



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TESIS**

**“DIMENSIÓN ESTRUCTURAL DEL CAPITAL SOCIAL Y SU RELACIÓN CON  
EL COMPORTAMIENTO PIONERO EN LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE  
CALZADO DE LA PROVINCIA DE AREQUIPA, 2020”.**

**Autor:**

**Luis Adrián Iriarte Arfinengo**

**ASESOR: Miguel Mendoza Vargas**

**Para la obtención del:**

**Título de licenciado en Administración y Negocios Internacionales**

**AREQUIPA - PERÚ**

**2021**

## **DEDICATORIA**

A Dios, por permitirme llegar y guiarme por este camino. A mi madre, Teresa, porque gracias a ella soy quien soy, en esta vida.

## **AGRADECIMIENTOS**

A todos aquellos que me apoyaron a llegar a este punto, en especial al Dr. Américo Hurtado Palomino y Dr. Miguel Mendoza Vargas por encaminar mi investigación.

A la Universidad La Salle y todos sus docentes, por su apoyo durante mi permanencia como estudiante.

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	1
AGRADECIMIENTOS .....	2
ÍNDICE .....	3
ÍNDICE DE TABLAS .....	7
ÍNDICE DE FIGURAS .....	9
ÍNDICE DE ANEXOS .....	10
RESUMEN .....	11
ABSTRACT .....	12
CAPÍTULO I .....	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	13
1.1. Descripción del problema .....	13
1.2. Variables de estudio .....	16
1.2.1. Definición conceptual de la variable .....	16
1.2.2. Definición operacional de la variable .....	17
1.2.3. Operacionalización de la variable .....	17
1.3. Objetivos de la investigación .....	23
1.3.1. Objetivo general .....	23
1.3.2. Objetivos específicos .....	23
1.4. Formulación del problema .....	23
1.4.1. Pregunta general .....	23
1.4.2. Preguntas específicas .....	23

1.5. Hipótesis de la investigación .....	24
1.5.1. Hipótesis general.....	24
1.5.2. Hipótesis específicas .....	26
1.6. Justificación de la investigación .....	26
1.6.1. Justificación teórica.....	26
1.6.2. Justificación práctica .....	26
1.7. Beneficios .....	27
1.8. Limitaciones de la investigación.....	28
CAPÍTULO II.....	29
MARCO TEÓRICO .....	29
2.1. Antecedentes del estudio .....	29
2.1.1. Antecedentes internacionales .....	29
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	32
2.1.3. Antecedentes locales .....	35
2.2. Fundamentación teórica .....	37
2.2.1. Dimensión estructural del capital social .....	37
2.2.2. Dimensiones del capital social estructural .....	39
2.2.2.1. Configuración de la red .....	39
2.2.2.2. Vínculos de la red.....	41
2.2.3. Comportamiento pionero .....	42
2.2.3.1. Características del comportamiento pionero .....	44
CAPÍTULO III.....	46

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	46
3.1. Enfoque y tipo de investigación .....	46
3.1.1. Enfoque de investigación.....	46
3.1.2. Tipo de investigación .....	46
3.2. Nivel y diseño de investigación .....	46
3.2.1. Nivel de investigación .....	46
3.2.2. Diseño de investigación.....	47
3.3. Población y muestra.....	47
3.3.1. Población.....	47
3.3.2. Muestra.....	48
3.4. Unidad de análisis.....	48
3.5. Delimitación de la investigación.....	48
3.5.1. Campo de estudio.....	48
3.5.2. Delimitación temporal .....	49
3.5.3. Delimitación geográfica .....	49
3.5.4. Delimitación teórica .....	49
3.6. Técnicas, instrumentos y fuentes de recolección de datos .....	49
3.6.1. Técnica de investigación.....	49
3.6.2. Instrumentos de investigación.....	50
3.6.3. Fuentes de recolección de datos .....	51
3.7. Proceso de recolección y procesamiento de datos .....	51
3.7.1. Proceso de recolección de datos .....	51

3.7.2.    Procesamiento de datos .....	51
CAPÍTULO IV.....	52
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
4.1. Resultados de la validez y confiabilidad del instrumento .....	52
4.1.1.    Validación del instrumento .....	52
4.1.2.    Confiabilidad del instrumento.....	52
4.2. Resultados de la variable de control.....	57
4.3. Nivel de las variables .....	59
4.4. Resultados inferenciales.....	62
4.4.1.    Pruebas de normalidad .....	62
4.4.2.    Estadísticas no paramétricas .....	63
4.4.3.    Contraste de las hipótesis.....	64
4.4.4.    Resumen de los resultados estadísticos.....	69
CAPÍTULO VI.....	70
DISCUSION.....	70
CONCLUSIONES .....	71
RECOMENDACIONES.....	72
BIBLIOGRAFÍA .....	73
ANEXOS.....	81

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de la variable dimensión estructural del capital.....	19
Tabla 2. Operacionalización de la variable comportamiento pionero.....	20
Tabla 3. Matriz de consistencia .....	21
Tabla 4. Población del estudio .....	47
Tabla 5. Valores de significado de alfa de Cronbach .....	52
Tabla 6. Fiabilidad de la variable dimensión estructural del capital social .....	53
Tabla 7. Fiabilidad de la dimensión vínculos de la red .....	53
Tabla 8. Fiabilidad de ítems de la dimensión vínculos de la red.....	53
Tabla 9. Fiabilidad de la dimensión configuración de la red .....	54
Tabla 10. Fiabilidad de ítems de la dimensión configuración de la red.....	54
Tabla 11. Fiabilidad de la variable comportamiento pionero.....	55
Tabla 12. Fiabilidad de ítems de la variable comportamiento pionero .....	55
Tabla 13. Fiabilidad del instrumento .....	56
Tabla 14. Empresas encuestadas del sector de calzado por distrito.....	57
Tabla 15. Tipos de empresa del sector calzado.....	58
Tabla 16. Escala de percepción para las variables .....	59
Tabla 17. Nivel de percepción de la dimensión estructural del capital social .....	59
Tabla 18. Nivel de percepción del comportamiento pionero .....	61
Tabla 19. Prueba de normalidad de datos.....	63
Tabla 20. Rangos de relación de Spearman.....	64
Tabla 21. Relación entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero .....	65
Tabla 22. Relación entre los vínculos de la red y el comportamiento pionero .....	66

Tabla 23. Relación entre la configuración de la red y el comportamiento pionero..... 68

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de empresas encuestadas por distrito .....	57
Figura 2. Distribución de tipo de empresa del sector calzado .....	58
Figura 3. Distribución del nivel de percepción de la dimensión estructural del capital social .....	60
Figura 4. Distribución del nivel de percepción del comportamiento pionero.....	62
Figura 5. Resultados de la investigación .....	69

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia.....	82
Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables.....	84
Anexo 3. Instrumento de recolección de datos .....	86
Anexo 4. Base de datos.....	87

## RESUMEN

Esta investigación estudia la relación entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020. Las cuales enfrentan diferentes desafíos, como es el contrabando, la informalidad, los sustitutos de materiales sintéticos, entre otros, para prevalecer en el mercado. La población es de 90 micro y pequeños empresarios activos con una antigüedad mayor a un año. La metodología del estudio es de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, de nivel descriptivo y correlacional. El análisis estadístico incluyó correlación de Spearman. Los resultados indican que existe una relación positiva media entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero ( $Rho=.506$ ), existe una relación positiva débil entre vínculos de la red y comportamiento pionero ( $Rho=.358$ ), así como, una relación positiva media entre configuración de la red y comportamiento pionero ( $Rho=.517$ ). Esto nos indica que es preciso implementar la dimensión estructural del capital social en las empresas para lograr un comportamiento pionero, con esto, poder estar a la vanguardia del mercado, tanto en innovación de nuevos productos y mercados, con el fin de adelantarse a la competencia y el mercado. Además, Agudelo y Hoyos (2020) mencionan que tanto el capital social y establecer redes, son un recurso que puede permitir enfrentar mejor la situación generada por el COVID-19. En síntesis, la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero pueden permitir a las empresas enfrentar de mejor manera los diferentes problemas del sector.

**Palabras claves:** Dimensión estructural del capital social, Social Capital, comportamiento pionero, sector calzado.

## ABSTRACT

This research studies the relationship between the structural dimension of social capital and pioneering behavior in footwear companies in the province of Arequipa, 2020. These companies face different challenges, such as smuggling, informality, synthetic material substitutes, among others, to prevail in the market. The population is 90 active micro and small entrepreneurs with a seniority of more than one year. The methodology of the study is quantitative, non-experimental design, descriptive and correlational. The statistical analysis included Spearman's correlation. The results indicate that there is a positive average relationship between the structural dimension of social capital and pioneering behavior ( $Rho=.506$ ), there is a weak positive relationship between network ties and pioneering behavior ( $Rho=.358$ ), as well as a positive average relationship between network configuration and pioneering behavior ( $Rho=.517$ ). This indicates that it is necessary to implement the structural dimension of social capital in companies in order to achieve pioneering behavior and thus be at the forefront of the market, both in innovation of new products and markets, in order to stay ahead of the competition and the market. In addition, Agudelo and Hoyos (2020) mention that both social capital and networking are a resource that can allow to better face the situation generated by Covid-19. In summary, the structural dimension of social capital and pioneering behavior can allow companies to better face the different problems of the sector.

**Keywords:** Structural social capital, social capital, pioneering behavior, footwear sector.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Descripción del problema

El informe de la Sociedad Nacional de Industrias (SIN, 2017) reveló que, durante los últimos años, el comportamiento de desarrollo en la fabricación de calzado ha sido irregular, exhibiendo decrecimiento durante, los años 2005 y 2006. En contraste los porcentajes de crecimiento positivos se evidenciaron durante los periodos 2007 y 2009. Posteriormente, en los periodos 2010 y 2011 se evidenciaron resultados negativos, de igual manera durante los años 2014 y 2016. Por el contrario, en 2012, 2013 y 2015 exponen índices de incremento que varían en rangos del 3% al 7% describiendo un comportamiento muy variable en los últimos diez (10) años. En el informe de la Sociedad Nacional de Industrias (SIN, 2017) también nos expone que, la mayor parte de la producción es destinada al mercado nacional, en donde la principal demanda es de los sectores de: construcción, seguridad, aseo, tareas de soporte en edificios, sostenimiento de parques y también al consumo del público en general. Además, el informe de la Sociedad Nacional de Industrias (SIN, 2017) señala que en una división por departamentos de los fabricantes de calzado se evidencia con el mayor porcentaje a Lima con el 42.2%, en segundo lugar, el departamento de La Libertad con el foco de su producción en Trujillo con 27.2%, seguidos por Arequipa con el 9.4% y Junín 3.5%.

Además, el informe del SIN (2019) describe una lista de calzado manufacturado en el país como: zapatos, zapatillas, botas o botines y sandalias. También, menciona que las actividades informales junto con el contrabando obstruyen la producción y venta de calzado, por ende, dificultan el crecimiento de la industria. En la actualidad, se pueden encontrar gran variedad de sustitutos de calzado de cuero en el mercado, como lo resalta el Instituto

Nacional del Emprendedor (INADEM, 2017) que señala que existen distintos calzados que logran reemplazar al fabricado de cuero así, por ejemplo: los de materiales sintéticos; de materiales naturales; es decir, de lona o yute.

En 2018, una competencia desleal de productos importados, la disminución de la producción, el aumento de la informalidad, la ignorancia de la administración empresarial y la pobre integración con la tecnología produjo una caída del 29% en esta industria (SIN, 2019). Estas complicaciones se evidencian sobre todo en micro y pequeñas empresas.

Sánchez (2019) señala que, en los últimos diez años, las microempresas de calzado en Arequipa no logran una rentabilidad que perdure, tampoco, aumentan su cuota de mercado por la entrada de nueva competencia. En la misma línea, Berlanga (2019) indica que la introducción de nuevos competidores y productos sustitutos (calzados sintéticos) provenientes de Asia y la reducción del poder adquisitivo medio, ha desplazado al consumo hacia productos más económicos, aumentando la importación de artículos que provengan de países emergentes, sobre todo de China y Brasil, ocasionando que las empresas del sector calzado del país se encuentren en un momento recesivo y además, hallando cada vez más obstáculos para ingresar a nuevos mercados. Asimismo, Li (2020) expresa que nos encontramos en un mundo globalizado, las empresas grandes, medianas y pequeñas buscan conseguir ganancias mayores. Esta búsqueda constante de crecer y ser competitivos las lleva a optar por nuevas estrategias que ayuden a lograr sus objetivos. Adicionalmente, señala que toda empresa, pero por encima de todas, las pequeñas y microempresas que no se adaptan y hagan frente a los violentos cambios de los mercados, definitivamente estarán destinadas a perecer. También Li (2020) expone que hoy en día la problemática que tenemos en el mercado actual es más exigente con relación a calidad, volúmenes y tiempos de entrega. El cumplimiento de estas exigencias se puede conseguir trabajando en conjunto y el decidir por

la asociatividad es una buena alternativa para lograr ser competentes y alcanzar los objetivos empresariales.

En tal sentido, Kujiro e Hirotaka (1995) mencionan que: “nos encontramos sumergidos en la llamada sociedad del conocimiento, modelo en el que el principal recurso productivo, está conformado, entre otros aspectos, por ideas, percepciones y por la inteligencia emocional de las personas”. Lograr un desarrollo sostenible conlleva emplear estrategias elásticas, adaptables a ecosistemas cambiantes. (Jaimes, Bravo, Cortina, Pacheco y Quiñones, 2009).

Por su parte Berlanga (2019) en su tesis de investigación titulada “El impacto de la importación de calzado hecho en China en la comercialización de calzado en la empresa Emcomers. a Perú, en el 2018” sostiene que: “la industria del calzado en el Perú se vio afectada con el arribo del calzado oriundo de China, el cual en su mayoría es sintético, confeccionado con materiales poco resistentes, de menor calidad, que dura muy poco y resulta en algunos casos hasta dañino para la salud, a pesar de esto, por su bajo costo en el mercado lo convierte en más asequible para la población”.

La consideración del comportamiento pionero en el contexto de las empresas de calzado son escasos, tomando la relevancia que el comportamiento pionero no solo se refiere a insertar un producto nuevo en un mercado específico, sino un sentido emprendedor, por el cual una empresa tiene la tendencia a ser la primera en introducir productos innovadores en nuevos segmentos producto-mercado que la competencia no ha identificado o no ha explotado activamente. Por este motivo, este comportamiento ayudaría a hacer frente a las exigencias del mercado como lo ya expuesto. (García-Villaverde, Parra-Requena y Ruiz-Ortega, 2010)

En resumen, se puede constatar que: tanto el desarrollo irregular en la fabricación de calzado, el contrabando y aumento de la informalidad, el aumento de la importación de

artículos que provengan de países emergentes, sobre todo de China y Brasil, los sustitutos de materiales sintéticos y el desplazo del consumo hacia productos más económicos obstruyen la producción, venta y desarrollo del sector calzado. Frente a los problemas descritos, la teoría de la dimensión estructural del capital social tiene alta importancia en el campo de dirección estratégica de las empresas. Esta cercanía entre organizaciones empresariales genera una intensidad e intercambio en las relaciones, tanto internas como externas, que se ven reflejadas en sus resultados empresariales (Molina, 2008). Esta cercanía, interinidad e intercambios son parte del capital social que una empresa debe desarrollar, para así poder obtener mejor información y con ello obtener mejores oportunidades y beneficios para así ser más rentable. Así como, menciona Barrio (2017) las relaciones sociales pueden llegar a valorarse como un activo, ya que en determinadas situaciones estas pueden obtener ganancias tales como, el comportamiento pionero y el capital social, que son hoy en día referentes continuos y alentadores para aprovechar y afianzar, tanto de la acción colectiva como de la acción pública (Romero, 2013).

