndice 4: Tablas de frecuencias de dimensiones | 128 |
| Apéndice 5: Asociaciones de artesanas textiles de la provincia de San Miguel..... | 129 |

| | |
|---|-----|
| ANEXOS..... | 133 |
| Anexo 1. Ubicación de las asociaciones de artesanía textiles en la provincia de San Miguel – Región Cajamarca. | 133 |

Índice de tablas

| | |
|--|-----|
| Tabla 1 Asociatividad e ingreso familiar de las artesanías textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca 2021 | 48 |
| Tabla 2 Asociatividad e ingreso familiar de las artesanías textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca 2021 | 58 |
| Tabla 3 Análisis descriptivo de la variable: Asociatividad | 60 |
| Tabla 4 Prueba de normalidad para la asociatividad e ingreso familiar de las artesanías textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca – 2021 | 75 |
| Tabla 5 Correlación entre la dimensión productividad de la asociatividad e ingreso familiar | 76 |
| Tabla 6 Correlación entre la dimensión comercialización de la asociatividad e ingreso familiar | 77 |
| Tabla 7 Correlación entre la dimensión competitividad de la asociatividad e ingreso familiar | 78 |
| Tabla 8 Correlación entre la asociatividad e ingreso familiar..... | 79 |
| Tabla 9 Análisis FODA de la asociación de artesanía textil de la provincia de San Miguel..... | 83 |
| Tabla 10 Costos de implementación | 99 |
| Tabla 11 Cronograma de ejecución de los servicios de asistencia técnica | 100 |
| Tabla 12 Confiabilidad del instrumento asociatividad e ingreso familiar mediante el Alfa de Cronbach | 125 |
| Tabla 13 Puntuaciones y amplitud para los baremos de la variable asociatividad y sus respectivas dimensiones..... | 126 |
| Tabla 14 Baremos para la variable asociatividad y sus respectivas dimensiones | 126 |
| Tabla 15 Puntuaciones y amplitud para los baremos de la variable ingreso familiar y sus respectivas dimensiones | 127 |
| Tabla 16 Baremos para la variable ingreso familiar y sus respectivas dimensiones . | 127 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 17 Dimensiones de la asociatividad | 128 |
| Tabla 18 Dimensiones del ingreso familiar..... | 128 |

Índice de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1 Variable asociatividad con sus dimensiones | 50 |
| Figura 2 Variable Ingresos familiar con sus dimensiones..... | 52 |
| Figura 3 Población y muestra de estudio | 56 |
| Figura 4 Análisis descriptivo de la variable: Asociatividad..... | 61 |
| Figura 5 Análisis descriptivo de las dimensiones de la variable: Asociatividad..... | 62 |
| Figura 6 Análisis descriptivo de la variable: Ingreso familiar | 63 |
| Figura 7 Análisis descriptivo de las dimensiones de la variable: Ingreso familiar | 64 |

Lista de abreviaturas y siglas usadas

AGRO RURAL: Programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural.

FEC: Fondo Económico Común.

FIDA: Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola.

INEI: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

PBI: Producto Bruto Interno.

PSSA: Proyecto Sierra y Selva Alta.

RIT: Reglamento Interno de Trabajo.

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la contribución de la asociatividad en la generación del ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el año 2021. El estudio adoptó un enfoque cuantitativo con diseño no experimental, de corte transversal y nivel descriptivo-correlacional, empleando una muestra de 116 artesanas de una población de 164, seleccionadas mediante muestreo probabilístico con un nivel de confianza del 95%. Se utilizaron dos cuestionarios validados por expertos, uno para medir la asociatividad (33 ítems) y otro para el ingreso familiar (15 ítems), obteniendo una confiabilidad de 0.97 y 0.94 respectivamente mediante el alfa de Cronbach. Los resultados evidenciaron que existe una relación directa baja entre la asociatividad y el ingreso familiar ($Rho=0.416$, $p<0.05$); mientras que las dimensiones de productividad ($Rho=0.812$), comercialización ($Rho=0.794$) y competitividad ($Rho=0.812$) mostraron correlaciones directas altas con el ingreso familiar. El 65.5% de las artesanas presentó un nivel medio de asociatividad, mientras que el 56.9% reportó un nivel alto de ingreso familiar. El análisis dimensional reveló que la vivienda (89.7%), educación (74.1%) y remuneración (78.4%) alcanzaron niveles altos, mientras que los servicios básicos (73.3%) y alimentación (38.8%) se mantuvieron en nivel medio. Se concluye que, si bien la asociatividad como variable general tiene una influencia moderada, sus componentes específicos muestran un impacto significativo en la mejora de los ingresos familiares de las artesanas textiles, sugiriendo la necesidad de fortalecer estos aspectos para potenciar el desarrollo económico local.

Palabras clave: Asociatividad, ingreso familiar, artesanas textiles, productividad, comercialización, competitividad.

Abstract

The research raised the general objective: to establish the relationship between associativity and family income of textile artisans in the province of San Miguel, Cajamarca 2021. At the methodological level, a non-experimental, cross-sectional, applicative design study was chosen, using questionnaires for each variable, with which the data that were processed were collected. In the results, it was confirmed that associativity and family income had a weak positive correlation coefficient, because its value is close to 0.416, in textile artisans in the province of San Miguel. The dimensions that condition associativity are: productivity, marketing and competitiveness; while the dimensions that condition family income are: housing, basic services, education, food and remuneration. It was determined that there is a positive relationship between productivity and family income of textile artisans is within the one (0.812). In addition, 65.5% of the associativity is at the medium level; this is significantly related to family income, which is at a high level of 61.2%; there is a positive relationship between competitiveness and the family income of artisans (0.794). Likewise, 65.5% of productivity is at a medium level.

Keywords: Association, textile artisans, model, family income.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Contextualización

Las poblaciones en entornos urbanos han destacado históricamente por ser el epicentro de la innovación debido a sus ventajas en recursos y ubicación geográfica. Sin embargo, como expresaron Li et al. (2022), esta razón ha agudizado la disparidad entre zonas urbanas y rurales, resultando en desigualdades de recursos. La escasez de opciones laborales en las áreas rurales reduce la capacidad de las personas que viven allí para aumentar su bienestar económico, lo que lleva a un considerable flujo de artesanos provenientes de estas zonas hacia las ciudades en busca de nuevas oportunidades laborales. Por tal motivo, la protección y el fomento de la artesanía rural se han transformado en un medio para hacer frente a la pobreza, a la cual tanto el gobierno como la comunidad académica otorgan gran relevancia, debido a que las artesanías son un fiel reflejo de las tradiciones culturales propias de una región o nación en particular.

Siguiendo a Parra et al. (2022), se están explorando enfoques que promuevan la asociatividad, no solo con el propósito de salvaguardar y transmitir el patrimonio cultural intangible, sino también para empoderar a estas familias en la generación de sus propios ingresos, al mismo tiempo que fomentan el desarrollo económico local. En otras palabras, se busca perpetuar la riqueza cultural derivada de la inagotable creatividad de diversos grupos étnicos a través de la colaboración y cooperación, impulsando simultáneamente el progreso económico en la comunidad.

En coherencia con lo anterior, se entiende que la mayoría de las artesanías, especialmente en entornos rurales, son realizadas por mujeres, las cuales, según Soto y Diaz (2020) cumplen un propósito fundamental en la economía de sus comunidades, debido a que no solo producen bienes y servicios de gran valor cultural y artístico, sino

que también contribuyen significativamente a la reproducción social en el ámbito doméstico y familiar. No obstante, las diferencias que se presentan a nivel económico y las escasas oportunidades encontradas en las zonas rurales a menudo limitan las posibilidades de aumento de la riqueza de estas mujeres. Este fenómeno ha llevado a muchas artesanas rurales a migrar hacia áreas urbanas con el propósito de disponer de una oportunidad laboral que pueda satisfacer sus necesidades. Este movimiento de población resalta aún más la importancia de proteger y fomentar la artesanía rural como una estrategia crucial para combatir la pobreza y preservar las tradiciones culturales únicas de cada región.

En este contexto, la asociatividad emerge como una solución prometedora, donde, según Cano y González (2021), al unir fuerzas y colaborar en la productividad y comercialización de sus artesanías, las mujeres rurales pueden no solo salvaguardar su patrimonio cultural intangible, sino también generar ingresos propios y contribuir al desarrollo económico de sus comunidades locales. Además, esta colaboración fortalece su posición en la economía y les permite perpetuar la riqueza cultural derivada de la inagotable creatividad de diversos grupos étnicos, al tiempo que construyen un futuro más próspero para ellas y sus familias. Por tanto, cuando se adopta el enfoque de las economías comunitarias, la labor de las artesanas impacta de manera positiva en las finanzas del hogar, donde los ingresos generados se destinan a cubrir los gastos domésticos. Esto, a su vez, aumenta la disponibilidad de recursos que pueden destinarse a la alimentación, la educación y el cuidado de los miembros de la familia.

1.1.2. Descripción del problema

La problemática de las artesanas textiles en la provincia de San Miguel refleja una compleja interacción entre la falta de asociatividad y los bajos ingresos familiares. En el contexto rural, las actividades económicas tanto formales como informales representan una importante alternativa para la inclusión laboral de las mujeres,

especialmente frente a las persistentes normas sociales de género que perpetúan la segregación de roles y la desigualdad laboral (Contreras et al., 2022).

A nivel internacional, el Instituto Mexicano para la Competitividad Instituto Mexicano para la Competitividad A.C – [IMCO] (2020) señala que, en México, de los 28 millones de personas que residen en zonas rurales, la mitad son mujeres, y se enfrenta una situación alarmante de desempleo femenino. Esta disparidad laboral subraya la falta de oportunidades económicas para las mujeres en áreas rurales en comparación con los entornos urbanos.

Para abordar esta problemática, Barrón (2018) propone la asociatividad como un elemento crucial para el desarrollo de artesanías y el aumento de ingresos económicos en las comunidades rurales. Esta estrategia no solo permite a las mujeres rurales preservar sus tradiciones culturales y habilidades artísticas únicas, sino que también les brinda la oportunidad de generar ingresos propios y fortalece su posición económica al proporcionarles un canal efectivo para llegar al mercado.

Un ejemplo concreto de la efectividad de la asociatividad se observa en Ecuador, donde Jalil et al. (2018) reportan que la colaboración entre artesanos que trabajan con la semilla de la tagua en la comunidad de Sosote ha permitido generar ingresos sostenibles y que el 95% de los artesanos hayan adquirido talleres propios. Sin embargo, el hecho de que el 85% de estos artesanos aún no cuente con un seguro destaca la necesidad de abordar aspectos adicionales de seguridad y respaldo.

En el contexto peruano, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – [MINCETUR] (2019) reconoce la riqueza cultural del país y el papel crucial de la artesanía como manifestación de esta herencia. No obstante, los artesanos en comunidades locales enfrentan desafíos económicos significativos, y la asociatividad se ha convertido en una estrategia clave para fortalecer tanto la productividad de artesanías como los ingresos económicos de los artesanos.

En la provincia de San Miguel, la situación de las artesanas textiles es particularmente preocupante. La falta de ingresos suficientes en las familias de las artesanas textiles, producto de las escasas oportunidades de empleo y la dependencia de la productividad individual, lleva a muchas familias a luchar por cubrir sus necesidades básicas. El aislamiento en el trabajo de estas artesanas, que trabajan de manera individual y no se han organizado en grupos o asociaciones, conlleva a una limitación en la capacidad de productividad, acceso a mercados y conocimiento compartido.

Esta falta de colaboración y apoyo mutuo entre las artesanas textiles también se traduce en una menor capacidad de negociación frente a intermediarios y compradores, lo que afecta negativamente sus ingresos. Además, la falta de acceso a materias primas de calidad y asequibles, así como la limitada capacitación en técnicas de productividad y comercialización, representan desafíos significativos para estas mujeres artesanas. De no abordarse esta problemática, se corre el riesgo de una disminución continua de los ingresos familiares, con consecuencias negativas en el nivel de bienestar de las familias, así como una pérdida progresiva de las tradiciones culturales arraigadas en la región. Además, podría llevar a un aislamiento económico y social de las comunidades, restringiendo las posibilidades de progreso y empoderamiento de las mujeres locales, al mismo tiempo que obstaculiza la preservación de su legado cultural. Abordar esta problemática requiere un enfoque integral que promueva la asociatividad como medio para mejorar la productividad, el acceso a mercados y, en última instancia, los ingresos familiares, al tiempo que se preservan las tradiciones culturales y se fomenta el empoderamiento de las mujeres rurales.

1.1.3. Formulación del problema

1.3.1.1. Pregunta general.

¿Cómo contribuye la asociatividad en la generación del ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el año 2021?

1.3.1.2. Preguntas auxiliares.

a. ¿Cuál es la relación entre la productividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el año 2021?

b. ¿Cuál es la relación entre la comercialización y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el año 2021?

c. ¿Cuál es la relación entre la competitividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el año 2021?

d. ¿Cuál es la relación entre la asociatividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el año 2021?

1.2. Justificación e importancia

1.2.1. Justificación científica

En este estudio, es crucial debido a su relevancia en el contexto del desarrollo socioeconómico local. La investigación se fundamenta en diversas teorías y enfoques que permiten una comprensión integral del fenómeno, el constructivismo social proporciona una base para entender cómo las artesanas construyen su realidad a través de interacciones sociales, mientras que la economía social y solidaria ofrece un marco para analizar las formas alternativas de organización económica basadas en la cooperación. La epistemología feminista aporta una perspectiva crítica sobre la producción de conocimiento y las experiencias de las mujeres en este contexto. La teoría de redes ayuda a examinar las conexiones y el flujo de recursos entre las artesanas, complementándose con la teoría del capital humano que enfatiza la importancia de las habilidades y conocimientos en el desarrollo económico. La teoría de

Porter proporciona herramientas para analizar la competitividad y las estrategias de diferenciación en el mercado artesanal, mientras que la teoría de género y trabajo permite explorar las dinámicas de poder y las desigualdades en el ámbito laboral. Este enfoque multiteórico permite una comprensión profunda de cómo la asociatividad puede impactar en los ingresos familiares de las artesanas textiles, contribuyendo así al conocimiento científico y al diseño de políticas públicas más efectivas para el empoderamiento económico de las mujeres en contextos rurales.

1.2.2. *Justificación técnico – práctica*

Se identificó que, en la provincia de San Miguel, la baja producción y escasa comercialización de artesanía textil de manera individual no contribuyen de manera positiva a incrementar el ingreso familiar de las artesanas textiles que no forman parte de una asociación debidamente constituida con la finalidad de obtener financiamiento del Fondo Internacional Agrario a través del Proyecto Sierra y Selva Alta y demás programas y proyectos de fondos concursables, de las diferentes instituciones públicas (Portafolios, Programas y Proyectos), empresas privadas y ONG dedicadas a la asociatividad.

1.2.3. *Justificación institucional y personal*

Este estudio tuvo como fin establecer la conexión entre la colaboración entre artesanos textiles y los ingresos de las familias en la provincia de interés, lo cual se llevó a cabo con la finalidad de comprender cómo el bienestar económico de las familias que se dedican a la productividad de artesanía textil y la posibilidad de mejorar sus ingresos y calidad de vida están intrínsecamente vinculados a su capacidad para producir y vender sus productos. Por ello, las asociaciones en estudio estuvieron de acuerdo en ser parte de esta investigación y se comprometieron a brindar todas las facilidades para ello.

1.3. Delimitación de la investigación

1.3.1. *Delimitación geográfica*

La investigación se realizó en la provincia de San Miguel en la región de Cajamarca, aplicada a las artesanas textiles de la provincia en mención.

1.3.2. *Delimitación temporal*

Fue llevado a cabo durante el año 2021, ya que son asociaciones que viene trabajando para fortalecer la asociatividad y con ello también mejorar sus ingresos familiares.

1.3.3. *Delimitación socio demográfico*

Esta investigación se dirigió hacia las asociaciones de mujeres que trabajan con textiles en la localidad de San Miguel, ubicada en la región de Cajamarca.

1.4. Limitaciones

El desarrollo de la presente tesis presentó ciertas limitaciones durante la etapa de recojo de información, tales como:

Para la aplicación del cuestionario, debido a la gran dispersión de las viviendas en la zona rural de las artesanas que integran las asociaciones de artesanía textil. Se logró solucionar este inconveniente aprovechando las reuniones mensuales de las asociaciones aplicando el cuestionario a las artesanas que sus viviendas estaban más alejadas de centro poblado o caserío de la provincia en estudio, de acuerdo con las unidades de análisis de la muestra establecida.

Una limitación importante fue la disponibilidad de tiempo, tanto del investigador como de las artesanas participantes. Las actividades laborales del investigador y la distancia a la provincia de estudio restringieron las oportunidades de recopilación de datos. Para superar este obstáculo, se implementó una estrategia de planificación cuidadosa, sincronizando las visitas de campo con las reuniones mensuales de las

artesanas. Esta adaptación metodológica permitió maximizar la eficiencia en la recolección de información, aunque potencialmente limitó la profundidad de las interacciones individuales y la observación de dinámicas cotidianas fuera de estos encuentros programados.

1.5. Objetivos

1.5.1. *Objetivo general*

Determinar la contribución de la asociatividad en la generación del ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el año 2021.

1.5.2. *Objetivos específicos*

a. Establecer la relación entre la productividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

b. Determinar la relación entre la comercialización y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

c. Evaluar la relación entre la competitividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

d. Determinar la relación entre la asociatividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Internacionales

Chirán (2018), en su estudio de pregrado denominado “Propuesta de Asociatividad para generar desarrollo en el sector textil artesanal del cantón Otavalo”. Los resultados revelaron que los fabricantes consideran viable la colaboración para mejorar la eficiencia y competitividad de sus productos, permitiéndoles competir en mercados internacionales frente a países como Perú, China e India. La metodología empleada fue la mixta, la cual combina elementos cualitativos provenientes de la revisión de literatura y entrevistas a informantes claves, así como elementos cuantitativos a través del análisis de encuestas realizadas a los productores textiles otavaleño. La investigación concluyó que la asociatividad podría reducir costos, fortalecer la presencia en el mercado, facilitar la adopción de nuevas tecnologías y mejorar el acceso a financiamiento. Sin embargo, persisten obstáculos, como la falta de cohesión entre productores y el limitado apoyo de las autoridades locales, lo que impide el pleno aprovechamiento de estas oportunidades.

Rojas (2018), en su investigación de maestría titulada “El efecto de la asociatividad sobre el mejoramiento de las condiciones de vida de los productores rurales del Norte del Cauca”. Emplearon la metodología cuantitativa con diseño pre-experimental (pre prueba - post prueba). Utilizó muestreo no probabilístico, aplicando encuestas con enfoque bayesiano. Los resultados mostraron un aumento positivo y significativo de 19,23 unidades en el índice de calidad de vida de los productores, lo que refleja una mayor satisfacción con su situación. Además, se destacó que el acceso a cuentas bancarias y líneas de crédito fue clave para mejorar la seguridad financiera y fomentar el desarrollo económico. Se concluyó que la asociatividad no solo mejoró el

bienestar general de los productores, sino que también fortaleció las oportunidades de inversión productiva y desarrollo sostenible en las áreas rurales del norte del Cauca.

Vilcacundo (2018), en su tesis de maestría titulada “Las redes empresariales como factor de competitividad de los productores textiles de la parroquia Pasa”. La metodología aplicada fue la cuantitativa con enfoque deductivo, diseño no experimental, utilizó investigación documental y de campo, nivel descriptivo-correlacional, empleando encuestas y análisis estadístico correlacional. Los resultados evidenciaron que el sector textil de la parroquia enfrenta grandes desafíos debido a un bajo nivel de asociatividad. Esta falta de colaboración ha afectado negativamente su competitividad, dejándolos en desventaja frente a sus competidores. La investigación concluyó que, en una industria textil altamente competitiva, los productores que se asocian tienen una mejor posición en el mercado. Para superar los desafíos actuales y mejorar su competitividad, se necesita fortalecer la colaboración entre los actores del sector, lo que permitiría compartir recursos y conocimientos, mejorar la calidad de los productos y aumentar la influencia en el mercado, beneficiando a toda la comunidad de la parroquia Pasa.

Ayala y Castro (2015), en su investigación de pregrado titulada “Modelo de negocio asociativo mixto para los confeccionistas artesanales e informales de la ciudad de Guayaquil - Ecuador, periodo 2014 - 2019”. Su metodología fue la mixta (cuantitativa-cualitativa) con diseño descriptivo-propositivo, combinó investigación documental y de campo. Los resultados mostraron que los confeccionistas no han aprovechado los beneficios de la asociatividad, debido a su falta de comprensión sobre su importancia. Además, la escasez de conocimiento sobre las ventajas de colaborar en redes empresariales ha limitado su capacidad para mejorar sus prácticas y competir en el mercado. La investigación concluyó que la asociatividad podría optimizar recursos, compartir conocimientos y mejorar la capacidad de negociación. Sin embargo, la falta de concienciación y educación en este ámbito ha sido un obstáculo. Para avanzar, es

necesario sensibilizar y capacitar a los confeccionistas sobre los beneficios de la asociatividad, lo que fortalecería su competitividad.

Sánchez (2015), en su estudio de pregrado titulado “El impacto de la asociatividad en el nivel de ingresos de los productores agrícolas en la parroquia Pasa del Cantón Ambato”. Cuya metodología fue mixta (cualitativa-cuantitativa), diseño descriptivo-explicativo. Empleó investigación de campo y documental. Aplicó encuestas a productores agrícolas y consumidores. Análisis mediante métodos matemáticos y estadísticos para comprobar hipótesis. Los resultados mostraron que la asociatividad tiene un impacto positivo y significativo en los ingresos de los agricultores asociados, en comparación con aquellos que no participan en asociaciones. Aunque algunos incrementos en los ingresos no fueron sustanciales, la investigación concluyó que los productores asociados sí experimentaron mejoras en su nivel económico. Esto sugiere que la asociatividad es una estrategia beneficiosa, aunque su impacto puede variar según factores como el nivel de colaboración, el sector agrícola y el contexto local. Se resalta la importancia de seguir promoviendo la asociatividad para fortalecer los ingresos de los productores y mejorar sus perspectivas económicas a largo plazo.

2.1.2. Nacionales

Chavarria (2021), en su investigación de postgrado titulada “Asociatividad empresarial y capacidad para la internalización comercial de los artesanos textiles exportadores de la región Ayacucho, 2021”. La metodología que se empleó fue de tipo aplicada, de nivel descriptivo correlacional y de diseño no experimental. La población de estudio es de 53 artesanos textiles de la región Ayacucho empadronados en la Dircetur. Los resultados revelaron una relación moderada entre la cooperación empresarial y la expansión comercial internacional de los artesanos textiles ($Rho = 0,699$; $p = 0,000$). Se concluyó que la asociatividad permite a los artesanos combinar recursos y conocimientos para enfrentar los desafíos de la internacionalización, como compartir costos de marketing, participar en ferias internacionales y acceder a financiamiento

conjunto. Además, la cooperación facilita la promoción conjunta de la cultura y tradiciones locales, lo que resulta atractivo para los consumidores internacionales interesados en productos auténticos y únicos.

Zapata (2021), en su estudio de pregrado denominado "Ventajas de la asociatividad para promover la exportación de artesanías textiles de Huancayo". Emplearon la metodología cualitativa con paradigma postpositivista, empleó método etnográfico y estudio de casos, utilizó observación, entrevistas y revisión documentaria como técnicas de recolección. Los resultados indicaron que la asociatividad es una alternativa valiosa para enfrentar los desafíos comerciales, ya que permite a los artesanos aprovechar sus habilidades individuales y fortalecerse colectivamente para competir de manera más efectiva en diversos mercados. Se concluyó que la asociatividad brinda ventajas empresariales, económicas, logísticas e informativas, que permiten a los artesanos mejorar sus negocios, incrementar sus ingresos y competir exitosamente en el mercado, preservando al mismo tiempo sus tradiciones culturales y artísticas únicas.

Bardales y Urquía (2019), en su investigación de postgrado titulada "Relación entre la asociatividad y nivel de ingresos en la Asociación de Productores Agropecuarios la Campiña, distrito de Cuñumbuqui, San Martín, 2018". La metodología empleada fue cuantitativa, de tipo aplicada, nivel descriptivo correlacional y diseño no experimental transversal. Se utilizó la observación directa y análisis estadístico para establecer relaciones entre variables. Los resultados revelaron una relación positiva y sólida entre la asociatividad y los ingresos de los productores, con un coeficiente de correlación de 0,916. Se concluyó que los principales obstáculos, como la falta de inversión, capacidades individuales, asistencia técnica, alianzas estratégicas y acceso a nuevos mercados, deben ser abordados para mejorar la asociatividad. Al enfocarse en estas áreas, los productores podrán fortalecer su colaboración y trabajar hacia un futuro más próspero y sostenible para su comunidad.

Alva y Diestra (2018), en su investigación de pregrado titulada “La asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil de Santiago de Chuco - 2018”. La metodología empleó diseño no experimental de corte transversal descriptivo. Se empleó investigación documental y observacional para analizar los beneficios de la asociatividad sin manipular variables. Los resultados indicaron que los artesanos textiles están aprovechando diversas ventajas de la asociatividad, tales como canales de distribución, certificación de calidad, precios de mercado, productividad, acceso a nuevos mercados, capacidad de negociación, recursos financieros y capacitación. Sin embargo, solo se está utilizando el 80% de las ventajas que el MINCETUR considera esenciales para la exportación. Se concluyó que la asociatividad colectiva no solo fortalecerá la posición de los artesanos en el mercado, sino que también contribuirá a preservar y difundir su rica herencia cultural y artística en la región.

Advíncola (2019), en su investigación de pregrado titulada “Asociatividad como factor crítico para el desarrollo de clústeres: el caso del conglomerado del subsector confecciones en el Emporio Comercial de Gamarra”. La metodología empleó un enfoque mixto con predominancia cualitativa, de alcance exploratorio-descriptivo y diseño de estudio de caso. Se utilizaron múltiples fuentes de evidencia para triangular información. Los resultados revelaron que la falta de asociatividad en Gamarra se debe a la ausencia de un elemento común que conecte a los participantes, la carencia de un liderazgo representativo, la desconfianza generalizada y el individualismo entre los empresarios. Para resolver esta situación, es necesario crear una identidad compartida que fomente la asociatividad entre las organizaciones del Emporio Comercial. Se concluyó que mejorar los niveles de asociatividad en Gamarra requiere un enfoque integral que aborde aspectos como la identidad común, el liderazgo sólido, la construcción de confianza y la promoción de una mentalidad colaborativa. Al trabajar en estos aspectos, se pueden maximizar los beneficios de la cooperación, en beneficio no solo de los empresarios individuales, sino de toda la industria textil del Emporio Comercial.

2.1.3. Locales

De la Cruz y Bustamante (2020), en su investigación de postgrado titulada “Análisis de la Artesanía Textil de la provincia de Chota - Cajamarca”. Emplearon la metodología cuantitativa con un diseño no experimental teniendo como técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario para recabar la información. Los resultados evidencian que el sector artesanal está mayormente integrado por jóvenes artesanas. Se reconocieron diez áreas clave relacionadas con la capacitación y formación productiva. Las ferias, los mercados locales y las ventas en calles durante festividades se identificaron como las principales formas de comercialización. Asimismo, el sector se beneficia del apoyo financiero proporcionado por la Ley del Artesano. Se concluyó que la artesanía no solo permite la expresión creativa, sino que también impulsa la innovación, ofreciendo a los artesanos de Chota la posibilidad de desarrollar productos únicos y de calidad.

