

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “La gestión asociativa desde un enfoque de
innovación social: Un análisis en los GADs
parroquiales rurales de Tungurahua”**

AUTORA: Liliana Isabel Narvaez Guevara

TUTOR: Ing. Danilo Javier Altamirano Analuisa MBA

AMBATO – ECUADOR

Junio 2018



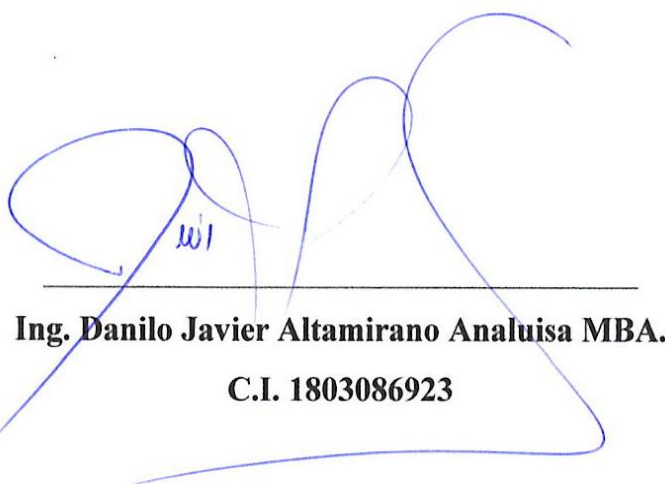
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Danilo Javier Altamirano Analuisa MBA

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**La gestión asociativa desde un enfoque de innovación social: Un análisis en los GADs parroquiales rurales de Tungurahua**” presentado por la señorita **Liliana Isabel Narvaez Guevara** para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 18 de Junio del 2018



Ing. Danilo Javier Altamirano Analuisa MBA.
C.I. 1803086923

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Liliana Isabel Narvaez Guevara**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.




Liliana Isabel Narvaez Guevara


C.I. 1804748638

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Mg. Andrés Francisco López Gómez
C.I. 1804225629



Ing. Mg. Elias David Caisa Yucailla
C.I. 1803458668

Ambato, 18 de Junio del 2018

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Liliana Isabel Narvaez Guevara

C.I. 1804748638

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, mi principal fortaleza, por brindarme sabiduría y orientarme en momentos difíciles.

A mis padres Jesús y América que son el pilar fundamental de mi vida, por depositar su confianza en mí, a mis hermanas por apoyarme en el transcurso de mis estudios.

A mi tutor Ing. Danilo Altamirano por su apoyo y paciencia, por el tiempo dedicado para la culminación de este proyecto.

A la Universidad Técnica de Ambato y docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas por compartir sus conocimientos, por la entrega total hacia todos los estudiantes de la facultad para formar excelentes profesionales.

A la institución CONAGOPARE de Tungurahua quienes me colaboraron para la realización de este proyecto.

¡Muchas Gracias a Dios, Familia!

Liliana Isabel Narvaez Guevara

DEDICATORIA

Este proyecto de tesis y la culminación de mi carrera lo dedico principalmente a Dios por ser mi fortaleza en momentos difíciles.

A mis padres Jesús y América con todo mi amor y cariño, por su esfuerzo, por depositar su confianza en mí, por enseñarme que con dedicación y perseverancia se cosecha éxitos.

A mis queridas hermanas Lourdes, Erica, Carol, María José quienes me motivaron para seguir adelante, quienes son mis compañeras de vida.

A mis abuelitos, a mí cuñado Omar y mi sobrino/a y demás familiares por esas palabras de aliento que me supieron dar en momentos difíciles, por sus consejos que me dieron para no desmayar ante las adversidades.

Liliana Isabel Narvaez Guevara

ÍNDICE GENERAL DEL CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	IV
DERECHOS DE AUTOR	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE GENERAL DEL CONTENIDO	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
ÍNDICE DE TABLAS	XIV
RESUMEN EJECUTIVO	XV
ABSTRACT.....	XVI
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
1. TEMA	3
1.1. Definición del problema de investigación.....	3
1.1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.1.3 Árbol de problema	9
CAPITULO II	11
2. OBJETIVOS	11
2.1. Objetivo general	11
2.2. Objetivos específicos.....	11
CAPITULO III	12
3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	12
3.1. La asociatividad y sus elementos fundamentales.....	12
3.1.1. Origen de la asociatividad	12
3.1.2. Concepto de asociatividad.....	13
3.1.3. Principios y valores de la asociatividad.....	14
3.1.4. Ventajas de la Asociatividad	15
3.1.5. Tipos de Asociatividad	15
3.1.6. Beneficios de la asociatividad	16
3.1.7. Razones para formar parte de una asociación	17

3.1.8. Fases de la asociatividad	17
3.2. La asociatividad como ventaja competitiva	19
3.2.1. Los elementos básicos de la ventaja competitiva:	20
3.2.2. Estrategias generadoras de ventaja competitiva:	21
3.2.2.1. Economía en escala.....	21
3.2.2.2. Alianza estratégica	21
3.2.2.3. Redes de cooperación	22
3.3. Herramientas estratégicas para el desarrollo de la asociatividad	23
3.3.1. Economías de aglomeración.....	23
3.3.3. Clúster	24
3.5. INNOVACIÓN SOCIAL.....	36
3.5.1. La Innovación Social y sus elementos fundamentales	36
3.5.1.1. Origen de la innovación social	37
3.5.1.2. Concepto de innovación social.....	37
3.5.1.3. Las variables para analizar la innovación social	39
3.5.1.4. Etapas de la innovación social	40
3.5.1.5. Clasificación de la innovación social.....	41
3.5.1.6. Los 7 elementos de la innovación social.....	42
3.7. Innovación social desde un enfoque multidimensional	42
3.8. La innovación social enfocada al desarrollo sostenible	48
3.9. La innovación social y la economía del conocimiento	54
CAPITULO IV	60
4. METODOLOGÍA	60
4.1. Enfoque	60
4.1.2. Enfoque cualitativo-cuantitativo	60
4.2. Tipos de investigación.....	60
4.2.1. Investigación descriptiva.....	60
4.2.2. Investigación exploratoria	61
4.3. Modalidad de la investigación.....	61
4.3.1. Investigación bibliográfica	61
4.3.2. Investigación de campo	61
4.3.3. Estudio empírico	62
4.4. Población y Muestra.....	62