## **1.2. Variables de estudio**

### **1.2.1. Definición conceptual de la variable**

VI: Capital social, dimensión estructural.

Nahapiet y Ghoshal (1998) exponen que la dimensión del capital social presenta un enmarañado de relaciones que tiene una organización, es decir, trata de abarcar la interacción social que se genera dentro de una red, enfocándose en las propiedades del sistema social, así como de la red de relaciones. Adicionalmente, destacan la existencia de vínculos de red entre los agentes, la configuración de la red y la apropiabilidad.

VD: Comportamiento pionero.

García-Villaverde et al. (2010) considera que el comportamiento pionero no solo se refiere a insertar un producto novedoso en un mercado específico, sino un sentido emprendedor, una empresa tiene la tendencia a ser la primera en introducir productos innovadores en nuevos segmentos producto-mercado que la competencia no ha identificado o no ha explotado activamente.

### **1.2.2. Definición operacional de la variable**

VI: Capital social, dimensión estructural

Se refiere a las relaciones que posee una organización con la finalidad de generar interacción social dentro de una red (Nahapiet y Ghoshal, 1998).

VD: Comportamiento pionero

Se refiere a la intención de introducir productos innovadores, así como a la acción de introducir nuevos productos al mercado, con el fin de adelantarse a la competencia y el mercado (García-Villaverde et al., 2010).

### **1.2.3. Operacionalización de la variable**

En la presente investigación con el fin de seleccionar la dimensión del capital social, se realizó una revisión previa de la literatura en la cual el capital social es multidimensional. Se sigue la propuesta ampliamente utilizada de Nahapiet y Ghoshal (1998), diferenciando tres dimensiones del capital social –estructural, relacional y cognitiva. Se halló la investigación de García-Villaverde, Parra-Requena y Molina-Morales (2018) titulada “Structural social capital and knowledge acquisition: implications of cluster membership” en la cual destacan el importante papel del capital social estructural en la adquisición de conocimiento externo, ya que en su investigación corroboran que: “Incluso cuando se introduce en el modelo, las dimensiones relacional y cognitiva del capital social, aunque el efecto indirecto a través de estas dimensiones es significativo, el efecto directo del capital social

estructural permanece significativo. Esta dimensión ejerce la mayor influencia en la adquisición de conocimientos. Esta relevancia se puede observar en dos aspectos: primero, el capital social estructural es el variable con mayor poder explicativo, en segundo lugar, la varianza de la adquisición de conocimientos solo aumenta mínimamente cuando se considera el efecto de las otras dos dimensiones. Así, se corrobora su supuesto inicial, ya que se observa que el efecto del capital social estructural sobre la adquisición de conocimiento será diferente según el grado de aglomeración o el grado de proximidad geográfica. Sin embargo, el capital social estructural aparece como la dimensión clave para acceder a conocimientos externos para empresas ajenas a los clústeres”. Por este motivo se consideró la dimensión estructural del capital social, ya que en esta se centra en las facetas relacionadas principalmente con la transferencia de conocimiento, información y relaciones entre los contactos y como esto se relaciona con el comportamiento pionero. Además, de acuerdo con el trabajo de García-Villaverde et al., (2010) que estas dimensiones son adecuadas para analizar su influencia en el comportamiento pionero de la empresa.

Como se ha mencionado anteriormente se sigue la línea propuesta por Nahapiet y Ghoshal (1998) en la que podemos encontrar las dimensiones, vínculos de la red y configuración de la red en el capital social estructural. Los vínculos de la red, representan la forma concreta en la que los diferentes agentes de una red se encuentran relacionados en términos de fuerza, frecuencia y estrechez. En la presente investigación se utilizan los indicadores propuestos por García-Villaverde et al. (2010) que han sido respaldados y empleados anteriormente por diferentes trabajos para medir la variable del capital social estructural y que resultan adecuados para la presente investigación.

Para la dimensión vínculos de la red, se mide la frecuencia de las interacciones, la estrechez de la relación y la fortaleza de la misma a través del conocimiento del otro agente de manera personal. Por otro lado, la configuración de la red determina el modo de unión entre los miembros de la misma, en términos de densidad, conectividad y jerarquía. A través de los dos primeros ítems de la escala se mide la redundancia existente entre los agentes de la red y se analiza en qué medida los contenidos intercambiados entre los agentes son semejantes. El tercer ítem mide la interconexión de la red, es decir, el grado en el cual los agentes de la red se conocen entre sí mismos. De igual manera para el comportamiento pionero, el primer indicador combina la anticipación de la empresa en la introducción de nuevos productos en el mercado, el segundo, con el carácter rompedor e innovador de los productos y el tercero, con el liderazgo en el desarrollo de ideas innovadoras. Estos indicadores han sido incluidos en el cuestionario. Para poder medir estos indicadores, se utilizó escalas multi-ítem que han sido validadas en trabajos previos a lo largo de la literatura.

Tabla 1

*Operacionalización de la variable dimensión estructural del capital social*

Variable	Dimensiones	Indicadores
Dimensión estructural del capital social	Vínculos de la red	Vínculos frecuentes con contactos. Identificación de contactos. Relaciones sociales con nuestros contactos.
	Configuración de la red	Recursos e información. Comunicación entre contactos Información de contactos.

Fuente: Adaptado de García-Villaverde et al. (2010).

Tabla 2

*Operacionalización de la variable comportamiento pionero*

Variable	Dimensión	Indicadores
Comportamiento pionero	Unidimensional	Entrada de nuevos productos al mercado. Anticipación en la introducción de nuevos productos en el mercado. Productos únicos.

Fuente: Adaptado de García-Villaverde et al. (2010).

Tabla 3

*Matriz de consistencia*

Título: “Dimensión estructural del capital social y su relación con el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020”.

<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables y dimensiones</b>
<p><b>Problema general:</b> PG: ¿Qué relación existe entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> Pe1: ¿Cuál es la relación entre los vínculos de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> OG: Determinar la relación entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Oe1: Establecer la relación entre los vínculos de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020. Oe2: Determinar la relación entre la configuración de la red y el comportamiento pionero en las empresas</p>	<p><b>Hipótesis general:</b> HG: Existe una relación positiva entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b> He1: Existe relación positiva entre los vínculos de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado</p>	<p><b>Variable 1:</b> Capital social estructural</p> <p><b>Dimensiones:</b> D1: Vínculos de la red D2: Configuración de la red</p> <p><b>Variable 2:</b> Comportamiento pionero</p> <p>Unidimensional</p>

Pe2: ¿Cuál es la relación entre la configuración de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020?	productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.	de la provincia de Arequipa, 2020. He2: Existe relación positiva entre la configuración de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.	
<b>Método y diseño</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Técnica e instrumentos</b>	
Tipo de estudio: Aplicada Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental, transaccional y retrospectivo Alcance: Descriptivo - Correlacional Método: Hipotético - deductivo	Población: N= 90 empresas productoras de la industria del calzado en Arequipa Muestra: n= 63 empresas productoras de la industria del calzado en Arequipa	Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Tratamiento estadístico: SPSS v26.	

Fuente: Elaboración propia

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo general**

OG: Determinar la relación entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

OE1: Establecer la relación entre los vínculos de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.

OE2: Determinar la relación entre la configuración de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.

### **1.4. Formulación del problema**

#### **1.4.1. Pregunta general**

PG: ¿Qué relación existe entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020?

#### **1.4.2. Preguntas específicas**

PE1: ¿Cuál es la relación entre los vínculos de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020?

PE2: ¿Cuál es la relación entre la configuración de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020?

## **1.5. Hipótesis de la investigación**

### **1.5.1. Hipótesis general**

Para la presente investigación se planteó de una relación positiva, ya que se evidenció en el trabajo de García-Villaverde et al. (2010) en el que se estudió el papel del desarrollo de las capacidades tecnológicas y de marketing de una empresa para explicar los vínculos entre el capital social y el comportamiento pionero. Aplicaron un modelo estructural sobre una muestra de 224 empresas de la industria del calzado española. Este modelo les permitió detectar un efecto indirecto significativo del capital social en el comportamiento de los pioneros a través del desarrollo de capacidades de marketing tecnológico Upstream y Downstream.

También Ortega, Blanco y Cangahuala (2016) en su estudio vincularon que: “el capital social y la planificación adaptativa con la innovación y el desarrollo empresarial de una comunidad de productores vitivinícolas en el Perú. Dado lo anterior, consideraron que el capital social, así como la planificación adaptativa tienen un impacto en el aprendizaje productivo y el desarrollo de valores empresariales en ciertos escenarios donde predomina un extenso conocimiento tácito tradicional y colectivo perdurable a través de siglos y que se transforma en innovación. Los resultados de su estudio evidencian una relación positiva del capital social y la planificación adaptativa sobre la innovación en lo que se refiere a los aspectos económicos, sociales y políticos de ciertas comunidades industriales”.

Así también, García-Villaverde, Parra-Requena y Molina-Morales (2018) en su estudio analizaron las implicaciones de pertenecer a un clúster mediante la relación entre capital estructural y adquisición de conocimiento. Sus principales hallazgos fueron que, en las aglomeraciones geográficas de empresas, la densidad y la fuerza de los vínculos entre empresas solo generan una mayor adquisición de

conocimiento si se enfocan en desarrollar una mayor confianza y compartir valores y metas con sus contactos. Ya que, en el caso de empresas ajenas a los conglomerados industriales, el capital social estructural ejerce una acción directa y efecto indirecto en la adquisición de conocimientos a través de las dimensiones relacional y cognitiva.

También, Landry, Amara y Lamari (2002) en su estudio resuelven dos interrogantes: “¿El capital social determina la innovación en empresas manufactureras? Y si es el caso, ¿en qué medida?” Los resultados de dicho trabajo corroboran que la creación interna de conocimiento por parte de la organización, medida por el ratio de ventas dedicadas a I + D, y el empleo del conocimiento incorporado en nuevas tecnologías explican tanto la decisión de innovar como la decisión de hacer más o menos innovaciones radicales. Sin embargo, contra todas sus expectativas, logran aportar evidencias que indican que diversas formas de capital social contribuyen en mayor medida a explicar tanto la decisión de innovar o no como la decisión de emprender innovaciones más o menos radicales. Estos resultados sugieren que los formuladores de políticas involucrados en el diseño de medidas de política que puedan fomentar la innovación deberían prestar atención a las diversas formas de capital social, con énfasis a los activos relacionales y a los activos de la red de investigación, así como a la adquisición y utilización de tecnologías avanzadas por parte de la industria manufacturera.

Por consecuente se planteó:

HG: Existe relación positiva entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.

### **1.5.2. Hipótesis específicas**

HE1: Existe una relación positiva entre los vínculos de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.

HE2: Existe una relación positiva entre la configuración de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.

## **1.6. Justificación de la investigación**

### **1.6.1. Justificación teórica**

Por cada variable, tanto la dimensión estructural del capital social y comportamiento pionero se ha hallado literatura individual al respecto, sin embargo, la relación de ambas variables ha sido poco estudiada en mercados de países en desarrollo, como es el Perú. En la presente investigación se fundamentó teóricamente, porque la razón busca analizar la relación entre estas dos variables de estudio. Así también, los resultados hallados lograrán aportar y amplificar la base teórica en estas líneas de investigación analizadas en el campo empresarial arequipeño y por qué no, nacional.

### **1.6.2. Justificación práctica**

Los hallazgos de la presente investigación podrán ser utilizados para la toma de decisiones empresariales, como también para aumentar el valor poco reconocido del capital social estructural. Ya que, si la hipótesis general es aceptada, se comprobaría que a un aumento de capital social estructural habría un aumento de comportamiento pionero, lo que conlleva e implica todos sus beneficios.

En síntesis, la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero pueden permitir a las empresas enfrentar de mejor manera los diferentes problemas del sector.

### **1.7. Beneficios**

Agudelo y Hoyos (2020) mencionan que tanto el capital social y establecer redes, son un recurso que puede permitir enfrentar mejor la situación generada por el COVID-19. Así también, Pitas y Ehmer (2020) mencionan que comunidades con un alto nivel de capital social pueden prevalecer de mejor manera ante la crisis actual.

El establecimiento de redes es importante, ya que debido a la crisis actual el establecimiento de redes de contactos y el vínculo con estas, como es lograr relaciones con agentes locales, proveedores, establecer relaciones con otras empresas del sector e instituciones y crear lazos con agentes de sectores relacionados. Todo esto con el fin de beneficiarse con la información que nos puedan proveer, ya que los cambios y medidas dadas por las diferentes autoridades van cambiando constantemente, como también los mercados se van actualizando y constantemente cambiando. Con esta información, las empresas pueden estar a la vanguardia del mercado, sea en nuevos procesos, servicios, productos, así también en nuevas formas. Todo esto ayuda a las empresas para una innovación y no quedarse rezagados. Así, el comportamiento pionero puede permitir a la empresa establecer sus productos como el estándar tecnológico y/o de mercado de la industria, forzando a los siguientes entrantes a seguir las reglas de competencia del pionero (Zahra, Nash y Bickford, 1995). El comportamiento pionero puede facilitar el desarrollo de innovaciones avanzadas, que conduzcan a las empresas a un liderazgo tecnológico, y al control de canales de distribución (Finney, Lueg y Campbell, 2008). Además, los pioneros pueden obtener ventajas en costos, por el efecto experiencia, y mantener la lealtad de los

consumidores, aprovechando la existencia de costes de cambio (Lieberman y Montgomery, 1988).

### **1.8. Limitaciones de la investigación**

Las principales limitaciones de la investigación están relacionadas al acceso a la información y tiempo. En el primer caso, la poca cultura colaborativa de los empresarios ha dificultado alcanzar una mayor respuesta. Además, los pocos estudios a nivel nacional y local en este campo de investigación. En cuanto a la dificultad de tiempo, debido a las repercusiones generadas por la actual pandemia, como el confinamiento el cual imposibilitaba reunirme presencialmente con mi asesor; así como expertos en el tema; también poder desplazarme para recabar información.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes del estudio**

Al revisar las principales bases de datos, se encontró diversos aportes teóricos que vinculan el capital social estructural y el comportamiento pionero. A continuación, se analizó los estudios más recientes a nivel internacional, nacional y local.