Díaz y García (2018), en su estudio de pregrado titulado “Asociatividad de los productores de textiles artesanales de la provincia de San Miguel - Cajamarca para promover su exportación al mercado canadiense, 2020”. La metodología fue cuantitativa con diseño no experimental, transversal y descriptivo. Se recopiló y analizó datos de la población en su ambiente natural sin manipular variables. Los resultados muestran que la asociatividad puede incrementar la capacidad de exportación y facilitar el acceso a nuevos mercados, lo que podría traducirse en un aumento de ventas en el mercado canadiense, siempre que las artesanas mejoren su productividad. Sin embargo, se evidenció una falta de cohesión entre las asociaciones y un escaso apoyo en la región. Concluyeron que la coordinación y la asociatividad son esenciales para maximizar el potencial exportador y superar desafíos compartidos, destacando que establecer lazos más fuertes y una red de apoyo mutuo es crucial para avanzar en este proceso.

Carrera y Mendoza (2017), en su investigación de pregrado titulada “Estrategias de asociatividad de los productores de la provincia de Bambamarca para la producción

de pulverizado de arracacha, utilizada en pastelería gourmet con el fin de comercializarlo en el mercado holandés en el año 2017”. La metodología empleada fue de tipo aplicada con diseño no experimental. Se trabajó con una población de 47 productores asociados, utilizando técnicas de recolección de datos directa. Los resultados indicaron que la escasa asociatividad se debía a la falta de conocimiento sobre los beneficios de la colaboración. Se concluyó que el proyecto empresarial y el plan económico para la producción de arracacha en polvo resultaban rentables y atractivos para un mercado selecto como el holandés. Por ello, la asociatividad entre los productores es clave para fomentar el desarrollo del sector de arracacha y expandir productos lucrativos, como la arracacha pulverizada, en mercados internacionales.

Chuquimango (2017), en su estudio de pregrado denominado “La productividad de artesanía textil en el distrito de Cajamarca año 2016”. La metodología empleó un enfoque mixto, de alcance exploratorio-descriptivo-explicativo. Combinó investigación bibliográfica con análisis de campo para estudiar la productividad artesanal textil en Cajamarca. Los resultados mostraron que la mayoría de los artesanos se dedican a tiempo completo a su trabajo, y que tanto la experiencia laboral como el nivel educativo impactan en la eficiencia laboral. Se observó que, a medida que aumenta el tamaño de la producción artesanal, los artesanos utilizan más capital propio en comparación con el capital de terceros. En conclusión, se sugirió que las estrategias de desarrollo, capacitación y promoción derivadas de estos hallazgos pueden beneficiar a los artesanos y a la comunidad, promoviendo un crecimiento sostenible y una mayor valoración de esta tradición artesanal.

Vega y Cubas (2017), en su estudio de postgrado denominado “Gestión empresarial y competitividad en las asociaciones de productores de leche del centro poblado Combayo, distrito La Encañada - Cajamarca”. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo no experimental, correlacional. Los resultados revelaron una asociación significativa entre la gestión empresarial y la competitividad de las

asociaciones, con un coeficiente de correlación del 83.80% (0.838), lo que indica una correlación positiva considerable. En conclusión, destacaron la importancia de promover prácticas de gestión empresarial más efectivas y de implementar estrategias que aumenten la capacidad competitiva de las agrupaciones, lo que beneficiará tanto a los productores individuales como al desarrollo económico y bienestar general de la comunidad.

2.2. Marco epistemológico de la investigación

El fundamento epistemológico para la investigación se basa principalmente en la epistemología feminista, según Wigginton y Lafrance (2019) surge en las últimas décadas como una corriente crítica que cuestiona los sesgos androcéntricos presentes en la producción de conocimiento científico a lo largo de la historia y, plantea que el conocimiento ha sido elaborado tradicionalmente desde una perspectiva masculina que invisibiliza y excluye las experiencias y subjetividades de las mujeres; frente a esto, como expresaron Abakedi y Egbai (2020) propone formas alternativas de construir saberes que hagan visibles esas voces silenciadas, donde, defiende que el género es una variable analítica fundamental que debe incorporarse, pues influye significativamente en la productividad del conocimiento, asimismo, identifica sesgos de género en las metodologías científicas convencionales, por lo que promueve el desarrollo de métodos participativos y horizontales que empoderen a las mujeres como sujetos y agentes activos en la investigación.

La epistemología feminista analiza cómo las relaciones de género y poder influyen en la producción del conocimiento, argumentando que las perspectivas predominantes suelen reflejar las experiencias de grupos dominantes, marginando otras voces. Esta corriente crítica la noción de objetividad tradicional, que presume una separación posible entre el conocedor y lo conocido, y propone en su lugar una "objetividad fuerte", que reconoce la situación social y personal de quienes producen conocimiento. Así, defiende que el conocimiento es más confiable y completo cuando

incorpora diversas perspectivas, especialmente aquellas de grupos históricamente marginalizados, facilitando una comprensión más integral y menos sesgada de la realidad (Toole, 2022).

En el ámbito de los estudios vinculados al trabajo femenino, la epistemología feminista permite analizar en profundidad las dinámicas de empoderamiento de las mujeres, sus estrategias económicas, las limitaciones materiales y simbólicas que enfrentan en contextos laborales masculinizados, la cual, según Toole (2022) aporta una mirada crítica sobre el impacto negativo que tienen el sistema patriarcal y el capitalismo globalizado en la realidad y experiencias de las mujeres, donde, su contribución es dar relevancia a las voces y saberes de las mujeres, romper con sesgos androcéntricos y generar conocimientos situados que buscan la transformación social. Ahora bien, en contextualización al tema esta corriente aporta una mirada integral, dado que, permite visibilizar las experiencias económicas y laborales de las mujeres artesanas, sus estrategias asociativas y sus luchas, que usualmente son invisibilizadas en los estudios tradicionales sobre trabajo, donde, al poner en el centro las voces de las mujeres se pueden reconstruir sus vivencias y la manera en que ellas conceptualizan la asociatividad.

Asimismo, esta corriente posibilita analizar críticamente las limitaciones y desigualdades de género que enfrentan en la esfera productiva, en este sentido, la epistemología feminista también permite examinar cómo la participación en asociaciones incide en el empoderamiento económico de las artesanas, en términos de acceso y control de recursos, toma de decisiones, autonomía, etc., donde, se puede reconstruir cómo desde la asociatividad las mujeres generan estrategias para mejorar sus ingresos y posición en la estructura social.

Por otra parte, también se considera como corriente epistemológica del constructivismo, en la cual concordando con Danielyan (2023) se plantea que el conocimiento no es un dato objetivo que se descubre, sino que es construido

activamente por los sujetos cognoscentes a partir de sus experiencias e interacciones con el mundo, además, se sostiene que no hay una realidad única, externa e independiente de la mente, sino que la realidad misma es el resultado de procesos individuales y colectivos de conceptualización. Por tanto, el conocimiento es una producción o construcción humana en la cual los individuos van generando explicaciones situadas desde sus propias percepciones y marcos de interpretación.

Desde la perspectiva constructivista, en la investigación social es fundamental reconstruir y analizar los significados subjetivos que los diferentes actores sociales le otorgan a sus prácticas en contextos histórico-culturales específicos, donde, según Burns et al. (2022) el énfasis está puesto en comprender las conceptualizaciones, valoraciones, representaciones simbólicas y marcos de sentido con los que los objetos estudiados interpretan y actúan en sus mundos de vida. El conocimiento se genera a través de un proceso intersubjetivo en el cual el investigador y objetos investigados interactúan y negocian significados, además, aporta así herramientas metodológicas que permiten aproximarse a la complejidad de las percepciones, experiencias y dinámicas relacionales que se dan en los fenómenos sociales y, posibilita develar las construcciones sociales que subyacen a las prácticas y comprensiones de la realidad de los diversos grupos humanos.

El constructivismo social es una teoría sociológica que sostiene que el conocimiento y los significados son construidos histórica y culturalmente a través de procesos y acciones sociales. Desde esta perspectiva, la comunicación de crisis se entiende como el proceso mediante el cual los actores sociales describen, explican o dan cuenta de una crisis, desafiando así las visiones más tradicionales o racionalistas. Al adoptar un enfoque constructivista social en la investigación de crisis, se añaden consideraciones sociales y culturales al análisis, enriqueciendo la gestión de crisis con una mayor profundidad. Sin embargo, la aplicación del constructivismo social en la comunicación de crisis enfrenta desafíos debido a definiciones ambiguas y debates.

En coherencia a lo anterior, se argumenta que esta corriente epistemológica permite comprender cómo las artesanas textiles conceptualizan la asociatividad, qué percepciones, valoraciones y sentidos le otorgan a su participación en agrupaciones y colectivos, además, posibilita reconstruir el significado que tiene para ellas la asociatividad en tanto estrategia para mejorar sus condiciones de vida y trabajo. Asimismo, favorece el análisis de cómo se construyen socialmente las identidades y roles de las artesanas en sus comunidades, y cómo influyen en su vinculación a las asociaciones, también permite examinar las dinámicas relacionales al interior de los grupos y sus efectos. Desde el punto de vista metodológico, esta corriente plantea la necesidad de generar el conocimiento en interacción con las artesanas, contrastando sus diversas conceptualizaciones y significados, evitando visiones externas. Aporta así una mirada situada que parte de las percepciones de las mujeres sobre su realidad y su agencia.

Respecto al tema tratado, también es relevante el marco epistemológico de la Economía Social y Solidaria (ESS) reviste una importancia crucial en el contexto de la cooperación empresarial, especialmente bajo el prisma de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. La ESS promueve un modelo económico alternativo centrado en la justicia, la cooperación, y el bienestar colectivo, contraponiéndose al paradigma tradicional de acumulación de capital. Al situar al ser humano y su entorno en el núcleo de sus actividades, la ESS no solo aboga por una distribución equitativa de los recursos y beneficios, sino que también fomenta prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. Este enfoque epistemológico ofrece un camino viable para abordar y superar las contradicciones internas y los desafíos de medición que enfrentan los ODS, especialmente en lo que respecta al crecimiento económico y la sostenibilidad ecológica (Villalba et al., 2020).

La ESS representa un sector económico que se distingue tanto del sector público como del privado, enfocándose en organizaciones y empresas, como cooperativas y

asociaciones, que buscan producir bienes, servicios y conocimientos con objetivos económicos y sociales simultáneos, promoviendo la solidaridad. Su esencia radica en reinsertar las actividades económicas en contextos sociales, culturales y ecológicos, con el fin de que la economía sea controlada localmente y sirva a la vida en lugar de amenazarla. La ESS es crucial para la transformación hacia la sostenibilidad, enfatizando en objetivos sociales, económicos y ambientales, y contribuyendo significativamente a la agenda de desarrollo sostenible. Además, fortalece la participación, la autodeterminación, el empoderamiento y el bienestar de las comunidades, especialmente de aquellas marginadas y vulnerables, a través de la inclusión social y el empoderamiento (Tadesse y Elsen, 2023).

La ESS representa un enfoque de organización económica que prioriza las necesidades humanas y el bienestar colectivo por encima del capital y las ganancias individuales. Históricamente, surgió en respuesta a las deficiencias del modelo capitalista, ofreciendo un sistema alternativo que enfatiza la cooperación, la reciprocidad y la solidaridad en la producción, distribución y consumo de bienes y servicios. Este modelo se distingue por su capacidad para integrar valores éticos y principios de equidad en sus prácticas económicas, promoviendo la democracia y la autogestión dentro de las organizaciones que lo componen. Importante tanto en Europa como en América Latina, la ESS aborda problemas socioeconómicos a través de iniciativas que van desde el comercio justo hasta monedas comunitarias, buscando transformar estructuralmente la economía para crear un desarrollo sostenible y una mayor justicia social. Este enfoque no solo desafía las prácticas económicas convencionales, sino que también ofrece soluciones concretas para la crisis ambiental y la desigualdad creciente, redefiniendo el papel de la economía en la sociedad (Malagón, 2021).

La ESS juega un papel crucial en la cooperación entre individuos y organizaciones al promover un modelo económico centrado en las personas más que en el capital. En la ESS, las decisiones se toman democráticamente bajo el principio de

"una persona, un voto", independientemente de la inversión de capital, fomentando así la equidad y la participación activa de todos los miembros. Esta estructura impulsa la colaboración mutua y la responsabilidad compartida, lo que resulta en una gestión más inclusiva y representativa. Además, la ESS se enfoca en satisfacer las necesidades reales de las comunidades a través de actividades económicas que son sostenibles y moralmente orientadas, lo que fortalece los vínculos comunitarios y facilita una red de apoyo solidario. Este enfoque no solo mejora la cohesión social y económica, sino que también crea resiliencia frente a crisis económicas o sociales, permitiendo una respuesta más coordinada y efectiva a los desafíos compartidos (Egorov y Inshakov, 2021).

La Economía Social y Solidaria destaca como un paradigma fundamental en el desarrollo socioeconómico contemporáneo, ofreciendo un enfoque holístico que prioriza el bienestar colectivo sobre la acumulación individual de capital. Su importancia radica en su capacidad para integrar objetivos económicos, sociales y ambientales, promoviendo así un desarrollo más equitativo y sostenible. Esta teoría se relaciona estrechamente con la asociatividad, ya que proporciona un marco ideal para la formación y fortalecimiento de asociaciones productivas, especialmente en contextos rurales y comunidades marginadas. La ESS fomenta la cooperación, la toma de decisiones democrática y la autogestión, principios que son esenciales para el éxito de las iniciativas asociativas. Al promover estos valores, la ESS facilita la creación de redes de apoyo mutuo y colaboración entre los miembros de una comunidad, potenciando su capacidad para enfrentar desafíos económicos y sociales de manera conjunta, lo que resulta particularmente beneficioso para grupos como las artesanías rurales, permitiéndoles mejorar sus condiciones de vida y contribuir al desarrollo sostenible de sus comunidades.

2.3. Marco doctrinal

2.3.1. Teoría de las redes sociales

Gamper, Dentro de las teorías consideradas se aborda la teoría de redes sociales, la cual según Li et al. (2022), es un enfoque conceptual que se dedica a examinar las conexiones y comunicaciones entre personas, colectivos y entidades, donde, se aborda cómo las personas se conectan mediante vínculos directos o indirectos creando estructuras en red que posibilitan diferentes tipos de intercambios, además, se plantea que las posiciones de los actores en las redes y sus patrones de conexión tienen efectos importantes para la obtención de recursos, información, apoyo y oportunidades. Desde este enfoque se concibe al capital social como los beneficios que obtienen las personas por su participación en redes sociales, donde, según Li et al. (2021), la posición en la red, el tamaño de ésta y su densidad pueden proveer acceso a recursos económicos, materiales y simbólicos, así, el análisis de redes es útil para comprender dinámicas de generación de capital social.

En este sentido y en coherencia a lo anterior, en el caso de las artesanas, la teoría de redes permite examinar cómo su participación en asociaciones contribuye a ampliar su red de contactos, acceder a apoyos y oportunidades que pueden mejorar su desempeño productivo y económico, además, permite mapear y medir el capital social derivado de la colaboración entre pares, identificando actores claves y analizando las normas de reciprocidad, por tanto, ofrece herramientas para investigar si la densidad y diversidad de las redes asociativas incide en mayores ingresos familiares para las artesanas. Este enfoque permite examinar cómo las conexiones y estructuras de red influyen en el acceso a recursos, información y oportunidades. Es particularmente relevante para comprender cómo la participación en asociaciones puede ampliar el capital social de las artesanas, potencialmente mejorando su desempeño productivo y económico.

2.3.2. Teoría del capital humano

Así mismo, también se aborda la teoría del capital social, en concordancia con Ganon y Roberts (2020), se aborda cómo las relaciones sociales y la participación en redes pueden generar una serie de recursos que benefician a individuos y grupos dentro de una sociedad, donde, estos recursos no solo incluyen aspectos económicos, como el acceso a oportunidades comerciales y financieras, sino también dimensiones sociales, como la confianza, la solidaridad y el apoyo mutuo. Además, la noción de capital social implica que las conexiones y relaciones entre las artesanas no solo les brindan acceso a oportunidades comerciales y financieras, como la posibilidad de acceder a nuevos mercados o a financiamiento conjunto, sino que también fomentan la construcción de confianza y solidaridad entre ellas, lo cual puede traducirse en una mayor cooperación y apoyo mutuo, lo que puede ser fundamental en momentos de dificultades económicas o al enfrentar desafíos específicos en su industria.

Aunado a ello, como recalcan Thomas y Gupta (2021), el capital social actúa como un facilitador de la transmisión de conocimientos y tradiciones culturales entre generaciones, desempeña un papel esencial en el fortalecimiento de la cohesión cultural y la identidad de la comunidad, por ende, esta dimensión del capital social va más allá de los beneficios económicos y se centra en la riqueza cultural y patrimonial de una sociedad. Para el presente estudio, este planteamiento teórico adquiere relevancia al examinar cómo la asociatividad puede influir en los recursos disponibles para estas mujeres y sus familias, donde, la formación de grupos o asociaciones entre artesanas puede generar una serie de beneficios, como el intercambio de conocimientos técnicos, la colaboración en la comercialización de productos, el acceso a créditos o financiamiento conjunto, y la apertura a nuevos mercados, por ende, estos activos sociales pueden traducirse en un aumento de los ingresos familiares, lo que, a su vez, mejora las condiciones de vida.

Es fascinante observar cómo estas conexiones van más allá de lo económico, tejiendo una red de confianza y apoyo mutuo. La perspectiva de Thomas y Gupta (2021) añade una dimensión cultural crucial, mostrando cómo estas redes preservan tradiciones y fortalecen identidades. En el contexto de las artesanas textiles, esta teoría es una lente poderosa para entender cómo la colaboración puede no solo aumentar ingresos, sino también enriquecer vidas, preservar herencias culturales y empoderar comunidades enteras.

2.3.3. Teoría de género y trabajo

Es una perspectiva fundamental para comprender las dinámicas laborales y económicas de las artesanas textiles, ya que, de acuerdo con Schneider y Boss (2019), es un enfoque sociológico que se centra en el análisis de las cuestiones de género en el ámbito laboral, donde, su objetivo principal es comprender cómo el género, es decir, las identidades, roles y relaciones de hombres y mujeres, influye en las experiencias laborales, las oportunidades económicas y las dinámicas sociales; además, también reconoce que en muchas sociedades, existen desigualdades de género arraigadas en el mundo laboral, como la discriminación salarial, la segregación ocupacional y la falta de acceso a oportunidades económicas para ciertos grupos de género.

Por consecuencia, y como expresó Hearn (2019), este planteamiento teórico busca analizar y desafiar estas desigualdades, así como explorar cómo las estructuras sociales y las políticas pueden influir en la equidad de género en el ámbito laboral, donde, se examinan temas como la segregación ocupacional (la tendencia de hombres y mujeres a trabajar en diferentes industrias o sectores), la brecha salarial de género, la división del trabajo doméstico y la participación de las mujeres en roles de liderazgo y toma de decisiones en el trabajo. En el contexto de las artesanas textiles, esta teoría puede aplicarse para comprender las diferencias de género en los ingresos familiares, las posibilidades financieras y el fortalecimiento de las mujeres dentro del marco de la colaboración y la creación artesanal.

Su enfoque en cómo el género influye en las experiencias laborales y oportunidades económicas es particularmente relevante, ya que complementa el análisis, destacando la importancia de desafiar las desigualdades estructurales. En el contexto de las artesanas, esta teoría proporciona un marco valioso para examinar cómo la asociatividad puede influir en los ingresos familiares y el empoderamiento femenino, considerando las dinámicas de género específicas de la industria artesanal.

2.3.4. Teoría de Porter

El "Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter", según Ndubuisi (2018), trata de una metodología de evaluación ampliamente empleada para analizar la rivalidad en el ámbito corporativo. Las cinco fuerzas propuestas por Porter proporcionan una estructura que permite a las empresas comprender su contexto competitivo y tomar decisiones fundamentadas, en este contexto, la primera fuerza, que es la rivalidad entre competidores actuales, donde alude a la intensidad de la competencia en una industria en particular, donde, un alto grado de rivalidad puede resultar en una disminución de los márgenes de beneficio y una competencia feroz por la cuota de mercado, por otro lado, la segunda se refiere a la posibilidad de que nuevos competidores entren en el mercado, evalúa la viabilidad de que nuevas compañías ingresen y compitan en él, por ello, cuanto más sencillo sea el acceso, mayor será la amenaza para las empresas ya establecidas en el sector.

Por otro lado, la tercera y cuarta fuerzas, de acuerdo con Islami et al. (2020), se refieren al poder de negociación de proveedores y compradores, respectivamente, donde, los proveedores pueden ejercer presión si tienen el control sobre insumos clave, mientras que los compradores pueden influir en los precios si son un grupo poderoso y, la quinta fuerza, que es la amenaza de productos alternativos, se refiere a la posibilidad de que los consumidores opten por otras opciones en lugar de los productos o servicios de una empresa. En conjunto brindan a las empresas una comprensión completa de su entorno competitivo, lo que les permite desarrollar estrategias efectivas para

mantenerse y prosperar en su mercado objetivo. Por otro lado, es importante destacar que este planteamiento teórico permite analizar las dinámicas competitivas que afectan los ingresos de estas artesanas, donde se puede evaluar la rivalidad entre grupos de artesanas o asociaciones textiles en un área determinada y cómo esto puede influir en los precios y, por ende, en los ingresos familiares, además, se puede considerar si la asociatividad actúa como un obstáculo que dificulta la entrada de nuevos competidores al mercado, cómo afecta la capacidad de negociación con proveedores y compradores, y si contribuye a la creación de productos únicos que son menos susceptibles a la amenaza de productos sustitutos. En última instancia, este enfoque brinda una herramienta valiosa para comprender cómo la colaboración y la competitividad en el mercado afectan los niveles de ingresos y la calidad de vida de las artesanas textiles.

Su aplicación permite examinar cómo la asociatividad influye en la dinámica competitiva del sector, afectando aspectos como la rivalidad entre grupos, las barreras de entrada, el poder de negociación y la diferenciación de productos. Esta perspectiva es crucial para entender cómo la colaboración entre artesanas puede impactar sus ingresos familiares y su posición en el mercado.

2.3.5. Asociatividad

Se refiere a la acción de unirse o colaborar en un grupo o entidad con un propósito común, donde, según Suleykin et al. (2022), esta colaboración puede involucrar a individuos, organizaciones, empresas o comunidades que trabajan juntos para alcanzar objetivos compartidos, además, implica una forma de cooperación donde las partes involucradas contribuyen con sus recursos, conocimientos y esfuerzos de manera conjunta para lograr resultados que pueden ser beneficiosos para todos los miembros del grupo. De acuerdo con Lucero y Torres (2020), se considera que esta práctica puede abordar una amplia gama de áreas, desde negocios y desarrollo económico hasta proyectos sociales y culturales. La asociatividad se basa en principios

de solidaridad, confianza mutua y coordinación para alcanzar metas que pueden ser difíciles de lograr de manera individual.

Por otro lado, como destacaron Quiroz et al. (2021), la asociatividad puede manifestarse a través de alianzas estratégicas, redes de colaboración o joint ventures, donde las empresas trabajan juntas en proyectos específicos para aprovechar sinergias y recursos compartidos. En el ámbito comunitario y social, la asociatividad puede traducirse en la formación de organizaciones sin fines de lucro, cooperativas o grupos de voluntarios que buscan abordar problemas comunes, mejorar la calidad de vida de los miembros o promover causas sociales. La asociatividad es una poderosa herramienta que fomenta la cooperación, la creación de valor y el logro de metas colectivas, lo que la convierte en un elemento crucial en diversas esferas de la sociedad y la economía.

2.3.5.1. Importancia de la asociatividad. En palabras de Ospina y Alzate (2018), desempeña un papel fundamental en la sociedad y la economía contemporánea debido a su capacidad para impulsar el desarrollo, la eficiencia y la equidad, aunado a ello, permite a individuos y organizaciones unir fuerzas para abordar desafíos y aprovechar oportunidades que de otro modo serían difíciles de enfrentar de manera individual, lo cual es especialmente relevante en el ámbito empresarial, donde las alianzas estratégicas y las colaboraciones pueden abrir nuevas vías de mercado, mejorar la competitividad y reducir costos a través de economías de escala. En el contexto comunitario, la asociatividad fortalece la cohesión social, ya que promueve la solidaridad y el apoyo mutuo, lo que puede traducirse en una mejor calidad de vida para sus miembros.

Además, la asociatividad, según Parrales et al. (2021), es un motor clave para el desarrollo económico sostenible, dado que, facilita el acceso a recursos compartidos, como financiamiento, conocimiento y tecnología, que son fundamentales para el crecimiento y la innovación, además, la colaboración entre diferentes actores

económicos y sociales puede generar sinergias que impulsan la productividad y la eficiencia en diversos sectores; así mismo, también puede contribuir a abordar problemas sociales y ambientales al promover prácticas responsables y sostenibles. En consecuencia, la asociatividad es un mecanismo poderoso para promover el progreso y el bienestar en la sociedad, ya que combina la capacidad de individuos y organizaciones para lograr resultados conjuntos que benefician a comunidades, empresas y la sociedad en su conjunto.

2.3.5.2. Tipos o enfoques de asociatividad. Los diferentes tipos de asociatividad juegan un papel fundamental en la dinámica empresarial y económica, permitiendo a las organizaciones y empresas unirse en diversas formas para lograr objetivos compartidos, donde, según Saltos y Chele (2022), estas modalidades de colaboración, que van desde las redes de cooperación hasta las joint ventures, tienen la capacidad de potenciar el crecimiento, la eficiencia y la innovación en los sectores empresariales y económicos. A continuación, se exploran en detalle cada uno de estos tipos de asociatividad, destacando sus características clave y cómo influyen en la forma en que las organizaciones trabajan juntas para alcanzar el éxito.

2.3.5.2.1. Redes de cooperación. Estas redes se componen de un grupo de empresas que comparten información específica, procesos y ofertas, manteniendo su autonomía en su forma de operar, además, la cooperación se fundamenta en compartir saberes y recursos para beneficio mutuo, sin perder su independencia (Saltos y Chele, 2022). Así mismo, fortalece las capacidades empresariales de carácter asociativo en dos dimensiones fundamentales: la socio-organizacional, que abarca el capital social, la planeación organizacional y la integración territorial; y la empresarial, que comprende los aspectos económicos, productivos, tecnológicos y la orientación al mercado, permitiendo así consolidar redes efectivas de colaboración entre productores (Sanabria y Salgado, 2023).

2.3.5.2.2. Articulación comercial. Esta forma de asociatividad implica relaciones entre empresas oferentes y demandantes, donde puede haber intermediarios, bróker o negociantes. Además, se establecen conexiones comerciales para facilitar transacciones y satisfacer las necesidades de ambas partes (Saltos y Chele, 2022). Además, este proceso se fundamenta en el desarrollo territorial, donde los actores establecen vínculos sólidos basados en la confianza y reciprocidad, caracterizándose por una robusta articulación entre agentes territoriales y extraterritoriales, así como por la creación de instituciones tanto formales como informales que facilitan la autoorganización y el logro de objetivos comunes, asimismo, esta estructura posibilita la gobernanza territorial mediante la coordinación entre el Estado y las comunidades, abarcando múltiples dimensiones del desarrollo: política, económica, ambiental, social y cultural (Lucero y Torres, 2020).