4.4.1. Población.....	62
4.4.2. Muestra	63
4.5.1. Muestreo por conveniencia	63
4.5.2. Muestra no Probabilística.....	63
4.6 Recopilación de la Información	63
4.6.1 Instrumento	63
4.6.2 Proceso de Recopilación.....	64
4.6.3 Explicación	64
4.7. Procesamiento de la Información	64
CAPITULO V.....	67
5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	67
5.1. Tabla de contingencia	93
5.1.1. RESULTADOS.....	95
CAPITULO VI.....	99
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	99
6.1. CONCLUSIONES	99
6.2. RECOMENDACIONES	101
BIBLIOGRAFÍA:.....	103
ANEXOS	117
Operacionalización de Variable y subvariables	117
MODELO ENCUESTA.....	119

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: árbol de problemas.....	9
Gráfico 2: Actores de clúster.....	30
Gráfico 3: Estaciones del Ciclo de clúster	31
Gráfico 4: Nacimiento de clúster	32
Gráfico 5: Crecimiento de clúster	32
Gráfico 6: Regeneración de clúster	34
Gráfico 7: Actores de la innovación	41
Gráfico 8: Innovación social	45
Gráfico 9: Objetivos del desarrollo sostenible	48
Gráfico 10: Desarrollo sostenible	50
Gráfico 11: Género.....	67
Gráfico 12: Nivel de instrucción.....	68
Gráfico 13: Edad	69
Gráfico 14: La asociatividad	70
Gráfico 15: Principio de asociatividad.....	71
Gráfico 16: Problema de la asociatividad	72
Gráfico 17: Motivo de creación	73
Gráfico 18: Principal necesidad de formación	74
Gráfico 19: Objetivo de las redes.....	75
Gráfico 20: Grado de cooperación	76
Gráfico 21: Participación en proyectos	77
Gráfico 22: Procesos de planificación.....	78
Gráfico 23: Procesos de presupuestación.....	79
Gráfico 24: Procesos de comunicación.....	80
Gráfico 25: Control social.....	81
Gráfico 26: Procesos asociativos	82
Gráfico 27: Cultura asociativas.....	83
Gráfico 28: Liderazgo asociativo.....	84
Gráfico 29: Herramientas colectivas.....	85
Gráfico 30: Innovación social	86
Gráfico 31: Motivo de innovación	87

Gráfico 32: Limitaciones de la innovación	88
Gráfico 33: Diseño y gestión	89
Gráfico 34: Formulación de políticas.....	90
Gráfico 35: Espacio público.....	91
Gráfico 36: Promoción de la cultura	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Conceptos de asociatividad.....	14
Tabla 2: Principios y valores de asociatividad.....	15
Tabla 3: Razones para formar una asociatividad	17
Tabla 4: Distritos y clúster	35
Tabla 5: Conceptos de innovación social.....	39
Tabla 6: Lista de las parroquias	62
Tabla 7: Alfa de Conbrach	66
Tabla 8: Elementos de Conbrach	66
Tabla 9: Tabla de contingencia de asociatividad	93
Tabla 10: Tabla de contingencia innovación	94
Tabla 11: Valor de coeficiente de Pearson.....	95
Tabla 12: Correlación de Pearson	96
Tabla 13: Participación y promoción	97
Tabla 14: Procesos y diseño.....	97
Tabla 15: Comunicación y espacio	97
Tabla 16: Control y diseño.....	98
Tabla 17: Diseño y herramientas	98
Tabla 18: Operacionalización de gestión asociativa	117
Tabla 19: Operacionalización de la innovación social.....	118

RESUMEN EJECUTIVO

CONAGOPARE es una institución de carácter público que está formado por 44 Gobiernos Parroquiales Rurales de Tungurahua se encarga de asociar los Gobiernos Parroquiales Rurales, actualmente contenida en el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, confiriéndoles nuevas funciones y competencias en el ámbito de su jurisdicción; y, reconociéndolas como Gobiernos Autónomos Descentralizados, así como reconociendo a sus entidades asociativas y que, habiéndose aprobado los nuevos estatutos de éste en el que se relacionan los roles y funciones con la nuevas y claras competencias.

El presente trabajo de investigación está orientado a demostrar la importancia de la asociatividad e innovación social en el desarrollo de diferentes actividades como la cultura, emprendimientos sociales, realización de proyectos sociales cuyo fin es satisfacer las necesidades básicas de los ciudadanos de las parroquias rurales de Tungurahua.

Para la metodología se utilizó las encuestas que fueron dirigidas para los presidentes de los gobiernos parroquiales, de los datos obtenidos se realizó el respectivo análisis e interpretación de las variables gestión asociativa e innovación social, luego se realizó una correlación con algunas preguntas relevantes.