##### **2.1.1. Antecedentes internacionales**

Alarcón (2013) en su trabajo de investigación doctoral “Capital social y orientación empresarial en la industria agroalimentaria: El papel mediador de las capacidades dinámicas”, que tiene por objetivo: “estudiar el efecto directo y mediado por las capacidades dinámicas del capital social sobre la orientación emprendedora de la empresa”. La metodología utilizada en la investigación es de enfoque cuantitativo y empírico, además, la población de estudio fueron las empresas agroalimentarias de España, analizadas en una muestra de 200 empresas, para el recojo de la información, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Las principales conclusiones alcanzadas en el trabajo sugieren que el capital social puede ser igual en relación con las relaciones sociales, mientras no es igual en recursos, capacidades y estrategias de negocios. Por ende, el capital social individual te orienta a emprender para desarrollar capacidades.

La orientación de emprendimiento se ve afectada por el capital social de la empresa, ya que este puede generar y desarrollar sus capacidades dinámicas. Lo cual repercute en la orientación de esta. Concluye que estudios anteriores han demostrado que diversas industrias y negocios con distintos factores tienen una relación positiva y significativa de orientación empresarial con su desempeño. Además, su postura es

que el desarrollo e implementación de capacidades dinámicas es un recurso clave para crear, percibir y explotar oportunidades de la empresa. Por esto, para que la empresa pueda adquirir una mayor orientación empresarial, es fundamental que la empresa pueda buscar información externa, adquirirla, comprenderla y sacarle provecho. Resalta que las empresas que se establecen en redes muy densas, con una relación fuerte y frecuente, pueden generar desventajas, ya que para estas redes es necesario una gran inversión y el provecho de esta red no lo justifica, siendo ineficaces para guiar a una orientación empresarial. Aun así, estas redes logran un intercambio de conocimientos y recursos para lograr capacidades dinámicas. Por esto, es necesario también desarrollar lazos débiles, ya que estos pueden proporcionar nueva información, para así poder anticiparse, transformarse y desarrollarse.

Por su parte, García-Villaverde et al., (2010), en su trabajo de investigación “Capital social y comportamiento pionero: el papel mediador de las capacidades tecnológicas y de marketing” en aporte a la Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas en Madrid, España. Tienen por objetivo: “Analizar cómo las capacidades aguas arriba y aguas abajo afectan al comportamiento pionero de las empresas que disponen de capital social”. La metodología utilizada es de enfoque empírico y se ha desarrollado sobre la población de empresas del sector del calzado en España. Sus principales conclusiones iniciales demuestran como cuando una empresa posee una red densa con vínculos fuertes tiende a desarrollar un comportamiento pionero. Así también, exponen una gran asociación positiva del capital social con las capacidades tecnológicas y de marketing. Analizan que poseer vínculos, relaciones y metas fuertes con los involucrados en sus redes, benefician a que las empresas obtengan las ventajas del pionero para lograr innovarse. Por esto,

los resultados que obtuvieron evidencia que: “el mejor aprovechamiento por parte de las empresas de sus vínculos, relaciones de confianza y metas compartidas para desarrollar capacidades complementarias, tenderán a desarrollar un comportamiento pionero”. Esta investigación ayuda a entender el comportamiento estratégico en industrias, como es en su caso la industria del calzado.

Valencia y Hoyos (2020) en su artículo titulado “Contribución del capital social a los desafíos sociales y económicos que plantea el Covid-19”. Tienen por objetivo exponer las acciones y herramientas que las empresas pueden recurrir para enfrentar la actual situación generada por el COVID-19. Llegaron a la conclusión que: “el capital social logra que los individuos amplíen las oportunidades y disminuyan las vulnerabilidades. Además, esta es una herramienta que también podría ser empleada por las personas para confrontar situaciones de crisis. Ya que los contactos cooperan para que las personas puedan resguardarse de caer en situaciones vulnerables. La dificultad para poder conseguir recursos, bienes y servicios demuestra el gran potencial del capital social para así, puedan crecer las oportunidades y capacidades para que las personas logren una vida digna. Lo que hace al capital social, en la crisis actual, particularmente valioso para los individuos en situación de pobreza o peligro de entrar en ella.”

Pitas y Ehmer (2020) en su artículo titulado “Social Capital in the Response to COVID-19” en el que su objetivo fue evidenciar que el capital social oferta una serie de beneficios durante esta época de crisis, además que las comunidades con alto capital social reaccionan de manera más eficaz que aquellas con menor nivel de este. Argumentan que la reacción y la acción de sobreponerse a la pandemia de COVID-19 pueden verse afectadas en muchas comunidades en Estados Unidos por imperfecciones y variaciones en el capital social provocado por el distanciamiento

físico. Sus principales conclusiones fueron que, en respuesta y recuperación de esta crisis , las tres formas de capital social son imprescindibles para un accionar eficaz y una recuperación eficiente. Ya que, en una serie de estudios de casos de comunidades que se recuperan de terremotos, aquellas con niveles mayores de capital social responden de manera más rápida a corto plazo y de manera sostenible en el largo plazo. Recomiendan que personas, comunidades y organizaciones gubernamentales deben centrarse en la edificación y mantenimiento de una gama de lazos sociales durante la crisis actual. Fortalecer las relaciones mediante la tecnología y aprender de la crisis, así como prepararse para escenarios futuros en los que puedan surgir desastres.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

En el ámbito nacional la literatura referida a capital social estructural no ha sido propiamente estudiada por lo que, se toman en cuenta estudios referidos a capital social, en general.

Como en la investigación de Romero (2013) “Capital social y desarrollo económico local. Fundamentos teóricos y prácticos para una política pública de inclusión social productiva en el Perú. Caso: Mancomunidad municipal del Hatum Mayu, Anta - Cusco, 2009”, la cual tiene como objeto de investigación: “determinar la razón fundamental por la cual no existe una eficaz promoción del capital social y el desarrollo económico local en la formulación de políticas públicas de inclusión social en el Perú”. Su metodología fue tanto teórica como práctica para así respaldar su planeamiento central. En teoría, concluyó: “que en el Perú no hay una eficiente promoción de capital social y desarrollo económico local como política pública. Debido a que, el Gobierno central no tiene intereses por estructurar el bienestar social y microeconómico en políticas de inclusión social, lo que influye perjudicialmente

en la promoción y fortalecimiento conjunto de enfoques de capital social y desarrollo económico local. Infiere esto debido a tres razones esenciales:

Primeramente, la razón política, en la que refiere que el Gobierno no cuenta con las herramientas institucionales adecuadas para desarrollar políticas públicas entre ministerios, dirigidas a la inclusión social con desarrollo productivo. La razón social, en la que las políticas del Gobierno no incorporan mecanismo de mercado, como, cadenas de inversión social que generen una productividad a las clases sociales más bajas. Por último, la razón económica, en la que la postura del Gobierno es hacia políticas macroeconómicas, desperdiciando así, la capacidad de emprendimiento y producción de las micro y pequeñas empresas. Por lo que, su convencimiento es que el enfoque de capital social y de desarrollo económico local, pueden juntarse y complementarse, a partir de que el Estado ordene una política de inclusión social eficiente”.

Inurritegui (2006) en su trabajo de investigación titulado “El rol del capital social en la pequeña agricultura comercial de Piura”, en la que se tuvo como objetivos: “realizar un mapeo de la cantidad y calidad aproximada de capital social que existe en los distintos valles de la costa piurana, Ilustrar, a través de estudios de casos, el modo de funcionamiento de los distintos tipos de organizaciones existentes y analizar la complementariedad entre las fuentes y el capital social que poseen los hogares en los diferentes valles productivos de la costa piurana para acceder a beneficios a través de distintos canales”. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo y cualitativo, para recoger información utilizó técnicas de observación participante y entrevistas en profundidad. Las conclusiones a las que llegó fueron: en cierta medida, el capital social puede ser útil contra eventos negativos. Como menciona el capital social relacional representado en la unión de diferentes

agricultores de una misma zona pueden confrontar problemas idiosincráticos, como es el caso de hacer eventos para recolectar ayuda a un individuo que la necesite. Así, como cuando se producen eventos que afecten a todos los propietarios de una zona es más efectivo utilizar el capital social vinculante mediante un contacto con el Estado.

Tanto el capital social y relacional resultaron ser de provecho para obtener beneficios que proporcionan las economías a escala, ya que, menciona que cuando las decisiones y coordinaciones se toman entre todos se obtienen beneficios. Cabe recalcar que para que estos beneficios sean obtenidos debe haber un reconocimiento mutuo de parte de las comisiones y juntas de riego, una democracia que abarque a todos los involucrados en la toma de decisiones y respeto por los acuerdos alcanzados.

Además, menciona, que, con una investigación cuantitativa más amplia, se podría constatar que estos resultados se mantengan. Contempla que la investigación halló que es crucial diferenciar el capital social puro y los derivados de este para alcanzar mayor beneficio por parte de las redes sociales.

Avalo, Yague y Cangahuala (2016) en su investigación “El capital social y la planificación adaptativa en una comunidad industrial innovadora del Perú”, cuyo objetivo principal fue: “evidenciar la relación entre el capital social y la planificación adaptativa con la innovación y el desarrollo empresarial de una comunidad de productores vitivinícolas en el Perú”. La metodología utilizada fue para la validación empírica el análisis factorial exploratorio, para la recolección de información utilizó el cuestionario. Sus principales conclusiones fueron: “una relación positiva del capital social y la planificación adaptativa sobre la innovación en lo que se refiere a los aspectos económicos, sociales y políticos de ciertas comunidades industriales.

También evidenciaron un amplio conocimiento tácito tradicional y colectivo producido en la región durante los siglos y evidenciado en los pobladores”. Ese conocimiento ha permitido desarrollar niveles considerables de actividad empresarial en ciertas comunidades a pesar de estar situadas en zonas rurales desatendidas por las políticas públicas. Lo cual comprobó la primera hipótesis del estudio, la cual menciona: “que el capital social tiene un efecto positivo en la innovación dentro de una comunidad de empresas” (Avalo, Yague y Cangahuala, 2016).

### **2.1.3. Antecedentes locales**

En tanto en el ámbito local la literatura hallada ha sido en tan solo dos artículos de investigación referida a capital social mas no las variables de este estudio, por lo que, se toman en cuenta estudios referidos a capital social.

García-Villaverde, Ruiz-Ortega, Hurtado-Palomino, De La Gala-Velásquez, y Zirena-Bejarano (2021) en su investigación titulada: “Social capital and innovativeness in firms in cultural tourism destinations: Divergent contingent factors” en la que tuvieron como objetivo analizar el efecto moderador divergente de la capacidad de absorción y el dinamismo tecnológico en la relación entre el capital social y la innovación en las empresas ubicadas en destinos de turismo cultural. Para la recolección de información utilizaron el cuestionario en una población compuesta por 868 empresas (243 en Arequipa, 339 en Cusco y 286 en Lima-Centro) (SUNAT). Sus principales conclusiones fueron que la innovación juega un papel clave para ayudar a las empresas de destinos turísticos culturales a adaptarse a las recientes tendencias del mercado turístico, acrecentar el atractivo del destino y potencializar su impacto en el crecimiento económico y social de la zona. Identificaron dos factores determinantes, la capacidad de absorción y el dinamismo tecnológico, que

tienen consecuencias resaltantes entre el capital social de una organización y su innovación. Recomiendan que los gerentes deben extender redes de contactos distintos con el fin de lograr una innovación sólida. Como conseguir relaciones con agentes locales, proveedores, con el objetivo de tener una variedad de productos novedosos, así como establecer relaciones con otras empresas e instituciones turísticas para emprender proyectos conjuntos que incrementen la figura de la empresa en el atractivo turístico. También deben crear lazos y relaciones con agentes fuera del destino.

Chávez, Zirena, De la Gala y Hurtado-Palomino (2021) en su investigación titulada: “From the adaptation capacity to pioneering behavior in companies in the main cultural tourist destinations: Divergent effects of the dynamism of the environment”, cuyo objetivo principal fue estudiar cómo la capacidad de adaptación a través del mercado y el dinamismo tecnológico está positivamente y significativamente relacionado con el comportamiento pionero, debilitado por la intensidad competitiva, en las empresas de los principales destinos turísticos culturales. Para la recolección de datos se utilizó el cuestionario, en esta investigación se tomó a una población del sector turístico de 3.131 empresas formales inscritas en la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT), de estas se tomó una muestra de 238 empresas del sector turístico localizadas en las ciudades de Arequipa, Lima y Cusco (las cuales han sido reconocidas como Patrimonio de la Humanidad en Perú). Sus principales conclusiones fueron lograr demostrar empíricamente que la capacidad adaptativa influencia en el comportamiento pionero mediante el dinamismo del mercado y la tecnología se aplaca por la intensidad competitiva en las empresas en el sector de turismo cultural. Además, plantean que los gestores fomentan el desarrollo de la capacidad de

adaptación la cual permite a la empresa poder enfrentarse a las demandas actuales que el mercado turístico presentará en las circunstancias actuales como resultado de la pandemia a la que afrontarán todos los países del mundo.

## **2.2. Fundamentación teórica**

### **2.2.1. Dimensión estructural del capital social**

Las primeras composiciones al concepto de capital social fueron realizadas por Tocqueville (1835) en el libro “La democracia en América”, en este menciona que la facultad para el establecimiento de asociaciones, reciprocidad y confianza, posibilitaban la superación del individualismo, logrando que la democracia funcione mejor.

Así la idea de la dimensión estructural del capital social parte del concepto de capital social, este ha intentado ser definido por diferentes autores. Otra mención relacionada es de Hanifan (1916) describiéndola como: aquellos elementos relacionados en la vida de las personas, como: buena voluntad, empatía, compañerismo y lazos sociales entre las personas que forman una red.

La perspectiva del capital social se focaliza en el alcance a los posibles beneficios resultantes de la colocación de un agente en una red social favorable. Dichas redes suministran una mayor valoración a los agentes que se localizan inmersas dentro de estas, facilitándoles emplear los recursos instaurados en sus conexiones (Bourdieu, 1986).

Tiempo después el politólogo norteamericano Putnam (1993) define que el capital social refiere a propiedades distintivas de la organización social, como, confianza; normas y redes, que optimizan la efectividad de una sociedad simplificando la acción coordinada. Al cabo de unos años, Putnam y Feldstein (2003) hacen una investigación en Italia, donde concluyen que el capital social es

indudablemente una manifestación local determinada por las relaciones de las personas que se conocen entre ellas. Aun cuando se menciona capital social en organizaciones tanto nacionales como regionales, nos referimos a una sumatoria o cadena de relaciones esencialmente locales. Esto precisa que las relaciones y conexiones personales pueden generar un valor intrínseco.

Para el capital social, uno de los componentes fundamentales es la confianza entre los ejecutantes ya que, a un grado superior de confianza entre ellos, mayor será la cooperación entre los mismos (Putman, 2000).

Autores como Koka y Prescott (2002) mencionaron que el capital social es un concepto multidimensional, cuya valía no podría ser medida de forma directa, sino a través de identificar y medir de una serie de dimensiones.