2.3.5.2.3. Alianza en cadenas productivas. Estas alianzas se construyen a través de acuerdos entre diversos actores involucrados en las etapas de productividad, transformación, distribución y comercialización de productos o servicios, así mismo, conlleva una distribución de tareas en la que cada actor se especializa en una parte del proceso productivo (Saltos y Chele, 2022). Estas estructuras integran un número mayor de productores debido a la naturaleza de la actividad, además, este modelo representa un enfoque de análisis subsectorial que abarca desde la provisión de insumos y la unidad productiva hasta el mercado final, incorporando organizaciones empresariales y servicios de apoyo vinculados al sector (Ruiz, 2012).

2.3.5.2.4. Alianza en clústeres. Se caracterizan por la concentración geográfica de actores interconectados en una actividad productiva específica, donde, la proximidad física facilita la cooperación y el compartir de sabiduría, recursos y métodos óptimos entre compañías similares (Saltos y Chele, 2022). Además, esto implica una aglomeración significativa de empresas de diversos sectores económicos en un área geográfica delimitada, con un perfil de especialización determinado y redes

empresariales interconectadas con servicios de apoyo, fundamentándose en la cooperación entre todos sus eslabones. Los clústeres se extienden tanto vertical como lateralmente, incluyendo proveedores especializados, servicios, infraestructuras de apoyo, instituciones gubernamentales, universidades, parques tecnológicos y servicios especializados de educación, información, reciclaje y apoyo técnico, todos operando en un campo particular e interactuando de manera sinérgica (Ruiz, 2012).

2.3.5.2.5. Joint Venture. En este caso, se forma una nueva entidad empresarial a partir de dos o más empresas independientes que se unen para llevar a cabo una actividad empresarial conjunta, así mismo cada compañía aporta sus recursos y conocimientos para alcanzar objetivos comerciales específicos en conjunto (Saltos y Chele, 2022). Este tipo de asociación es particularmente relevante en las Asociaciones Público-Privadas, donde se combinan las fortalezas de cada parte para un negocio específico. Los aportes pueden ser diversos, incluyendo activos, materia prima, capital, tecnología, know-how, canales de distribución, personal, financiamiento o productos. En el caso de participación pública, frecuentemente se incluyen pólizas de garantías o subsidios, además, una característica distintiva es que las partes mantienen su independencia operativa, uniéndose específicamente para un negocio particular, compartiendo tanto conocimientos y recursos como ganancias y riesgos (Preciado y García, 2019).

2.3.5.3. Características de la asociatividad. De acuerdo con Sanabria y Salgado (2023), es una estrategia de colaboración que se basa en la unión de individuos, compañías o entidades con el fin de lograr metas compartidas., donde, sus características clave abarcan la cooperación, la interdependencia y el beneficio mutuo, puesto que, la misma se sustenta en la cooperación, ya que implica que las partes involucradas trabajen juntas hacia un objetivo compartido en lugar de competir entre sí, además, esta cooperación puede manifestarse en la forma de compartir recursos,

conocimientos, experiencias y esfuerzos para abordar desafíos o aprovechar oportunidades de manera conjunta.

Otra característica esencial de la asociatividad es la interdependencia, dado que, las partes que forman una asociación reconocen que sus acciones y decisiones están conectadas y que el éxito de uno afecta al de los demás, según Sanabria y Salgado (2023), esta interdependencia fomenta la colaboración y la comunicación constante entre las partes, ya que deben coordinar sus esfuerzos para lograr sus metas de manera efectiva. Así mismo, la asociatividad busca generar beneficio mutuo para todas las partes involucradas, lo cual significa que cada miembro de la asociación espera obtener ventajas, ya sea en términos de crecimiento empresarial, eficiencia operativa, acceso a nuevos mercados o cualquier otro beneficio que justifique su participación en la colaboración. En consecuencia, esta organización laboral se caracteriza por la cooperación, la interdependencia y la búsqueda de beneficios compartidos, lo que la convierte en una estrategia poderosa para lograr metas y superar desafíos de manera conjunta.

2.3.6. Ingreso familiar

2.3.6.1. Definición del ingreso familiar. Mancha y Ayala (2020) se refiere al total de recursos económicos que una familia o hogar recibe en un período determinado, generalmente mensual o anual. Este concepto resulta fundamental para el análisis de las condiciones económicas y sociales de las familias, ya que permite medir su capacidad para satisfacer las necesidades básicas, acceder a bienes y servicios, y determinar su calidad de vida.

Según la definición de Mancha y Ayala (2020), se trata del conjunto de recursos económicos que una familia o residencia recibe durante un período específico, típicamente mensual o anual, este ingreso puede originarse en diversas fuentes, como los sueldos y salarios percibidos por los miembros de la familia, ingresos por actividades

económicas como negocios o inversiones, beneficios sociales como pensiones o subsidios, entre otros. En coherencia a ello, este ingreso resulta fundamental para cubrir las necesidades fundamentales de los integrantes del hogar, como alimentación, vivienda, educación, atención médica y otros gastos cotidianos, además, busca cubrir las necesidades básicas, el ingreso familiar también puede destinarse a la inversión, el ahorro o la mejora de la calidad de vida de la familia, como la adquisición de bienes duraderos o la planificación de actividades recreativas.

La medición y el análisis del ingreso familiar son fundamentales para comprender la situación económica de una familia, evaluar su bienestar y su capacidad para alcanzar sus metas financieras, puesto que, como destacaron Cui et al. (2019), el ingreso familiar puede variar considerablemente según la región geográfica, el grado de formación académica de los integrantes del hogar, el tipo de empleo y otras circunstancias. Además, las políticas gubernamentales y las condiciones económicas pueden influir en la cantidad y la estabilidad del ingreso familiar. Por lo tanto, el estudio del ingreso familiar es esencial para diseñar políticas sociales y económicas que fomenten el bienestar de los núcleos familiares. y reduzcan las desigualdades económicas en una sociedad.

2.3.6.2. Importancia del ingreso familiar. Reviste un carácter fundamental en la existencia de individuos y colectivos, ya que incide directamente en el bienestar y el nivel de vida de los hogares, puesto que, como expresó Cappellari (2022), los ingresos familiares proveen los medios indispensables para satisfacer las necesidades esenciales de un núcleo familiar, como alimentación, vivienda, educación y atención médica, puesto que, permite asegurar que los integrantes familiares tenga la posibilidad de acceder a una nutrición adecuada, viviendas seguras y saludable, así como oportunidades educativas que pueden impulsar su desarrollo y crecimiento. Además, un ingreso familiar suficiente y estable contribuye a reducir el estrés financiero y proporciona un entorno más seguro y estable para los miembros de la familia, lo que a su vez influye en su salud física y emocional.

Además, como señalaron Wen et al. (2020), desempeña un papel crucial en la economía de una sociedad, dado que, cuando las familias tienen ingresos suficientes, pueden participar de manera activa en la economía local y nacional al gastar en bienes y servicios, lo que estimula la demanda y el crecimiento económico; por otro lado, un bajo ingreso familiar tiene el potencial de resultar en condiciones de pobreza y aislamiento social, donde podría tener repercusiones negativas en la estabilidad social y política de una comunidad. Por tanto, la importancia del ingreso familiar radica en su capacidad para proporcionar bienestar a las familias, promover el desarrollo individual y colectivo, y aportar al avance económico y social de una sociedad en su globalidad.

2.3.6.3. Desigualdad económica. De acuerdo con Espino et al. (2021), hace alusión a la desigualdad en la repartición de los recursos financieros, la prosperidad y los ingresos en el seno de una comunidad o entre diferentes grupos de población, donde, esta desigualdad se manifiesta cuando una porción considerable de la población cuenta con una mayor disponibilidad de recursos financieros, mientras que otra parte enfrenta carencias y limitaciones económicas. La desigualdad económica puede medirse de varias formas, incluyendo la diferencia en los ingresos salariales, la acumulación de la riqueza en un reducido conjunto de personas o grupos familiares, y la falta de acceso a oportunidades económicas y servicios básicos para ciertos sectores de la población.

Además, como expresaron Kaplan y Delfino (2021), la desigualdad económica tiene importantes implicaciones sociales y económicas, donde, a nivel social, puede generar tensiones, conflictos y divisiones en la sociedad, ya que aquellos que tienen menos recursos económicos pueden sentirse marginados o excluidos, así mismo, puede limitar las oportunidades de movilidad social y perpetuar la pobreza a lo largo de las generaciones. Desde una perspectiva económica, la desigualdad puede frenar el crecimiento económico y la estabilidad, ya que una distribución desigual de los ingresos puede reducir la demanda agregada y limitar el acceso a capital y oportunidades

empresariales para aquellos en la base de la pirámide económica. En consecuencia, la desigualdad económica es un problema complejo que tiene ramificaciones profundas en la sociedad y la economía, y su mitigación suele ser un objetivo importante en las políticas gubernamentales y en el debate público.

2.4. Marco conceptual

2.4.1. Asociatividad

2.4.1.1. Definición de la asociatividad. Quiroz et al. (2021), la asociatividad es la formación de organizaciones sin fines de lucro, cooperativas o grupos de voluntarios que buscan abordar problemas comunes, mejorar la calidad de vida de los miembros o promover causas sociales. A continuación, se presentan las dimensiones respectivas de la asociatividad:

2.4.1.2. Productividad. De acuerdo con Gonzalez (2018) es un enfoque en el que individuos, empresas u organizaciones se unen para producir bienes o servicios de manera colaborativa, lo cual implica compartir recursos, conocimientos y esfuerzos Con el objetivo de mejorar la eficacia y la habilidad en la manufactura. Además, puede abarcar desde la agricultura cooperativa, donde varios agricultores cultivan y cosechan juntos, hasta la manufactura conjunta de productos entre empresas, en este sentido el objetivo principal es optimizar la productividad y reducir costos al trabajar en conjunto. Este aspecto colaborativo, que implica la unión de diversos actores para la producción de bienes o servicios, resalta la importancia del trabajo conjunto y el intercambio de recursos y conocimientos; lo cual es particularmente relevante para el estudio, ya que destaca cómo la asociatividad puede mejorar la eficiencia y la capacidad productiva, abarcando diversos sectores desde la agricultura hasta la manufactura.

- a. **Factores de productividad.** Se refieren a los recursos y elementos esenciales requeridos para llevar a cabo una actividad económica o de producción de manera colaborativa, donde, estos factores pueden incluir mano de obra, capital, tierra, tecnología y otros recursos que son empleados en la productividad ya sea de servicios o bienes, así mismo, se busca aprovechar de manera eficiente y coordinada estos factores para aumentar la productividad y reducir costos (Gonzalez, 2018).
- b. **Costos de productividad.** Se relacionan con los gastos y recursos necesarios para fabricar un producto o brindar un servicio en el contexto de una colaboración o asociación, lo cual incluye los costos de materias primas, mano de obra, equipos, energía y otros elementos que influyen en el proceso de productividad compartida, además, se busca minimizar los costos de productividad al compartirlos entre los miembros de la asociación y aprovechar economías de escala. Esto puede resultar en una disminución relevante de los costos unitarios y en una mayor eficiencia en la producción conjunta (Gonzalez, 2018).

2.4.1.3. Comercialización. Se refiere a la estrategia en la que diferentes actores del mercado se unen para promover y vender sus productos o servicios de manera conjunta, lo cual implica la creación de alianzas comerciales o redes de distribución compartidas. Al asociarse en la comercialización, las partes pueden acceder a un mercado más amplio, aprovechar sinergias en la promoción y distribución, y competir de manera más efectiva. En este sentido, a menudo se utiliza en sectores como el turismo, la agricultura y la venta minorista, donde la colaboración puede acrecentar la visibilidad y la competitividad en el mercado (Gonzalez, 2018). Se destaca la relevancia de la asociatividad en la comercialización como una estrategia fundamental para el éxito en el mercado contemporáneo. Esta aproximación permite a los actores económicos unir

esfuerzos para promocionar y vender sus productos o servicios de manera más eficiente, aprovechando sinergias en promoción y distribución y así acceder a mercados más amplios y mejorar la competitividad, especialmente en sectores como el turismo, la agricultura y el comercio minorista.

- a. **Oferta.** Hace referencia a la cantidad de productos o servicios que los integrantes de una entidad están dispuestos a fabricar y poner a disposición en el mercado. Al trabajar juntos, las partes pueden incrementar su habilidad para fabricar más y, en consecuencia, su oferta conjunta, lo cual puede tener un impacto en la disponibilidad y la cantidad de productos o servicios en el mercado, lo que a su vez puede influir en la competencia y en la determinación de precios (Gonzalez, 2018).
- b. **Demanda.** Guarda relación con el volumen de productos o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado en el que opera una agrupación, donde, al colaborar, las partes pueden influir en la demanda al ofrecer productos o servicios que sean más atractivos para los consumidores (Gonzalez, 2018).

2.4.1.4. Competitividad. Se basa en la idea de que, al unirse y colaborar, las empresas u organizaciones pueden fortalecer su posición en la industria y aumentar su capacidad para competir de manera efectiva, lo cual implica trabajar en conjunto para elevar el nivel de calidad de los productos o servicios, reducir costos, acceder a recursos compartidos y aprovechar la experiencia y los conocimientos de los miembros de la asociación. Además, la competitividad asociativa puede traducirse en una mayor participación en el mercado, un mayor poder de negociación y una mejor capacidad para enfrentar desafíos económicos y comerciales, así mismo, puede fortalecer la producción, la comercialización y la competitividad al permitir la colaboración entre actores en estos aspectos clave de los negocios y la economía (Gonzalez, 2018). Se

considera que la competitividad asociativa es un concepto crucial para entender el potencial de la colaboración empresarial. Se observa que esta estrategia permite a las organizaciones fortalecer su posición en el mercado y mejorar su capacidad competitiva a través de esfuerzos conjuntos y cómo este enfoque puede conducir a una mejora en la calidad de productos y servicios, reducción de costos y acceso a recursos compartidos.

- c. *Compromiso.*** Se refiere al grado de responsabilidad y dedicación que los miembros de una asociación tienen hacia los objetivos compartidos, donde, la asociatividad implica un compromiso mutuo para trabajar juntos hacia metas comunes, lo que requiere la cooperación y la contribución activa de todas las partes comprometidas. Por tanto, un alto nivel de compromiso puede fortalecer la colaboración y mejorar las perspectivas de lograr éxito en la colaboración (Gonzalez, 2018).

2.4.2. *Ingreso familiar*

2.4.2.1. Definición del ingreso familiar. Mancha y Ayala (2020) se refiere al total de recursos económicos que una familia o hogar recibe en un período determinado, generalmente mensual o anual. A continuación, se presentan las dimensiones del ingreso familiar.

2.4.2.1.1. Vivienda. De acuerdo con Hill (2021), es más que un simple espacio físico; es el lugar donde las personas encuentran refugio, seguridad y comodidad, la cual puede ser una casa, un apartamento, un refugio o cualquier estructura que ofrezca un espacio habitable, además, juega un papel esencial en la vida de los individuos, debido a que es el entorno donde se desarrollan relaciones familiares, se descansa, se trabaja y se construyen experiencias de vida. En este sentido, la calidad de la vivienda tiene una influencia considerable en la salud y el estado de bienestar de las personas, por lo que es esencial que

cumpla con estándares de seguridad, higiene y confort. Se concuerda con la definición de Hill (2021) sobre la vivienda, reconociendo su importancia más allá de lo físico como un espacio de refugio, seguridad y desarrollo personal y se comprende su papel fundamental en la formación de relaciones familiares y experiencias de vida.

- a. **Precariedad.** Se refiere a la situación de inseguridad o vulnerabilidad en la que se encuentra una familia debido a la insuficiencia de ingresos, cuando el ingreso familiar es bajo y no alcanza para cubrir las necesidades básicas, la familia se encuentra en una situación precaria, lo que puede manifestarse en la falta de acceso a una vivienda adecuada, servicios básicos, alimentación suficiente y otros elementos esenciales para una vida digna (Hill, 2021).

2.4.2.1.2. Servicios básicos. Son la columna vertebral de la vida moderna, donde, el suministro de agua potable garantiza la salud y la higiene; la electricidad permite la iluminación, la refrigeración y el funcionamiento de dispositivos electrónicos; el alcantarillado proporciona un manejo adecuado de aguas residuales; y la recolección de basura mantiene limpio el entorno. Además, estos servicios son fundamentales para el nivel de bienestar y el desarrollo humano, ya que, sin ellos, las actividades diarias y la salud de las personas se verían gravemente afectadas (Hill, 2021).

- b. **Carencia.** Se relaciona con la ausencia o insuficiencia de recursos y servicios necesarios para el bienestar de una familia, cuando el nivel de ingreso familiar es insuficiente, puede dar lugar a la carencia de elementos básicos como la atención médica, la educación, la alimentación adecuada y otros servicios esenciales que son imprescindibles para llevar una existencia saludable y efectiva (Hill, 2021).

2.4.2.1.3. Educación. No se limita simplemente a impartir información; es el procedimiento mediante el cual las personas adquieren capacidades, principios y una visión más completa de su entorno, en este sentido, la educación ofrece posibilidades para el crecimiento individual y profesional, capacita a las personas para tomar elecciones fundamentadas y juega un papel esencial en el avance de la sociedad en su totalidad. Además, promueve la igualdad de oportunidades al permitir que las personas accedan a un mejor futuro y mejoren su calidad de vida (Hill, 2021). Se enfatiza la importancia de la educación como catalizador del crecimiento personal y profesional, facilitando la toma de decisiones informadas y contribuyendo al progreso social. Además, se subraya su rol crucial en la promoción de la igualdad de oportunidades, permitiendo a los individuos aspirar a un mejor futuro y mejorar su calidad de vida.

c. Servicios educativos. Se refieren a la oferta de educación formal y capacitación que una familia puede acceder para el desarrollo intelectual y profesional de sus miembros, donde, el nivel de ingreso familiar influye en la capacidad de acceder a servicios educativos de calidad, como escuelas, colegios y universidades, lo que puede determinar las oportunidades de educación y formación de los integrantes familiares (Hill, 2021).

2.4.2.1.4. Alimentación. Se considera que es indispensable para la supervivencia y el bienestar de las personas, donde, no se limita solo a la satisfacción del hambre, sino que implica la selección de alimentos que suministren los elementos esenciales para el desarrollo, la energía y el mantenimiento de la salud. Además, una alimentación equilibrada y adecuada es fundamental para prevenir enfermedades, promover un desarrollo saludable y mantener un buen estado físico y mental, así mismo, la alimentación también está ligada a la cultura, la tradición y la socialización, ya que muchas ocasiones

especiales y momentos significativos se celebran alrededor de la comida (Hill, 2021). La alimentación cumple papel crucial de una dieta equilibrada en la prevención de enfermedades y la promoción de un desarrollo físico y mental óptimo. Además, se aprecia la dimensión cultural y social de la alimentación, reconociendo su rol en tradiciones y celebraciones, lo que subraya su importancia más allá del aspecto puramente nutricional.

- a. **Ingesta.** Se refiere al acto de consumir alimentos y nutrientes para mantener la salud y el bienestar, donde, un ingreso familiar adecuado es fundamental para garantizar una ingesta adecuada de alimentos y nutrientes esenciales para todos los integrantes familiares, lo que contribuye a la salud y el crecimiento adecuado (Hill, 2021).

2.4.2.1.5. Remuneración. Es el conjunto de recursos económicos que una familia o un hogar recibe de diversas fuentes, como empleo, negocios, inversiones o asistencia social, donde, este ingreso es esencial para sostener el estándar de vida familiar, cubriendo gastos como vivienda, alimentos, educación, atención médica y otros gastos cotidianos. Además de satisfacer necesidades básicas, la remuneración también permite a las familias ahorrar, invertir y elevar su nivel de vida, por lo tanto, constituye un indicador fundamental para evaluar la prosperidad económica y la seguridad financiera de un hogar, así como su capacidad para planificar y alcanzar metas a largo plazo (Hill, 2021). Es notable cómo este ingreso trasciende la mera satisfacción de necesidades básicas, permitiendo a las familias aspirar a mejores condiciones y planificar su futuro. La consideración del ingreso familiar como un indicador de prosperidad y seguridad financiera resalta su relevancia en el análisis socioeconómico.

- a. **Nivel de ingreso.** Es la suma de dinero que una familia percibe periódicamente, ya sea a través de salarios, ingresos comerciales u otras fuentes, además, es un indicador clave que determina la habilidad de la

familia para atender sus requerimientos fundamentales y acceder a servicios y recursos esenciales (Hill, 2021).

2.5. Definición de términos básicos

2.5.1. Alimentación

Aspecto fundamental para el bienestar de las artesanas textiles y sus familias. Involucra la selección de alimentos que proporcionen la energía necesaria para su labor artesanal y mantengan su salud, influenciando directamente su productividad y calidad de vida (Hill, 2021).

2.5.2. Asociatividad

Colaboración entre artesanas para compartir conocimientos, oportunidades de negocio y acceso a mercados. Promueve el desarrollo empresarial de las artesanas, fortaleciendo su capacidad productiva y comercial dentro del marco de la economía local y la preservación de técnicas tradicionales (Georgescu et al., 2022).

2.5.3. Bienestar financiero

Estado de salud y estabilidad financiera de las artesanas textiles. Implica su capacidad para satisfacer necesidades básicas, gestionar ingresos de su actividad artesanal, ahorrar para el futuro y mantener una calidad de vida equilibrada a través de su trabajo (Kaur et al., 2021).

2.5.4. Cadena de valor

Conjunto de actividades que las artesanas textiles realizan para crear y comercializar sus productos, desde la obtención de materias primas hasta la venta final. Cada etapa agrega valor, maximizando los beneficios para las artesanas y fortaleciendo su posición en el mercado (Dubey et al., 2020).

2.5.5. Comercialización

Estrategia en la que las artesanas textiles se unen para promover y vender sus productos de manera conjunta. Implica la creación de alianzas comerciales o redes de distribución compartidas, mejorando el acceso a mercados y la visibilidad de sus productos artesanales (Gonzalez, 2018).

2.5.6. Comercio justo

Mecanismo que busca contrarrestar las desventajas en los intercambios económicos de las artesanas textiles. Promueve la productividad y mejora la calidad de los productos artesanales, asegurando precios justos y condiciones de trabajo dignas para las artesanas (Siegmann, 2023).

2.5.7. Competitividad

Capacidad de las artesanas textiles para fortalecer su posición en el mercado a través de la colaboración y la mejora de la calidad de sus productos. Implica trabajar en conjunto para elevar los estándares de producción y diseño, aumentando el valor percibido de sus artesanías (Gonzalez, 2018).

2.5.8. Confiabilidad

Capacidad de las artesanas textiles para producir artesanías de calidad constante. Se refiere a la consistencia en el diseño, la calidad de los materiales y las técnicas empleadas, generando credibilidad y confianza entre sus clientes y en el mercado artesanal (Poláková et al., 2023).

2.5.9. Demanda

Guarda relación con el volumen de productos o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado en el que opera una agrupación, donde, al colaborar, las partes pueden influir en la demanda al ofrecer productos o servicios que sean más atractivos para los consumidores (González, 2018).

2.5.10. Economía colaborativa

Modelo que facilita la cooperación entre artesanas textiles mediante plataformas compartidas. Promueve el uso colectivo de recursos, conocimientos y mercados, potenciando la eficiencia y alcance de sus actividades artesanales a través de la tecnología (Wagner et al., 2019).

2.5.11. Educación

Proceso de adquisición de habilidades y conocimientos relevantes para las artesanas textiles. Incluye el aprendizaje de técnicas artesanales, gestión de negocios y habilidades de comercialización, fomentando el crecimiento personal y profesional en su campo (Hill, 2021).

2.5.12. Empoderamiento económico

Capacidad de las artesanas textiles para acceder y controlar recursos monetarios derivados de su actividad artesanal. Se refleja en su contribución a gastos familiares como educación, salud y necesidades del hogar, aumentando su autonomía y toma de decisiones (Datta y Sahu, 2021).

2.5.13. Fidelización

Proceso de retención de clientes para las artesanas textiles, basado en la construcción de relaciones duraderas. Se fundamenta en la satisfacción con la calidad de las artesanías, el compromiso con las técnicas tradicionales y la confianza en las artesanas como productoras (Jong y Ford, 2021).

2.5.14. Finanzas

Gestión de los recursos monetarios generados por la actividad artesanal textil. Incluye la planificación de ingresos y gastos, la toma de decisiones sobre inversiones en materiales y equipo, y la administración del flujo de caja del negocio artesanal (Oriekhova et al., 2023).

2.5.15. Gestión financiera

Proceso mediante el cual las artesanas textiles toman decisiones sobre la obtención, utilización y administración de los recursos generados por su actividad artesanal. Incluye planificación, evaluación de riesgos y búsqueda de oportunidades para optimizar sus ingresos y sostenibilidad económica (Sukenti, 2023).

2.5.16. Habilidades emocionales

Capacidad de las artesanas textiles para manejar emociones relacionadas con su actividad económica. Incluye la resiliencia frente a desafíos del mercado, la toma de decisiones equilibradas sobre su producción y la gestión del estrés financiero (Bautista, 2020).

2.5.17. Habilidades psicológicas

Conjunto de capacidades mentales que influyen en el comportamiento empresarial de las artesanas textiles. Abarca la toma de decisiones sobre producción y ventas, la gestión de riesgos en su actividad y la comprensión de factores que afectan sus elecciones comerciales (Kashdan et al., 2020).

2.5.18. Ingresos

Recursos financieros que las artesanas textiles y sus familias reciben por la venta de sus productos artesanales. Constituyen la base económica para la toma de decisiones familiares y la realización de objetivos económicos, permitiendo el desarrollo integral de las artesanas y sus hogares (Wardoyo et al., 2023).

2.5.19. Innovación

Proceso mediante el cual las artesanas textiles transforman ideas y conocimientos tradicionales en nuevos diseños o técnicas. Implica la adaptación a las tendencias del mercado y la incorporación de nuevas tecnologías, manteniendo la esencia cultural de sus artesanías (Alharbi et al., 2019).

2.5.20. Metas financieras

Objetivos específicos relacionados con la gestión y crecimiento de los recursos generados por la actividad artesanal textil. Pueden incluir la expansión del negocio, mejora de equipamiento, acceso a nuevos mercados o ahorro para necesidades familiares futuras (Chavarria, 2021).

2.5.21. Microcrédito

Práctica financiera que ofrece pequeños préstamos a las artesanas textiles para apoyar sus actividades productivas. Fomenta la inclusión financiera y el mejoramiento económico de las artesanas, permitiéndoles invertir en materiales, herramientas o expansión de su negocio (Datta y Sahu, 2021).

2.5.22. Oferta

Hace referencia a la cantidad de productos o servicios que los integrantes de una entidad están dispuestos a fabricar y poner a disposición en el mercado, considerando los recursos disponibles, la capacidad productiva, y las condiciones económicas que influyen en dicho proceso (Gonzalez, 2018).

2.5.23. Productividad

Enfoque en el que las artesanas textiles se unen para producir sus artesanías de manera colaborativa, compartiendo recursos, conocimientos y esfuerzos. Busca mejorar la eficacia y la habilidad en la manufactura de productos textiles artesanales, aumentando la producción y calidad (Gonzalez, 2018).