Trabajar de manera conjunta con la sociedad para llegar a un mutuo acuerdo sobre las soluciones de problemas que afectan al ambiente o a la misma sociedad. Estos problemas pueden ser solucionados por medio de proyectos innovadores que puede ser presentado por algún miembro del GAD o por un ciudadano, pero este proyecto debe tener todo el respaldo posible para su ejecución exitosa.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, GESTIÓN, ASOCIATIVIDAD, GOBIERNOS MUNICIPALES.

ABSTRACT

CONAGOPARE is a public institution that is formed by 44 Rural Parochial Governments of Tungurahua is in charge of associating the Rural Parochial Governments, currently contained in the Organic Code of Territorial Organization Autonomy and Decentralization, conferring new functions and powers within their jurisdiction ; and, recognizing them as Decentralized Autonomous Governments, as well as recognizing their associative entities and, having approved the new statutes of the latter in which the roles and functions are related to the new and clear competences.

The present research work is aimed at demonstrating the importance of social associativity and innovation in the development of different activities such as culture, social undertakings, realization of social projects whose purpose is to satisfy the basic needs of the citizens of the rural parishes of Tungurahua.

For the methodology, the surveys that were directed for the presidents of the parish governments were used. From the data obtained, the respective analysis and interpretation of the associative management and social innovation variables was carried out, then a correlation was made with some relevant questions.

Work jointly with society to reach a mutual agreement on solutions to problems that affect the environment or society itself. These problems can be solved by means of innovative projects that can be presented by a member of the GAD or by a citizen, but this project must have all the possible support for its successful execution.

KEYWORDS: INVESTIGATION, MANAGEMENT, ASSOCIATIVITY, MUNICIPAL GOVERNMENTS.

INTRODUCCIÓN

La elaboración de este proyecto de investigación es determinar la percepción de los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales de Tungurahua con respecto a la gestión asociativa e innovación social con el fin de entender que los GAD's pueden llegar a formar una asociatividad a través de la innovación social para el desarrollo de la parroquia.

La investigación que se desarrolló está orientada a entender cuán importante es la innovación social en los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua. Hace una década el término de innovación era desconocido entre la sociedad pero en la actualidad está presente en los políticos y estudiantes en el 2015 fue declarado el año de la innovación social. “Vamos a construir un ecosistema de innovación, la innovación no es un decreto es necesario crear un espíritu innovador” recalcó Rene Ramírez. Quien además supo manifestar los éxitos obtenidos del Banco de ideas que es una plataforma virtual en donde reposan tesis, investigaciones y proyectos innovadores de los ecuatorianos lo menciona Periódico Instantáneo Ecuador Inmediato (2015). “La innovación social significa nuevos productos, técnicas y metodologías que pueden ser replicables estas son desarrolladas en colaboración con la comunidad y presenta soluciones efectivas para la transformación social” (Couto, 2012).

Las empresas en la actualidad combinan sus conocimientos y sus mejores prácticas para lograr los objetivos primordiales por un lado tenemos el objetivo de rentabilidad y por otro el impacto social (Mata, 2012). En mi punto de vista la empresa que no realiza impacto social, no genera que un cliente se interese en su totalidad por su producto además ahora existe empresas que financian proyectos sociales que sean de beneficio para la sociedad a la cual ellos se están dirigiendo.

La innovación social es el proceso o una transformación de una idea que da paso a la solución de un problema o la respuesta de una necesidad que se presenta en las personas. Esta utilidad social debe ser tan importante cumplir con éxitos ya que es considerado como el retorno de una inversión (Lorca, 2013). Este tipo de innovación social está orientado a los procesos de creación, imposición y difusión de prácticas sociales en la sociedad tiene una relación directa para la búsqueda de soluciones para

problemas que se enfrenta la sociedad lo que implica la creación de nuevas formas de comunicación y cooperación llegando a diseñar y poner en marcha diferentes maneras de cubrir necesidades sociales que cambian con el pasar del tiempo. Quien hace la innovación social es las entidades sin fines de lucro, organizaciones sociales y ONGs con mucha experiencia en los temas sociales y expertos en resolver problemas pero lamentablemente carecen de un sistema que promueva de forma activa la innovación y de recursos especializados que se enfrentan a problemas que requieren soluciones urgentes y en veces no les sobran recursos, tener en cuenta en la situación económica actual genera más necesidades y crece la demanda de servicios sociales (Roca, 2015).

El sistema de innovación social busca orientar a la sociedad que desarrolle nuevos valores como creatividad, crear un espíritu emprendedor, asumir riesgos, aceptación de fracasos entre otras cosas, lo principal que busca es crear un compromiso con la innovación. Capacitar a las personas con nuevos conocimientos y habilidades las cuales puedan ser manejadas de la forma correcta. Los procesos que se involucren de manera adecuada en la innovación social dan como resultados aprendizajes, compromisos y transformaciones que produce optimismo entre los participantes (Deusto, 2010).

Todas las acciones de la sociedad humana que toman decisiones en conjunto o de forma individual ya sea este para realizar alguna actividad de desarrollo de la comunidad se ven los resultados por la solución de problemas, en la política existe personas quienes se unen para tomar decisiones en bien de la sociedad demostrando su modelo económico a seguir, la política es la gobernación de un estado o nación es considerado también un medio para negociar entre diferentes estados (Mancero, 2017).

La asociatividad es la formación de grupos de afinidad la implementación de redes de negocios o empresas con algún de afinidad por tipo de actividad al que se dedican para llevar a cabo esto es necesario medir el nivel de disponibilidad que tienen los empresarios para ejecutar estas acciones (Farjado, Fernández, Vásquez, Toscano, & Farjado, 2016). El fin de crear la innovación social es para encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales las mismas que aún no están cubierta en su totalidad, la innovación social permite la capacitación a la ciudadanía en generar nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración las cuales incentivan a la sociedad a innovar continuamente (Deusto, 2010).