En la presente investigación adoptamos la propuesta de Nahapiet y Ghoshal (1998) debido a su adecuada correlación con este trabajo, así como su amplia aplicación en los estudios y análisis de investigación relacionados al capital social. Dichos autores definen las dimensiones de capital social en estructural, relacional y cognitiva (Nahapiet y Ghoshal, 1998). Tomando esta clasificación centramos nuestro estudio en el capital social estructural.

De Silva et al. (2007) definen la dimensión estructural del capital social como mayor número de relaciones sociales, mientras que al capital social cognitivo como la calidad de estas. Se puede entender que en esta dimensión los agentes logran desarrollar relaciones de confianza. Además, presentan la gran cantidad de relaciones que puede tener una empresa, intenta abarcar la interacción social que se produce en la red, centrándose en las propiedades del sistema social y de la red de relaciones como un todo (Alarcón, 2013).

Entre las vertientes fundamentales de esta dimensión Nahapiet y Ghoshal (1998) indican que la dimensión estructural del capital social presenta el enmarañado de relaciones que tiene una organización; quiere decir, intenta abarcar la interacción social que se genera dentro de una red, enfocándose en las características del sistema social, así como de la red de relaciones. Adicionalmente, exponen la existencia de vínculos de red entre los agentes, la configuración de la red y la apropiabilidad.

Después de revisar diversos aportes teóricos considero que la dimensión estructural del capital social se refiere a la interacción social que genera una red (Nahapiet y Ghoshal, 1998).

Además, como exponen Agudelo y Hoyos (2020) el capital social y la creación de redes, son un recurso que puede permitir hacer un mejor frente a la crisis generada por el COVID-19. Así también, Pitas y Ehmer (2020) señalan que comunidades con un alto nivel de capital social pueden prevalecer con más posibilidades ante la crisis actual.

## **2.2.2. Dimensiones del capital social estructural**

Los autores Nahapiet y Ghoshal (1998), estudian la dimensión estructural del capital social con las siguientes dimensiones:

### **2.2.2.1. Configuración de la red**

Un elemento del capital social estructural es la configuración de la red, la cual hace referencia a la cantidad de relaciones que hay en una red (Alarcón, 2013). Los elementos que conforman esta configuración son la jerarquía, la densidad y la conectividad. (Nahapiet y Ghoshal, 1998).

La configuración de la red para García-Villaverde et al. (2010) decreta el modelo de las uniones de los involucrados en dicha red. Algo similar exponen Inkpen y Tsang (2005), exponen que la configuración de la red determina el patrón

de vínculos entre los integrantes de la red. Esta dimensión indica el número de relaciones que se encuentran en una red, frente a las que podrían surgir (Alarcón, 2013). Por esto, podemos diferenciar entre redes densas y redes dispersas.

**a. Red densa**

La densidad de la red se define por el nivel de conectividad de los miembros de esta, si esta conectividad es mayor la densidad también lo será. Mientras tanto, Coleman (1988), sostiene que en una red densa los involucrados pueden confiar entre ellos, lo que genera una mayor cooperación y una menor incertidumbre. En una red densa es mucho más fluida y rápida la transferencia de información, lo cual incrementa la eficiencia (Koka y Prescott, 2002).

El enfoque tradicional del capital social resalta la importante consecuencia positiva de la densidad para posibilitar la confianza y la cooperación entre las empresas (Coleman, 1988). También expone que ellos miembros pertenecientes a una red pueden confiar entre ellos, reducir las dudas de sus intercambios y desarrollar su habilidad para la cooperación en la búsqueda de sus intereses.

Por esto, es que las redes densas producen intercambios recíprocos de información y recursos altamente valorados, ya que se espera que el receptor de estos devuelva algo equivalente (Coleman, 1988).

Para Koka y Prescott (2002) sostienen que estar inmersos en una red densa puede generar obtener gran cantidad de información que posiblemente sea redundante.

**b. Red dispersa**

Granovetter (2013) señala que una red dispersa puede generar obtener información diferente lo cual genera ser información novedosa e innovadora, por ende, las empresas pueden aprovechar esto y generar oportunidades. De acuerdo con este enfoque, la carencia de conexiones entre los involucrados en la red logra

acceder a información más variada y original, por lo que repercute en mayor número de oportunidades (Gargiulo y Benassi, 2000).

Lo no repetitivo y frecuente de las relaciones, la literatura agrega como fundamental, la dispersión geográfica. Esta dispersión indica que los contactos deben estar ubicados bastante remotos entre sí, para evitar una interacción presencial (Alarcón, 2013).

#### **2.2.2.2. Vínculos de la red**

García-Villaverde et al. (2010) mencionan que los vínculos de la red aluden a la manera en que los implicados se encuentran conectados, en manera de frecuencia, estrechez y fuerza. Bajo esta premisa es importante distinguir entre vínculos fuertes y vínculos débiles.

También define Granovetter (2013) “la fortaleza de los vínculos como una combinación (probablemente lineal) de la cantidad de tiempo, la intensidad emocional, la intimidad y los servicios recíprocos que caracterizan al vínculo”. Así también, la frecuencia de los vínculos expone el número de veces que un individuo se ha relacionado con otro y la intimidad muestra la proximidad o intensidad emocional del contacto (Brown y Konrad, 2001).

##### **a. Vínculos fuertes**

Las principales características de los vínculos fuertes son sus grandes niveles de interacción, comunicación y un arraigo emocional entre los involucrados (Alarcón, 2013). También, Granovetter (2013) define a la fortaleza de los vínculos como una mezcla de medida de tiempo, la intensidad emocional, la intimidad y los servicios mutuos que distinguen al vínculo. Además, Uzzi (1996) expone que el conocimiento generado en estos vínculos es de grano-fino. Los vínculos fuertes dan

la posibilidad de flujos constantes de nuevas ideas, innovaciones y apoyo tanto tecnológico y operacional (Capaldo, 2007).

#### **b. Vínculos débiles**

Según Molina et al. (2008), los vínculos débiles son nexos que permiten obtener información privilegiada, ya que permiten conocer a la red de otra forma y es probable que los vínculos fuertes posean el mismo tipo de información. De igual forma Granovetter (2013), menciona que los vínculos débiles nos proporcionan información novedosa. Por otro lado, Hansen (1999) expone que estos vínculos pueden ser más eficaces debido a su coste, ya que mientras los vínculos fuertes necesitan ser afianzados mediante encuentros, reuniones constantes, los cuales pueden llegar a generar distracciones, los vínculos débiles debido a un bajo esfuerzo en mantenimiento pueden ser significantes, lo que permite ser más eficaces en la utilización de recursos.

Los vínculos débiles se pueden precisar en las relaciones separadas o independientes de los distintos individuos (Honig y Davidsson 2000).

#### **2.2.3. Comportamiento pionero**

Para entender la definición de comportamiento pionero podemos partir de la definición de la Real Academia Española (RAE, 2014) la cual menciona que es aquel sujeto que realiza por primera vez una actividad. Se puede alegar como un concepto de innovación. Una de las definiciones más citadas y que logran hacer comprender es la de Schumpeter (1934) “la innovación puede ser vista como un producto nuevo, un método nuevo de producción, la explotación de nuevos mercados, una fuente nueva de suministro o formas novedosas de organización de los negocios. Esta definición hace referencia a los productos, procesos y modelos de gestión de las empresas con el fin de medir la existencia de la innovación y su nivel de desarrollo”.

Por otra parte, argumentan la innovación Crossan y Apaydin (2010) “la producción o adopción, asimilación y explotación de una novedad con valor añadido en ámbitos económicos y sociales; renovación y ampliación de productos, servicios y mercados; desarrollo de nuevos métodos de producción; y establecimiento de un nuevo sistema de gestión”.

Así también, otros autores mencionan a la orientación emprendedora, esta definición surgió a través de los estudios de Miller (1983) el cual definía a la empresa emprendedora como la que se compromete con la innovación, realiza actividades arriesgadas y es la que descubre innovaciones, antes que otras empresas, anticipándose a la competencia. Además, la orientación emprendedora no es una acción en un punto en el tiempo, sino una acción continua con un comportamiento establecido (Covin y Slevin, 2018).

Para entender este concepto García-Villaverde et al. (2010), consideran que el comportamiento pionero no solo se refiere a insertar un producto nuevo en un mercado específico, sino un sentido emprendedor, por el cual una empresa tiene la tendencia a ser la primera en introducir productos innovadores en nuevos segmentos producto-mercado que la competencia no ha identificado o no ha explotado activamente. Consideran al comportamiento pionero como: “una postura estratégica, que aparenta en mayor o menor propensión a ser líder en los mercados de productos de una empresa con respecto a sus competidores en la industria” (Bobrow y Shafer, 1987). Por ende, el comportamiento pionero se puede definir como una manera en la toma de decisiones y emprendimiento de acciones (Covin, Slevin y Heley, 2000).

No se debe percibir al comportamiento pionero como: “un hecho concreto derivado de un inventor aislado, más bien la consecuencia de las interacciones e

intercambios de conocimiento que rodean a una cantidad de actores en situaciones de interdependencia” (Landry, Amara y Lamari, 2002).

En sumatoria, se puede considerar a la orientación pionera como desarrollo de creación de la estrategia innovadora con el que las personas encargadas de tomar decisiones utilizan como herramienta para divulgar los propósitos de la empresa, conservar su visión y generar ventajas competitivas que se puedan sostener en el tiempo, lo que supone una voluntad de innovación, asumir riesgos, emprender acciones autodirigidas y ser más audaz que la competencia a través de oportunidades inéditas del mercado (Rauch, Wiklund, Lumpkin y Frese, 2009).

### **2.2.3.1. Características del comportamiento pionero**

Al desarrollo de la estrategia pionera se le atribuyen varias ventajas como la posibilidad de alcanzar una mejor posición frente a los costes, significativos ahorros en publicidad y marketing, otorgar menos espacio a posibles competidores, la gran probabilidad de obtener una preferencia de los consumidores y liderar el mercado, la obtención de recursos posiblemente limitados y acuerdos de larga duración con el resto de los agentes (Lieberman y Montgomery, 1988; García-Villaverde y Ruiz-Ortega, 2006).

La capacidad de una organización para obtener ingresos por encima de la media al ingresar primero a un mercado, logrando con esto, limitar la entrada de demás empresas para competir en dicho mercado (Lieberman & Montgomery, 1988).

Además, Henderson y Clark (1990) analizan cómo es que el ritmo de evolución de la tecnología puede afectar la obtención de lograr ventajas del pionero, ya que, acontecer que el know how de una empresa se vuelva anticuado y eliminar a la competencia.

García-Villaverde et al. (2010) consideran al comportamiento pionero en un sentido amplio, no exclusivamente referido a ser el primero en lograr introducir un nuevo producto en un mercado, más bien como una orientación emprendedora con la cual una empresa tiende a lograr introducir productos innovadores en nuevos segmentos, que otros desaprovechan o ni si quiera han reconocido. En tal sentido el comportamiento pionero es la disposición de tomar decisiones y realizar acciones (Covin et al., 2000).

La posición de ser pionero o un seguidor se puede ver afectada por los recursos de una empresa, ya que estos lograrían aumentar los ingresos potenciales vinculados a una estrategia concreta (Robinson, Fornell y Sullivan, 1992). Dichas empresas que cuentan con los medios necesarios para alcanzar y preservar la superioridad de una introducción temprana al mercado obtendrán un atractivo superior para minimizar la demora en el ingreso.

Por lo tanto, una empresa con mejores posibilidades de capacidades complementarias para lograr las ventajas del pionero, más anticipada será su ingreso al mercado (Lieberman y Montgomery, 1988).

Sin embargo, la literatura también expone una serie de inconvenientes del comportamiento pionero, relacionadas a la imitación, el efecto free-rider, los cambios tecnológicos y necesidades de los consumidores una vez que los pioneros han ingresado al mercado (Lieberman y Montgomery, 1988). El creciente ritmo al que evoluciona la tecnología y el mercado (Suarez y Lanzolla, 2007). Se entiende que la repercusión del comportamiento pionero en el resultado esperado está relacionado diversos factores tanto internos como externos de la empresa (García-Villaverde et al., 2010).

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Enfoque y tipo de investigación**

##### **3.1.1. Enfoque de investigación**

La investigación empleó un enfoque cuantitativo, porque en la investigación se plantean preguntas sobre cuestiones específicas, “las hipótesis se conceptualizan anticipadamente de la toma y análisis de los datos, además estos datos se evidencian en forma de números, por lo que la recolección se fundamenta en la medición” (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

##### **3.1.2. Tipo de investigación**

El estudio utilizó un tipo de investigación aplicada, porque se indaga la creación de conocimiento con la aplicación inmediata a la problemática de la sociedad o el sector económico. “Se fundamenta en los descubrimientos tecnológicos de la investigación básica, centrándose en el proceso de relación entre la teoría y el producto” (Lozada, 2014).

#### **3.2. Nivel y diseño de investigación**

##### **3.2.1. Nivel de investigación**

El estudio empleó un nivel de alcance descriptivo y correlacional. Es descriptiva, “porque se utiliza principalmente para exponer con precisión los ángulos o dimensiones de un acontecimiento, contexto o situación. Se debe definir o visualizar que se medirán (variables o conceptos) y sobre qué o quiénes se recabarán los datos” (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

“La investigación correlacional es un tipo de estudio que tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos,

categorías o variables en un contexto en particular” (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

### 3.2.2. Diseño de investigación

Esta investigación presentó un diseño no experimental, porque el estudio se desarrolló sin manipular las variables para ver su real efecto sobre las otras variables (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

El estudio empleó un diseño no experimental, transaccional y retrospectivo; no experimental porque no se modificará las variables para el análisis; transaccional porque la información es recogida en un solo momento; y retrospectivo porque el estudio se centrará en hechos estudiados y datos recolectados en el pasado.

### 3.3. Población y muestra

#### 3.3.1. Población

La población “es la sumatoria de todos los casos que coinciden con una serie de especificaciones” (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). La población de este estudio ha sido conformada por noventa (90) empresas productoras de la industria del calzado que tengan más de un año de funcionamiento en la ciudad de Arequipa.

Tabla 4

*Población del estudio*

Población	Número
Empresas productoras de la industria del calzado en Arequipa, que tengan más de un año de funcionamiento.	90
Total	90

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2019).

### 3.3.2. Muestra

Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), señalan que la muestra es una porción estimada de la población de las cuales el investigador tiene la intención de recoger datos. Teniendo en cuenta que la población es finita, se planteó una fórmula para determinar la muestra. Al respecto Carrasco (2006) propone la siguiente fórmula.

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

El resultado demostró que nuestra muestra está conformada por 73 empresas del sector calzado. Asimismo, el tipo de muestreo que se empleó es probabilístico al azar simple, porque las empresas se encuentran dispersas y se elegirán de forma aleatoria (Palella y Martins, 2012). Finalmente, con relación a la recolección de datos solo se pudo contar con 63 encuestas válidas del sector calzado. Por lo tanto, la muestra representa el 70% de la población, la cual es aceptable para la investigación.

$$\frac{1.96^2(0.5 * 0.5) * 90}{0.05^2(90 - 1) + (1.96^2)(0.5 * 0.5)}$$
$$n = 73$$

### 3.4. Unidad de análisis

Empresas del sector calzado.