2.5.24. Remuneración

Conjunto de ingresos que las artesanas textiles y sus familias reciben por la venta de sus productos artesanales. Es esencial para sostener su estándar de vida, cubriendo gastos como vivienda, alimentación, educación y reinversión en su actividad artesanal (Hill, 2021).

2.5.25. Servicios básicos

Elementos esenciales para la vida y trabajo de las artesanas textiles. Incluye acceso a agua potable para procesos de teñido, electricidad para iluminación y uso de equipos, y saneamiento adecuado, todos cruciales para su actividad productiva y bienestar (Hill, 2021).

2.5.26. Sostenibilidad financiera

Capacidad de las asociaciones de artesanas textiles para mantener y desarrollar sus recursos a largo plazo. Implica diversificar fuentes de ingresos, gestionar eficientemente los recursos y asegurar la continuidad de la producción artesanal sin depender exclusivamente de financiamiento externo (Osazefua, 2020).

2.5.27. Red de apoyo

Conjunto de relaciones que brindan asistencia a las artesanas textiles en diversos aspectos de su actividad. Incluye apoyo emocional, técnico y comercial, facilitando el acceso a oportunidades de mercado y fortaleciendo su capacidad productiva y empresarial (Sulimani y Melkman, 2022).

2.5.28. Valor añadido

Contribución única que las artesanas textiles aportan a sus productos en cada etapa de producción. Refleja la habilidad artesanal, el uso de técnicas tradicionales y la incorporación de elementos culturales que aumentan el valor percibido de las artesanías en el mercado (Baldwin e Ito, 2021).

2.5.29. Vivienda

Espacio que proporciona seguridad y comodidad a las artesanas textiles y sus familias. A menudo sirve como taller de producción, almacén de materiales y punto de venta, desempeñando un papel crucial en su actividad económica y vida familiar (Hill, 2021).

CAPÍTULO III

PLANTEAMIENTO DE LAS HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. *Hipótesis general*

HG: La asociatividad contribuye de manera directa en la mejora del ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el 2021.

3.1.2. *Hipótesis específicas*

H1: Existe una relación directa alta entre la productividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

H2: Existe una relación directa alta entre la comercialización y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

H3: Existe una relación directa alta entre la competitividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

H4: Existe una relación directa alta entre la asociatividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

3.2. Variables

Modelo 1: Ingreso familiar \cong f(productividad)

Modelo 2: Ingreso familiar \cong f(comercialización)

Modelo 3: Ingreso familiar \cong f(competitividad)

Modelo 4: Ingreso familiar \cong f(asociatividad)

3.3. Matriz de operacionalización de los componentes de la hipótesis

Tabla 1

Asociatividad e ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca 2021

| Hipótesis | Definición conceptual de las variables | Variables | Definición operacional de las variables | | |
|---|--|---------------|---|-----------------------------------|---|
| | | | Dimensiones | Indicadores | Técnicas/instrumentos de recolección de datos |
| <p>Hipótesis General La asociatividad contribuye de manera directa en la mejora del ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca 2024.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>H1: Existe una relación directa alta entre la productividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca 2024</p> | <p>Quiroz et al. (2021), la asociatividad es la formación de organizaciones sin fines de lucro, cooperativas o grupos de voluntarios que buscan abordar problemas comunes, mejorar la calidad de vida de los miembros o promover causas sociales</p> | Asociatividad | Productividad | Factores de productividad | Encuesta/ Cuestionario |
| | | | Comercialización | Costos de productividad Oferta | |

| Hipótesis | Definición conceptual de las variables | Variables | Dimensiones | Indicadores | Técnicas /instrumento de recolección de datos |
|--|---|------------------|-------------------|----------------------|---|
| H2: Existe una relación directa alta entre la comercialización y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca 2024 | | | | Demanda | |
| | | | Competitividad | Compromiso | |
| | | | Vivienda | Precariedad | |
| | | | Servicios básicos | Carencia | |
| H3: Existe una relación directa alta entre la competitividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca 2024 | Mancha y Ayala (2020) se refiere al total de recursos económicos que una familia o hogar recibe en un período determinado, generalmente mensual o anual | Ingreso familiar | Educación | Servicios educativos | Encuesta/ Cuestionario |
| | | | Alimentación | Ingesta | |
| H4: Existe una relación directa alta entre la asociatividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca 2024. | | | Remuneración | Nivel de ingreso | |

Nota. Elaboración del investigador

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Ubicación geográfica

Desde una perspectiva geográfica, el área de investigación se ubicó en la provincia de San Miguel, región de Cajamarca y se ha seleccionado específicamente debido a la presencia de las asociaciones de artesanas textiles.

El alcance geográfico de esta investigación abarca toda la provincia de San Miguel, que forma parte de las 13 provincias que componen la región de Cajamarca. Limita al norte con la provincia de Santa Cruz y la provincia de Hualgayoc, al este con la provincia de San Pedro, al sur con la provincia de Contumazá, y al oeste con las regiones de Lambayeque y La Libertad.

4.2. Diseño de la investigación

En cuanto al diseño de la investigación, estuco bajo el enfoque cualitativo, que para Flick (2018) facilita la identificación y la puesta de manifiesto de una serie de características distintivas y propias que se encuentran presentes en la implementación de la estrategia pedagógica utilizada se adoptó una metodología no experimental, que según Bernal (2006) evita la manipulación deliberada de variables, estudiándolas en su contexto natural mediante diseños transversales o longitudinales, precisamente también es de corte transversal que según Hernández y Mendoza (2018) son los estudios que recolectan datos en un solo momento para describir variables y analizar sus relaciones, pudiendo ser descriptivos o correlacionales.

Además, la investigación fue estructurada bajo un nivel descriptivo correlacional que de acuerdo con Restrepo et al. (2007) tiene sus orígenes en los trabajos pioneros de Galton en 1886 quien introdujo inicialmente este concepto en las ciencias sociales; así como Kerlinger & Lee (2002) diferenciando alcances de investigación, entre ellos la correlacional, posteriormente, su contribución fue ampliada y formalizada matemáticamente por Pearson en 1895 quien profundizó en el estudio de sus

características y desarrolló las bases estadísticas modernas del método correlacional; además, Spearman en 1904 realizó importantes avances en este campo al desarrollar la clasificación por rangos mientras investigaba los fundamentos empíricos de la inteligencia, expandiendo así las aplicaciones del método correlacional en la psicología y las ciencias sociales.

Por otro lado, según Hernández y Mendoza (2018) tiene como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular, midiendo cada variable presuntamente relacionada y después analizando la compensación entre ellas, además, permite determinar el grado de relación entre las variables estudiadas, proporcionar indicios sobre las posibles causas de los fenómenos estudiados, predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos en una variable conociendo el valor que tienen en la otra variable, y establecer relaciones estadísticas entre variables especificando el nivel de precisión de estas estimaciones. En el presente estudio, este diseño permitió examinar la forma en que las variables se interrelacionan naturalmente, sin intervención directa, proporcionando una base sólida para comprender los patrones de asociación entre los fenómenos estudiados.

Figura 1

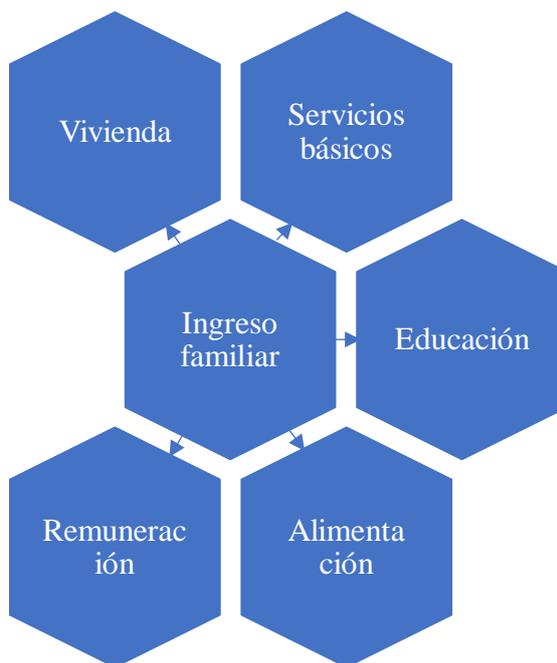
Variable asociatividad con sus dimensiones



Nota. Elaboración propia

Figura 2

Variable Ingresos familiar con sus dimensiones



Nota. Elaboración propia

4.3. Método de investigación

El enfoque adoptado para el desarrollo de esta investigación fue el cuantitativo, el cual según Hernández y Mendoza (2018) se basa en la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, estableciendo patrones de comportamiento y probando teorías con el fin de establecer pautas de comportamiento. Por otro lado, el enfoque cualitativo que, de acuerdo con estos mismos autores, se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. Mientras que, el enfoque mixto que como señalan Hernández y Mendoza (2018), representa la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio, permitiendo obtener una fotografía más completa del fenómeno al combinar las fortalezas de ambos enfoques. , logrando una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno, produciendo datos más ricos y variados mediante la multiplicidad de

observaciones y potenciando la creatividad teórica con suficientes procedimientos críticos de valoración.

El método inductivo, como señalan Hernández y Mendoza (2018), parte de lo particular a lo general, estudiando casos individuales para generar conclusiones que pueden aplicarse a situaciones similares, permitiendo analizar casos específicos de las artesanas textiles y extraer conclusiones aplicables al conjunto. De manera complementaria, se implementó el método deductivo que según Arispe et al. (2020) permite partir de conclusiones generales para obtener explicaciones particulares, facilitando la aplicación de teorías generales sobre asociatividad e ingresos familiares al contexto específico de las artesanas de San Miguel.

El método analítico-sintético permitió primero descomponer el objeto de estudio en sus elementos constitutivos para examinar la asociatividad e ingreso familiar por separado, analizando cada una de sus dimensiones. Posteriormente, se reintegraron estos elementos para establecer las relaciones entre variables y comprender el fenómeno en su totalidad, facilitando la formulación de conclusiones holísticas sobre la realidad estudiada (Arispe et al. 2020). En tal sentido, se partió de teorías preexistentes relacionadas con las variables involucradas. El objetivo fue evaluar si las propuestas podrían ser respaldadas o refutadas a través de las observaciones de las variables.

Se empleó el método sistémico que, según Hernández y Mendoza (2018), permite abordar las variables dentro de un marco teórico coherente, considerando las interrelaciones entre los diferentes elementos del sistema estudiado. Este método permitió comprender las variables de estudio como parte de una realidad interconectada y dinámica, utilizando premisas específicas para llegar a una conclusión general en relación con la conexión entre la Asociatividad y el Ingreso Familiar de las artesanas textiles que residen en la provincia en análisis.

El método estadístico fundamental en esta investigación, implica un proceso integral que abarca la planificación, diseño, recopilación de datos, análisis, interpretación y presentación de los resultados. Como señalan Hernández y Mendoza (2018), este enfoque proporciona sentido y relevancia a los datos numéricos, transformándolos en información útil y significativa. El análisis estadístico es esencial para otorgar vida a los datos crudos, permitiendo obtener resultados precisos y válidos. Antes de la selección de las pruebas estadísticas para el análisis de datos, se evaluó la distribución de los datos con la prueba de normalidad para ambos constructos. Tomando en cuenta que el tamaño muestral es mayor a 50 participantes (N= 116 socias artesanas), se hizo uso de la prueba de Kolmogórov-Smirnov. Con esta prueba, la hipótesis nula establece que la distribución de la variable en la población es normal. En contraposición, la hipótesis alternativa señala que la variable no sigue una distribución normal en la población.

La investigación descriptiva se caracteriza por su enfoque en la representación detallada y exhaustiva de una realidad específica, abarcando todos sus componentes principales, la misma se orienta a la observación y documentación sistemática de fenómenos sin manipular variables, permitiendo así una comprensión integral de las características y relaciones dentro del objeto de estudio. A través del uso de técnicas como encuestas, entrevistas y análisis de datos, la investigación descriptiva proporciona una visión clara y precisa del contexto investigado, facilitando la identificación de patrones y tendencias (Guevara et al., 2020).

4.4. Población, muestra, unidad de análisis y unidades de observación

4.4.1. Población

En este contexto corresponde al total de individuos que cumplen con los criterios de selección específicos, definidos para el estudio, como se menciona en el trabajo de (Hernández y Mendoza, 2018). La población de la investigación estuvo conformada por las 164 socias de artesanas textiles de la provincia de San Miguel, región Cajamarca.

4.4.2. Muestra

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 164 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(164 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 116$$

Dónde:

n: muestra (tamaño)

N: Población = 164 socias.

z: Nivel de confianza = 1.96

p: Probabilidad de ocurrencia (0.05)

q= Probabilidad de no ocurrencia (0.05)

E: Error muestral = 5%

n = 116 socias.

Criterio del investigador: En la determinación de los valores de 'p' y 'q', se asignó 0.5 a cada uno, cumpliendo con $p + q = 1$, basándose en el principio de máxima varianza. Esta decisión representa una postura neutra y conservadora en la estimación de la muestra, especialmente útil cuando se desconoce la proporción esperada del fenómeno en estudio o no se cuenta con información previa confiable. Al utilizar $p = q = 0.5$, se asume una heterogeneidad máxima de la población, lo que resulta en una muestra más representativa y reduce el riesgo de subestimar el tamaño muestral necesario. Este enfoque proporciona un margen de seguridad adicional en la precisión de los resultados, particularmente valioso en investigaciones sobre temas complejos como la asociatividad y los ingresos familiares de las artesanas textiles.

Figura 3*Población y muestra de estudio**Nota.* Elaboración propia**4.4.3. Unidad de análisis**

Para la investigación la unidad de análisis colectiva estuvo integrada por cada asociación, mientras que la unidad de análisis individual lo conformaron por cada artesana textil socia de la provincia de San Miguel.

4.4.4. Unidad de observación

Asociatividad: productividad, comercialización y competitividad.

Ingreso familiar: vivienda, servicios básicos, educación, alimentación, y remuneración.

4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información**4.5.1. Técnicas de recopilación de datos**

La técnica seleccionada para la obtención de datos fue la encuesta, ya que destaca por su eficacia en la recopilación de información y su capacidad para capturar las percepciones y opiniones de los participantes sobre un tema específico (Arias y Covinos, 2021). Esta elección se ajustó de manera adecuada a las necesidades del estudio, garantizando un proceso de recolección de datos efectivo.

4.5.2. Instrumentos

Como instrumento para recabar información se optó por la utilización de un cuestionario, el cual ha sido diseñado de manera estructurada e incluye preguntas

específicas relacionadas con el problema de estudio. Además, su desarrollo se basa en las variables relevantes identificadas durante la revisión de la literatura, asegurando así la captura de información pertinente para el estudio (Arias y Covinos, 2021). Por lo tanto, el cuestionario se estructuró a través de una serie de preguntas, en este caso las preguntas se orientaron hacia la asociatividad con 33 ítems (productividad con 16 ítems, comercialización con 11 ítems, y competitividad con 6 ítems) y el ingreso familiar con 15 ítems (vivienda con 3 ítems, servicios básicos con 4 ítems, educación con 3 ítems, alimentación con 2 ítems, y remuneración con 3 ítems). Estas preguntas fueron cuidadosamente diseñadas, considerando los objetivos de la investigación, y pasaron por un proceso de validación realizado por expertos y la concordancia de jueces utilizando el V de Aiken para luego realizar la confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach.

4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

En las primeras etapas de la investigación, se llevaron a cabo visitas a la población de interés con el fin de coordinar la aplicación de los cuestionarios y adquirir las autorizaciones requeridas para llevar a cabo la investigación, durante estas visitas se recopilarán datos esenciales que serán de gran utilidad para afinar y analizar los hallazgos del estudio, además, estos datos podrán emplearse como un recurso valioso para comparaciones y discusiones con otros estudios relacionados. En la siguiente fase, se procederá a analizar y categorizar los datos recopilados de acuerdo con las variables establecidas en la encuesta. Los hallazgos fueron presentados mediante tablas y gráficos con el objetivo de facilitar la comprensión e interpretación de la información obtenida.

Además, se llevó a cabo un análisis estadístico de los resultados presentados mediante la prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov (ver tabla 4), para luego establecer la correlación mediante la prueba no paramétrica de Rho de Spearman, los resultados se presentaron visualmente en tablas y gráficos, acompañados de una descripción cuantitativa detallada de cada uno de estos hallazgos.

4.7. Matriz de consistencia

Tabla 2

Asociatividad e ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca 2021

| Formulación del problema | Objetivo | Hipótesis | Variables | Dimensiones | Indicadores | Instrumento de recolección de datos | Metodología | Población y muestra |
|--|---|---|---------------|------------------|--|-------------------------------------|---|---|
| <p>Pregunta general</p> <p>¿Cómo contribuye la asociatividad en la generación del ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el año 2021?</p> | <p>Objetivo general</p> <p>Determinar la contribución de la asociatividad en la generación del ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el año 2021.</p> | <p>Hipótesis general</p> <p>La asociatividad contribuye de manera directa en la mejora del ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el 2021.</p> | | Productividad | Factores de productividad Costos de productividad | | Ontológicamente se ha definido al ámbito de estudio como la provincia de San Miguel, el periodo de análisis como el año 2022, el objeto de estudios que son la asociatividad y el ingreso familiar, luego la unidad de análisis y la unidad de observación que fueron las responsables de cada asociación | <p>Población</p> <p>164 artesanas textiles de la provincia de San Miguel región de Cajamarca</p> |
| <p>Preguntas auxiliares</p> <p>¿Cuál es la relación entre la productividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el año 2021?</p> | <p>Objetivos específicos</p> <p>Establecer la relación entre la productividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.</p> | <p>Hipótesis específicas</p> <p>Existe una relación directa alta entre la productividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.</p> | Asociatividad | Comercialización | Oferta Demanda | Cuestionario | | |
| | | | | Competitividad | Compromiso | | | |

| Formulación del problema | Objetivo | Hipótesis | Variables | Dimensiones | Indicadores | Instrumento de recolección de datos | Metodología | Población y muestra |
|---|--|--|------------------|-------------------|------------------|-------------------------------------|---|--|
| ¿Cuál es la relación entre la comercialización y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el año 2021? | Determinar la relación entre la comercialización y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca. | Existe una relación directa alta entre la comercialización y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca. | | Vivienda | Carencia | | | |
| | | | | Servicios básicos | | | | |
| | | | | Educación | Escuela | | | |
| ¿Cuál es la relación entre la competitividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el año 2021? | Evaluar la relación entre la competitividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca. | Existe una relación directa alta entre la competitividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca. | Ingreso familiar | Alimentación | Ingesta | Cuestionario | Gnoseológicamente se estudió a la asociatividad y al ingreso familiar como conocimiento humano y empresarial en cuanto a su origen, alcance y naturaleza y reflexionar acerca de ello | Muestra 116 artesanas textiles de la provincia de San Miguel, región de Cajamarca. |
| ¿Cuál es la relación entre la asociatividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca en el año 2021? | Determinar la relación entre la asociatividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca. | Existe una relación directa alta entre la asociatividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca. | | Remuneración | Nivel de ingreso | | | |

Nota. Elaboración del investigador

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Presentación de resultados

Para determinar los baremos para la categorización de las dimensiones y variables, se empleó un sistema de clasificación donde las categorías son mutuamente excluyentes para cada ítem evaluado. Esta baremación, fundamentada en criterios estadísticos robustos, mantiene la integridad de las puntuaciones originales mientras facilita una interpretación sistemática de los resultados (Valero, 2013; Córdova, 2018; Cumsille y Shrikant, 2000). Los baremos se estructuraron mediante una escala tricotómica, utilizando rangos y amplitudes calculados estadísticamente para establecer intervalos precisos en cada nivel, garantizando así una clasificación rigurosa y científicamente válida de los datos obtenidos (Córdova, 2018).

5.1.1. Resultados para la asociatividad

5.1.1.1. Asociatividad.

Tabla 3

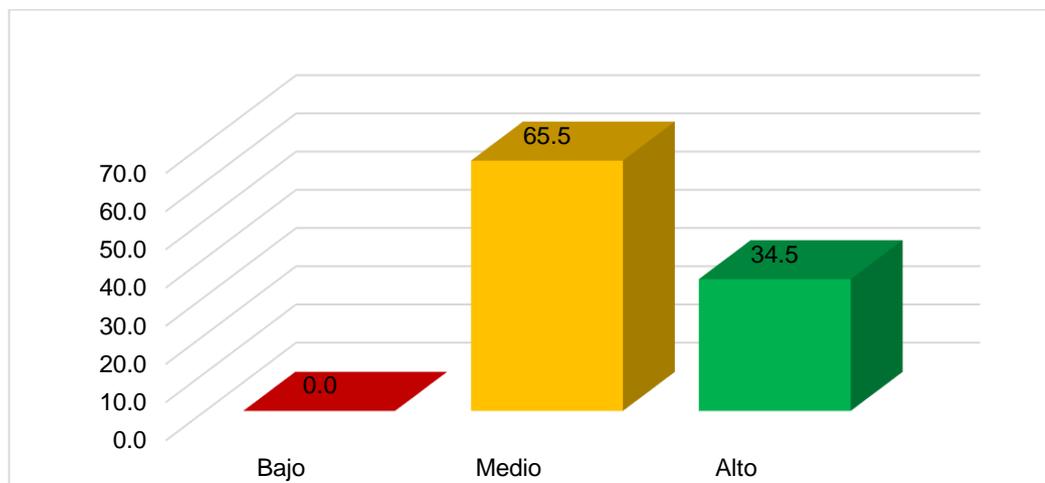
Análisis descriptivo de la variable: Asociatividad

| Calificación | Rango | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|-------|-------|------------|------------|
| | Desde | Hasta | | |
| Bajo | 33 | 77 | 0 | 0.0% |
| Medio | 78 | 122 | 76 | 65.5% |
| Alto | 123 | 165 | 40 | 34.5% |
| Total | | | 116 | 100% |

Nota. En base a la información recabada de los instrumentos

Figura 4

Análisis descriptivo de la variable: Asociatividad

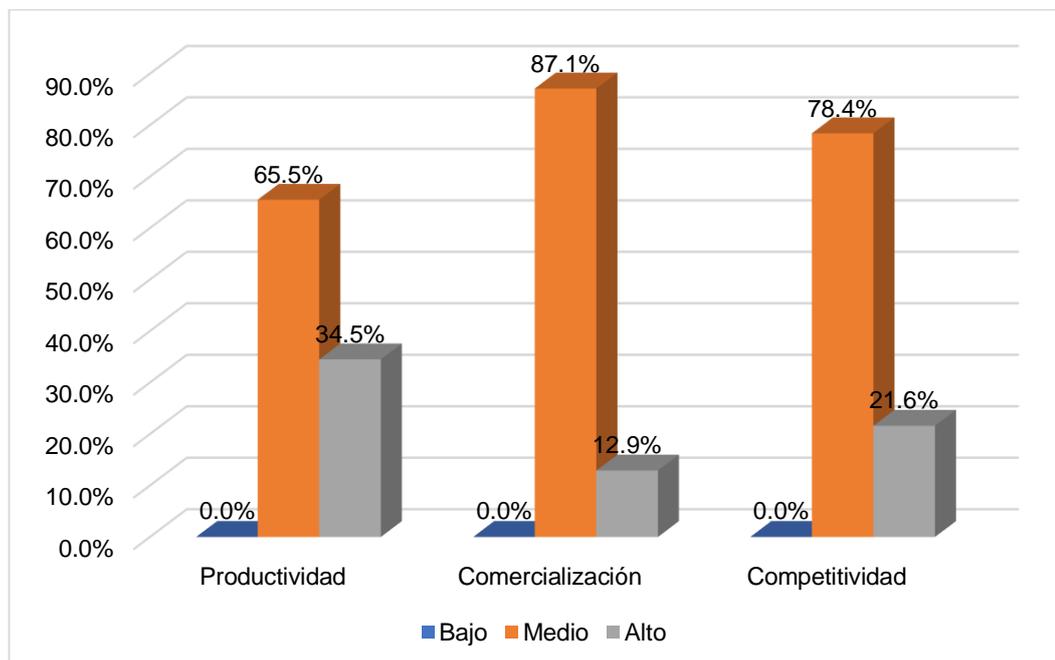


Nota. En base a la información recabada de los instrumentos

La asociatividad evidenció un predominio de nivel medio con 65.5% de las artesanas, seguido por un nivel alto de 34.5%, sin registrar casos en nivel bajo. Esta distribución refleja que la cooperación entre artesanas, aunque existente, presenta patrones irregulares que impactan en la consecución de objetivos colectivos, evidenciando retos importantes para consolidar una integración efectiva. Las limitaciones actuales afectan particularmente la implementación de innovaciones tecnológicas y el desarrollo de diseños textiles más sofisticados, aspectos cruciales para mejorar la productividad. No obstante, se identifica un potencial significativo para expandir la producción y comercialización artesanal, especialmente hacia mercados turísticos nacionales e internacionales. Para aprovechar estas oportunidades, resulta fundamental fortalecer la participación activa en diversos espacios comerciales y de promoción. El reto principal consiste en establecer mecanismos que garanticen una cooperación sostenida, superando las actuales limitaciones en visión estratégica compartida y capacidades de gestión organizacional.

Figura 5

Análisis descriptivo de las dimensiones de la variable: Asociatividad



Nota. En base a la información recabada de los instrumentos

Respecto a las dimensiones de la variable asociatividad, la productividad exhibió una concentración predominante en nivel medio (65.5%), complementada por un nivel alto (34.5%), sin casos en nivel bajo. Esta distribución evidencia que la sinergia entre las artesanas tiene un significativo potencial de optimización para la consecución de metas colectivas. Se identifican brechas específicas en la adopción colaborativa de nuevas tecnologías y en el aprovechamiento de negociaciones conjuntas con proveedores. La dimensión comercialización mostró una marcada tendencia hacia el nivel medio (87.1%), con una menor proporción en nivel alto (12.9%), sin registros en nivel bajo. Este patrón revela oportunidades sustanciales para mejorar el posicionamiento de los productos artesanales y su percepción en mercados turísticos y locales, además de un potencial inexplorado en mercados de exportación donde la asociatividad podría funcionar como catalizador estratégico. En cuanto a la competitividad, se mantuvo la tendencia media (78.4%), con un segmento menor en nivel alto (21.6%), sin casos bajos. Este resultado subraya la urgencia de fortalecer el apoyo institucional mediante programas formativos especializados, evidenciándose

además cierta resistencia entre las participantes para aprovechar plenamente las ventajas del aprendizaje colaborativo y los recursos disponibles en programas de desarrollo social.