CAPITULO I

1. TEMA

“La Gestión Asociativa desde un enfoque de Innovación Social: Un análisis en los GAD’s Parroquiales Rurales de Tungurahua”

1.1. Definición del problema de investigación

Se define la investigación como una actividad que está encaminada a solucionar problemas que se encuentran en la sociedad. Su objetivo consiste en hallar respuestas a preguntas mediante el empleo de procesos científicos. Como seres humanos planteamos problemas, pero también tenemos que resolverlos por medio de la creatividad, ideas brillantes, ideas revolucionarias, expresiones imaginativas, la creatividad nace sin cobrar conciencia lo cual es un proceso a seguir para encontrar la mejor solución (Baena, 2014)

1.1.2 Planteamiento del problema

Se argumenta las causas que dieron lugar al problema de investigación para concretar se exponen argumentos teóricos y empíricos que soportan las causas y consecuencias del problema y lo que implica al no llegar a solucionar. La redacción debe ser clara y precisa eliminando algún tipo de inquietud que no este de acorde a la teoría (Lerma, 2016).

En el Ecuador en los últimos años se ha prestado mucha atención al desarrollo de nuevas ideas en donde se dan discursos en la Ciudad del conocimiento Yachay, el ex-presidente de la República dijo “que la innovación social será el eje fundamental para consolidar el cambio en la matriz productiva del país, los pilares de la innovación son el conocimiento y el talento humano” además añadió que el 2015 es el año de la innovación social en el Ecuador, basado en la ciencia, la tecnología articulado con un sistema de educación superior de excelencia.

El 2015 fue el año de la Feria Científico Tecnológico INNOPOLIS conocimiento es Libertad, René Ramírez, secretario de Educación Superior, Ciencia, Tecnología, e Innovación firmó el Pacto Nacional para la Innovación Social en el Ecuador junto con la academia, con los GAD’s provinciales y el sector privado, este pacto por la innovación del país se basa en la generación de conocimientos para impulsar un nuevo

sistema económico en la sociedad, con este acuerdo se busca explotar una economía nacional que hace uso del conocimiento como recurso infinito para la creación de valor agregado en todo lo que produce el ecuatoriano, según SENESCYT (2015).

René Ramírez explico la política pública se fundamenta en el intangible talento humano de los ecuatorianos para generar una cultura de innovación social, el cual es un proceso creativo y colaborativo mediante el que se introduce un nuevo y mejorado producto donde interviene los comportamientos sociales para la solución de problemas la potenciación de capacidades individuales y colectivas y que está orientado a generar impactos sociales, económicos y culturales que fomenten el Buen Vivir como es el banco de ideas. Finalizo Ramírez “Lo más importante son ustedes innovadores. La sociedad del conocimiento no la construye el estado, sino con el aporte de las ideas y la creatividad, y puedan realizarse como seres humanos y ayudar a resolver los problemas de la sociedad ecuatoriana” fuente SENESCYT (2015).

Para lograr establecer un sistema de innovación social en el Ecuador es necesario el fortalecimiento de la educación superior apoyado en cuatro pilares fundamentales que son: la democratización, calidad, pertinencia y generación de conocimientos que articule la ciencia y tecnología, el pacto nacional por la innovación social será establecido como política de Estado en relación con varios componentes como la investigación científica, el sector productivo y fondos de capital de riesgo.

Además, el cambio de la matriz productiva posee como eje principal el conocimiento, la innovación, la ciencia y tecnología, el gasto en Ecuador, a continuación se puede evidenciar unas tablas obtenidas del INEC. El tema de innovación está relacionado con el crecimiento económico de un país o una empresa “El fin específico de la innovación no debe ser la maximización de utilidades sino generar una economía que permita satisfacer las necesidades, garantizar los derechos y potenciar las capacidades individuales, colectivas y territoriales” señaló René Ramírez, secretario de SENESCYT.

Las principales características de innovación social son la generación de valores sociales y la mejora de la calidad de vida donde intervienen la sociedad, la cultura, y el mercado desempeñando un papel activo de las personas en la creación de nuevas relaciones, realizando una buena gestión en la innovación se logra el aumento de

acción socio-política y la administración de los recursos para el desarrollo de los derechos y satisfacción de las necesidades encontradas (Hernandez, Tirado, & Ariza, 2016).

El Prefecto de Tungurahua estuvo presente en el Encuentro público-privado por la Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación. En la reunión se dio énfasis al Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación para una conexión con el sector académico, sector público, sociedad y Estado donde haya un dialogo con las universidades, prefectos, representantes del gobierno y el presidente para crear un Ecosistema de Innovación Social en el Ecuador. Los espacios de formación permiten demostrar a los emprendedores sus habilidades para la innovación ya que la dedicación es lo único que ayuda a ser mejores y competitivos frente a las demás provincias (Consejo Provincial, 2015).

El Ministerio Coordinador de Desarrollo Social (2007-2017) realizó un proyecto denominado “Hombro a Hombro” constituye un ejemplo para el desarrollo del eje de la política social, este proyecto fue creado conjuntamente con otros ministerios de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, trabajan con el 62% de la población rural que comprenden las provincias de la sierra centro entre las que tenemos Bolívar, Cañar, Chimborazo, Cotopaxi y Tungurahua la razón de trabajar con estas provincias es por el índice de pobreza que se registraron anteriormente, por medio de proyectos emprendedores puedan subir sus ingresos económicos. El Ecuador espera la innovación y se exige plantear al eje social como principal fuente de desarrollo de esa manera se pretende considerar lo social como una política de Estado que puede permanecer a largo plazo en cualquier gestión gubernamental.