### 3.5. Delimitación de la investigación

#### 3.5.1. Campo de estudio

Los Campos de Investigación y Desarrollo (FORD) constituyen un esquema de distribución del conocimiento, propuesto por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), para clasificar las unidades de ejecución de investigación

y desarrollo experimental (I+D) y distribuir sus recursos en función del ámbito de conocimiento en el que se lleva a cabo (OCDE, 2015).

El Concytec utiliza vocabulario controlado OCDE para la Red Nacional de Información en Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica y para la Red Nacional de Repositorios Digitales de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto (RENARE)

El campo de estudio de la presente investigación según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) se clasifica de la siguiente manera:

- **Área:** Ciencias sociales.
- **Subárea:** Economía y negocios.
- **Disciplina:** Administración y negocios.

#### **3.5.2. Delimitación temporal**

Se desarrollo la investigación durante el año 2020.

#### **3.5.3. Delimitación geográfica**

La investigación se efectuó en las empresas de la industria del calzado, que tengan más de un año de funcionamiento, en la ciudad de Arequipa.

#### **3.5.4. Delimitación teórica**

Se estudió las variables capital social estructura y comportamiento pionero.

### **3.6. Técnicas, instrumentos y fuentes de recolección de datos**

#### **3.6.1. Técnica de investigación**

La técnica que se empleó en la investigación para la toma de datos de la muestra fue mediante la encuesta. Por lo tanto, “la encuesta se basa en un cuestionario o grupo de preguntas que se alistan con la intención de conseguir información de las personas” (Bernal, 2010).

### **3.6.2. Instrumentos de investigación**

Para poder medir las variables, se utilizó escalas multi-ítem que han sido validadas en trabajos previos a lo largo de la literatura. Se considero, de acuerdo con estos trabajos, que estas dimensiones son adecuadas para analizar su influencia tanto en la dimensión estructural del capital social de la empresa como en la generación y desarrollo del comportamiento pionero. (Alarcón, 2013)

El instrumento que se aplicó en la investigación para la recolección de datos es una adaptación del cuestionario propuesto por García-Villaverde et al. (2010). El instrumento original mide además de la dimensión estructural del capital social, mide las dimensiones cognitiva y relacional, las cuales no son relevantes en esta investigación. Este instrumento fue confeccionado utilizando múltiples estudios para los indicadores de cada variable. Además, por el tamaño del instrumento original se desarrolló una adaptación debido a las limitaciones de la investigación, en lo que se refiere a tiempo y colaboración de los empresarios para poder rellenarlo. Debido a esto es apropiado para la investigación.

Entonces “el cuestionario es un grupo de preguntas diseñadas para crear los datos necesarios, con el fin de lograr objetivos de la investigación” (Bernal, 2010). En el cuestionario utilizado, se incluyen las dimensiones utilizadas en esta investigación, para construir las escalas multi-ítem se utilizaron en el cuestionario escalas Likert de siete puntos, en las que el extremo 1 indicaba “totalmente en desacuerdo” y el extremo 7 indicaba “totalmente de acuerdo”.

### **3.6.3. Fuentes de recolección de datos**

#### **a. Fuente primaria**

Las principales fuentes de recolección de datos son las empresas productoras de calzado en la provincia de Arequipa que contestaron las preguntas de las encuestas.

#### **b. Fuente secundaria**

Como fuentes secundarias, se tienen tesis, libros, trabajos de investigación, artículos científicos, entre otros.

### **3.7. Proceso de recolección y procesamiento de datos**

#### **3.7.1. Proceso de recolección de datos**

- Se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento de recolección de información de la muestra.
- El instrumento se aplicó a los gerentes, administradores o dueños de las empresas.
- Se realizó la verificación de que el instrumento esté correctamente llenado.

#### **3.7.2. Procesamiento de datos**

- Se registraron los datos de los cuestionarios en el programa estadístico SPSS v26, para seguidamente ser analizados.
- Se procesaron los datos para determinar la estadística descriptiva e inferencial.
- Se halló la prueba de normalidad de datos para elegir el método estadístico de determinación de las hipótesis.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 4.1. Resultados de la validez y confiabilidad del instrumento

##### 4.1.1. Validación del instrumento

La validación del instrumento es vinculada con el nivel de validez que tiene un instrumento recolección referido a una variable (Moran y Alvarado, 2010). Por lo tanto, para el estudio se utilizó instrumentos que han sido estudiados ampliamente en otras investigaciones.

##### 4.1.2. Confiabilidad del instrumento

Morán y Alvarado (2010) manifiestan que la confiabilidad del instrumento está relacionada con el nivel de confiabilidad que tiene uno o más ítems de un instrumento. Por lo tanto, Ruiz (2002) argumenta que el nivel alfa aceptado de un reactivo debe estar por encima de 0.700, entonces los ítems que demuestren valores por encima del nivel respaldan el estudio y son buenos para su aplicabilidad.

Tabla 5

*Valores de significado de alfa de Cronbach*

Valor	Significado
Coefficiente alfa >0.9	Es excelente
Coefficiente alfa >0.8	Es bueno
Coefficiente alfa >0.7	Es aceptable
Coefficiente alfa >0.6	Es cuestionable
Coefficiente alfa >0.5	Es pobre
Coefficiente alfa <0.5	Es inaceptable

Fuente: Adaptado de George y Mallery (2003).

Tabla 6

*Fiabilidad de la variable dimensión estructural del capital social*

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,863	09

Fuente: Extraído del programa estadístico SPSS v26.

**Interpretación estadística:** Los resultados del cálculo del Coeficiente de Cronbach de la variable dimensión estructural del capital social. Los resultados muestran un (alfa = 0,863); por lo tanto, significa que el ítem tiene una consistencia interna de fiabilidad buena.

Tabla 7

*Fiabilidad de la dimensión vínculos de la red*

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,757	03

Fuente: Extraído del programa estadístico SPSS v26.

**Interpretación estadística:** Los resultados del cálculo del Coeficiente de Cronbach de la dimensión vínculos de la red. Los resultados muestran un (alfa = 0,757); por lo tanto, significa que los 3 ítems tienen una consistencia interna de fiabilidad aceptable.

Tabla 8

*Fiabilidad de ítems de la dimensión vínculos de la red*

Ítems que componen la dimensión	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Pregunta 1	0,569	0,701
Pregunta 2	0,651	0,601
Pregunta 3	0,557	0,708

Fuente: Extraído del programa estadístico SPSS v26.

**Interpretación estadística:** Los resultados del cálculo del Coeficiente de Cronbach de ítems de la dimensión vínculos de la red. Los resultados muestran un (alfa = 0,757). Por lo tanto, significa que los 3 ítems tienen una consistencia interna de fiabilidad buena.

Tabla 9

*Fiabilidad de la dimensión configuración de la red*

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,837	06

Fuente: Extraído del programa estadístico SPSS v26.

**Interpretación estadística:** Los resultados del cálculo del Coeficiente de Cronbach de la dimensión configuración de la red. Los resultados muestran un (alfa = 0,837). Por lo tanto, significa que los 6 ítems tienen una consistencia interna de fiabilidad bueno.

Tabla 10

*Fiabilidad de ítems de la dimensión configuración de la red*

Ítems que componen la dimensión	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Pregunta 4	0,639	0,843
Pregunta 5	0,656	0,844
Pregunta 6	0,708	0,837
Pregunta 7	0,474	0,859
Pregunta 8	0,478	0,859
Pregunta 9	0,700	0,839

Fuente: Extraído del programa estadístico SPSS v26.

**Interpretación estadística:** Los resultados del cálculo del Coeficiente de Cronbach de ítems de la dimensión configuración de la red. Los resultados muestran

un ( $\alpha = 0,837$ ); por lo tanto, significa que los ítems tienen una consistencia interna de fiabilidad buena.

Tabla 11

*Fiabilidad de la variable comportamiento pionero*

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,916	03

Fuente: Extraído del programa estadístico SPSS v26.

**Interpretación estadística:** los resultados del cálculo del Coeficiente de Cronbach de la variable comportamiento pionero. Los resultados muestran un ( $\alpha = 0,916$ ). Por lo tanto, significa que los ítems tienen una consistencia interna de fiabilidad excelente.

Tabla 12

*Fiabilidad de ítems de la variable comportamiento pionero*

	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Pregunta 10	0,836	0,878
Pregunta 11	0,867	0,848
Pregunta 12	0,796	0,912

Fuente: Extraído del programa estadístico SPSS v26.

**Interpretación estadística:** los resultados del cálculo del Coeficiente de Cronbach de ítems de la variable comportamiento pionero. Los resultados muestran un ( $\alpha = 0,916$ ). Por lo tanto, significa que los ítems tienen una consistencia interna de fiabilidad excelente.

Tabla 13

*Fiabilidad del instrumento*

	Alfa de Cronbach	Nº de elementos	Correlación total de elementos corregida
Dimensión estructural del capital social	0,863	9	
Dimensión vínculos de la red	0,757	3	
Ítems de la dimensión vínculos de la red	Pregunta 1	0,701	0,569
	Pregunta 2	0,601	0,651
	Pregunta 3	0,708	0,557
Dimensión configuración de la red	0,837	6	
Ítems de la dimensión configuración de la red	Pregunta 4	0,843	0,639
	Pregunta 5	0,844	0,656
	Pregunta 6	0,837	0,708
	Pregunta 7	0,859	0,474
	Pregunta 8	0,859	0,478
	Pregunta 9	0,859	0,700
Comportamiento pionero	0,916	3	
Ítems de comportamiento pionero	Pregunta 10	0,878	0,836
	Pregunta 11	0,848	0,867
	Pregunta 12	0,912	0,796

Fuente: Elaboración propia. Extraído del programa estadístico SPSS v26.

#### 4.2. Resultados de la variable de control

Tabla 14

*Empresas encuestadas del sector de calzado por distrito*

Distritos	Frecuencia	Porcentaje
José Luis Bustamante y Rivero	5	7.9%
Cayma	6	9.5%
Miraflores	3	4.8%
Mariano Melgar	5	7.9%
Hunter	2	3.2%
Alto Selva Alegre	2	3.2%
Arequipa	9	14.3%
Paucarpata	16	25.4%
Cerro colorado	15	23.8%
Total	63	100.0%

Fuente: Extraído del programa estadístico SPSS v26.

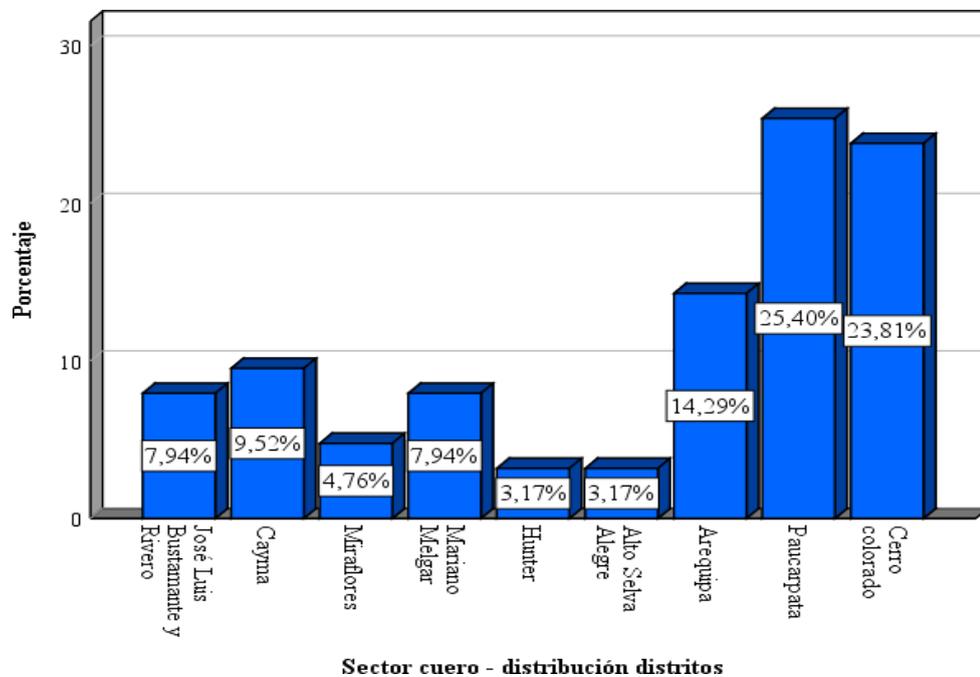


Figura 1. Distribución de empresas encuestadas por distrito

Fuente: Autoría propia

**Interpretación estadística:** La población encuestada se ubica dispersa alrededor de la ciudad en 10 distritos diferentes. Se puede observar que del total de nuestra población se concentra en mayor número en los distritos de Paucarpata (16 empresas) y Cerro Colorado (15 empresas) con un 25,4% y 23,8% respectivamente, representando entre estos dos distritos a un 49,2% (31 empresas) del total de la población. Además, los distritos de Arequipa (9 empresas), Cayma (6 empresas), José Luis Bustamante y Rivero (5 empresas) y Mariano Melgar (5 empresas) cuentan con un porcentaje de 14,3%; 9,5%; 7,9% y 7,9% respectivamente.

Tabla 15

*Tipos de empresa del sector calzado*

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Independiente	49	77.8%
Subsidiaria	14	22.2%
Total	63	100.0%

Fuente: Elaboración propia - Obtenido del SPSS v26.

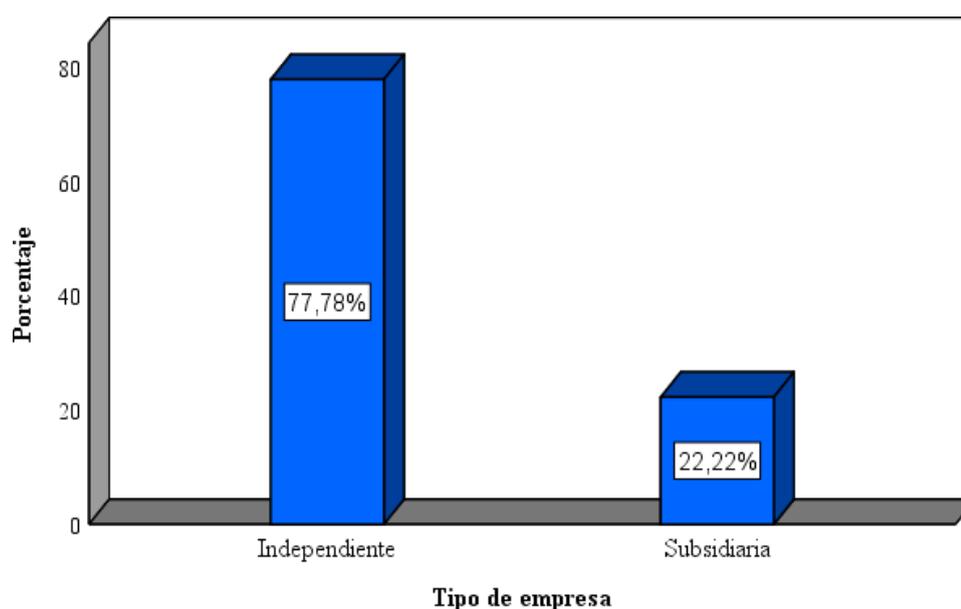


Figura 2. Distribución de tipo de empresa del sector calzado

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación estadística:** Se puede observar que la mayor parte de la población encuestada es del tipo independiente, ya que 49 empresas respondieron ser de este tipo, lo que representa el 77,8%; y tan solo 14 empresas respondieron ser subsidiarias, lo que representa el 22,2%.