5.1.1.2. Ingreso familiar.

Tabla 4

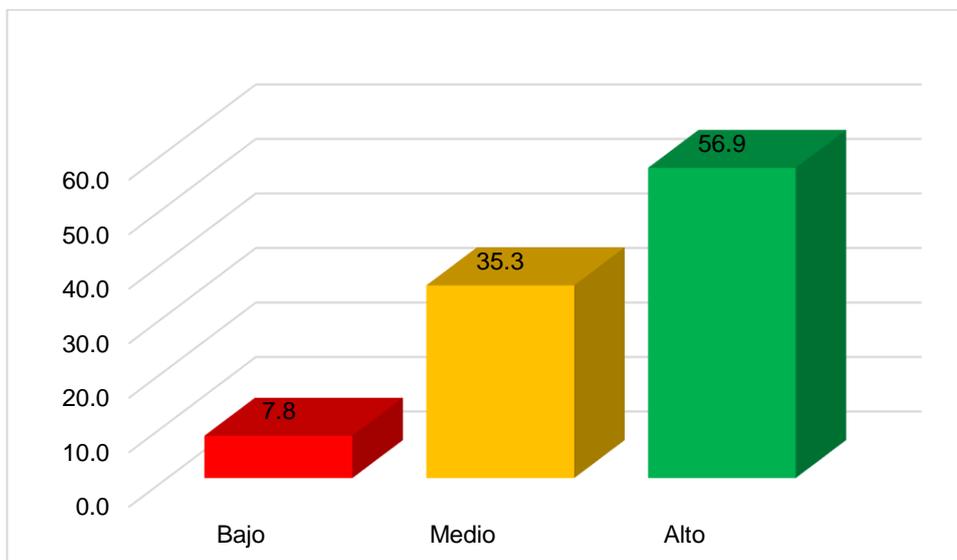
Análisis descriptivo de la variable: Ingreso familiar

| Calificación | Rango | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|-------|-------|------------|------------|
| | Desde | Hasta | | |
| Bajo | 15 | 35 | 9 | 7.8% |
| Medio | 36 | 56 | 41 | 35.3% |
| Alto | 57 | 75 | 66 | 56.9% |
| Total | | | 116 | 100% |

Nota. En base a la información recabada de los instrumentos

Figura 6

Análisis descriptivo de la variable: Ingreso familiar



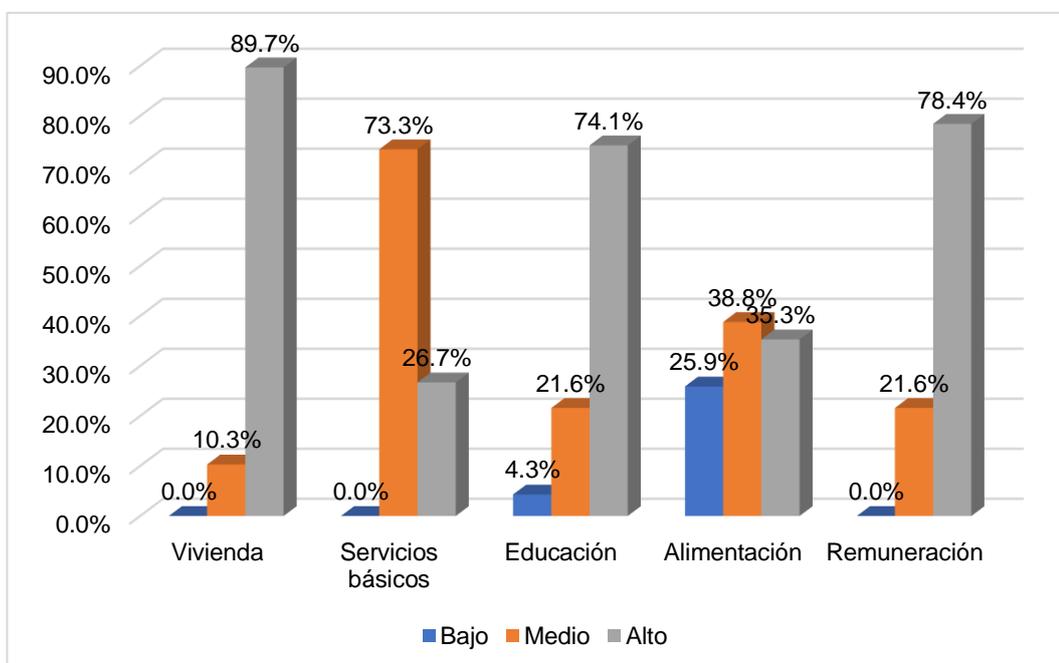
Nota. En base a la información recabada de los instrumentos

El ingreso familiar reveló una distribución asimétrica positiva, con una concentración predominante en el nivel alto (56.9%), seguida por nivel medio (35.3%) y una proporción menor en nivel bajo (7.8%). Esta configuración favorable deriva de múltiples factores interrelacionados: las artesanas manifiestan niveles significativos de satisfacción con sus condiciones habitacionales, evidenciando calidad aceptable en

elementos estructurales de sus viviendas. La valoración positiva se extiende al ámbito educativo, donde reportan acceso satisfactorio a educación básica para sus dependientes. Destaca particularmente la capacidad de generación de ingresos mediante la comercialización artesanal, que no solo cubre necesidades inmediatas, sino que permite la formación de reservas económicas para contingencias operativas. La evaluación favorable abarca también la infraestructura de servicios básicos, con énfasis en la disponibilidad y calidad de agua potable y electricidad. La satisfacción con la calidad alimentaria complementa este panorama positivo. Esta convergencia de indicadores favorables, que integra acceso a servicios esenciales, oportunidades educativas y capacidad de generación y gestión de ingresos a través de la actividad artesanal, configura un escenario de bienestar económico que sugiere una transformación significativa en los estándares de vida y la resiliencia financiera de las unidades familiares estudiadas.

Figura 7

Análisis descriptivo de las dimensiones de la variable: Ingreso familiar



Nota. En base a la información recabada de los instrumentos

El análisis dimensional del ingreso familiar reveló patrones diferenciados de distribución entre los componentes evaluados. La dimensión vivienda exhibió una marcada concentración en el nivel alto (89.7%), complementada por un segmento medio (10.3%) sin registros en nivel bajo, evidenciando una satisfacción sustancial con la infraestructura habitacional en términos de calidad constructiva y funcionalidad. Los servicios básicos mostraron una distribución predominantemente media (73.3%), con un complemento en nivel alto (26.7%), señalando oportunidades de optimización en la provisión y calidad de servicios fundamentales como agua potable, electricidad, conectividad digital e instalaciones sanitarias. La dimensión educativa registró una concentración significativa en nivel alto (74.1%), con proporciones menores en nivel medio (21.6%) y bajo (4.3%), reflejando un acceso satisfactorio a educación básica y aspiraciones de progresión hacia niveles superiores. El componente alimentario presentó una distribución más heterogénea, con predominio medio (38.8%), seguido de nivel alto (35.3%) y bajo (25.9%), indicando variabilidad en la capacidad de satisfacción de necesidades nutricionales y sostenibilidad del gasto alimentario. La dimensión remunerativa destacó por su concentración en nivel alto (78.4%) complementada por nivel medio (21.6%), sin casos bajos, atribuible a ingresos sostenibles derivados de la actividad artesanal, satisfacción con la retribución económica y capacidad de previsión financiera, sugiriendo una robusta estabilidad económica en el sector artesanal estudiado.

5.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados

Mediante las evidencias obtenidas en relación al primer objetivo específico se comprobó que existe una relación directa y alta entre la productividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, con un valor Rho de (0,812) y una significancia igual a $p < 0,05$, en este sentido una mayor productividad puede traducirse en una mayor cantidad de productos elaborados en el mismo tiempo, lo que incrementa la oferta y la posibilidad de generar mayores ventas y, por lo tanto,

mayores ingresos. Esto es similar a lo encontrado por Chirán (2018) quien evidencia que los productores en Otavalo consideran viable la creación de una estructura asociativa como estrategia para mejorar la rentabilidad y la competitividad de su productividad, esto les permitiría fabricar productos textiles de alta calidad capaces de competir exitosamente en mercados internacionales donde abundan artículos similares de países como Perú, China e India.

Asimismo, las conclusiones de Zapata (2021) respaldan la idea de que la asociatividad puede ser una solución eficaz para abordar diversos desafíos empresariales. Al trabajar de manera colaborativa, los trabajadores pueden aprovechar sus diversas habilidades y potencialidades individuales, lo que fortalece su capacidad para posicionarse de manera más sólida en distintos mercados y enfrentar a la competencia con éxito. Estos hallazgos coinciden con las observaciones de Advíncola (2019), quien reconoció que la ausencia de un liderazgo eficaz, la falta de confianza extendida entre los integrantes y la tendencia al individualismo por parte de los empresarios son desafíos que deben ser superados. En este contexto, se hace hincapié en la importancia de crear un factor de identidad común que facilite la colaboración entre las empresas. De igual manera teóricamente se respalda bajo lo indicado por Díaz y García (2018) quienes resaltan que las artesanías desempeñan un papel fundamental en la economía de sus comunidades, ya que no solo producen bienes y servicios de gran valor cultural y artístico, sino que también contribuyen significativamente a la reproducción social en el ámbito doméstico y familiar. En consecuencia, se argumenta que más allá de los beneficios económicos, la asociatividad también tiene un impacto significativo en la preservación de la cultura y tradiciones de estas comunidades, donde, al trabajar juntas, las artesanas pueden transmitir conocimientos y técnicas ancestrales de generación en generación, lo cual no solo asegura la continuidad de sus habilidades artesanales únicas, sino que también fortalece su identidad cultural y su sentido de pertenencia a una comunidad. Por lo tanto, la promoción de la cultura local a través de

sus productos textiles también puede atraer a compradores interesados en productos auténticos y culturalmente significativos.

Esta cobra realce al considerar la teoría del capital humano donde Ganon y Roberts (2020) sostienen que las relaciones sociales y la participación en redes generan recursos que benefician tanto a individuos como a grupos dentro de una sociedad. En el caso de las artesanas de San Miguel, la asociatividad puede entenderse como una forma de capital social que no solo proporciona acceso a oportunidades comerciales y financieras, sino que también fomenta la confianza y la solidaridad entre las participantes. Este enfoque teórico refuerza los hallazgos empíricos, sugiriendo que la colaboración entre las artesanas no solo incrementa su productividad y, por ende, sus ingresos familiares, sino que también fortalece el tejido social de la comunidad.

Así mismo, en relación a los hallazgos obtenidos al segundo objetivo específico se evidencia que existe una relación directa alta entre la comercialización y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, donde, un valor Rho de (0,794) y una significancia igual a $p < 0,05$, por lo tanto, la estrategia de comercialización efectiva para las artesanas textiles debe ser diversa y adaptarse a las necesidades y recursos disponibles, donde, la participación en ferias, la promoción en línea y la colaboración con intermediarios son solo algunas de las formas en que las artesanas pueden aumentar sus ingresos familiares y fortalecer sus negocios en el mercado actual. Esto es similar a lo encontrado por Vilcacundo (2018) quien destacó que la competencia en la industria textil es feroz, y aquellos que pueden unirse y trabajar juntos tienden a tener una posición más sólida en el mercado. En consecuencia, ello, permitirá a los productores aprovechar sinergias, compartir recursos y conocimientos, y trabajar en conjunto para mejorar la calidad de sus productos y su presencia en el mercado, beneficiando así a toda la comunidad de la parroquia Pasa.

Además, coincide con Ayala y Castro (2015) quien expuso que la asociatividad podría ofrecer ventajas significativas, como la optimización de recursos, la adquisición

de conocimientos compartidos y la capacidad de negociación mejorada, sin embargo, la falta de conciencia y educación sobre estos temas ha obstaculizado su capacidad para aprovechar estas oportunidades, donde, para avanzar, es crucial promover la sensibilización y proporcionar capacitación sobre los beneficios de la asociatividad en el sector confeccionista de la región. Por otra parte, también concuerda con De la Cruz y Bustamante (2020) quienes destacaron que actividad artesanal puede servir como un medio para la expresión creativa y la innovación, donde, los artesanos de Chota tienen la oportunidad de experimentar con diseños, colores y técnicas, lo que puede conducir a la creación de productos únicos y distintivos, además, esta creatividad no solo enriquece la oferta de productos artesanales, sino que también fomenta un espíritu emprendedor y la búsqueda de la excelencia en la producción.

Así mismo, de forma teórica se respalda bajo lo indicado por Barrón (2018) quien resaltó que se promoviendo la asociatividad como un enfoque clave para el desarrollo de artesanías y el incremento de ingresos económicos en las comunidades rurales, donde, en lugar de depender únicamente de empleos formales, las mujeres rurales pueden unir sus esfuerzos y colaborar en la creación y comercialización de artesanías, esta forma de asociación no solo les permite preservar sus tradiciones culturales y habilidades artísticas únicas, sino que también les brinda la oportunidad de generar ingresos propios, además, fortalece la posición económica de las mujeres rurales al proporcionarles un canal efectivo para llegar al mercado.

A partir de lo anterior se expresa que la colaboración entre las artesanas textiles les permite aprovechar las ventajas de trabajar en conjunto, lo que se traduce en una mayor eficiencia en la productividad y una reducción de costos, además, al unir fuerzas, estas comunidades pueden acceder a recursos y materias primas a precios más favorables, lo que mejora la rentabilidad de sus productos, lo cual es especialmente importante en áreas rurales donde los recursos pueden ser limitados, y la asociatividad se convierte en una estrategia de supervivencia económica. Por otro lado, la

cooperación también desempeña un papel vital en la preservación de la herencia cultural de estas comunidades, donde, a través de la asociatividad, las artesanas textiles pueden transmitir sus conocimientos y tradiciones a las generaciones más jóvenes, asegurando así que estas prácticas culturales perduren en el tiempo, ello no solo enriquece la diversidad cultural de la región, sino que también contribuye a la identidad y el orgullo de la comunidad.

La teoría de género y trabajo propuesta ofrece un marco valioso ya que ayuda a comprender cómo la asociatividad y las estrategias de comercialización colectiva pueden desafiar las desigualdades de género arraigadas en el ámbito laboral rural. La fuerte relación positiva encontrada entre la comercialización y los ingresos familiares puede interpretarse como un indicador de cómo la colaboración y la unión de esfuerzos en la comercialización permiten a las artesanas superar barreras de género en el acceso a mercados y oportunidades económicas. Además, ayuda a explicar cómo la asociatividad no solo mejora los ingresos, sino que también fortalece la posición social y económica de las mujeres en la comunidad, desafiando roles de género tradicionales y promoviendo una mayor equidad en las oportunidades laborales y de liderazgo en el sector artesanal (Schneider y Boss, 2019).

Finalmente, los hallazgos relacionados al tercer objetivo específico permitieron comprobar que existe una relación directa alta entre la competitividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, donde se obtiene un valor Rho de (0,812) y una significancia igual a $p < 0,05$, a medida que las artesanas textiles mejoran su competitividad en términos de calidad, innovación, eficiencia y otros aspectos clave, sus ingresos familiares tienden a aumentar, lo cual es un indicativo de que la competitividad no solo es esencial para el éxito de los negocios, sino que también tiene un impacto positivo en la calidad de vida de las artesanas y sus familias. Esto es similar a lo encontrado por Sánchez (2015) quien resaltó que exponen que la asociatividad tiene un impacto notable en el nivel de ingresos de los productores en

comparación con aquellos que no están asociados, si bien es cierto que la mayoría de los asociados informa mejoras en sus ingresos, además, coincide con Chavarría (2021) ha identificado una relación de moderada intensidad entre la colaboración empresarial y el proceso de internacionalización comercial de los artesanos textiles que exportan sus productos en la región de Ayacucho. Este vínculo se ha establecido mediante un análisis estadístico que arrojó un coeficiente de correlación de Spearman de 0,699, siendo altamente significativo con un valor p de 0,000, donde, al asociarse, los artesanos pueden combinar sus recursos y conocimientos, lo que les permite abordar colectivamente los retos que implica la internacionalización, lo cual incluye la posibilidad de compartir costos de marketing, participar en ferias comerciales internacionales, acceder a financiamiento conjunto y beneficiarse de la experiencia acumulada de otros miembros del grupo.

A su vez concuerda con Díaz y García (2018) quienes expusieron que, mediante la colaboración entre los artesanos textiles, es posible ampliar la oferta de productos destinados a la exportación, esto, a su vez, abre la posibilidad de explorar nuevos mercados de destino para promover la internacionalización de los productos textiles artesanales de la provincia de San Miguel y, por ende, aumentar las ventas. Se destaca que existe un potencial para la exportación, aunque es importante señalar que las artesanas necesitan incrementar la productividad para aprovechar plenamente esta oportunidad. Por lo tanto, la colaboración y la coordinación entre estas asociaciones son fundamentales para aprovechar al máximo el potencial exportador y superar obstáculos comunes, donde, el establecimiento de vínculos más sólidos y la creación de una red de apoyo mutuo pueden contribuir significativamente a este proceso.

Teóricamente se respalda bajo lo indicado por Cano y González (2021) al unir fuerzas y colaborar en la productividad y comercialización de sus artesanías, las mujeres rurales pueden no solo salvaguardar su patrimonio cultural intangible, sino también generar ingresos propios y contribuir al desarrollo económico de sus comunidades

locales, además, esta colaboración fortalece su posición en la economía y les permite perpetuar la riqueza cultural derivada de la inagotable creatividad de diversos grupos étnicos, al tiempo que construyen un futuro más próspero para ellas y sus familias. Por tanto, cuando se adopta el enfoque de las economías comunitarias, la labor de las artesanas impacta de manera positiva en las finanzas del hogar.

En coherencia a lo anterior, se destaca que las artesanas textiles de la provincia de San Miguel representan un valioso tesoro cultural que encarna siglos de tradición y habilidad, donde, su capacidad para tejer, teñir y crear diseños únicos ha sido transmitida de generación en generación, y estas mujeres desempeñan un papel crucial en la preservación de esta herencia cultural, sin embargo, la realidad económica en la que operan es a menudo desafiante, con ingresos limitados y acceso limitado a oportunidades comerciales. Es fundamental que las autoridades gubernamentales y las organizaciones de apoyo reconozcan el potencial de estas comunidades y proporcionen el respaldo necesario, lo cual implica no solo la promoción de sus productos en los mercados locales e internacionales, sino también la inversión en capacitación, acceso a financiamiento y creación de redes comerciales, además, fortalecer las habilidades empresariales de estas artesanas y fomentar la colaboración entre ellas, se puede lograr un crecimiento económico sostenible que beneficie tanto a nivel individual como comunitario.

La teoría de género y trabajo ayuda a comprender cómo la mejora en la competitividad no solo incrementa los ingresos, sino que también desafía las desigualdades de género arraigadas en el ámbito laboral rural. La teoría sugiere que la competitividad y la colaboración entre artesanas pueden ser mecanismos para superar la segregación ocupacional y la falta de acceso a oportunidades económicas tradicionalmente experimentadas por las mujeres en estos contextos. Además, el enfoque de género permite interpretar cómo el fortalecimiento de la competitividad de las artesanas no solo mejora su situación económica, sino que también puede

transformar roles y relaciones de género, empoderando a las mujeres en sus comunidades y desafiando las normas sociales que han limitado históricamente su participación en actividades económicas y de liderazgo (Schneider y Boss, 2019).

Por último, se expresa que la colaboración y la cooperación son los pilares fundamentales que impulsarán este camino hacia un desarrollo económico y cultural más sólido y sostenible, donde, al unir esfuerzos y compartir conocimientos, estas mujeres pueden no solo mantener viva su herencia cultural, sino también prosperar económicamente; en este sentido es imperativo que se reconozca y valore su contribución a la sociedad y se les brinde el apoyo necesario para asegurar un futuro más brillante tanto para ellas como para las generaciones futuras que continuarán su legado.

En esa misma línea, a través del cuarto objetivo específico se comprobó que no se presenta una relación directa y alta, sino que esta es baja entre la asociatividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, con un valor Rho de (0,416) y una significancia igual a $p < 0,05$. En este sentido, la colaboración y la cooperación entre las artesanas, posiblemente a través de la productividad conjunta, la comercialización colectiva o la búsqueda de nuevos mercados, han tenido un impacto positivo en sus ingresos y, por ende, en la mejora de su calidad de vida. Esto es similar a lo encontrado por Rojas (2018), quien resaltó que se presentó un aumento notable en el índice de calidad de vida en comparación con el período previo a la formación de la asociación, donde, este incremento refleja un mayor grado de satisfacción entre los productores con respecto a su situación actual; por tanto, a través de la asociatividad se dispone de los recursos necesarios para invertir en mejoras productivas y oportunidades de negocio adicionales, además, la asociación ha generado mejoras tangibles en la calidad de vida y las perspectivas financieras de los habitantes rurales en el norte del Cauca, subrayando la importancia de la colaboración y la cooperación en el desarrollo rural sostenible.

Así mismo, los hallazgos también coinciden con Bardales y Urquía (2019) quien halló que la colaboración guarda una conexión directa y notable con el nivel de ingresos en la cooperativa de agricultores Agropecuarios la Campiña, se logró una correlación elevada y positiva de 0,916. En consecuencia, los artesanos pueden fortalecer su asociatividad y trabajar hacia un futuro más próspero y sostenible para la comunidad artesanal. Además, concuerda con Alva & Diestra (2018), se resalta que los beneficios de la colaboración se manifiestan a través de aspectos como canales de distribución, certificaciones de calidad, tarifas competitivas, incremento de la productividad, especificaciones técnicas, exploración de nuevos mercados, capacidad de negociación, acceso a financiamiento, oportunidades de formación y reducción de gastos. En consecuencia, esta colaboración colectiva no solo fortalecerá la posición de los artesanos en el mercado, sino que también contribuirá a la preservación y promoción de su valiosa herencia cultural y artística en la región.

Aunado a ello, de manera teórica se respalda bajo lo indicado por Parra et al. (2022), quienes resaltan que el propósito de la asociatividad no es solo salvaguardar y transmitir el patrimonio cultural intangible, sino también para empoderar a estas familias en la generación de sus propios ingresos, al mismo tiempo que fomentan el desarrollo económico local. En otras palabras, se busca perpetuar la riqueza cultural derivada de la inagotable creatividad de diversos grupos étnicos a través de la colaboración y cooperación, al mismo tiempo que se impulsa el progreso económico en la comunidad. A partir de ello, se destaca que la asociatividad, en el contexto de las artesanas textiles, se revela como un recurso fundamental para no solo mejorar los ingresos económicos de estas mujeres y sus familias, sino también para salvaguardar y promover su patrimonio cultural.

Este enfoque colaborativo y cooperativo permite a las artesanas trabajar juntas en la productividad y comercialización de sus productos, lo que conlleva una serie de beneficios económicos, donde, al unir esfuerzos, las artesanas pueden reducir costos

de productividad al comprar materias primas a granel, compartir herramientas y recursos, y acceder a capacitación conjunta que mejora la eficiencia y la calidad de sus productos. Además, al comercializar de manera colectiva, tienen la capacidad de llegar a un público más amplio y acceder a nuevos mercados, lo que aumenta sus oportunidades de venta y, por ende, sus ingresos familiares.

Esta se enriquece al considerar la teoría de redes sociales ya que según Gamper (2022), esta teoría examina las conexiones y comunicaciones entre individuos y grupos, destacando cómo las estructuras en red facilitan diferentes tipos de intercambios. En el caso de las artesanas de San Miguel, la asociatividad puede entenderse como una red social que, de acuerdo con Li et al. (2021), proporciona acceso a recursos económicos, materiales y simbólicos. Esta perspectiva teórica refuerza los hallazgos empíricos, sugiriendo que la posición de las artesanas en la red asociativa, el tamaño de ésta y su densidad influyen directamente en su capacidad para generar capital social y, por ende, en la mejora de sus ingresos familiares.

5.3. Contrastación de hipótesis

Planteamiento de hipótesis (Asociatividad)

H0: Los datos de la variable Asociatividad se ajustan a una distribución normal

H1: Los datos de la variable Asociatividad no se ajustan a una distribución normal

Planteamiento de hipótesis (Ingreso familiar)

H0: Los datos de la variable Ingreso familiar se ajustan a una distribución normal

H1: Los datos de la variable Ingreso familiar no se ajustan a una distribución normal

Tabla 4

Prueba de normalidad para la asociatividad e ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca – 2021

| Variables | Kolmogorov – Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|------------------|-----------------------------------|-----|-------|--------------|-----|-------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| Asociatividad | 0.175 | 116 | 0.000 | 0.948 | 116 | 0.000 |
| Ingreso familiar | 0.106 | 116 | 0.003 | 0.958 | 116 | 0.001 |

Nota. a. Ajuste de rangos de Lillifors

En la tabla 4, se presentan los resultados de la prueba de normalidad. Dado que la muestra de la investigación fue de 116 artesanas, se aplicaron los criterios de Kolmogórov-Smirnov. Se observa que tanto la variable Asociatividad como la variable Ingreso familiar presentan una distribución no normal, ya que el p-valor es menor al nivel de significancia escogido ($p < 0.05$). En consecuencia, se utiliza la prueba de correlación Rho de Spearman para la contratación de las hipótesis.

Para determinar si existe relación entre la variable Asociatividad e Ingreso familiar, necesitamos confirmar mediante la prueba de hipótesis estadísticas del Rho de Spearman tal como describe a continuación.

HG: La asociatividad contribuye de manera directa en la mejora del ingreso familiar de las artesanas textiles

Se confirmó la hipótesis general al encontrar una correlación directa significativa ($Rho=0.416$, $p<0.05$)

Este resultado coincide con Rojas (2018), quien evidenció un impacto positivo de la asociatividad en la calidad de vida e ingresos de productores rurales

También concuerda con Chavarría (2021), quien encontró que la asociatividad fortalece las capacidades productivas y comerciales de los artesanos textiles

Planteamiento de hipótesis específica 1

H_0 : No existe una relación directa alta entre la productividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

H_1 : Existe una relación directa alta entre la productividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

Tabla 5

Correlación entre la dimensión productividad de la asociatividad e ingreso familiar

| | | Productividad | Ingreso familiar |
|-------------------------|------------------|----------------------|-------------------------|
| Productividad | Rho de Spearman | 1 | 0.812 |
| | Sig. (bilateral) | | 0.000 |
| | N | 116 | 116 |
| Ingreso familiar | Rho de Spearman | 0.812 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0.000 | |
| | N | 116 | 116 |

Nota. La correlación es significativa al nivel de 0.01

De la tabla 5 se concluye la existencia de una correlación directa y significativa entre la dimensión Productividad y la variable Ingreso familiar. Esto se corrobora por la significancia bilateral ($p = 0.000 < 0.05$), obteniéndose una relación positiva alta ($r = 0.812$). Este resultado indica que, a mayor nivel de productividad en la asociatividad, mejor será el nivel de Ingreso familiar. Por el contrario, menores niveles de productividad derivados de una escasa práctica de asociatividad se relacionan con ingresos familiares insuficientes. Este hallazgo concuerda con lo reportado por Chirán (2018), quien identificó que la colaboración en la productividad mejora la rentabilidad y competitividad de los productores textiles. Por lo tanto, se comprueba la hipótesis específica: "Existe una relación directa alta entre la productividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca".

H1: Existe una relación directa alta entre la productividad y el ingreso familiar

Se confirmó la hipótesis al encontrar una correlación positiva alta (Rho=0.812, $p < 0.05$)

Este resultado coincide con Chirán (2018), quien encontró que la colaboración en productividad mejora la rentabilidad y competitividad de los productores textiles.