La innovación social es una alternativa eficaz que no solo mejora la calidad de vida sino también da nueva vista a nuevas formas de organización social de esta manera es un gran proceso de cambio que lleva a una familia o a toda una sociedad a salir de la pobreza.

La innovación social no es simplemente un acto en donde la tecnología de punta este a disposición de la gente más pobre, es un proceso sistemático que permite la introducción de nuevos productos, procesos, tecnologías y prácticas organizativas dentro de la sociedad estas son soluciones efectivas para el cambio social. Por otro

lado la innovación social tiene su rama con la inclusión social está construida por medio de procesos proactivos, colectivos, democráticos y caracterizados por la solidaridad y esto se presente en una comunidad sobre el conocimiento de cómo manejar correctamente los problemas colectivos, todo proyecto social es desarrollado de la mano de la comunidad y presentan soluciones para la transformación social (Couto, 2012).

Las juntas Parroquiales son el ente representativo de la sociedad ecuatoriana que es reconocida por primera vez como Gobiernos seccionales Autónomos en la constituyente del año 1998.

En la Asamblea del año 2008 alcanzan el estatuto de Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD), al transcurrir algún tiempo en el año 2010 se crea el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD) que es formado para organizar el territorio para su desarrollo el mismo que conjuntamente con la constitución les atribuye competencias específicas a las Juntas Parroquiales (Remache, 2011).

El Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales del Ecuador (CONAGOPARE) es quien representa a todos los GAD's Parroquiales Rurales del Ecuador, gracias a su lucha continua han logrado que el estado les provea un financiamiento básico. En la actualidad existe "el Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador (CONAGOPARE) esta es una entidad asociativa de carácter nacional, pertenece al sector público, esta posee personalidad jurídica, con autonomía administrativa, financiera y patrimonio propio. CONAGOPARE es una institución para la representación, asistencia técnica y coordinación, que busca fortalecer las acciones realizadas por los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales del Ecuador Promover la democracia interna, solidaridad, participación, desarrollo y fortalecimiento de los habitantes del sector rural" según CONAGOPARE (2014).

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. Este código establece la organización político-administrativo del Estado ecuatoriano en el territorio el régimen de los diferentes niveles de gobiernos autónomos descentralizados y los regímenes especiales, con el fin de garantizar su autonomía política, administrativa y financiera. Además, desarrolla un modelo de descentralización

obligatoria y progresiva a través del sistema nacional de competencias, la institucionalidad responsable de su administración, las fuentes de financiamiento y la definición de políticas y mecanismos para compensar los desequilibrios en el desarrollo territorial (Hernandez, 2011).

En el capítulo IV del COOTAD en el art. 63 los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales son personas Jurídicos de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por los órganos previstos en este código para el ejercicio de las competencias que les corresponden. La sede del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural será la cabecera parroquial prevista en la ordenanza cantonal de creación de la parroquia rural.

“La Junta parroquial rural es el órgano del gobierno de la parroquia rural. Estará integrado por los vocales elegidos por votación popular, de entre los cuales el más votado lo presidirá, con voto dirimente, de conformidad con lo previsto en la ley de la materia electoral el segundo más votado será el vicepresidente de la junta parroquial rural” (COOTAD, 2010).

Los organismos descentralizados realizan actividades administrativas, lo fundamental de la descentralización es que los funcionarios y empleados pertenecientes a esta organización gozan de una autonomía orgánica y no están sujetos a los poderes jerárquicos. Pero conservan el poder central limitadas facultades de vigilancia y control (Feregrino, 2016).

Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de las adicionales que determine la Ley de la Constitución de la República del Ecuador (2008):

1. Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial.
2. Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
3. Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.

4. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.
5. Gestionare y coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno.
6. Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.
7. Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.
8. Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos.

En el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades, emitirán acuerdos y resoluciones.