#### 4.3. Nivel de las variables

Tabla 16

*Escala de percepción para las variables*

Valoración	Nivel de percepción
1	Pésima
2	Muy mala
3	Mala
4	Regular
5	Aceptable
6	Buena
7	Excelente

Fuente: Elaboración propia.

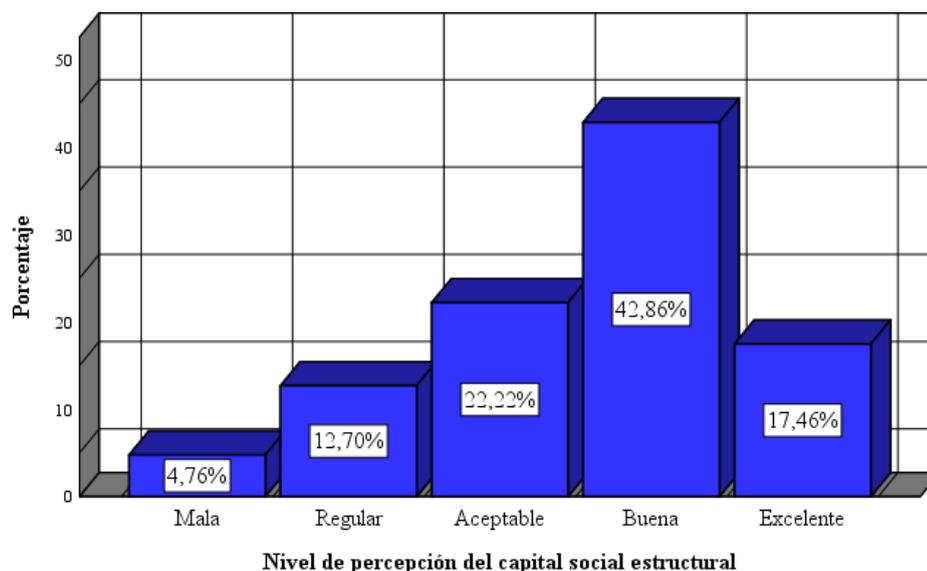
#### A. Nivel de la dimensión estructural del capital social

Tabla 17

*Nivel de percepción de la dimensión estructural del capital social*

	Frecuencia	Porcentaje
Mala	3	4.8
Regular	8	12.7
Aceptable	14	22.2
Buena	27	42.9
Excelente	11	17.5
Total	63	100.0

Fuente: Elaboración propia - Obtenido del SPSS v26.



*Figura 3.* Distribución del nivel de percepción de la dimensión estructural del capital social

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación estadística:** Se ha encontrado que el nivel de percepción de la dimensión estructural del capital social presenta un nivel bueno por parte de los directivos. Ya que la mayoría de los encuestados (60,32%) se ubican en esta categoría o por encima de ella, además solo un 4,76% percibe que es mala y ninguno percibe que es muy mala. Debido a los resultados obtenidos y evaluación estadística realizada a través de software estadístico SPSS v26.

## B. Nivel del comportamiento pionero

Tabla 18

*Nivel de percepción del comportamiento pionero*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy mala	2	3.2
Mala	3	4.8
Regular	11	17.5
Aceptable	14	22.2
Buena	17	27.0
Excelente	16	25.4
Total	63	100.0

Fuente: Elaboración propia - Obtenido del SPSS v26.

**Interpretación estadística:** Se ha encontrado que el nivel de percepción de comportamiento pionero presenta un nivel bueno por parte de los directivos. Ya que la mayoría de los encuestados (52,38%) se ubican en esta categoría o por encima de esta, además solo un 7,93% percibe que es mala o muy mala. Debido a los resultados obtenidos y evaluación estadística realizada a través de software estadístico SPSS v26.

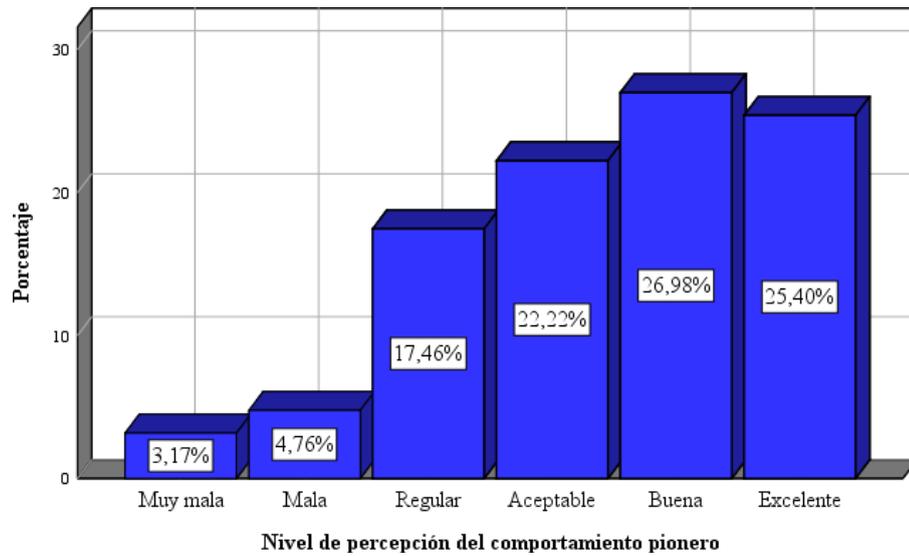


Figura 4. Distribución del nivel de percepción del comportamiento pionero

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.4. Resultados inferenciales

##### 4.4.1. Pruebas de normalidad

Lind, Marchal y Wathen (2014), argumentan que la prueba de normalidad es un método que nos proporciona determinar la distribución de los datos. Esta prueba es utilizada para corroborar si los datos obtenidos de la muestra siguen una normal o anormal distribución. Las pruebas de normalidad incluyen la de normalidad Kolmogorov-Smirnov, método Lilliefors y prueba de Anderson-Darling. Por lo tanto, para su determinación una vez obtenida su distribución es procesada por los métodos de las estadísticas paramétricas y no paramétricas, respectivamente. La elección de normalidad se basa en referencia al valor-p ( $\alpha=0.05$ ), seguidamente se formula los expuestos para su elección:  $H_0$ = Los datos comprenden una normal distribución.  $H_a$ = Los datos no comprenden una normal distribución.

**Enunciado de elección:** Si los datos demuestran un valor-p por debajo del nivel significancia es elegido la  $H_a$ , y si el valor-p expone un nivel de significancia superior se elige la  $H_o$ .

Tabla 19

*Prueba de normalidad de datos*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Capital social estructural	0.160	63	0.000	0.915	63	0.000
Comportamiento pionero	0.118	63	0.030	0.941	63	0.005

a. Corrección de significación de Lilliefors.

Fuente: Extraído del programa estadístico SPSS v26.

**Interpretación estadística:** En referencia a lo expuesto los resultados de las pruebas de normalidad evidencian que la prueba de Kolmogorov-Smirnova demuestra que el valor-p de significancia está por debajo del 0.05 en ambas variables y la estadística está próxima al 0. Una vez detallado y analizado la distribución de datos la decisión se centra en elegir la  $H_a$  porque los datos recogidos de la muestra persiguen una distribución no normal, y los estadísticos para su contrastación deben ser procesados a través de métodos no paramétricos.

#### 4.4.2. Estadísticas no paramétricas

Lind et al. (2014) señala que los métodos no paramétricos son adoptados para analizar datos que no siguen una distribución libre o anormal. Por lo tanto, las estadísticas comprenden los métodos de rangos de Spearman, prueba de signos, determinación de la mediana, los niveles de Wilcoxon y el análisis de varianzas de Kruskal-Wallis. La investigación para desarrollar la contratación de las hipótesis optó en aplicar los rangos de relación de Spearman.

## A. Baremo de coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 20

### *Rangos de relación de Spearman*

Niveles	Magnitud
-1.00	Correlación negativa perfecta
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
0.10	Correlación positiva muy débil
0.25	Correlación positiva débil
0.50	Correlación positiva media
0.75	Correlación positiva considerable
0.90	Correlación positiva muy fuerte
1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández-Sampieri, Méndez, Mendoza y Cuevas (2017)

## B. Regla de decisión de la hipótesis

El estudio proporciona los siguientes expuestos para la elección de hipótesis:

Ha: El valor-p está por debajo del 0,05; Ho: El valor-p está por encima del 0,05.

### 4.4.3. Contraste de las hipótesis

#### A. Contraste de la hipótesis general

Ha: Existe una relación positiva entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.

Ho: No existe una relación positiva entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.

Tabla 21

*Relación entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero*

			Dimensión estructural del C.S.	Comportamiento pionero
Rho de Spearman	Dimensión estructural del capital social	Coefficiente de correlación	1,000	0,506**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	63	63
	Comportamiento pionero	Coefficiente de correlación	0,506**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	63	63

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Extraído del programa estadístico SPSS v26.

**Interpretación estadística:** En la tabla 21, podemos apreciar el cálculo del coeficiente de correlación entre la variable dimensión estructural del capital social y la variable comportamiento pionero, el p valor es 0.000, cuyo valor es menor que el nivel de significancia considerado en la presente investigación de 0.05, por lo que se entiende que existe una relación entre ambas variables. Al contrastarse las dos variables el coeficiente de rangos de Spearman nos muestra un nivel de correlación de 0.506\*\*, el cual se encuentra entre los valores 0.50 y 0.75 (tabla 20); en tal sentido, se evidencia que existe una correlación positiva media, el cual es representativo a un nivel moderado entre la variable capital social estructural y

comportamiento pionero, lo que infiere que a un nivel mayor de la dimensión estructural del capital social que tengan las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, generarán un mayor comportamiento pionero. Debido a los resultados obtenidos y evaluación de la correlación realizada a través de software estadístico SPSS v26, se acepta la hipótesis general planteada.

### B. Contraste de la hipótesis específica 1.

Ha: Existe relación positiva entre los vínculos de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.

Ho: No existe relación positiva entre los vínculos de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.

Tabla 22

*Relación entre los vínculos de la red y el comportamiento pionero*

		Vínculos de la red	Comportamiento pionero
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	0,358**
	Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	63	63
Comportamiento pionero	Coefficiente de correlación	0,358**	1,000
	Sig. (bilateral)	0,000	.
	N	63	63

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Fuente: Extraído del programa estadístico SPSS v26.

**Interpretación estadística:** En la tabla 22, podemos apreciar el cálculo del coeficiente de correlación entre la variable vínculos de la red y la variable

comportamiento pionero, el p valor es 0.000, cuyo valor es menor que el nivel de significancia considerado en la presente investigación de 0.05, por lo que se entiende que existe una relación entre ambas variables.

Al contrastarse las dos variables el coeficiente de rangos de Spearman nos muestra un nivel de correlación de 0.358\*\*, el cual se encuentra entre los valores 0.25 y 0.50 (tabla 20); en tal sentido, se evidencia que existe una correlación positiva débil, el cual es representativo a un nivel débil entre la variable vínculos de la red y comportamiento pionero, lo que infiere que a un nivel mayor de vínculos de la red que tengan las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, generarán un mayor comportamiento pionero. Debido a los resultados obtenidos y evaluación de la correlación realizada a través de software estadístico SPSS v26, se acepta la hipótesis específica 3 planteada en la presente investigación.

### **C. Contraste de la hipótesis específica 2**

Ha: Existe relación positiva entre la configuración de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.

Ho: No existe relación positiva entre la configuración de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.

**Interpretación estadística:** En la tabla 23 podemos apreciar el cálculo del coeficiente de correlación entre la variable configuración de la red y la variable comportamiento pionero, el p valor es 0.000, cuyo valor es menor que el nivel de significancia considerado en la presente investigación de 0.05, por lo que se entiende que existe una relación entre ambas variables.

Tabla 23

*Relación entre la configuración de la red y el comportamiento pionero*

		Configuración de la red	Comportamiento pionero
Rho de Spearman	Coefficiente de Configuración de la red	1,000	0,517**
	Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	63	63
	Coefficiente de Comportamiento pionero	0,517**	1,000
	Sig. (bilateral)	0,000	.
	N	63	63

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Extraído del programa estadístico SPSS v26.

Al contrastarse las dos variables el coeficiente de rangos de Spearman nos muestra un nivel de correlación de 0.517\*\*, el cual se encuentra entre los valores 0.50 y 0.75 (tabla 20); en tal sentido, se evidencia que existe una correlación positiva media, el cual es representativo a un nivel débil entre la variable configuración de la red y comportamiento pionero, lo que infiere que a un nivel mayor de configuración de la red que tengan las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, generarán un mayor comportamiento pionero. Debido a los resultados obtenidos y evaluación de la correlación realizada a través de software estadístico SPSS v26, se acepta la hipótesis específica 4 planteada en la presente investigación.

#### 4.4.4. Resumen de los resultados estadísticos

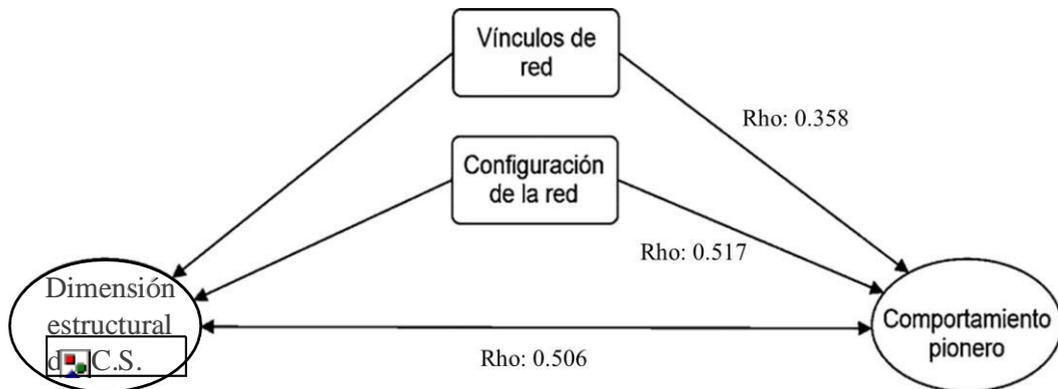


Figura 5. Resultados de la investigación

El resultado del análisis estadístico indica que existe una relación positiva media entre la dimensión estructural del capital social y comportamiento pionero ( $Rho=.506$ ), existe una relación positiva débil entre la dimensión vínculos de la red y comportamiento pionero ( $Rho=.358$ ), así como, una relación positiva media entre la dimensión configuración de la red y comportamiento pionero ( $Rho=.517$ ).