Planteamiento de hipótesis específica 2

H₀: No existe una relación directa alta entre la comercialización y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

H₁: Existe una relación directa alta entre la comercialización y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

Tabla 6

Correlación entre la dimensión comercialización de la asociatividad e ingreso familiar

| | | Comercialización | Ingreso familiar |
|-------------------------|------------------|-------------------------|-------------------------|
| Comercialización | Rho de Spearman | 1 | 0.794 |
| | Sig. (bilateral) | | 0.000 |
| | N | 116 | 116 |
| Ingreso familiar | Rho de Spearman | 0.794 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0.000 | |
| | N | 116 | 116 |

Nota. La correlación es significativa al nivel de 0.01

De la tabla 6 se concluye la existencia de correlación directa y significativa entre la dimensión Comercialización y la variable Ingreso familiar, esto se corrobora porque la significancia bilateral ($p = 0.000 < 0.05$) obteniéndose una relación positiva alta ($r = 0.794$) lo que significa que mientras mayor es el nivel de Comercialización de la Asociatividad, mejor será el nivel de Ingreso familiar; en contraste, la disminuida práctica

de la comercialización en conjunta coordinación con otras socias derivó en la incidencia de insuficientes niveles de ingreso en las familias de las artesanas textiles. Por lo tanto, se comprueba la hipótesis específica: “Existe una relación directa alta entre la comercialización y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca”.

H2: Existe una relación directa alta entre la comercialización y el ingreso familiar

Se confirmó la hipótesis al hallar una correlación positiva alta ($Rho=0.794$, $p<0.05$)

Similar a lo encontrado por Zapata (2021), quien evidenció que la asociatividad mejora las capacidades comerciales y el acceso a mercados.

Planteamiento de hipótesis específica 3

H_0 : No existe una relación directa alta entre la competitividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

H_1 : Existe una relación directa alta entre la competitividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

Tabla 7

Correlación entre la dimensión competitividad de la asociatividad e ingreso familiar

| | | Competitividad | Ingreso familiar |
|-------------------------|------------------|-----------------------|-------------------------|
| Competitividad | Rho de Spearman | 1 | 0.812 |
| | Sig. (bilateral) | | 0.000 |
| | N | 116 | 116 |
| Ingreso familiar | Rho de Spearman | 0.812 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0.000 | |
| | N | 116 | 116 |

Nota. La correlación es significativa al nivel de 0.01

De la tabla 7 se concluye la existencia de correlación directa y significativa entre la dimensión Competitividad y la variable Ingreso familiar, esto se corrobora porque la significancia bilateral ($p = 0.000 < 0.05$) obteniéndose una relación positiva alta ($r = 0.812$) lo que significa que mientras mayor es el nivel de Competitividad de la Asociatividad será el nivel de Ingreso familiar; en contraste, al hallarse bajos grados de competitividad a causa de los pequeños esfuerzos de asociatividad, los ingresos familiares también se verán menguados. Por lo tanto, se comprueba la hipótesis específica: “Existe una relación directa alta entre la competitividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca”.

Existe una relación directa alta entre la competitividad y el ingreso familiar

Se confirmó la hipótesis con una correlación positiva alta ($Rho=0.812, p<0.05$)

Coincide con Vilcacundo (2018), quien demostró que la asociatividad fortalece la competitividad en el mercado.

Planteamiento de hipótesis específica 4

H_0 : No existe una relación directa alta entre la asociatividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

H_1 : Existe una relación directa alta entre la asociatividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca.

Tabla 8

Correlación entre la asociatividad e ingreso familiar

| | | Asociatividad | Ingreso familiar |
|-------------------------|------------------|----------------------|-------------------------|
| Asociatividad | Rho de Spearman | 1 | 0.416 |
| | Sig. (bilateral) | | 0.000 |
| | N | 116 | 116 |
| Ingreso familiar | Rho de Spearman | 0.416 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0.000 | |
| | N | 116 | 116 |

Nota. La correlación es significativa al nivel de 0.01

De la tabla 8 se concluye la existencia de una correlación directa y significativa entre la variable Asociatividad y la variable Ingreso familiar. Esto se corrobora por la significancia bilateral ($p = 0.000 < 0.05$), obteniéndose una relación positiva baja ($r = 0.416$). Este resultado indica que, a mayor nivel de asociatividad, se encontrarán mejores niveles de ingreso familiar, aunque la relación no es tan fuerte como en las dimensiones individuales. Este hallazgo, aunque difiere en magnitud, es consistente con los resultados de Rojas (2018) y Bardales y Urquía (2019), quienes encontraron impactos positivos de la asociatividad en los ingresos de productores rurales. Por lo tanto, se comprueba la hipótesis general: "Existe una relación directa baja entre la asociatividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca".

H4: Existe una relación directa alta entre la asociatividad y el ingreso familiar

No se aceptaría la hipótesis de investigación, debido a que, se encontró una correlación positiva, sin embargo, fue baja ($Rho=0.416, p<0.05$)

Esto concuerda parcialmente con Bardales y Urquía (2019), quienes hallaron una correlación positiva entre asociatividad e ingresos, aunque de mayor intensidad.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA TEÓRICA

6.1. Formulación de la propuesta para la solución teórica del problema

PROPUESTA PARA INCREMENTAR LOS INGRESOS DE LAS ARTESANAS TEXTILES DE LA PROVINCIA SAN MIGUEL MEDIANTE EL FORTALECIMIENTO DE LA ASOCIATIVIDAD.

6.1.1. Introducción

La artesanía textil desarrollada por las asociaciones de la provincia de San Miguel, caracterizada por la elaboración manual de prendas de vestir (tejido a callhua) utilizando hilos de algodón mercerizado, representa una actividad cultural y económica de gran importancia que requiere un fortalecimiento integral. Este proceso debe involucrar a todos los actores de la cadena de valor, desde los productores de materia prima hasta los comercializadores finales, con el objetivo de consolidar y optimizar las diferentes fases del proceso productivo y de comercialización.

El fortalecimiento de las asociaciones de artesanía textil debe enfocarse en incrementar tanto la productividad como la eficacia en la comercialización de las prendas producidas. Esto implica adaptar la producción a los estándares exigidos por el mercado actual, sin perder la esencia artesanal y cultural que caracteriza estos productos. Para lograr esto, se propone implementar estrategias de autenticidad y diferenciación del producto, como la creación de una marca colectiva que incluya un logotipo distintivo, un slogan impactante y la incorporación de códigos QR para trazabilidad y autenticación. Además, se plantea desarrollar una campaña publicitaria innovadora y creativa que destaque el valor único de estas prendas artesanales para el comprador, resaltando su origen, técnica y significado cultural.

La propuesta abarca también la modernización tecnológica del proceso productivo, buscando un equilibrio entre la preservación de técnicas tradicionales y la

incorporación de tecnologías adecuadas y viables que mejoren la eficiencia sin comprometer la autenticidad del producto. Esto va de la mano con el impulso de servicios de apoyo eficiente y eficaz que potencien la productividad de las artesanas, como capacitaciones en nuevas técnicas de tejido, gestión de calidad y diseño de productos.

Un aspecto crucial de esta propuesta es la reducción de los costos de producción, lo cual se puede lograr a través de la optimización de procesos, la compra colectiva de insumos y la mejora en la gestión de recursos. Paralelamente, se busca fortalecer las estructuras organizativas de las asociaciones de artesanía textil, implementando sistemas de registro de productividad y ventas, estableciendo reglamentos internos de trabajo que fomenten la equidad y la eficiencia, y creando un Fondo Común de ahorro que promueva la estabilidad financiera y el crecimiento sostenible de las asociaciones.

Todo este proceso de fortalecimiento y modernización debe ser acompañado por asistencia técnica especializada en negocios rurales, que pueda guiar a las artesanas en la implementación de estas mejoras y en la adaptación a las dinámicas del mercado actual. Esta asistencia debe ser sensible a las particularidades culturales y sociales de las comunidades artesanales, asegurando que el desarrollo económico vaya de la mano con la preservación de sus tradiciones y valores.

En última instancia, esta propuesta busca no solo mejorar la situación económica de las artesanas y sus familias, sino también preservar y revitalizar una importante tradición cultural, posicionando la artesanía textil de la provincia San Miguel como un producto de alto valor en el mercado nacional e internacional, y como un ejemplo de desarrollo sostenible basado en la economía social y solidaria.

6.1.2. Análisis FODA

Se desarrolló un estudio detallado de los elementos externos que afectan a las asociaciones dedicadas a la artesanía textil en la provincia de San Miguel, en este análisis se abordó tanto las oportunidades como las amenazas que surgen del entorno circundante. La finalidad de este enfoque fue identificar aquellos factores que se encuentran más allá del control de la gestión de las asociaciones y que pueden tener un impacto significativo en su desenvolvimiento. Estos factores pueden influir tanto de manera positiva (oportunidades) como negativa (amenazas) en la consecución de los objetivos relacionados con la productividad de artesanía textil.

Tabla 9

Análisis FODA de la asociación de artesanía textil de la provincia de San Miguel

| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Ley del Artesano y programa de formalización facilitan acceso a beneficios y financiamiento. • Posibilidad de una mayor generación de empleos para las artesanas. • Creciente interés global por productos artesanales y sostenibles. • Existencia de fondos concursables no reembolsables para planes de negocio en artesanía. • Posibilidad de acceder a créditos y financiamiento de negocios. • Oportunidades de exportación a través de programas de comercio justo. | <ul style="list-style-type: none"> • Transformación cultural que prefiere artículos industrializados. • Migración a zonas urbanas, poniendo en riesgo la continuidad de la tradición. • Posición desventajosa respecto a la globalización. • Rápida expansión de la globalización que impide el avance y desarrollo cultural de las artesanas. • Fluctuaciones en el mercado turístico que pueden afectar las ventas. • Bajas opciones de competitividad frente a la industrialización. |
| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| <ul style="list-style-type: none"> • Generación de activos económicos altos. | <ul style="list-style-type: none"> • Escaso posicionamiento de marca en el mercado. • Conocimientos precarios sobre marketing. |

-
- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Constitución formal de la asociación permite acceder a beneficios de leyes.• Niveles de comercialización adecuados.• Adecuados espacios de vivienda donde pueden realizar su trabajo de forma eficiente.• Generación de diversos servicios esenciales gracias a su estabilidad económica.• Capacidad de producir diseños únicos y personalizados. | <ul style="list-style-type: none">• Poco conocimiento en gestión administrativa, contable y de costos.• Débil capacidad de negociación con proveedores y compradores.• Niveles subóptimos de asociación entre las artesanas.• Niveles de productividad artesanal bajos.• Alimentación en niveles mejorables.• Escaso conocimiento de manejo de recursos. |
|---|---|
-

Se efectuó una evaluación interna de las asociaciones dedicadas a la artesanía textil, con un enfoque en identificar sus aspectos positivos y áreas de mejora internas. Estas fortalezas son de gran relevancia, ya que pueden ser aprovechadas para aprovechar oportunidades o abordar desafíos, y tienen el potencial de generar ventajas competitivas significativas. Después de la aplicación de las tres herramientas, se ha priorizado los factores internos que se ha encontrado en las asociaciones de artesanía textil de la Provincia de San Miguel y para esta propuesta se abordarán las debilidades priorizadas según el siguiente detalle.

- Escaso posicionamiento de marca en el mercado
- Conocimientos precarios sobre marketing
- Poco conocimiento en gestión administrativa, contable y de costos
- Débil capacidad de negociación con proveedores y compradores
- Niveles sub óptimos de asociación entre las artesanas
- Niveles de productividad artesanal bajos
- Alimentación en niveles mejorables

Para lo cual se propone las siguientes cuatro estrategias, líneas de acción y sus actividades que a continuación se describen:

Estrategias propuestas

- Capacitación en técnicas organizativas y de gestión asociativa, para mejorar la institucionalidad de las organizaciones.
- Asistencia técnica para aumentar la productividad mediante mejoras en los procesos productivos, control de calidad e innovación.
- Asesoría para desarrollar una marca colectiva que identifique los productos textiles y su origen.
- Apoyo para acceder a nuevos canales de comercialización, capacitando en técnicas de marketing, ventas y habilidades gerenciales.
- Promoción de cooperativas de ahorro y crédito para facilitar el acceso a financiamiento.
- Coordinación con instituciones públicas y privadas para crear redes de apoyo técnico y comercial.

3. Resultados esperados

- Mayor capacidad de gestión en las asociaciones de artesanas.
- Aumento en la productividad y en la calidad de las artesanías textiles.
- Creación e implementación de una marca colectiva representativa.
- Ampliación de canales de comercialización con mejores márgenes de utilidad.
- Mayor acceso a créditos y opciones de financiamiento.
- Incremento en los ingresos familiares de las artesanas asociadas.

6.1.3. *Visión*

Llegar a tener presencia en los mercados Regionales y Nacionales, ofertar mayor diversidad de productos artesanales elaborados a callhua de la más alta calidad. Para todos los niveles socioeconómicos que gusten tener nuestros productos en sus hogares.

6.1.4. *Misión*

Asociación textil dedicada a la productividad y comercialización de artesanía textil hecho a callhua, buscamos incrementar nuestra productividad y ofertar productos de calidad, con la finalidad de ofrecer un buen producto y servicio a nuestros clientes.

- **Estrategia 1:** “Fortalecer la organización e impulsar la productividad de artesanía textil con acabados tipo macramé y diseños ancestrales para una inserción ventajosa en nuevos mercados.

A) Líneas de acción: Gestión organizacional con visión empresarial.

Actividad 1. Implementar un procedimiento Interno de Trabajo para las 15 asociaciones textiles de la provincia San Miguel, Cajamarca.

Dicha actividad implica la elaboración de un procedimiento que establezca las normas, derechos y obligaciones que regirán la organización interna de las asociaciones para llevar en orden su productividad y competitividad en el mercado. La aplicación de este procedimiento permitirá establecer pasos, normas claras y consensuadas que rijan el funcionamiento de las asociaciones, promoviendo una gestión de la productividad ordenada y eficiente. Ello contribuirá a fortalecer la organización interna y la productividad de las artesanas textiles.

Acciones:

- a) Conformar un comité para redactar el procedimiento.
- b) Realizar talleres participativos con las socias para recoger sus aportes.
- c) Presentar, validar y aprobar el reglamento en asamblea general.

Actividad 2. Establecer un Fondo Económico Común por cada asociación textil.

Esta actividad busca crear un fondo económico colectivo para fortalecer la gestión financiera y obtener recursos para las artesanas, lo que le permite cubrir necesidades de la demanda y ser más competitivo en el mercado gracias a la generación de publicidad. Instaurar este fondo brindará oportunidades de alcance de los productos artesanales, con el cual se pueden solventar gastos operativos, adquirir insumos necesarios y promocionar sus productos. Un fondo sólido también impulsaría la continuidad y crecimiento de la productividad artesanal.

Acciones:

- a) Definir los aportes y cuotas de las socias.
- b) Establecer políticas y procedimientos para el manejo del fondo.
- c) Capacitar a las socias en administración financiera y expansión de mercado.

Actividad 3. Capacitar y asesorar a líderes identificadas para una adecuada gestión organizacional.

Esta actividad apunta a fortalecer las capacidades de liderazgo y gestión de las socias con potencial para asumir roles directivos. Capacitar y asesorar a líderes identificadas desarrollará habilidades de liderazgo y gestión en las socias con potencial, lo que fomentará una dirección efectiva y visión empresarial en las asociaciones. Esto repercutirá positivamente en la toma de decisiones y el rumbo estratégico de la artesanía textil.

Acciones:

- a) Identificar a las socias con aptitudes de liderazgo.
- b) Diseñar e implementar un programa de capacitación en liderazgo y gestión organizacional.
- c) Brindar asesoría y acompañamiento continuo.

B) Línea de acción: Fomentar la productividad de artesanía con nuevos diseños.

Actividad 1. Capacitar en la combinación apropiada de colores para los diseños textiles.

Esta actividad busca mejorar las habilidades de las artesanas en la armonización de colores para lograr diseños atractivos. Capacitar en la combinación apropiada de colores mejorará las competencias técnicas de las artesanas en la armonización cromática, lo que se traducirá en diseños más atractivos y comercializables, agregando valor a los productos textiles.

Acciones:

- a) Contratar a un experto en artesanía y teoría del color.
- b) Realizar talleres prácticos de combinación de colores.
- c) Evaluar y retroalimentar los diseños creados.

C) Línea de acción: Fortalecer la articulación comercial y valor al producto

Actividad 1. Diseñar y aplicar estrategias de marketing para diferenciar y posicionar los productos.

Esta actividad apunta a mejorar la comercialización mediante la creación de una identidad de marca y su respectivo registro en INDECOPI para lograr un mayor posicionamiento. Diseñar y aplicar estrategias de marketing creará una identidad de

marca sólida y un posicionamiento estratégico para los productos, lo que facilitará su reconocimiento y demanda en el mercado, mejorando las oportunidades comerciales y posicionamiento de mercado.

Acciones:

- a) Contratar a un experto en marketing con trabajos artesanales o similares,
- b) Desarrollar la identidad a través de la creación de una marca representativa que permita darse a conocer.
- c) Implementar acciones de promoción y publicidad a través de las redes sociales.
- d) Contratar a un abogado especializado en propiedad intelectual.
- e) Reunir los requisitos y documentación necesaria.
- f) Realizar el trámite de registro de marca colectiva y transparente.

Actividad 2. Fomentar la comercialización virtual a través de tiendas en línea

Esta actividad busca ampliar los canales de venta aprovechando las plataformas digitales. Fomentar la comercialización virtual ampliará los canales de venta aprovechando las plataformas digitales, lo que permitirá llegar a nuevos mercados y aumentar la visibilidad y acceso a los productos textiles artesanales.

Acciones:

- a) Capacitar y apoyar en comercio electrónico de ventas a través de una página web que represente la marca.
- b) Educar en la creación de catálogos digitales de los productos, a través de afiches publicitarios a través de las redes sociales.
- c) Establecer alianzas con tiendas virtuales reconocidas como la web de Saga Falabella o Linio.

- **Estrategia 2:** “Concretar y Elaborar planes de negocio para postular y acceder a fondos concursables con presupuestos viables para fortalecer la cadena de valor de artesanía textil”.

A) Línea de acción: Desarrollar capacidades para elaborar planes de negocio.

Actividad 1. Elaborar y ejecutar un plan de negocio acorde a las características de la asociación de artesanas.

Esta actividad busca dotar a las socias de las habilidades necesarias para desarrollar planes de negocio sólidos y viables. Brindar capacitaciones en elaboración de planes de negocio ayudará desarrollar propuestas sólidas y atractivas, aumentando sus posibilidades de acceder a financiamiento y recursos para fortalecer su cadena de valor

Acciones:

- a) Contratar facilitadores expertos en planes de negocio con implementaciones y ejecuciones de proyecto ya culminadas.
- b) Realizar talleres teórico-prácticos sobre estructura y contenido de planes de negocio,
- c) Guiar a las socias en la formulación de sus propios planes.

Actividad 2. Realizar asesorías personalizadas en la formulación de planes de negocio.

Esta actividad permitirá brindar un acompañamiento cercano a las socias en el proceso de elaboración de sus planes de negocio. Realizar asesorías personalizadas en planes de negocio mejorará la calidad de las propuestas y aumentará las probabilidades de éxito en la obtención de fondos.

Acciones:

- a) Asignar asesores especializados a cada asociación.

- b) Realizar reuniones periódicas de seguimiento y retroalimentación.
- c) Revisar y validar los planes de negocio antes de su presentación.

B) Línea de acción: Acceso de la asociación a fondos concursables.

Actividad 1. Participar en ruedas de negocios y ferias para presentar los planes de negocio.

Esta actividad permitirá exponer los planes de negocio ante posibles inversionistas o entidades financiadoras, abriendo oportunidades para captar recursos y fortalecer las capacidades productivas y comerciales de las artesanas.

Acciones:

- a) Identificar eventos relevantes como ruedas de negocios y ferias.
- b) Preparar materiales de presentación atractivos y convincentes.
- c) Asistir a estos eventos y realizar una presentación atractiva de los planes de negocio.

Actividad 2. Gestionar el seguimiento y monitoreo de los planes de negocio financiados.

Una vez obtenido el financiamiento, esta actividad asegurará la correcta ejecución de los planes de negocio. Gestionar el seguimiento y monitoreo de planes financiados asegura el uso adecuado de los recursos obtenidos, maximizando los beneficios para el desarrollo de la artesanía textil.

Acciones:

- a) Establecer un equipo de seguimiento y monitoreo.
- b) Definir indicadores de desempeño y metas.
- c) Realizar informes periódicos de avance y ajustes necesarios.

- **Estrategia 3:** “Fomentar la cultura organizacional”.

A) Línea de acción: Asociaciones textiles sostenibles en el tiempo

Actividad 1. Gestionar las asociaciones con un enfoque de pequeña empresa.

Esta actividad busca impulsar una mentalidad empresarial en las asociaciones para garantizar su sostenibilidad. Gestionar asociaciones con enfoque empresarial promueve una mentalidad de negocio y visión a largo plazo, lo que fortalecerá la sostenibilidad y crecimiento de las asociaciones, impactando positivamente en la productividad artesanal.

Acciones:

- a) Capacitar en gestión empresarial y planificación estratégica.
- b) Implementar prácticas de administración y control financiero.
- c) Fomentar la innovación y adaptación al mercado.

Actividad 2. Fomentar la participación activa de las socias en la toma de decisiones.

Esta actividad busca empoderar a las socias y promover una cultura democrática dentro de las asociaciones. Fomentar participación activa en toma de decisiones empodera garantizará que sus necesidades e ideas sean consideradas en la dirección de la asociación y la actividad artesanal.

Acciones:

- a) Capacitar en liderazgo y participación efectiva.
- b) Implementar mecanismos de consulta y retroalimentación.
- c) Promover la rotación de cargos directivos.

- **Estrategia 4:** “Fomentar la cultura organizacional e identificar proveedores que realicen negociación directa con la asociación”.

A) Línea de acción: Adquisición de activos (hilos de algodón mercerizado y accesorios), como asociación.

Actividad 1. Identificar empresas proveedoras de hilos de algodón mercerizado y accesorios.

Esta actividad apunta a establecer relaciones comerciales directas con proveedores para obtener mejores precios y calidad. Identificar proveedores de hilos y accesorios permite optimizar los costos de productividad de la artesanía textil, lo que será beneficioso para las artesanas en el rendimiento de sus negocios.

Acciones:

- a) Investigar y evaluar a los principales proveedores del mercado.
- b) Establecer criterios de selección y negociación.
- c) Contactar y negociar con los proveedores seleccionados.

Actividad 2. Establecer un sistema de control de inventarios y distribución de materiales.

Esta actividad apunta a optimizar la gestión de los materiales e insumos adquiridos. Establecer control de inventarios y distribución de materiales evitará desperdicios y asegurando su disponibilidad oportuna para la elaboración de productos textiles artesanales de calidad.

Acciones:

- a) Implementar un sistema de registro y control de inventarios.
- b) Definir políticas y procedimientos de distribución interna.
- c) Capacitar a las socias en el manejo del sistema.

B) Línea de acción: Adquisición de activos (hilos de algodón mercerizado y accesorios), como asociación.

Actividad 1. Identificar empresas proveedoras de hilos de algodón mercerizado y accesorios.

Esta actividad apunta a establecer relaciones comerciales directas con proveedores para obtener mejores precios y calidad. Identificar proveedores de hilos y accesorios permite optimizar los costos de productividad de la artesanía textil, lo que será beneficioso para las artesanas en el rendimiento de sus negocios.

Acciones:

- a) Investigar y evaluar a los principales proveedores del mercado.
- b) Establecer criterios de selección y negociación.
- c) Contactar y negociar con los proveedores seleccionados.

Actividad 2. Establecer un sistema de control de inventarios y distribución de materiales.

Esta actividad apunta a optimizar la gestión de los materiales e insumos adquiridos. Establecer control de inventarios y distribución de materiales evitará desperdicios y asegurando su disponibilidad oportuna para la elaboración de productos textiles artesanales de calidad.

Acciones:

- a) Implementar un sistema de registro y control de inventarios.
- b) Definir políticas y procedimientos de distribución interna.
- c) Capacitar a las socias en el manejo del sistema.

- **Estrategia 5:** "Expandir los canales de venta y mejorar la competitividad de los productos artesanales textiles para incrementar los ingresos de las artesanas"

A) Línea de acción: Diversificación de canales de venta

Actividad 1. Implementar un programa de participación en ferias y eventos comerciales nacionales e internacionales.

Esta actividad busca aumentar la exposición de los productos artesanales en eventos comerciales estratégicos. La participación en ferias y eventos comerciales permitirá a las artesanas mostrar sus productos a un público más amplio, establecer contactos con potenciales compradores y conocer las tendencias del mercado, lo que se traducirá en un aumento de las ventas y una mayor visibilidad de la artesanía textil de la provincia San Miguel.

Acciones:

- a) Identificar y seleccionar ferias y eventos relevantes del sector artesanal y textil.
- b) Capacitar a las artesanas en técnicas de exhibición y venta en ferias.
- c) Diseñar y producir material promocional para los eventos.
- d) Gestionar la participación y logística en los eventos seleccionados.

Actividad 2. Establecer alianzas estratégicas con tiendas especializadas y hoteles turísticos.

Esta actividad tiene como objetivo crear nuevos puntos de venta en lugares frecuentados por potenciales compradores. Establecer alianzas con tiendas especializadas y hoteles turísticos creará nuevos canales de venta en lugares estratégicos, aumentando la visibilidad de los productos y facilitando su acceso a turistas y compradores interesados en artesanías de calidad.

Acciones:

- a) Identificar tiendas y hoteles potenciales para establecer alianzas.
- b) Negociar acuerdos de consignación o venta directa.

c) Capacitar al personal de ventas de los aliados sobre las características y valor de los productos.

B) Línea de acción: Mejora de la competitividad del producto

Actividad 1. Implementar un sistema de control de calidad y estandarización de productos.

Esta actividad busca asegurar la consistencia y alta calidad de los productos artesanales. Implementar un sistema de control de calidad mejorará la consistencia y excelencia de los productos, lo que aumentará la satisfacción del cliente y fortalecerá la reputación de la artesanía textil de la provincia San Miguel, contribuyendo a incrementar las ventas y la fidelización de clientes.

Acciones:

- a) Desarrollar estándares de calidad para los productos artesanales.
- b) Capacitar a las artesanas en técnicas de control de calidad.
- c) Implementar procesos de revisión y aprobación de productos antes de su comercialización.
- d) Establecer un sistema de retroalimentación y mejora continua.

Actividad 2. Crear una línea de productos premium con certificación de origen.

Esta actividad apunta a desarrollar una línea de productos de alto valor para un segmento de mercado específico. Crear una línea premium con certificación de origen añadirá valor a los productos, permitiendo acceder a un segmento de mercado dispuesto a pagar precios más altos por artesanías exclusivas y autenticadas, lo que resultará en un aumento de los ingresos por venta.

Acciones:

- a) Investigar y definir los criterios para la línea premium.

- b) Diseñar y desarrollar prototipos de productos premium.
- c) Gestionar la certificación de origen con las autoridades competentes.
- d) Desarrollar una estrategia de marketing específica para la línea premium.

C) Línea de acción: Optimización de precios y gestión financiera

Actividad 1. Implementar un sistema de costeo y fijación de precios.

Esta actividad busca mejorar la rentabilidad a través de una correcta estructura de precios. Implementar un sistema de costeo y fijación de precios permitirá a las artesanas determinar precios competitivos y rentables, asegurando que cada venta contribuya positivamente a los ingresos y a la sostenibilidad del negocio.

Acciones:

- a) Capacitar a las artesanas en principios básicos de contabilidad y costeo.
- b) Desarrollar una herramienta de cálculo de costos adaptada a la realidad de las artesanas.
- c) Establecer políticas de fijación de precios basadas en costos y valor percibido.
- d) Realizar revisiones periódicas de precios y márgenes.