1.1.3 Árbol de problema

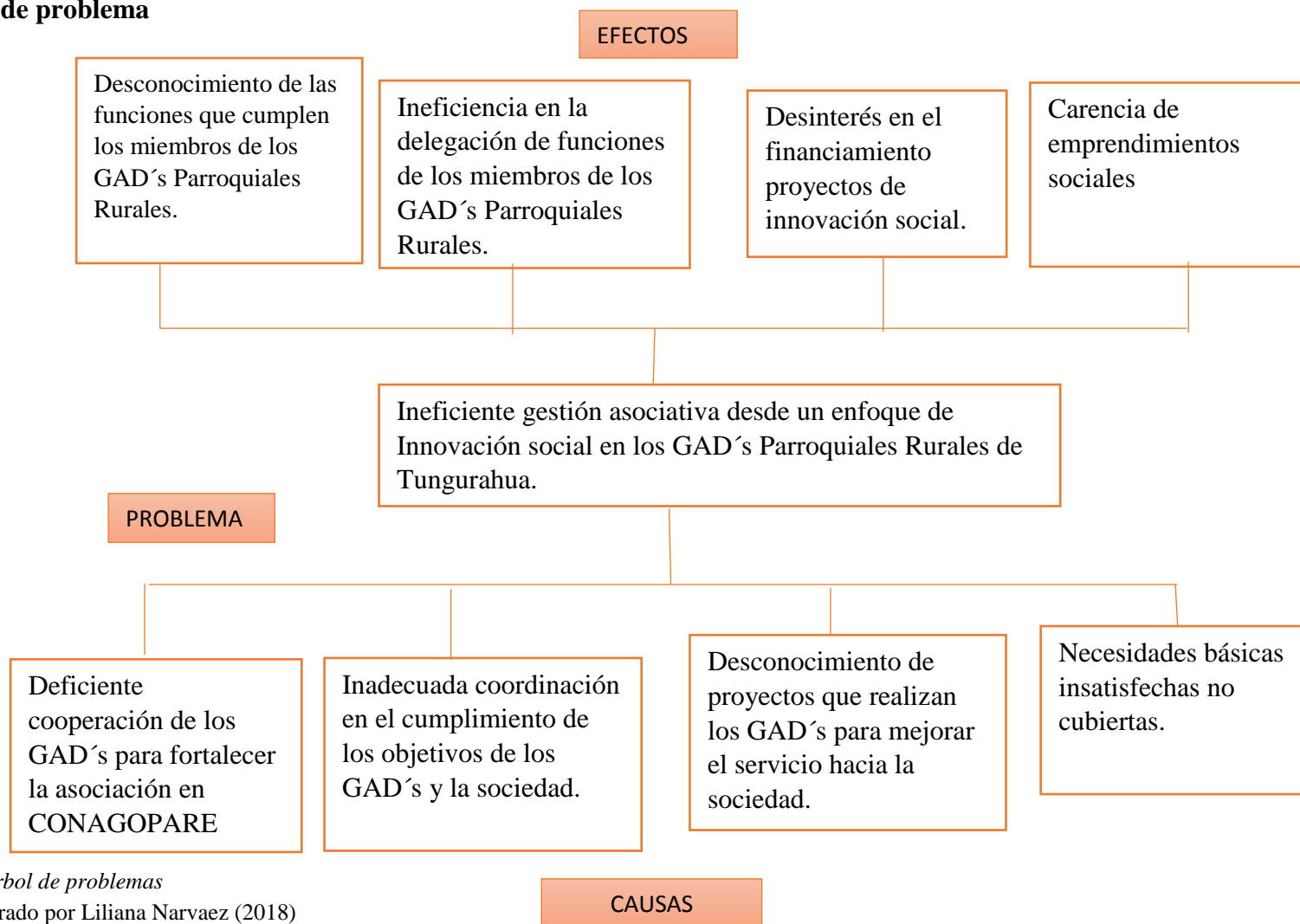


Gráfico 1: árbol de problemas

Fuente: Elaborado por Liliana Narvaez (2018)

Análisis causa-efecto

En la primera causa está deficiente cooperación de los GAD's para fortalecer la asociación en CONAGOPARE, en donde se entiende que la cooperación entre las dos partes es importante para mantener una buena comunicación y desarrollar proyectos en beneficio para los GAD's. El efecto de esta causa es el desconocimiento de las funciones que cumplen los miembros de los GAD's lo cual ocasiona que la sociedad no se interese por los proyectos o trabajos comunitarios que beneficien a la parroquia.

Como segunda causa es la inadecuada coordinación en el cumplimiento de los objetivos comunes entre los GAD's y la sociedad, para cumplir los objetivos las partes interesadas deben tener claro a donde quieren llegar de esa manera el representante delegara funciones para el cumplimiento de los objetivos.

La tercera causa es el desconocimiento de proyectos que realizan los GAD's para mejorar el servicio hacia la sociedad, estos proyectos son importantes para lograr un buen desarrollo para la parroquia, hay ocasiones que por falta de gestiones las comunidades desconocen de estos proyectos que puede abastecer de agua potable a toda la población. El efecto es el desinterés en el financiamiento proyectos de innovación social, lastimosamente en la actualidad aún existen esos problemas los que no dan paso para desarrollar buenos proyectos que pueden dar soluciones a la comunidad.

Cuarta causa son las necesidades básicas insatisfechas no cubiertas, estas necesidades básicas no se encuentran cubiertas en su totalidad puede ser por la falta de interés por parte de los GAD's o de la misma sociedad para trabajar en el desarrollo de las mismas. El efecto es emprendimientos sociales, en la actualidad los emprendimientos pueden llegar a dar soluciones eficientes para las necesidades que la sociedad atraviesa, pero para llegar a cubrir estas necesidades es necesario la financiación de ciertos proyectos y su ejecución óptima.

CAPITULO II

Los objetivos deben ser claros, medibles para evitar posibles desviaciones en el proceso de investigación estos objetivos pueden estar enfocados en la solución de un problema o aprobar una teoría, hay ocasiones que se pueden cambiar los objetivos en el transcurso de la investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

- Analizar la Gestión Asociativa desde un enfoque de innovación social en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua.

2.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la gestión asociativa e innovación social en los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua.
- Fundamentar teóricamente la asociatividad e innovación social para los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua.
- Determinar los factores críticos para fortalecer la asociatividad en los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua.

CAPITULO III

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Consiste en sustentar teóricamente el estudio una vez que ya elaborado el planteamiento del problema. Ello implica analizar y exponer aquellas teorías, enfoques teóricos, investigaciones y antecedentes en general que estén válidos para el correcto estudio esto lleva una visión sobre donde se acentúa el planteamiento propuesto (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

ASOCIATIVIDAD

3.1. La asociatividad y sus elementos fundamentales

En el año 1990 debido a la crisis que afectó el sector cooperativo que ocasionó la inadecuada imagen del mismo una incertidumbre sobre la asociatividad, pero en el presente y futuro puede recaer en las empresas que tengan buen posicionamiento y buena imagen, el hecho que se forme una gestión asociativa entre varias instituciones públicas o empresas privadas eso no quiere decir que estén perdiendo su autonomía e individualidad (Lozano F. , 2010).

La asociatividad es la cooperación entre empresas las cuales deciden participar manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, toman la decisión voluntaria de sumarse a un esfuerzo conjunto para buscar un objetivo común, estos objetivos pueden ser adquisición de materia prima, investigación y desarrollo de tecnologías con el fin de llegar a un beneficio común entre todos los participantes (Narváez, Fernández, & Senior, 2008).