## CAPÍTULO VI

### DISCUSIÓN

Siguiendo la línea de García-Villaverde et al (2018) en la que la dimensión estructural del capital social ejerce la mayor influencia en la adquisición de conocimientos la presente investigación ha llegado a su final y pretende, en esta sección, resaltar de manera concreta los argumentos centrales que se ha venido desarrollando a lo largo de esta tesis.

En los resultados se evidencia una relación positiva media entre la variable dimensión estructural del capital social y la variable comportamiento pionero esto coincide con los resultados de (García-Villaverde et al., 2010) que muestran cómo las empresas que poseen una red social densa y con vínculos fuertes tienden a desarrollar un comportamiento pionero; ha sido identificar y probar que el capital social de una empresa impulsa un comportamiento pionero o innovador cuando se orienta al desarrollo de capacidades aguas arriba y aguas abajo. La disponibilidad de vínculos fuertes, relaciones de confianza y metas compartidas con los agentes de sus redes sociales pueden favorecer que las empresas detecten oportunidades para conseguir ventajas del pionero y realicen, de este modo, una gestión más adecuada de sus innovaciones.

Así, a pesar de los riesgos generados por la información redundante que existe en las redes densas, se sugiere que la fortaleza de los vínculos y la confianza con sus contactos permiten a las empresas acceder a conocimiento más relevante y aprovecharlo para fortalecer sus propias capacidades. Por otro lado, contribuimos a la línea de investigación de las ventajas del pionero, que trata de identificar las capacidades complementarias necesarias para desarrollar eficientemente un comportamiento pionero (Lieberman y Montgomery, 1998).

## CONCLUSIONES

**Primera:** El resultado general de la investigación sostiene que al establecer el cálculo del coeficiente de correlación entre la variable dimensión estructural del capital social y la variable comportamiento pionero, el p valor es 0.000, cuyo valor es menor que el nivel de significancia considerado en la tesis de 0,05; por lo cual, se entiende que existe una relación entre ambas variables con un Rho de Spearman de 0.506\*\*, el resultado nos indica el grado de relación entre las dos variables, descriptivamente hablando, indica una relación positiva media entre la variable capital social estructural y comportamiento pionero, por ende, la hipótesis general es aceptada.

**Segunda:** Según la evaluación para la dimensión vínculos de la red y comportamiento pionero, se tienen como resultado que el p valor es 0.000, cuyo valor es menor que el nivel de significancia considerado en la tesis de 0,05; por lo cual, se entiende que existe una relación entre ambas variables, el coeficiente de correlación de Spearman 0.358\*\* nos indica el grado de relación entre las dos variables, descriptivamente hablando, indica una correlación positiva débil entre la variable vínculos de la red y comportamiento pionero; por lo tanto, la hipótesis planteada es aceptada.

**Tercera:** La investigación determina una correlación positiva media entre la variable configuración de la red y comportamiento pionero, ya que el coeficiente de Spearman es 0.517\*\*; al establecer el cálculo del coeficiente de correlación entre la variable configuración de la red y la variable comportamiento pionero, el p valor es 0.000, cuyo valor es menor que el nivel de significancia considerado en la tesis de 0.05, por lo cual se entiende que existe una relación entre ambas variables. Esto nos accede afirmar y aceptar la quinta hipótesis específica.

## RECOMENDACIONES

**Primera.** Es preciso implementar la dimensión estructural del capital social en las empresas para así poder lograr un comportamiento pionero el cual no solo se refiere a introducir un producto nuevo en un mercado específico, sino un sentido emprendedor, por el cual la organización tiende a ser la primera en introducir productos innovadores en nuevos segmentos producto-mercado que otros no han reconocido o no han tratado de explotar activamente y así, poder estar a la vanguardia del mercado y tanto en innovación de nuevos productos y mercados, así como la ejecución para lograr estos, con el fin de adelantarse a la competencia y el mercado.

**Segunda.** Es necesario implementar acciones que generen redes, tanto densas en las cuales los involucrados pueden confiar entre ellos, generando una mayor cooperación y una más rápida transferencia de información, así como redes dispersas para acceder a información más variada y original.

**Tercera.** Una empresa debe tener tanto contactos cercanos como lejanos en un ámbito geográfico, para así poder tener información relevante y novedosa. Esta dispersión indica que los contactos deben estar ubicados bastante remotos entre sí, para evitar una interacción presencial.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, J. R. (2013). *Social capital and entrepreneurial orientation in the agri-food industry: The mediating role of dynamic capabilities* (Tesis doctoral). Universidad de Castilla-La Mancha, Castilla, España. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10578/5432>
- Amaya Bringas, J. (2017). *Impacto de la importación de calzados chinos en el crecimiento y rentabilidad de las mypes del sector calzado en lima metropolitana, distrito de La Victoria, 2015 – 2016* (Universidad Tecnológica del Perú). Universidad Tecnológica del Perú. Retrieved from [http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/905/1/Jorge Amaya\\_Trabajo de Investigacion\\_Bachillerato\\_2017.pdf](http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/905/1/Jorge_Amaya_Trabajo_de_Investigacion_Bachillerato_2017.pdf)
- Avalo, O. J., Yague, B. J., & Cangahuala, G. (2016). Social capital and adaptive planning in an innovative industrial community in Perú. *Estudios Gerenciales*, 32(139), 162-169. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.05.001>
- Barrio, C. J. (2017). *La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/42339/>
- Berlanga, K. A. (2019). *El impacto de la importación de calzado hecho en China en la comercialización de calzado en la empresa “EMCOMER S.A”, Perú, en el 2018* (Tesis de posgrado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12727/5309>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (3ª Ed.). Bogotá, Colombia: Pearson educación.
- Bourdieu, P. (1986). *Las formas de capital. Manual de teoría e investigación para la sociología de la educación*. JG Richardson. Nueva York, Greenwood, 241(19).

- Brown, D.W., y Konrad, A. M. (2001). Búsqueda de empleo en una economía turbulenta: las redes sociales y la importancia de los vínculos entre industrias para un cambio de industria. *Relaciones humanas*, 54(8), 1015-1044. <https://doi.org/10.1177/0018726701548002>
- Capaldo, A. (2007). Network structure and innovation: The leveraging of a dual network as a distinctive relational capability. *Strategic Management Journal*, 28, 585–608. <https://doi.org/10.1002/smj.621>
- Carrasco, D. C. (2005). *Metodología de la investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *Knowledge and Social Capital*, 94(1988), 17-42. <https://doi.org/10.1086/228943>
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(1), 7-26. <https://doi.org/10.1177/104225879101600102>
- Covin, J. G., Slevin, D. P., & Heeley, M. B. (2000). Pioneers and followers: Competitive tactics, environment, and firm growth. *Journal of Business Venturing*, 15(2), 175–210. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00015-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00015-9)
- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154–1191. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>
- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of management studies*, 47(6), 1154-1191. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>

- De Silva, M. J., Harpham, T., Huttly, S. R., Bartolini, R., & Penny, M. E. (2007). Understanding sources and types of social capital in Peru. *Community Development Journal*, 42(1), 19-33. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsi071>
- Finney R. Z.; Lueg J. E. y Campbell N. D. (2008): “Market pioneers, late movers, and the resource-based view (RBV): a conceptual model”, *Journal of Business Research*, vol.61
- García-Villaverde, P. M., Parra-Requena, G., & Molina-Morales, F. X. (2018). Structural social capital and knowledge acquisition: implications of cluster membership. *Entrepreneurship and Regional Development*, 30(5–6), 530–561. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1407366>
- García-Villaverde, P. M., Parra-Requena, G., & Ruiz-Ortega, M. J. (2010). Capital social y comportamiento pionero: El papel mediador de las capacidades tecnológicas y de marketing. *Cuadernos de Economía y Dirección de La Empresa*, 5758(45), 9-42. [https://doi.org/10.1016/s1138-5758\(10\)70022-0](https://doi.org/10.1016/s1138-5758(10)70022-0)
- García-Villaverde, P., & Ruiz-Ortega, M. (2006). Influencia del momento de entrada, las capacidades y las técnicas competitivas en los resultados de las empresas en sectores competitivos. *Revista Europea de Dirección y Economía de La Empresa*, 15(3), 71–92.
- Gargiulo, M., & Benassi, M. (2000). Trapped in Your Own Net? Network Cohesion, Structural Holes, and the Adaptation of Social Capital. *Organization Science*, 11(2), 183-196. <https://doi.org/10.1287/orsc.11.2.183.12514>
- George, D., y Mallery, P. (2003). *SPSS para Windows paso a paso: una guía sencilla y referencia. Actualización 11.0* (4ª Ed). Boston, Estados Unidos: Allyn y Tocino
- Granovetter, M. S: (2013). The Strength of Weak Ties Mark. *Encyclopedia of Human Relationships*, 78(6), 1360–1380. <https://doi.org/10.4135/9781412958479.n556>

- Hanifan, L. J. (1916). The rural school community center. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67(1), 130-138.  
<https://doi.org/10.1177/000271621606700118>
- Hansen, M. T. (1999). The search-transfer problem: The role of weak ties in sharing knowledge across organization subunits. *Administrative Science Quarterly*, 44(1), 82-111. <https://doi.org/10.2307/2667032>
- Henderson, R. M., & Clark, K. B. (1990). Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 9. <https://doi.org/10.2307/2393549>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México, D. F.: Editorial McGraw-Hill Education
- Honig, B., & Davidsson, P. (2000). the Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs. *Academy of Management Proceedings*, 2(1), B1-B6.  
<https://doi.org/10.5465/apbpp.2000.5438611>
- Inkpen, A. C., & Tsang, E. W. (2005). Social capital networks, and knowledge transfer. *Academy of Management Review*, 30(1), 146–165.  
<https://doi.org/10.5465/AMR.2005.15281445>
- Inurritegui, M. M. (2006). *El rol del capital social en la pequeña agricultura comercial de los valles de Piura. Pequeña Agricultura Comercial: Dinámica y Retos En El Perú* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/75>
- Jaimes Amoroch, H., Bravo Chadid, S., Cortina Ricardo, A., Pacheco Ruíz, C., & Quiñones Aleán, M. (2009). Planeación estratégica de largo plazo, una necesidad de corto plazo. *Pensamiento & Gestión*, (26), 191–213.

- Koka, B. R., & Prescott, J. E. (2002). Strategic alliances as social capital: A multidimensional view. *Strategic Management Journal*, 23(9), 795–816. <https://doi.org/10.1002/smj.252>
- Kujiro, N., & Hirotaka, T. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford, Inglaterra: Oxford University Press.
- Landry, R., Amara, N., & Lamari, M. (2002). Does social capital determine innovation? To what extent. *Technological Forecasting and Social Change*, 69(7), 681–701. [https://doi.org/10.1016/S0040-1625\(01\)00170-6](https://doi.org/10.1016/S0040-1625(01)00170-6)
- Li, G. J. (2020). *Incidencia de la confianza en la asociatividad de los productores de calzado del distrito de El Porvenir, 2019* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/45381>
- Lieberman, M. B., & Montgomery, D. B. (1988). First-mover advantages. *Strategic management journal*, 9(S1), 41-58. <https://doi.org/10.1002/smj.4250090706>
- Lind, D. A., Marchal, W. G., Wathen, S. A. (2014). *Estadística aplicada a los negocios y la economía* (15ª Ed.). México, D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Loli, P. T. (2019). *Innovación y productividad en las mypes comercializadoras de calzado de la ciudad de Huaraz, año 2015* (Tesis doctoral). Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Ancash, Perú. Obtenido de <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/3668>
- Lozada, J. (2014). Investigación aplicada: Definición, propiedad intelectual e industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 3(1), 47-50. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>

- Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29(7), 770–791. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Molina, X., Martínez, T., Ares, Á., & Valmir, H. (2008). La estructura y naturaleza del capital social en las aglomeraciones territoriales de empresas: Una aplicación al sector cerámico español. Reports, Fundacion BBVA / BBVA Foundation, number 201110.
- Morán, D. G., & Alvarado, C. D. (2010). *Métodos de investigación*. México, D. F.: Pearson Educación
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266. doi:10.2307/259373
- Nash, S. y Bickford, D. (1995): “Transforming technological pioneering into competitive advantage”, *Academy of Management Executive*
- Palella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa* (3a Ed.). Caracas, Venezuela: FEDUPEL.
- Pitas, N. y Ehmer, C. (2020). Capital social en la respuesta al COVID-19. *Revista Estadounidense de Promoción de la Salud*, 34(8), 942–944. <https://doi.org/10.1177/0890117120924531>
- Putnam, R. D. (1993). The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *The American Prospect*, (13), 35-42.
- Putnam, RD (2000). *Bolos solos: el capital social en declive de Estados Unidos*. En *Cultura y política*. Nueva York, Estados Unidos: Palgrave Macmillan.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the

- future. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 761–787.  
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x>
- Robinson, W. T., Fornell, C., & Sullivan, M. (1992). Are market pioneers intrinsically stronger than later entrants? *Strategic Management Journal*, 13(8), 609–624.  
<https://doi.org/10.1002/smj.4250130804>
- Romero, C. M. (2013). *Capital social y desarrollo económico local. Fundamentos teóricos y prácticos para una política pública de inclusión social productiva en el Perú . Caso : Mancomunidad municipal del “Hatun Mayu” Anta - Cusco, 2009* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12672/5759>
- Ruiz, B. (2002). *Instrumentos de Investigación Educativa: procedimientos para su diseño y validación* (2ª Ed.). Barquisemeto, Venezuela: Ediciones CIDEG, C. A.
- Sánchez, P. A. (2019). *Elaboración de un plan estratégico para la empresa de calzado Eyleen que le permita mejorar su competitividad en el mercado 2019-2023* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú. Obtenido de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/9797>
- Schumpeter, J. (1934). *Teoría del desarrollo económico*. Inglaterra: Universidad de Harvard.
- Sociedad Nacional de Industrias (SIN, 2017). Reporte sectorial N° 01 – enero 2017 (Fabricación de calzado). Obtenido de <https://www.sni.org.pe/wp-content/uploads/2017/03/Reporte-Sectorial-de-Calzado-Enero-2017.pdf>
- Suarez, F. F., & Lanzolla, G. (2007). The role of environmental dynamics in building a first mover advantage theory. *Academy of Management Review*, 32(2), 377–392.  
<https://doi.org/10.5465/AMR.2007.24349587>
- Tocqueville, A. (1835). *Democracy in America*. New York, Estados Unidos: P. Bradley

Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *The Sociology of Economic Life, Third Edition*, 42(1), 213-241.  
<https://doi.org/10.4324/9780429494338>

Valencia, A. G., & Hoyos , C. A. (2020). Contribución del capital social a los desafíos sociales y económicos que plantea el Covid-19. *Estudios Políticos*, (58), 9-15.  
<https://dx.doi.org/10.17533/udea.espo.n58a01>

## **ANEXOS**

**Anexo 1.** Matriz de consistencia

Título: “Dimensión estructural del capital social y su relación con el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020”.