Actividad 2. Crear un programa de fidelización y venta cruzada para clientes frecuentes.

Esta actividad tiene como objetivo aumentar el valor de vida del cliente y fomentar compras repetidas. Crear un programa de fidelización y venta cruzada incentivará a los clientes a realizar compras más frecuentes y de mayor valor, lo que se traducirá en un aumento sostenido de las ventas y en la creación de una base de clientes leales.

Acciones:

- a) Diseñar un sistema de recompensas para clientes frecuentes.
- b) Desarrollar estrategias de venta cruzada y.
- c) Implementar un sistema de seguimiento de compras y comunicación con clientes.
- d) Capacitar a las artesanas en técnicas de servicio al cliente y fidelización.

6.2. Costos de implementación de la propuesta

Hablando de costos al momento de implementar lo descrito en los puntos anteriores, partiendo de una persona especialista en análisis de factores externos y también internos a los que son susceptibles las asociaciones de artesanas, persona que conozca de cerca el trabajo de las asociación de artesanía textil, además de ello tenga la sensibilidad necesaria para el recojo de la información y posterior estructura, e implementar las tres estrategias planteadas, entendiendo que las estrategias que son los caminos que las asociaciones debe recorrer para lograr los objetivos planteados en el corto, mediano y largo plazo, es decir esas estrategias están en constantes cambio, y dependerá del especialista en el análisis de las dos matrices anteriormente descritas y del análisis FODA realizado.

Para ello el tiempo estimado que la Asociación requiere para que esto camine de acorde con los tiempos actuales y cambiantes, y ello repercute a los resultados de las asociaciones es de 24 meses, además de capacitaciones para que las integrantes conozcan el proceso dinámico y cambiante de ambas matrices.

Tabla 10*Costos de implementación*

| Descripción | Tiempo/Cantidad | Costo Unitario | Costo Total (S/) |
|------------------------------|------------------------|-----------------------|-------------------------|
| Especialista en asociaciones | 15 | 2500 | 35500 |
| Asistencia técnica | 15 | 5200 | 78000 |
| Transporte | | 160 | 3840 |
| Materiales | 4 | 320 | 7680 |
| Imprevistos | | 200 | 4800 |
| TOTAL | | | 129,820 |

El costo para la implementación durante los 24 meses propuestos es de 129,820 mil soles, ello se verá redundado en los ingresos y la expansión de la Asociación en los mercados regionales y nacionales.

La Asistencia técnica, se desarrollará de acuerdo al siguiente detalle:

6.3. Beneficios que aporta la propuesta

Fortalecimiento de la estructura organizacional y productiva

La implementación de procedimientos internos de trabajo y la capacitación en gestión organizacional conducirán a una optimización significativa de los procesos asociativos y productivos. Esto se puede traducir en una mayor eficiencia operativa, una toma de decisiones más efectiva y un incremento sustancial en la productividad de las asociaciones textiles de la provincia San Miguel, Cajamarca.

Mejora de la competitividad y valor agregado del producto

La capacitación en técnicas de diseño, combinación de colores y la incorporación de acabados tipo macramé y diseños ancestrales pueden ayudar a elevar la calidad y el atractivo de los productos textiles. Esta mejora cualitativa, aunada a la creación de una identidad de marca, aumentaría significativamente el valor percibido de los productos, permitiendo su diferenciación en mercados competitivos y justificando precios más elevados.

Diversificación y expansión de canales de comercialización

La adopción de estrategias de marketing digital, la participación en ferias comerciales y el establecimiento de alianzas estratégicas con tiendas especializadas y hoteles ampliarían considerablemente el alcance de mercado de los productos artesanales. Esta diversificación de canales de venta, que incluye la incursión en el comercio electrónico, incrementaría las oportunidades de venta y, por consiguiente, los ingresos familiares de las artesanas.

Robustecimiento de la gestión financiera y económica

La creación de fondos económicos comunes, junto con la implementación de sistemas de costeo y fijación de precios, fortalecería la capacidad financiera de las asociaciones. Esto permitiría una mejor gestión de recursos, facilitaría la inversión en

insumos y promoción, y aseguraría la rentabilidad de cada venta. Adicionalmente, el desarrollo de programas de fidelización de clientes contribuiría a la sostenibilidad económica a largo plazo.

Empoderamiento socioeconómico y preservación cultural

El enfoque integral de la propuesta no solo mejoraría las capacidades técnicas y empresariales de las artesanas, sino que también fortalecería su posición socioeconómica. El énfasis en la asociatividad y en la incorporación de diseños ancestrales en productos de alto valor comercial contribuiría a la preservación del patrimonio cultural, al tiempo que empodera a las mujeres artesanas, fortaleciendo el tejido social y económico de las familias de la provincia San Miguel, Cajamarca.

CONCLUSIONES

- 1 La asociatividad contribuye de manera directa en la mejora del ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca a partir de contar con una significancia estadística igual a $p < 0,05$, si bien la relación no es alta, aun contribuye en un 0,416 (41.6%) a la generación de ingresos, en ese sentido, la colaboración entre las artesanas puede haber permitido una mayor eficiencia en la productividad, lo que se traduce en una reducción de costos y un aumento en la productividad, donde, al unir esfuerzos, es posible que hayan podido acceder a recursos y materias primas a precios más favorables, lo que mejora la rentabilidad de sus productos.
- 2 Existe una relación directa alta entre la productividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca con un valor Rho de (0,812) y una significancia igual a $p < 0,05$, en otras palabras, invertir en capacitación, herramientas adecuadas y prácticas eficientes de productividad puede tener un impacto positivo tanto en el crecimiento económico de estas mujeres como en el fortalecimiento de la industria artesanal local.
- 3 Existe una relación directa alta entre la comercialización y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca con un valor Rho de (0,794) y una significancia igual a $p < 0,05$, en este sentido la participación en ferias y exposiciones es una estrategia importante para que las artesanas muestren sus productos a un público más amplio, donde, estos eventos, pueden establecer contactos con potenciales compradores, distribuidores y otros miembros de la industria que pueden ayudar a ampliar su alcance en el mercado.
- 4 No existe una relación directa alta entre la competitividad y el ingreso familiar de las artesanas textiles de la provincia de San Miguel, Cajamarca con un valor Rho de 0,416, a pesar que se cuenta con una significancia igual a $p < 0,05$, en

consecuencia, las artesanas que invierten en mejorar sus habilidades, adoptan nuevas tecnologías, exploran diseños innovadores y colaboran con otros actores de la industria tienen la capacidad de que en baja proporción generen ingresos, lo cual de alguna forma beneficia a sus familias al mejorar su calidad de vida, sino que también puede contribuir al desarrollo económico de la comunidad en su conjunto.

SUGERENCIAS

- a. Se propone a las autoridades locales de la provincia de San Miguel diseñar e implementar una propuesta integral durante el próximo año fiscal, en coordinación con las instituciones pertinentes, para el beneficio de las artesanas textiles, donde, esta implementación debe contemplar la asignación de recursos necesarios, la formación de un equipo dedicado y el establecimiento de indicadores de seguimiento, además, la ejecución de esta propuesta podría mejorar significativamente la asociatividad y los ingresos familiares de las artesanas textiles.
- b. Se insta a las autoridades locales de la provincia de San Miguel durante el año en curso implementar programas de capacitación y apoyo financiero destinados a mejorar la productividad, donde, estos programas pueden incluir la entrega de herramientas adecuadas, la promoción de prácticas eficientes de productividad y la formación en nuevas técnicas y diseños, en este sentido, al invertir en el desarrollo de habilidades y capacidades de las artesanas, se potenciará su capacidad para generar ingresos y contribuir al crecimiento económico local.
- c. Se sugiere a las autoridades locales de la provincia de San Miguel durante el año en curso promover la participación activa de las artesanas textiles en ferias y exposiciones locales, regionales y nacionales, lo cual puede lograrse mediante la organización de eventos culturales y comerciales que brinden a las artesanas la oportunidad de mostrar sus productos a un público más amplio. Además, se puede brindar apoyo logístico y financiero para que las artesanas puedan participar en estas actividades, establecer contactos con compradores y otros actores clave de la industria, lo que ampliará su presencia en el mercado.
- d. Se orienta a las autoridades locales de la provincia de San Miguel durante el año en curso respaldar el fortalecimiento de la competitividad de las artesanas textiles, ello implica la implementación de programas de capacitación en técnicas avanzadas, acceso a tecnología actualizada y apoyo para la innovación en diseño,

también es importante facilitar la colaboración entre las artesanas y otros miembros de la industria textil, dado que, al mejorar la competitividad de estas mujeres, no solo se beneficiarán directamente sus ingresos familiares, sino que también se impulsará el desarrollo económico de toda la comunidad.

- e. Se insta a las autoridades locales de la provincia de San Miguel implementar la propuesta teórica desarrollada en este estudio durante el próximo año fiscal. Esta implementación debe incluir la asignación de recursos necesarios, la formación de un equipo dedicado y el establecimiento de indicadores de seguimiento. La ejecución de esta propuesta podría significativamente mejorar la asociatividad y los ingresos familiares de las artesanas textiles.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abakedi, D., & Egbai, M. (2020). *Introducing Feminist Epistemology*. En D. Abakedi, D. Oluwagbemi-Jacob, M. Egbai, & A. Effiong, *A General Introduction to Feminism and Feminist Philosophy*. Amazon.
https://www.researchgate.net/publication/346240686_Introducing_Feminist_Epistemology
- Advíncola, A. B. (2019). *Asociatividad como factor crítico para el desarrollo de clústeres: el caso del conglomerado del subsector confecciones en el Emporio Comercial de Gamarra*. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional.
[https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15055/Adv%
 %c3%adncola_G%
 %c3%b3ngora_Asociatividad_factor_cr%
 %c3%adtico1%281%29.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15055/Adv%c3%adncola_G%c3%b3ngora_Asociatividad_factor_cr%c3%adtico1%281%29.pdf?sequence=6&isAllowed=y)
- Alharbi, I., Jamil, R., Mahmood, N., & Shaharoun, A. (2019). Organizational innovation: A review paper. *Open Journal of Business and Management*, 7(3), 1196-1206.
<https://doi.org/10.4236/ojbm.2019.73084>
- Alva, R. A., & Diestra, A. M. (2018). *La asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil de Santiago de Chuco - 2018*. [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/26789>
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL.
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La investigación científica. Una aproximación para los estudios de posgrado*.

Universidad Internacional del Ecuador.
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20CIENT%C3%8DFICA.pdf>

Ayala, B. L., & Castro, K. M. (2015). *Modelo de negocio asociativo mixto para los confeccionistas artesanales e informales de la ciudad de Guayaquil - Ecuador, periodo 2014 - 2019*. [Tesis de Grado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio Institucional.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3393/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-167.pdf>

Baldwin, R., & Ito, T. (2021). The smile curve: Evolving sources of value added in manufacturing. *Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économique*, 54(4), 1842-1880. <https://doi.org/10.1111/caje.12555>

Bardales, P., & Urquía, G. J. (2019). *Relación entre la asociatividad y nivel de ingresos en la Asociación de Productores Agropecuarios la Campiña, distrito de Cuñumbuqui, San Martín, 2018*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio Institucional. <http://hdl.handle.net/11458/4511>

Barrón, M. (2018). La brecha laboral rural en México. Una grieta invisible de la desocupación. *Economía UNAM*, 15(45), 89-107.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-952X2018000300089

Bautista, E. (2020). Social Skills Training programs applied in Spanish-speaking countries. *Mexican Journal of Medical Research ICOSA*, 8(16), 40-48.
<https://doi.org/10.29057/mjmr.v8i16.3973>

Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación*. Pearson educación.
https://www.academia.edu/44228601/Metodologia_De_La_Investigaci%C3%B3n_Bernal_4ta_edicion

- Burns, M., Bally, J., & Peacock, S. (2022). Constructivist Grounded Theory or Interpretive Phenomenology? Methodological Choices Within Specific Study Contexts. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(4), 1-12. https://www.researchgate.net/publication/358888611_Constructivist_Grounded_Theory_or_Interpretive_Phenomenology_Methodological_Choices_Within_Specific_Study_Contexts
- Cano, M., & González, C. (2021). Estrategias de inclusión a través del arte y la artesanía en colectivos de mujeres. Una visión crítica. *Diseño, artesanía y comunidades*(141), 117-132. <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/5114>
- Cappellari, L. (2022). Income inequality and social origins. Promoting intergenerational mobility makes societies more egalitarian. *IZA World of Labor*, 2(1), 1-11. <https://wol.iza.org/uploads/articles/571/pdfs/income-inequality-and-social-origins.pdf>
- Carrera, C. S., & Mendoza, A. M. (2017). *Estrategias de asociatividad de los productores de la provincia de Bambamarca para la producción de pulverizado de arracacha, utilizada en pastelería gourmet con el fin de comercializarlo en el mercado holandés en el año 2017*. [Tesis de grado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/11537/12731>
- Chavarria, C. E. (2021). *Asociatividad empresarial y capacidad para la internalización comercial de los artesanos textiles exportadores de la región Ayacucho, 2021*. [Tesis de grado, Universidad de Ayacucho Federico Froebel]. Repositorio Institucional. <http://hdl.handle.net/20.500.11936/206>
- Chirán, J. (2018). *Propuesta de Asociatividad para generar desarrollo en el sector textil artesanal del cantón Otavalo*. [Tesis de grado, Universidad San Francisco de

Quito]. Repositorio Institucional.
<https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/7687/1/140336.pdf>

Chuquimango, T. C. (2017). *La productividad de artesanía textil en el distrito de Cajamarca año 2016*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio Institucional. <http://hdl.handle.net/20.500.14074/975>

Contreras, P., Vargas, E., Cruz, G., & Serrano, R. (2022). Emprendimiento femenino: una oportunidad de organización productiva solidaria en el contexto rural. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 10(3), 1-12. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322022000300004

Córdova, I. (2018). *Instrumentos de investigación*. Lima: Editorial San Marcos.

Cui, X., Xiao, J., Yi, J., & Porto, N. (2019). Impact of Family Income in Early Life on Financial Independence of Young Adults: Evidence from a Matched Panel Data. *International IJC*, 43(6), 514–527. DOI:10.1111/ijcs.12536

Cumsille, F., & Shrikant, B. (2000). Categorización de variables en el análisis estadístico de datos: consecuencias sobre la interpretación de resultados. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 8(5), 348-354. https://www.researchgate.net/publication/26378581_Categorizacion_de_variabl_es_en_el_analisis_estadistico_de_datos_consecuencias_sobre_la_interpretacion_de_resultados

Danielyan, N. (2023). Immanuel Kant as the first epistemological. *SHS Web of Conferences* 1, 161, 1-6. https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2023/10/shsconf_kr2023_07004.pdf

- Datta, S., & Sahu, T. (2021). Impact of microcredit on employment generation and empowerment of rural women in India. *International Journal of Rural Management*, 17(1), 140-157. <https://doi.org/10.1177/0973005220969552>
- De la Cruz, H. D., & Bustamante, N. (2020). *Análisis de la Artesanía Textil de la provincia de Chota - Cajamarca*. [Tesis de postgrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12893/8967>
- Díaz, M. F., & García, M. Y. (2018). *Asociatividad de los productores de textiles artesanales de la provincia de San Miguel - Cajamarca para promover su exportación al mercado canadiense, 2020*. [Tesis de grado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/11537/21670>
- Dubey, S., Singh, R., Singh, S., Mishra, A., & Singh, N. (2020). A brief study of value chain and supply chain. *Agriculture Development and Economic Transformation in Global Scenario*, 177-183. https://www.researchgate.net/publication/344374264_A_BRIEF_STUDY_OF_VALUE_CHAIN_AND_SUPPLY_CHAIN
- Egorov, V., & Inshakov, A. (2021). Cooperation as an integral part of the social and solidarity economy (SSE). *SHS Web of Conferences*. EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219401009>
- Espino, I., Hermeto, A., & Luz, L. (2021). Family structure, living arrangements and income inequality in Guatemala between 2000 and 2014. *Revista Latinoamericana de Población*, 15(28), 205–230. <https://revistarelap.org/index.php/relap/article/view/33>
- Flick, U. (2018). *Introducción a la investigación cualitativa*. SAGE Publications. https://edmorata.es/wp-content/uploads/2020/06/Flick.Disen%CC%83oInvestigacionCualitativa.PR_.pdf
- f

- Gamper, M. (2022). Social Network Theories: An Overview. *Social Networks and Health Inequalities*, 1(1), 35-48. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-97722-1_3
- Ganon, B., & Roberts, J. (2020). Capital social: explorando la teoría y la división empírica. *Empirical Economics*, 58(4), 1-11. DOI:10.1007/s00181-018-1556-y
- Georgescu, A., Peter, M., & Avasilcai, S. (2022). A business ecosystem framework for SME development through associative and non-associative business structures in the digital age. *Cogent Business & Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2143310>
- Gonzalez, A. (2018). Asociatividad y desarrollo económico de los productores de cacao en la provincia de Los Ríos. *Revista Killkana Sociales*, 2(4), 49-56. <https://pdfs.semanticscholar.org/28ce/f2fcfb6c4650f433d7c5a563ca04960018b7.pdf>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Hearn, J. (2019). Gender, Work and Organization: A gender–work–organization analysis. *Special Issue: Anniversary Issue: 25 years of Gender, Work and Organization*, 26(1), 31-39. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/gwao.12331>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Hill, H. (2021). Family Income Level, Variability, and Trend as Predictors of Child Achievement and Behavior. *Demography*, 58(4), 1499–1524.

<https://read.dukeupress.edu/demography/article/58/4/1499/173902/Family-Income-Level-Variability-and-Trend-as>

Instituto Mexicano para la Competitividad A.C - IMCO. (2020). Mujer rural en la economía. <https://imco.org.mx/mujer-rural-en-la-economia/>

Islami, M., Mustafa, N., & Latkovikj, M. (2020). Linking Porter's generic strategies to firm performance. *Future Business Journal* volume, 6(3), 1-12. <https://fbj.springeropen.com/articles/10.1186/s43093-020-0009-1>

Jalil, N., Roque, Y., & Paz, L. (2018). La asociatividad para el fortalecimiento de los artesanos productores de la semilla de la tagua en la comunidad de Sosote, Manabí, Ecuador. *Universidad & Ciencia*, 7(2), 248-263. <https://revistas.unica.cu/index.php/uciencia/article/view/590>

Jong, J., & Ford, M. (2021). An Exploration of the Relationship Between Autonomy Congruence, Perceived Supervisor Individualized Consideration, and Employee Outcomes. *Review of Public Personnel Administration*, 41(3), 566-592. <https://doi.org/10.1177/0734371X20917185>

Kaplan, L., & Delfino, A. (2021). Pandemia, políticas públicas y sectores vulnerables: un análisis del Ingreso Familiar de Emergencia en Argentina. *Análisis de la política latinoamericana durante la pandemia / Dossier*, 59(1), 81-104. <https://revistapolitica.uchile.cl/index.php/RP/article/view/61815>

Kashdan, T., Disabato, D., Goodman, F., Doorley, J., & McKnight, P. (2020). Understanding psychological flexibility: A multimethod exploration of pursuing valued goals despite the presence of distress. *Psychol Assess*, 32(9), 829-850. <https://doi.org/10.1037/pas0000834>

- Kaur, G., Singh, M., & Singh, S. (2021). Mapping the literature on financial well-being: A systematic literature review and bibliometric analysis. *International Social Science Journal*, 71(2), 1-25. <https://doi.org/10.1111/issj.12278>
- Kerlinger, F., & Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento*. McGraw Hill. <https://padron.entretemas.com.ve/INICC2018-2/lecturas/u2/kerlinger-investigacion.pdf>
- Li, N., Huang, Q., Ge, X., He, M., Cui, S., Huang, P., . . . Fung, F. (2021). A Review of the Research Progress of Social Network Structure. *Collective Behavior Analysis and Graph Mining in Social Networks*, 1(1), 1-12. https://www.hindawi.com/journals/complexity/2021/6692210/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=HDW_MRKT_GBL_SUB_ADWO_PAID_YNA_SPEC_X_X0000_Nov2023Commissioned&gad_source=1&gclid=Cj0KCQiAqsitBhDIARIsAGMR1RhP1wztlFbo_FB5kYHVrrT_4MzVctHUP_zs1gsqWaZT
- Li, W., Li, Z., & Kou, H. (2022). Design for poverty alleviation and craft revitalization in rural China from an actor-network perspective: the case of bamboo-weaving in Shengzhou. *Heritage Science* volume, 10(2), 1-12. <https://heritagesciencejournal.springeropen.com/articles/10.1186/s40494-021-00637-7>
- Lucero, D., & Torres, A. (2020). Componentes de la asociatividad empresarial y gobernanza en Áreas Naturales Protegidas con capacidades turísticas. *Economía, sociedad y territorio*, XX(64), 843-864. <https://www.redalyc.org/journal/111/11172900009/11172900009.pdf>
- Malagón, L. (2021). Social and solidarity economy conceptual contributions to the circular economy. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 37(70). <https://www.redalyc.org/journal/2250/225069432005/html/>

- Mancha, G., & Ayala, E. (2020). El ingreso familiar como determinante de la asistencia escolar de los jóvenes en México. *Problemas del desarrollo*, 51(201), 85-110. <https://www.redalyc.org/journal/118/11864640004/11864640004.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR. (2019). Artesanías del Perú: historia, tradición e innovación". https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/473143/Artesanias_del_Peru_dic.2019.pdf
- Ndubuisi, P. (2018). Porter's Theory of Competitive Advantage among selected SMEs in Anambra State : An Empirical Review of its applications. *Advance Research Journal of Multi-Disciplinary Discoveries* , 23(1), 1-11. https://www.researchgate.net/publication/352413288_Porter's_Theory_of_Competitive_Advantage_among_selected_SMEs_in_Anambra_State_An_Empirical_Review_of_its_applications
- Oriekhova, K., Golovko, O., Khristoforova, O., & Babenko, M. (2023). Improvement financial management of enterprise taking into account technologies for attracting additional financial resources. *Journal of Economics and International Relations*(17), 94-108. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-09>
- Osazefua, J. (2020). Managers' financial practices and financial sustainability of Nigerian manufacturing companies: Which ratios matter most? *Cogent Economics & Finance*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2020.1724241>
- Ospina, A., & Alzate, J. (2018). La asociatividad como estrategia para gestionar los procesos de desarrollo empresarial y solución a problemáticas sociales. *Revista Loginn*, 2(1), 1-12. <https://revistas.sena.edu.co/index.php/LOG/article/view/1669/1790>

- Parra, J., Buitrago, A., Tinto, J., & Velasteguí, E. (2022). La asociatividad un modelo de gestión alternativo de desarrollo en el sector artesanal Ecuador. *Universidad Y Sociedad*, 14(6), 642-650. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3495>
- Parrales, M., Basurto, C., Cruz, M., & Ponce, J. (2021). Asociatividad Cadena de Valor e impacto de ambas. *Revista Publicando*, 8(31), 392-413. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2259>
- Poláková, M., Khanagha, S., van den Hooff, B., & Khapova, S. (2023). Digital transformation in high-reliability organizations: A longitudinal study of the micro-foundations of failure. *The Journal of Strategic Information Systems*, 32(1), 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2023.101756>
- Preciado, C., & García, L. (2019). La relación de desarrollo de las alianzas públicas privadas (APP) en la educación superior: Un enfoque integral. *Inclusión y Desarrollo*, 6(1). <https://doi.org/https://revistas.uniminuto.edu/index.php/IYD/article/download/1951/1772/4633>
- Quiroz, G., Font, M., & Sanchez, A. (2021). Asociatividad un paradigma que fortalece el desarrollo sostenible de la sociedad. *Pol. Con*, 6(8), 220-241. DOI: 0.23857/pc.v6i5.2734
- Restrepo, B., Luis, F., & González, L. (2007). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*, 20(2), 183-192. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-06902007000200010&lng=en&tlng=es
- Rojas, M. (2018). *El efecto de la asociatividad sobre el mejoramiento de las condiciones de vida de los productores rurales del Norte del Cauca*. [Tesis de postgrado, Universidad del Rosario]. Repositorio Institucional. <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/e5451696-f9a6-4779-bd6d-83cf683e3fc1/content>

- Ruiz, Z. (2012). Modelo de asociatividad para generar desarrollo empresarial. *Revista Ensayos*, 5(5). <https://doi.org/https://revistas.unal.edu.co/index.php/ensayos/article/view/51048/512>
- Saltos, V., & Chele, C. (2022). Asociatividad: Una apuesta para el fortalecimiento comercial de los productores de la parroquia El Anegado, cantón Jipijapa. *Ciencia y Líderes*, 1(1), 1-12. <https://revistas.unesum.edu.ec/rclideres/index.php/rcl/article/view/9>
- Sanabria, N., & Salgado, L. (2023). Aproximación al Concepto de Asociatividad Agropecuaria Como Desarrollo Rural. *Revista Vertice Universitario*, 25(94), 1-14. <https://www.scielo.org.mx/pdf/vu/v25n94/2683-2623-vu-25-94-e68.pdf>
- Sánchez, D. V. (2015). *El impacto de la asociatividad en el nivel de ingresos de los productores agrícolas en la parroquia Pasa del Cantón Ambato*. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/df1032da-2eff-40d8-9056-5bda051e8e86/content>
- Schneider, M., & Boss, L. (2019). The Application of Social Role Theory to the Study of Gender in Politics. *Advances in Political Psychology*, 40(S1), 173-213. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/pops.12573>
- Siegmann, K. (2023). Harvesting consent: South Asian tea plantation workers' experience of Fairtrade certification. *The Journal of Peasant Studies*, 50(5), 2050-2074. <https://doi.org/10.1080/03066150.2022.2060080>
- Soto, J., & Diaz, R. (2020). El trabajo de mujeres artesanas en el México rural y el enfoque de las economías comunitarias. *RICSH Revista Iberoamericana De Las Ciencias Sociales Y Humanísticas*, 9(8), 110-129. <https://www.ricsh.org.mx/index.php/RICSH/article/view/215>

- Sukenti, S. (2023). Financial Management Concepts: A Review. *Journal of Contemporary Administration and Management*, 1(1), 13–16.
<https://doi.org/10.61100/adman.v1i1.4>
- Suleykin, A., Bakhtadze, N., Elpashev, D., & Pyatetsky, V. (2022). Associative Rules-Driven Intelligent Production Schedule Control System for Digital Manufacturing Ecosystem. *IFAC-PapersOnLine*, 55(10), 1-12.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405896322020985>
- Sulimani, Y., & Melkman, E. (2022). School belonging and hope among at-risk youth: The contribution of academic support provided by youths' social support networks. *Child & Family Social Work*, 27(4), 700-710.
<https://doi.org/10.1111/cfs.12918>
- Tadesse, M., & Elsen, S. (2023). The Social Solidarity Economy and the Hull-House Tradition of Social Work: Keys for Unlocking the Potential of Social Work for Sustainable Social Development. *Social Sciences*, 12(3), 189.
<https://doi.org/10.3390/socsci12030189>
- Thomas, A., & Gupta, P. (2021). Social Capital Theory, Social Exchange Theory, Social Cognitive Theory, Financial Literacy, and the Role of Knowledge Sharing as a Moderator in Enhancing Financial Well-Being: From Bibliometric Analysis to a Conceptual Framework Model. *Frontiers in Psychology*, 12, 1-12.
<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.664638/full>
- Toole, B. (2022). Objectivity in feminist epistemology. *Philosophy Compass*, 17(11), 1-12. <https://compass.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/phc3.12885>
- Valero, S. (2013). *Transformación e interpretación de las puntuaciones*. Universitar Oberta de Catalunya, Catalunya.
<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/69325/1/Psicometr%C>

3%ADa_M%C3%B3dulo%204_Transformaci%C3%B3n%20e%20interpretaci%C3%B3n%20de%20las%20puntuaciones.pdf

Vega, R. J., & Cubas, A. A. (2017). *Gestión empresarial y competitividad en las asociaciones de productores de leche del centro poblado Combayo, distrito La Encañada - Cajamarca*. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/395>

Vilcacundo, A. (2018). *Las redes empresariales como factor de competitividad de los productores textiles de la parroquia Pasa*. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional. <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/28064>

Villalba, U., Egia, A., & Pérez, J. (2020). Convergences between the social and solidarity economy and sustainable development goals: Case study in the Basque country. *Sustainability*, 12(13). <https://doi.org/10.3390/su12135435>

Wagner, N., Strulak, R., & Landowska, A. (2019). Trust in sharing economy business models from the perspective of customers in Szczecin, Poland. *Sustainability*, 11(23). <https://doi.org/10.3390/su11236838>

Wardoyo, D., Fauzananda, R., & Febriyanti, H. (2023). Pengaruh pendapatan usaha dan beban operasional terhadap laba bersih. *Journal iset endidikan konomi*, 8(2), 102–108. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8077>

Wen, M., Wang, W., Wan, N., & Su, D. (2020). Family Income and Student Educational and Cognitive Outcomes in China: Exploring the Material and Psychosocial Mechanisms. *Social Sciences*, 9(12), 225-235. <https://www.mdpi.com/2076-0760/9/12/225>

Wigginton, B., & Lafrance, M. (2019). Learning critical feminist research: A brief introduction to feminist epistemologies and methodologies. *Feminism &*

Psychology,

5(4),

1-12.