La gestión permite el uso eficiente de los recursos para la realización de cualquier actividad de una organización sea pública o privada. La gestión son todos aquellos trámites que se realiza con el fin de resolver un problema o llegar a ejecutar un proyecto, la gestión por lo general siempre es asociada con un negocio puesto en marcha (Valhondo, 2010).

3.1.1. Origen de la asociatividad

La asociatividad adopta mayor interés en los años 80 del siglo XX en ese entonces ya existía teóricos que daban relevancia e importancia a su impacto, en los distritos

industriales dan sus primeros pasos a la forma de asociatividad analizada como un fenómeno socioeconómico con el pasar del tiempo existió otros modelos que se fueron consolidando y estudiando. En el contexto internacional para el crecimiento económico y fortalecimiento del comercio mundial el proceso de asociatividad están siendo promovidas por diferentes instituciones que tienen como finalidad fortalecer en distintos países la puesta en marcha de proyectos que contribuyan al desarrollo del proceso asociativo que aporten al crecimiento económico (Grueso, Gómez, & Garay, 2009).

3.1.2. Concepto de asociatividad

Año	Autor	Definición	Elemento clave
2016	Pavani Giorgina; Estupiñán Achury Liliana	Definida como una instancia de integración territorial para efectos de producción de economías de escala, sinergias y alianzas destinadas a propiciar el desarrollo económico, la prestación de servicios y de todas aquellas tareas comunes que podrían dar mejor resultado desde una perspectiva de colaboración y apoyo (Pavani & Estupiñán, 2016).	Colaboración en tareas comunes
2015	Percy Albuquerque; Huber Rodríguez.	La asociatividad se concibe como una unión voluntaria de personas o grupos que se articulan para llevar a cabo acciones conjuntas en pro de alcanzar objetivos comunes que no podrían lograr de forma individual (Albuquerque & Rodríguez, 2015).	Unión voluntaria
2014	Nelson Orlando Alarcón Villamil.	La asociatividad es considerada como una herramienta colectiva para el incremento del nivel competitivo, se logra con ello obtener en los países economía en escala (Alarcón, 2014).	Herramienta colectiva
2011	Liendo Mónica; Martínez Adriana.	La asociatividad permite a través de la implementación de estrategias colectivas y de carácter voluntario, buscar como objetivo fundamental unir fuerzas para alcanzar el éxito conjunto (Liendo & Martínez, 2011).	Estrategias colectivas
2011	Fernández Gladys; Narváez Mercy	La asociatividad es concebida como un mecanismo de cooperación entre pymes que se unen sin perder su independencia jurídica, para ejecutar acciones que conlleven al logro de un objetivo preestablecido, se asocian para mejorar se gestión, productividad y desarrollar ventajas competitivas a través de la combinación de capacidades y/o recursos (Fernández & Narváez, 2011).	Mecanismo de cooperación
2010	Lozano María Angélica	“Este mecanismo se entiende como una estrategia de colaboración colectiva que persigue la creación de valor a través de la concreción de objetivos comunes que contribuyen a superar la escasez de escalas individuales y a incrementar la competitividad, herramienta que es necesaria para la	Estrategia de colaboración colectiva

		supervivencia de las pequeñas y medianas empresas” (Lozano M. , 2010).	
2007	Rodriguez Valbuena Luisa Fernanda	Definida como la habilidad del individuo para facilitar la cooperación entre los sujetos hacia el logro de los objetivos en común, no necesariamente debe conllevar el desarrollo de una empresa (Rodríguez, 2007).	Cooperación en el logro de objetivos en común
2006	Andrés Aguirre; Mónica Pinto.	La asociatividad puede ser incorporada como una potencialidad, un recurso de acción organizativo que se plasma en las actividades y objetivos comunes de un colectivo, con mayor o menor grado de formalización estructuras o roles, donde existe una voluntad de asociarse para realizar una actividad que no se puede desarrollar de forma individual (Aguirre & Pinto, 2006).	Cumplir objetivos comunes de un colectivo
2003	Mariela Iguera.	La asociación logra objetivos en común donde se comparten riesgos y disminuir costos. Para formar una asociatividad es necesario buscar socios que tengan valores y habilidades que se complementen entre sí de manera que todos tengan algo que contribuir (Iguera, 2003).	Lograr objetivos en común

Tabla 1: *Conceptos de asociatividad*

Elaborado por: Liliana Narváez (2018).

Según los conceptos expuestos de diferentes autores se identifica que la asociatividad es la colaboración entre varios grupos, empresas o entidades que pueden unirse manteniendo su independencia jurídica, con el fin de cumplir un objetivo en común de esta manera hacen frente a la competitividad y sostienen la supervivencia entre ellos.

3.1.3. Principios y valores de la asociatividad

Principio: “es la norma o idea fundamental que rige el pensamiento o la conducta” (RAE) Real Academia Española (2017).

Valores: “Organización que posee o a la que se le atribuyen cualidades positivas para desarrollar una determinada actividad” (2017).

En un grupo de asociatividad debe regirse a valores, compartir la conducta para el logro de los objetivos según (Fernández & Narváez, 2011).

Principios	Valores
Construir confianza entre los participantes. Promover el trabajo en equipo. Identificar los objetivos y metas comunes. Promover cambios en la cultura empresarial. Promover la integración con otras organizaciones de la localidad. Intervenir con la sociedad, gobierno, empresas, universidades.	Confianza Cooperación Transparencia Equidad Solidaridad Integración Conciencia grupal

Tabla 2: Principios y valores de asociatividad

Fuente: (Fernández & Narváez, 2011). “Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes del sector turístico” pag.45.