<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables y dimensiones</b>
<p><b>Problema general:</b> PG: ¿Qué relación existe entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> Pe1: ¿Cuál es la relación entre los vínculos de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020? Pe2: ¿Cuál es la relación entre la configuración de la red y el</p>	<p><b>Objetivo general:</b> OG: Determinar la relación la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Oe1: Establecer la relación entre los vínculos de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020. Oe2: Determinar la relación entre la configuración de la red y el comportamiento pionero en las empresas</p>	<p><b>Hipótesis general:</b> HG: Existe una relación positiva entre la dimensión estructural del capital social y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b> He1: Existe relación positiva entre los vínculos de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.</p>	<p><b>Variable 1:</b> Capital social estructural</p> <p><b>Dimensiones:</b> D1: Vínculos de la red D2: Configuración de la red</p> <p><b>Variable 2:</b> Comportamiento pionero</p> <p>Unidimensional</p>

comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020?	productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.	He2: Existe relación positiva entre la configuración de la red y el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020.	
<b>Método y diseño</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Técnica e instrumentos</b>	
Tipo de estudio: Aplicada Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental, transaccional y retrospectivo Alcance: Descriptivo–Correlacional Método: Hipotético - deductivo	Población: N= 90 empresas productoras de la industria del calzado en Arequipa Muestra: n= 63 empresas productoras de la industria del calzado en Arequipa	Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Tratamiento estadístico: SPSS v26.	

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 2.** Matriz de operacionalización de variables

Título: “Dimensión estructural del capital social y su relación con el comportamiento pionero en las empresas productoras de calzado de la provincia de Arequipa, 2020”.

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
<p>VI: Capital social estructural</p> <p>Nahapiet y Ghoshal (1998), señalan que la dimensión estructural del capital social presenta el enmarañado de relaciones que posee una organización, es decir, trata de abarcar la interacción social que se genera dentro de una red, enfocándose en las propiedades del sistema social, así como de la red de relaciones. Adicionalmente, señalan la existencia de vínculos de red entre los agentes, la configuración de la red y la apropiabilidad.</p>	<p>Se refiere a las relaciones que posee una organización con la finalidad de generar interacción social dentro de una red.</p>	<p>D1: Vínculos de la red</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nos relacionamos frecuentemente con nuestros contactos.</li> <li>• Conocemos a nuestros contactos de manera personal.</li> <li>• Tenemos relaciones sociales estrechas con nuestros contactos.</li> </ul>
		<p>D2: Configuración de la red</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los recursos e información que intercambiamos con nuestros contactos suelen ser similares.</li> <li>• Los contactos con los que nos relacionamos frecuentemente, suelen conocerse entre sí.</li> <li>• Los contactos de los que recibimos consejos e información útil para tomar decisiones importantes se conocen entre sí.</li> </ul>

<p>VII: Comportamiento pionero  García-Villaverde, et. al (2010), consideran que el comportamiento pionero no solo se refiere a introducir un producto nuevo en un mercado específico, sino un sentido emprendedor, por el cual la organización tiende a ser la primera en introducir productos innovadores en nuevos segmentos producto-mercado que otros no han reconocido o no han tratado de explotar activamente.</p>	<p>Se refiere a la intención tanto en innovación de nuevos productos y mercados, así como la ejecución para lograr estos, con el fin de adelantarse a la competencia y al mercado.</p>	<p>Unidimensional</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competimos fuertemente sobre la base de ser los primeros en entrar al mercado de nuevos productos.</li> <li>• Normalmente nos adelantamos a nuestros principales competidores en la introducción de nuevos productos en el mercado.</li> <li>• Ofrecemos productos que son únicos y muy diferentes a los de nuestros competidores.</li> </ul>
--	--	-----------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

### Anexo 3. Instrumento de recolección de datos

## CUESTIONARIO FABRICACIÓN DEL CALZADO

Por favor, responda a las siguientes cuestiones para definir su empresa

Municipalidad										
Su empresa es:	Subsidiaria o unidad de negocio de una corporación			Una empresa independiente						
Por favor, indique el nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a sus relaciones con sus contactos. *Considere como contactos a los clientes, proveedores, competidores o instituciones con los que se relaciona.				1= Totalmente en desacuerdo 7= Totalmente de acuerdo						
1. Nos relacionamos frecuentemente con nuestros contactos.				1	2	3	4	5	6	7
2. Conocemos a nuestros contactos de manera personal.				1	2	3	4	5	6	7
3. Tenemos relaciones sociales estrechas con nuestros contactos.				1	2	3	4	5	6	7
4. Los recursos e información que intercambiamos con nuestros contactos suelen ser similares.				1	2	3	4	5	6	7
5. Los contactos con los que nos relacionamos frecuentemente, suelen conocerse entre sí.				1	2	3	4	5	6	7
6. Los contactos de los que recibimos consejos e información útil para tomar decisiones importantes se conocen entre sí.				1	2	3	4	5	6	7
7. Muchos de nuestros contactos se especializan en actividades muy variadas.				1	2	3	4	5	6	7
8. Muchos de nuestros contactos tienen experiencias muy diferentes y variadas				1	2	3	4	5	6	7
9. Muchos de nuestros contactos tienen destrezas y habilidades que se complementan entre sí.				1	2	3	4	5	6	7
Por favor, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones referidas al comportamiento estratégico de su empresa.				1= Totalmente en desacuerdo 7= Totalmente de acuerdo						
10. Nuestra empresa suele estar entre las primeras en introducir nuevos productos en el mercado.				1	2	3	4	5	6	7
11. Nuestra empresa suele ser líder en el desarrollo de ideas innovadoras.				1	2	3	4	5	6	7
12. Nuestra empresa es bien conocida por introducir productos, servicios e ideas novedosos.				1	2	3	4	5	6	7

De antemano agradezco su tiempo y su colaboración.

**Anexo 4.** Base de datos

	Municipalidad	Tipo de empresa	Miembro de la empresa	Pregunta											
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Empresa 1	1,00	1,00	1,00	7,00	7,00	7,00	5,00	7,00	4,00	6,00	6,00	6,00	5,00	5,00	4,00
Empresa 2	1,00	1,00	1,00	6,00	6,00	6,00	5,00	6,00	5,00	5,00	6,00	6,00	5,00	5,00	4,00
Empresa 3	1,00	1,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00
Empresa 4	1,00	2,00	2,00	5,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,00	4,00	4,00	4,00
Empresa 5	1,00	2,00	2,00	5,00	5,00	5,00	4,00	7,00	5,00	7,00	7,00	6,00	4,00	4,00	4,00
Empresa 6	2,00	1,00	1,00	6,00	5,00	4,00	4,00	2,00	2,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,00	3,00
Empresa 7	2,00	1,00	2,00	7,00	7,00	6,00	4,00	7,00	6,00	5,00	5,00	6,00	4,00	4,00	5,00
Empresa 8	2,00	1,00	2,00	7,00	6,00	6,00	7,00	6,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	6,00	7,00
Empresa 9	2,00	1,00	2,00	5,00	6,00	6,00	5,00	7,00	7,00	7,00	6,00	6,00	6,00	6,00	7,00
Empresa 10	2,00	1,00	1,00	6,00	4,00	4,00	5,00	6,00	7,00	7,00	6,00	7,00	5,00	5,00	6,00
Empresa 11	2,00	1,00	2,00	4,00	3,00	2,00	2,00	1,00	1,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00
Empresa 12	3,00	1,00	2,00	6,00	7,00	7,00	6,00	7,00	6,00	6,00	6,00	7,00	6,00	6,00	7,00
Empresa 13	3,00	2,00	1,00	6,00	6,00	6,00	5,00	5,00	5,00	5,00	7,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Empresa 14	3,00	1,00	2,00	6,00	6,00	7,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	5,00	6,00	5,00
Empresa 15	4,00	1,00	2,00	5,00	5,00	5,00	6,00	7,00	7,00	7,00	6,00	6,00	5,00	6,00	6,00
Empresa 16	4,00	2,00	2,00	6,00	5,00	5,00	7,00	7,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Empresa 17	4,00	1,00	2,00	6,00	6,00	6,00	7,00	4,00	6,00	6,00	5,00	5,00	7,00	6,00	7,00
Empresa 18	4,00	1,00	1,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00
Empresa 19	4,00	1,00	2,00	6,00	6,00	7,00	6,00	6,00	4,00	6,00	5,00	6,00	7,00	6,00	6,00
Empresa 20	5,00	1,00	1,00	6,00	5,00	7,00	7,00	6,00	4,00	6,00	3,00	6,00	5,00	5,00	6,00
Empresa 21	5,00	1,00	1,00	7,00	6,00	6,00	6,00	7,00	7,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	5,00
Empresa 22	6,00	1,00	1,00	6,00	5,00	6,00	6,00	6,00	5,00	5,00	4,00	5,00	6,00	6,00	6,00

Empresa 23	6,00	1,00	1,00	6,00	6,00	5,00	5,00	5,00	6,00	7,00	7,00	7,00	6,00	7,00	6,00
Empresa 24	7,00	1,00	1,00	6,00	5,00	6,00	6,00	4,00	6,00	7,00	7,00	6,00	5,00	6,00	6,00
Empresa 25	7,00	1,00	1,00	2,00	1,00	3,00	2,00	3,00	3,00	6,00	4,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Empresa 26	7,00	1,00	1,00	5,00	7,00	5,00	6,00	6,00	7,00	6,00	6,00	7,00	5,00	5,00	5,00
Empresa 27	7,00	1,00	2,00	6,00	6,00	7,00	5,00	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00	7,00	6,00	6,00
Empresa 28	7,00	1,00	2,00	6,00	6,00	7,00	5,00	5,00	5,00	5,00	1,00	4,00	3,00	3,00	3,00
Empresa 29	7,00	1,00	1,00	7,00	5,00	6,00	7,00	7,00	7,00	3,00	5,00	7,00	3,00	2,00	3,00
Empresa 30	7,00	1,00	1,00	6,00	5,00	6,00	6,00	6,00	5,00	5,00	6,00	5,00	7,00	6,00	6,00
Empresa 31	7,00	2,00	2,00	6,00	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00	6,00	5,00	4,00	6,00	6,00	7,00
Empresa 32	7,00	1,00	1,00	6,00	6,00	4,00	6,00	3,00	3,00	3,00	5,00	6,00	6,00	7,00	6,00
Empresa 33	8,00	2,00	2,00	5,00	3,00	5,00	3,00	4,00	3,00	4,00	3,00	3,00	6,00	4,00	4,00
Empresa 34	8,00	1,00	2,00	1,00	2,00	7,00	1,00	7,00	7,00	7,00	7,00	1,00	7,00	7,00	7,00
Empresa 35	8,00	2,00	1,00	4,00	6,00	4,00	5,00	1,00	1,00	5,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00
Empresa 36	8,00	1,00	1,00	5,00	3,00	5,00	6,00	4,00	7,00	6,00	7,00	7,00	7,00	6,00	4,00
Empresa 37	8,00	1,00	1,00	5,00	5,00	3,00	4,00	2,00	2,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00	5,00
Empresa 38	8,00	1,00	2,00	5,00	4,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00
Empresa 39	8,00	2,00	2,00	4,00	5,00	4,00	2,00	2,00	3,00	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	3,00
Empresa 40	8,00	1,00	2,00	5,00	6,00	6,00	6,00	6,00	5,00	4,00	5,00	5,00	4,00	5,00	4,00
Empresa 41	8,00	1,00	1,00	7,00	4,00	3,00	5,00	5,00	4,00	6,00	4,00	3,00	6,00	7,00	7,00
Empresa 42	8,00	1,00	2,00	4,00	5,00	3,00	4,00	4,00	5,00	3,00	5,00	4,00	6,00	6,00	6,00
Empresa 43	8,00	2,00	1,00	5,00	3,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00	3,00	4,00	5,00	4,00	6,00
Empresa 44	8,00	1,00	2,00	5,00	2,00	3,00	4,00	6,00	6,00	7,00	7,00	4,00	5,00	5,00	6,00
Empresa 45	8,00	1,00	2,00	5,00	7,00	4,00	6,00	6,00	5,00	4,00	4,00	6,00	5,00	4,00	5,00
Empresa 46	8,00	1,00	2,00	7,00	6,00	6,00	6,00	4,00	6,00	3,00	2,00	6,00	6,00	4,00	6,00
Empresa 47	8,00	1,00	1,00	6,00	6,00	5,00	7,00	7,00	5,00	4,00	5,00	6,00	7,00	7,00	6,00
Empresa 48	8,00	1,00	1,00	6,00	7,00	7,00	6,00	6,00	5,00	6,00	6,00	7,00	6,00	7,00	6,00

Empresa 49	9,00	2,00	2,00	6,00	6,00	6,00	2,00	2,00	4,00	5,00	6,00	6,00	3,00	2,00	1,00
Empresa 50	9,00	1,00	2,00	3,00	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00
Empresa 51	9,00	1,00	1,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00
Empresa 52	9,00	2,00	1,00	6,00	5,00	6,00	7,00	7,00	6,00	6,00	6,00	6,00	4,00	5,00	6,00
Empresa 53	9,00	1,00	1,00	6,00	7,00	6,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	7,00
Empresa 54	9,00	2,00	2,00	6,00	7,00	7,00	7,00	6,00	6,00	6,00	6,00	7,00	7,00	6,00	6,00
Empresa 55	9,00	2,00	2,00	6,00	7,00	6,00	7,00	7,00	7,00	6,00	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00
Empresa 56	9,00	1,00	2,00	6,00	4,00	6,00	6,00	6,00	6,00	5,00	5,00	6,00	5,00	4,00	6,00
Empresa 57	9,00	1,00	1,00	6,00	6,00	6,00	5,00	4,00	4,00	5,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Empresa 58	9,00	1,00	1,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00
Empresa 59	9,00	1,00	1,00	6,00	2,00	4,00	6,00	6,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	5,00
Empresa 60	9,00	2,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	5,00
Empresa 61	9,00	1,00	1,00	4,00	4,00	4,00	4,00	6,00	5,00	6,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00
Empresa 62	9,00	1,00	1,00	4,00	5,00	4,00	4,00	7,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	4,00
Empresa 63	9,00	1,00	1,00	6,00	6,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	5,00	6,00	6,00

Codigo	Municipalidad
1	Jose Luis
2	Cayma
3	Miraflores
4	Mariano Melgar
5	Hunter
6	Alto Selva Alegre
7	Arequipa
8	Paucarpata
9	Cerro Colorado

Codigo	Tipo de empresa
1	Subsidiaria o unidad de negocio de una
2	Una empresa independiente

Codigo	Miembro de la empresa
1	Dueño de la empresa
2	Miembro de la empresa

Codigo	El nivel de acuerdo con las afirmaciones
1	Totalmente en desacuerdo
7	Totalmente de acuerdo