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0959353519866058>

Zapata, A. J. (2021). *Ventajas de la asociatividad para promover la exportación de artesanías textiles de Huancayo*. [Tesis de grado, Universidad Continental].

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9590/4/IV_FCE_3

15_TI_Zapata_Salinas_2021.pdf

APÉNDICES

Apéndice 1: Instrumentos de medición

Cuestionario para la variable asociatividad

| Escala de Medición | Totalmente en desacuerdo | Desacuerdo | Indiferente | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|---------------------------|--------------------------|------------|-------------|------------|-----------------------|
| Valoración | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| N° | Asociatividad | Valoración | | | | |
|-------------------------|--|------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Productividad | | | | | | |
| 1 | Cómo es la cooperación de las socias para cumplir los objetivos de la asociación. | | | | | |
| 2 | Cómo es la integración en las socias para cumplir los objetivos de la asociación. | | | | | |
| 3 | Cómo es la mano de obra en la asociación. | | | | | |
| 4 | Cómo es la calidad de los insumos en la asociación. | | | | | |
| 5 | Cómo es la utilización de la tecnología en la asociación. | | | | | |
| 6 | Cómo considera el diseño de textiles de la asociación. | | | | | |
| 7 | Cómo considera la relación con los proveedores de la asociación. | | | | | |
| 8 | Considera usted que la producción ha sido constante. | | | | | |
| 9 | Cómo considera a los intermediarios para la asociación. | | | | | |
| 10 | Cómo considera usted que es la situación financiera de la asociación. | | | | | |
| 11 | Cómo considera usted las compras realizadas por la asociación | | | | | |
| 12 | Cómo considera usted la compra de tintas para la asociación | | | | | |
| 13 | Cómo considera usted las compras de hilo de algodón mercerizado | | | | | |
| 14 | Cómo considera usted el costo de los insumos para la asociación | | | | | |
| 15 | Cómo considera usted el costo de transporte de las artesanías de la asociación | | | | | |
| 16 | Cómo considera usted el costo en tecnología de la asociación | | | | | |
| Comercialización | | | | | | |
| 17 | Cómo considera usted los atributos de las artesanías de la asociación | | | | | |
| 18 | Cómo considera usted la exportación de las artesanías de la asociación | | | | | |
| 19 | Cómo considera usted la cantidad de artesanías que produce la asociación | | | | | |
| 20 | Cómo considera usted si hubiera grandes pedidos en la asociación | | | | | |
| 21 | Cómo considera usted las certificaciones de calidad para la asociación | | | | | |
| 22 | Cómo considera usted la venta de las artesanías de la asociación a la población local | | | | | |
| 23 | Cómo considera usted la venta de artesanías de la asociación a turistas nacionales y extranjeros | | | | | |
| 24 | Cómo cree usted que es la imagen de la asociación frente a la población | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------|---|--|--|--|--|--|
| 25 | Cómo cree usted que es la competencia que tiene en artesanías, la asociación | | | | | |
| 26 | Cómo considera usted que es el posicionamiento de la asociación | | | | | |
| 27 | Cómo considera usted el acceso al mercado local y nacional | | | | | |
| Competitividad | | | | | | |
| 28 | Cómo considera usted el involucramiento de la asociación en los espacios públicos | | | | | |
| 29 | Cómo considera usted el involucramiento de la asociación en los espacios privados | | | | | |
| 30 | Cómo considera usted el nivel de capacitación que recibe la asociación | | | | | |
| 31 | Cómo considera usted el intercambio de experiencias para la asociación | | | | | |
| 32 | Cómo considera usted los programas sociales para la asociación | | | | | |
| 33 | Cómo considera usted el apoyo del gobierno provincial y regional a la asociación | | | | | |

Cuestionario para la variable ingreso familiar

| | | | | | |
|---------------------------|----------|------|---------|-------|-----------|
| Escala de Medición | Muy malo | Malo | Regular | Bueno | Muy bueno |
| Valoración | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| N° | Ingreso familiar | Valoración | | | | |
|--------------------------|--|------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Vivienda | | | | | | |
| 1 | Cómo considera usted el piso de su vivienda | | | | | |
| 2 | Cómo considera usted los techos de su vivienda | | | | | |
| 3 | Cómo considera usted las paredes de su vivienda | | | | | |
| Servicios básicos | | | | | | |
| 4 | Cómo considera la red de agua potable con la que cuenta | | | | | |
| 5 | Cómo considera usted la red de electricidad con la que cuenta | | | | | |
| 6 | Cómo considera usted la red de internet con la que cuenta | | | | | |
| 7 | Cómo considera usted los servicios higiénicos con los que cuenta | | | | | |
| Educación | | | | | | |
| 8 | Cómo considera la educación primaria que reciben sus hijos. | | | | | |
| 9 | Cómo considera la educación secundaria que reciben sus hijos. | | | | | |
| 10 | Cómo consideran la educación superior de sus hijos. | | | | | |
| Alimentación | | | | | | |

| | | | | | | |
|---------------------|---|--|--|--|--|--|
| 11 | Cómo considera usted la alimentación que reciben en su familia | | | | | |
| 12 | Cómo considera usted el gasto en alimentación en su familia | | | | | |
| Remuneración | | | | | | |
| 13 | Cómo considera usted el ingreso que recibe por parte de las artesanías de la asociación | | | | | |
| 14 | Cómo considera usted el salario mensual que recibe | | | | | |
| 15 | Cómo considera su reserva económica para imprevistos | | | | | |

Apéndice 2: Confiabilidad de los instrumentos

Tabla 12

Confiabilidad del instrumento asociatividad e ingreso familiar mediante el Alfa de Cronbach

| Variables | N° Preguntas | Alfa de Cronbach |
|------------------|---------------------|-------------------------|
| Asociatividad | 33 | 0.97 |
| Ingreso familiar | 15 | 0.94 |

Nota: en base a la información recabada del instrumento

Teniendo en cuenta que la confiabilidad de un instrumento por el método alfa de Cronbach debe superar el 70% se concluye que el instrumento aplicado a la asociatividad es confiable porque su resultado fue del 97% y para la variable ingreso familiar su resultado fue del 94%.

Apéndice 3: Baremos de los instrumentos

Tabla 13

Puntuaciones y amplitud para los baremos de la variable asociatividad y sus respectivas dimensiones

| Variable y dimensiones | Puntuación mínima | Puntuación máxima | Amplitud |
|------------------------|-------------------|-------------------|----------|
| Asociatividad | 33 | 165 | 44 |
| Producción | 16 | 80 | 21 |
| Comercialización | 11 | 30 | 6 |
| Competitividad | 6 | 25 | 6 |

Nota: en base a la información recabada del instrumento

Tabla 14

Baremos para la variable asociatividad y sus respectivas dimensiones

| Variable y dimensiones | Preguntas | Baremos | | |
|------------------------|-----------|-------------|--------------|---------------|
| | | Bajo | Medio | Alto |
| Asociatividad | 33 | [33 – 77] | [78 – 122] | [123 – 165] |
| Producción | 16 | [16 – 37] | [38 – 59] | [60 – 80] |
| Comercialización | 11 | [11 – 25] | [26 – 40] | [41 – 55] |
| Competitividad | 6 | [6 – 14] | [15 – 23] | [24 – 30] |

Nota: en base a la información recabada del instrumento

Tabla 15

Puntuaciones y amplitud para los baremos de la variable ingreso familiar y sus respectivas dimensiones

| Variable y dimensiones | Puntuación mínima | Puntuación máxima | Amplitud |
|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|
| Ingreso familiar | 15 | 75 | 20 |
| Vivienda | 3 | 15 | 4 |
| Servicios básicos | 4 | 20 | 5 |
| Educación | 3 | 15 | 4 |
| Alimentación | 2 | 10 | 2 |
| Remuneración | 3 | 15 | 4 |

Nota: en base a la información recabada del instrumento

Tabla 16

Baremos para la variable ingreso familiar y sus respectivas dimensiones

| Variable y dimensiones | Preguntas | Baremos | | |
|-------------------------------|------------------|----------------|--------------|-------------|
| | | Bajo | Medio | Alto |
| Ingreso familiar | 15 | [15 – 35] | [36 – 56] | [57 – 75] |
| Vivienda | 3 | [3 – 7] | [8 – 12] | [13 – 15] |
| Servicios básicos | 4 | [4 – 9] | [10 – 15] | [16 – 20] |
| Educación | 3 | [3 – 7] | [8 – 12] | [13 – 15] |
| Alimentación | 2 | [2 – 4] | [5 – 7] | [8 – 10] |
| Remuneración | 3 | [3 – 7] | [8 – 12] | [13 – 15] |

Nota: en base a la información recabada del instrumento

Apéndice 4: Tablas de frecuencias de dimensiones

Tabla 17

Dimensiones de la asociatividad

| Dimensión | Total | Bajo | | Medio | | Alto | |
|----------------------|------------|----------|------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| | | n | % | n | % | n | % |
| Producción | 116 | 0 | 0,0 | 76 | 65,5 | 40 | 34,5 |
| Comercialización | 116 | 0 | 0 | 94 | 87,1 | 22 | 12,9 |
| Competitividad | 116 | 0 | 0,0 | 91 | 78,4 | 25 | 21,6 |
| Asociatividad | 116 | 0 | 0,0 | 76 | 65,5 | 40 | 34,5 |

Nota: en base a la información recabada del instrumento

Tabla 18

Dimensiones del ingreso familiar

| Dimensión | Total | Bajo | | Medio | | Alto | |
|-------------------------|------------|----------|------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| | | n | % | n | % | n | % |
| Vivienda | 116 | 0 | 0,0 | 12 | 10,3 | 104 | 89,7 |
| Servicios básicos | 116 | 0 | 0 | 85 | 73,3 | 31 | 26,7 |
| Educación | 116 | 5 | 4,3 | 25 | 21,6 | 86 | 74,1 |
| Alimentación | 116 | 30 | 25,9 | 45 | 38,8 | 41 | 35,3 |
| Remuneración | 116 | 0 | 0,0 | 25 | 21,6 | 91 | 78,4 |
| Ingreso familiar | 116 | 9 | 7,8 | 41 | 35,3 | 66 | 56,9 |

Nota: en base a la información recabada del instrumento

Apéndice 5: Asociaciones de artesanías textiles de la provincia de San Miguel

| N° | Asociación | N° | Nombres y Apellidos | Cargo |
|-----------|--|-----------|---------------------------------------|--------------|
| 1 | Sagrado Corazón de Jesús Sayamud | 1 | Deisy Cerna Lozano | Presidenta |
| | | 2 | Haydee Malca Villoslada | Socia |
| | | 3 | María Martha Monsefú Monsefú | Socia |
| | | 4 | Vidalina Lozano Villoslada | Socia |
| | | 5 | Fany Hernández Malca | Socia |
| | | 6 | Antonia Malca Romero | Socia |
| | | 7 | Berbelina Hernández Malca | Socia |
| | | 8 | Luz Perpetua Lingan Mendoza | Socia |
| | | 9 | Elcina Lozano Villoslada | Socia |
| | | 10 | Maribel Mendoza Celis | Socia |
| | | 11 | Julia Villoslada Sánchez | Socia |
| 2 | Señor de los Milagros El Cedro | 1 | María Elizabeth Montenegro Flores | Presidenta |
| | | 2 | Yrma Teonila Hernández Rodas | Secretaria |
| | | 3 | Martha Eresvita Mendoza Cueva | Tesorera |
| | | 4 | Luz Angélica Villegas Castro | Socia |
| | | 5 | Carmen Rosa Solano Rodas | Socia |
| | | 6 | Anita Cueva Correa | Vis. Prest. |
| | | 7 | María Julia Cueva Cueva | Socia |
| | | 8 | Rosalina Milagritos Montenegro Flores | Socia |
| | | 9 | Santos Delma Montenegro Rodas | Socia |
| | | 10 | Lucia Rene Alvites Sánchez | Socia |
| | | 11 | Bremilda Rojas Espinoza | Socia |
| | | 12 | Lidia Marina Sánchez Perez | Socia |
| | | 13 | Mireyli Esther Romero Cueva | Socia |
| | | 14 | Flor Noeli Cueva Correa | Socia |
| | | 15 | Iris Amelia Correa Diaz | Socia |
| | | 16 | Erlita Mardely Rodas Correa | Socia |
| | | 17 | Noris Rosalia Cueva Correa | Socia |
| | | 18 | Catalina Pérez Cueva | Socia |
| | | 19 | Luz Margarita Diaz Cruzado | Socia |
| | | 20 | Noemi Elizabet Rodas Diaz | Socia |
| | | 21 | Carmen Correa Espinal | Socia |
| | | 22 | Justina Marta Solano Rodas | Socia |
| | | 23 | Maria Zaragoza Correa Espinal | Socia |
| | | 24 | Lidia Cueva Ramírz | Socia |
| | | 25 | Rosa Aurora Díaz Cueva | Socia |
| | | 26 | Lucy Esther Correa Díaz | Socia |
| | | 27 | Maria Domitila Lingan Solano | Socia |
| | | 28 | Nelly Sebastiana Diaz Cruzado | Socia |
| | | 29 | Silvia Flores Cueva | Socia |

| N° Asociación | N° Nombres y Apellidos | Cargo |
|--|---|--------------|
| 3 San José Patriarca Ccalquis | 1 Juana Mendoza Serrano | Presidenta |
| | 2 Aida Luz Olano Cabanillas | Socia |
| | 3 Elizabeth Paredes Cueva | Socia |
| | 4 Sonia Sánchez Malca | Socia |
| | 5 Rut Noemí Terrones Ramírez | Socia |
| | 6 Lidia Carmelina Rodas Malca | Socia |
| | 7 Luz Maricela Rodas Olano | Socia |
| | 8 Aide Cruzado Rodas | Socia |
| | 9 Clementina Lozano Sánchez | Socia |
| | 10 Octavila Lluzmila Cueva Díaz | Socia |
| | 11 Bella Quiroz Mendoza | Socia |
| | 12 Rosa Olano Cueva | Socia |
| 4 Virgen del Arco San Miguel | 1 Orlandina Rodas Muguerza | Presidenta |
| | 2 Mavila Sánchez Vásquez | Tesorera |
| | 3 Dorila Romero Hernández | Socia |
| | 4 Maruja Mendoza Monsefú | Socia |
| | 5 Cecilia Margarita Rodas Mendoza | Socia |
| | 6 Sebastiana Mendoza de Romero | Socia |
| | 7 Miriam Lastenia Bazan Rodas | Socia |
| | 8 Aurea Isabel Roas Mendoza | Socia |
| | 9 Arlita Yolanda Chuquilin Celis | Socia |
| | 10 Hermelinda Vasquez Lingan | Socia |
| 5 SABINA VESS San Miguel | 1 Nery Cubas Castañeda | Presidenta |
| | 2 Filomena Medina Díaz | Tesorera |
| | 3 Juana del Arco Montenegro Villoslada | Secretaria |
| | 4 Marina Quiroz Hernández | Socia |
| | 5 Grimanesa Chico Barrantes | Socia |
| | 6 Juana Díaz Villate | Socia |
| | 7 Annely Castañeda Quispe | Socia |
| | 8 Nataly Chavarri Montenegro | Socia |
| | 9 Sonia Romero Mendoza | Socia |
| | 10 Casilda Mendoza Mendoza | Socia |
| | 11 Pasion Mendoza Mendoza | Socia |
| | 12 Santos Ysabel Romero Mendoza | Socia |
| | 13 Lucila Romero Mendoza | Socia |
| | 14 Lizeth del Socorro Chavarri Montenegro | Socia |
| | 15 Lorena Medina Díaz | Socia |
| | 16 Hermelinda Quispe Vasquez | Socia |
| | 17 Ida Montenegro Villoslada | socia |
| | 18 Teresa Mendoza Hernández | Socia |
| | 19 Nora del Pilar Montenegro Villoslada | Socia |

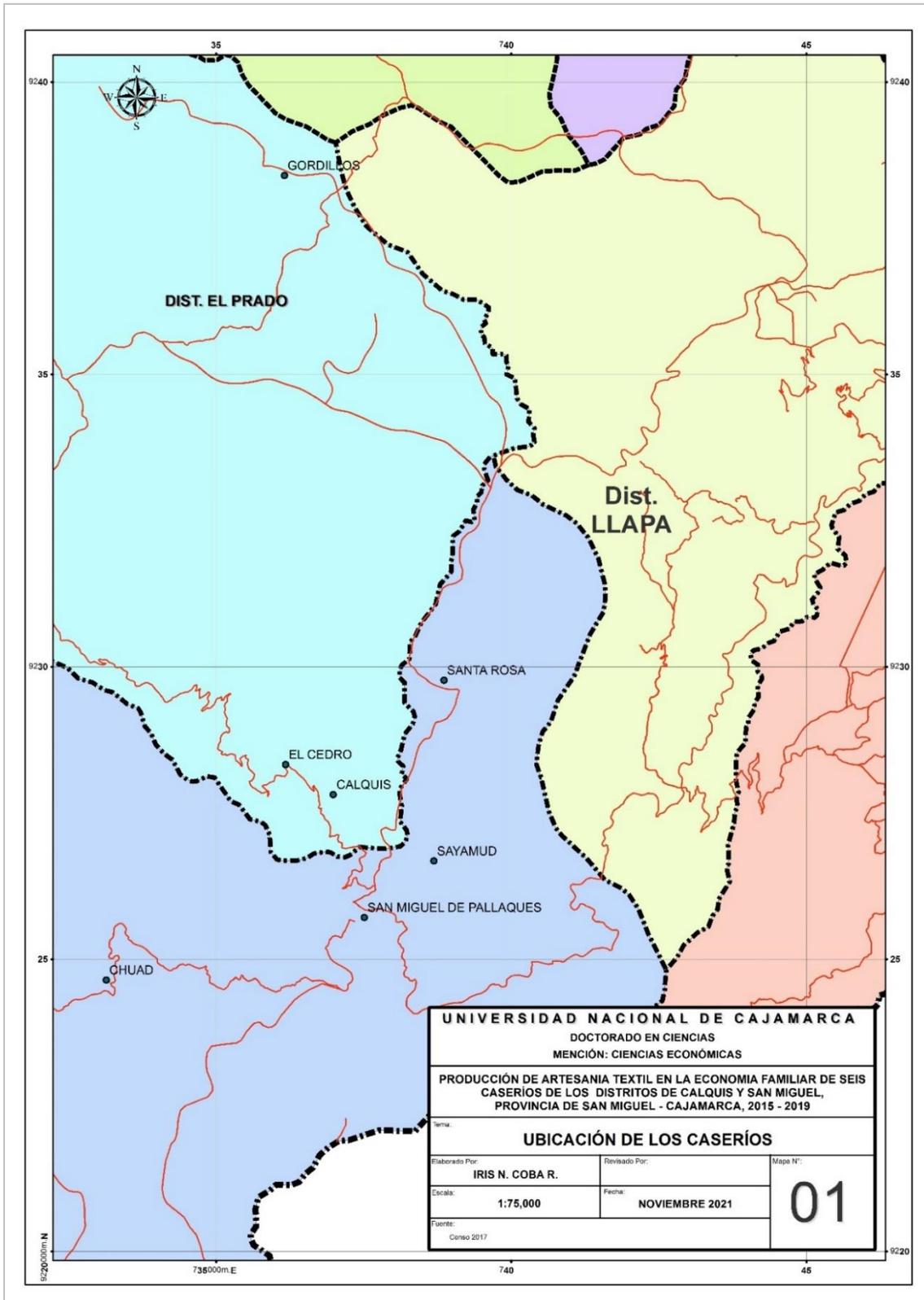
| N° Asociación | N° Nombres y Apellidos | Cargo |
|------------------------------------|-----------------------------------|--------------|
| 6 Sayamudinas de Corazón | 1 Orfelinda Vásquez Malca | Presidenta |
| | 2 María Edita Quispe Suarez | Tesorera |
| | 3 Nilda de la Cruz Hernández | Fiscal |
| | 4 Gumersinda Villoslada Hernández | Socia |
| | 5 María Berta Romero Suarez | Socia |
| | 6 Ilda Romero Romero | Socia |
| | 7 Aida Rosa Villoslada Romero | Socia |
| | 8 Eneyda Villoslada Hernández | Socia |
| | 9 Gloria Vásquez Malca | Socia |
| | 10 Jeny Clorinda Romero Malca | Socia |
| 7 7 de Junio Sayamud Bajo | 1 Yovany Hernández Sánchez | Socia |
| | 2 Francina Mendoza Villoslada | Socia |
| | 3 Julia Villoslada Sánchez | Socia |
| | 4 Eva Mendoza Villoslada | Socia |
| | 5 Yanela Hernández Lingan | Socia |
| | 6 María Laura de la Cruz Sánchez | Socia |
| | 7 Martha Verastegui de la Cruz | Socia |
| | 8 Veneranda Sánchez Terrones | Socia |
| | 9 Dominica Lozano Hernández | Socia |
| | 10 Eresbita Tapia Espinal | Socia |
| | 11 María Lingan Romero | Socia |
| | 12 Presilida Mendoza Villoslada | Socia |
| | 13 Erlinda Villoslada Romero | Socia |
| 8 San Miguel Arcángel | 1 Irene Martina Hernández Correa | Presidenta |
| | 2 Susana Elena Vásquez Hernández | Secretaria |
| | 3 Violeta Raquel Tello Chico | Vocal |
| | 4 Carmen Romero Llique | Socia |
| | 5 Esmeralda Sánchez Vásquez | Socia |
| | 6 María Elena Sánchez Izquierdo | Socia |
| | 7 Bercelia Yeckle Llique | Socia |
| | 8 Wilton Santos Tineo | Socia |
| | 9 Sonia Villoslada Vásquez | socia |
| | 10 Keli Tello Chico | Socia |
| | 11 Adelaida Vásquez Quispe | socia |
| 9 Señor de los Milagros San Miguel | 1 Socorro del Pilar Ríos Díaz | Presidenta |
| | 2 Lucy Consuelo Hernández Lingan | Secretaria |
| | 3 Duane Yaneth Monsefú Pérez | Tesorera |
| | 4 Esmilda Lozano Romero | Socia |
| | 5 Rosa Isabel Jara Vásquez | Socia |
| | 6 Idelsa Lozano Jara | Socia |
| | 7 Emelina Hernández Monsefú | Socia |
| | 8 Orfelía Isabel Díaz Villate | Socia |
| | 9 Luisa Mercedes Díaz Villate | Socia |

| N° Asociación | N° | Nombres y Apellidos | Cargo |
|------------------------------------|-----------|-----------------------------------|--------------|
| | 10 | Eulalia Chuquijajas Romero | Socia |
| | 11 | Yessenia Hernández Lozano | Socia |
| 10 Santa Rosa | 1 | Humbelina Romero Hernández | Socia |
| | 2 | Antonia Romero Romero | Socia |
| | 1 | Doris Quiroz Quiros | Supervisora |
| | 2 | Teonila Monsefu Viloslada | Socia |
| | 3 | María Santos Romero | Socia |
| | 4 | Lizabeth Lozano Romero | Socia |
| | 5 | Pasión Mendoza Mendoza | Socia |
| | 6 | Casilda Mendoza Mendoza | Socia |
| | 7 | Sonia Romero Mendoza | Socia |
| 11 Emp. Kuskaya | 8 | Isabel Romero Mendoza | Socia |
| | 9 | Diosalina Hernández Lozano | Socia |
| | 10 | Imelda Hernández Losano | Socia |
| | 11 | Adaluz Viloslada Lozano | Socia |
| | 12 | Teolina Viloslada Romero | Socia |
| | 13 | Bella Hernández Monsefú | Socia |
| | 14 | Lucila Romero Mendoza | Socia |
| | 15 | Eresvita Medina Romero | Socia |
| | 16 | Angélica Cienfuegos | Socia |
| | 1 | Mirian Celiz Hernández | Presidenta |
| | 2 | Corina Maricela Hernández Monsefú | Socia |
| | 3 | Yeneth Duane Monsefú Pérez | Socia |
| | 4 | Nancy Hernández Monsefú | Socia |
| 12 Lliwi Maki Sayamud | 5 | Elsa Romero Celiz | Socia |
| | 6 | Martha Isabel Celiz Hernández | Socia |
| | 7 | Maritza Elizabeth Celiz Hernández | Socia |
| | 8 | Luzmila Monsefú Viloslada | Socia |
| | 9 | Teonila Monsefu Viloslada | Socia |
| | 10 | María Nélica Celiz Hernández | Socia |
| 13 Jesucristo Resucitado Gordillos | 1 | María Sabina Becerra Sánchez | Presidenta |
| | 2 | Angélica Becerra Quispe | Socia |
| | 3 | Cristina Becerra Sánchez | Socia |
| | 4 | Huvinda Suarez Herrera | Socia |
| 14 Chuad | 1 | Erlita Arteaga Romero | Presidenta |
| | 2 | Flor E. Cerna Vásquez | Socia |
| 15 San Miguel | 1 | Mary Montenegro Santa Cruz | Presidenta |
| | 2 | Elcira Malca Viloslada | Socia |
| | 3 | Luz Victoria Viloslada Hernández | Socia |
| | 4 | Carmen Romero Kike | Socia |
| Total | 164 | | |

Nota. Municipalidad Provincial de San Miguel

ANEXOS

Anexo 1. Ubicación de las asociaciones de artesanía textiles en la provincia de San Miguel – Región Cajamarca.



Mapa de la provincia de San Miguel