Elaborado por: Liliana Narvaez (2018).

3.1.4. Ventajas de la Asociatividad

Las ventajas que logra al formarse una asociatividad sea en un negocio o en la sociedad ayuda a la generación de ventajas competitivas para todos los participantes, la formación de este grupo de asociatividad interviene en el crecimiento, desarrollo y sostenibilidad. Según (CEI, 2010) se aprecia las siguientes ventajas:

- ✓ Incremento de los niveles tecnológicos.
- ✓ Mejora la productividad y competitividad.
- ✓ Ampliación de mercados (mayor escala o nuevos mercados).
- ✓ Genera en los participantes mayor confianza, una visión unificada a largo plazo, mayor positivismo, mayor integración.

3.1.5. Tipos de Asociatividad

Los tipos de asociatividad según (CEI, 2010). Son los siguientes:

Redes de cooperación. - “Conjunto de empresas que comparten información, procesos, aumentan ofertas, sin renunciar a funcionar de manera independiente. No existe una relación de subordinación. Mantienen diversos vínculos cooperativos para realizar acciones conjuntas coordinadas” Centro de Exportaciones e Inversiones Nicaragua

Articulación comercial. - “Relación sostenida entre empresas ofertantes y demandantes la cual puede ser medida o animada por un agente intermediario, bróker o gestor de negocios”.

Alianza de cadenas productivas. - Es una alianza entre productores que cubren una serie de etapas y operación de producción, transformación, distribución y comercialización de un producto o líneas de productos, bienes o servicios.

Alianza Clusters. - Es similar a la cadena del valor pero los actores se centran geográficamente y se conectan con una actividad en particular. También comprende a instituciones que asesoran en soporte empresarial.

Joint Venture. - “Es una nueva sociedad creada por dos o más personas con personalidad jurídica independiente, pero realiza una actividad supeditada a las estrategias competitivas de las empresas propietarios. Esta cooperación implica aporte de fondos, tecnología, personal, bienes industriales, capacidad productiva y servicios”.

Consortios. -Es en donde dos o más personas se asocian para participar directamente en un negocio o empresa con el fin de obtener un beneficio económico.

3.1.6. Beneficios de la asociatividad

Los beneficios de formar una asociación son muchos y de cada uno de estos beneficios los participantes pueden adquirir nuevas experiencias y conocimientos.

- ✓ Aumento de la oferta exportable
- ✓ Mayor poder de negociación
- ✓ Se comparte riesgos y costos
- ✓ Optimización de costos
- ✓ Mayor control
- ✓ Posicionamiento en el mercado
- ✓ Mejor calidad y diseños
- ✓ Mas conocimiento técnico-productivo y comercial

Todos estos beneficios son importantes y es necesario dar a conocer por los participantes según (PIMEX, 2011).

Otro autor que también aporta a la asociatividad con algunos beneficios, se presenta a continuación los mismos (Lozano F. , 2010) son:

- ✓ Diversificar productos y mercados para afrontar la competencia internacional y la situación de la economía nacional.
- ✓ Ganar competitividad mediante la adquisición de tecnología, know-how y capacidad gerencial, obtenidas en el mercado.
- ✓ Hacer alianzas estratégicas con empresas extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar productos.

- ✓ Disminuir el riesgo de estar en un solo mercado.
- ✓ Vender mayores volúmenes para utilizar la capacidad productiva de la empresa y hacer economías de escala.
- ✓ Aprovechar ventajas comparativas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales.
- ✓ Necesidad de involucrarse en el mercado mundial por la globalización de la economía.
- ✓ Buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la existencia de la empresa a largo plazo.

3.1.7. Razones para formar parte de una asociación

Las razones para formar una asociatividad son muchas, los participantes trabajan en conjunto para lograr objetivos comunes. Dentro de las razones financieras pueden tener rápido acceso a créditos, en las razones organizacionales existe la capacidad de aplicar procesos operativos, en las razones de mercado hay nuevos servicios que abren nuevos mercados, a continuación, se aprecia una tabla con cada una de las razones de formar una asociación según (Fernández & Narváez, 2011).

Razones Organizacionales	Razones Financieras	Razones de mercadeo
Capacitación conjunta de recursos humanos. Aplicación de nuevas formas de Administración. Mejora de los procesos operativos. Implementación de estrategias. Intercambio de información productiva y tecnológica.	Acceso a financiamiento Inversión conjunta Compras conjuntas	Desarrollo de nuevos servicios. Promoción y comercialización de servicios. Intercambio de información comercial. Apertura de nuevos mercados. Investigación de mercados

Tabla 3: Razones para formar una asociatividad

Fuente: (Fernández & Narváez, 2011), “Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes del sector turístico”-

Elaborado por: Liliana Narvaez (2018).

3.1.8. Fases de la asociatividad

La asociatividad requiere el desarrollo secuencial de un conjunto de fases, en las que se realizan una serie de acciones que conllevan a la estructuración de la asociación. Es importante destacar que para su activación es necesaria la presencia de un agente que dirija cada una de dichas fases; es decir, que participe como articulador del modelo asociativo. La asociatividad se ha formado por cuatro fases Según (Fernández & Narváez, 2011) son:

Fase 1. Promoción de la asociatividad. En esta fase se busca motivar a los empresarios acerca de las ventajas y oportunidades que representa la estrategia asociativa.

Fase 2. Integración del grupo. Es la disposición que tengan los empresarios de participar en una asociatividad, compartiendo capacidades y recursos para el logro de un objetivo en común.

Fase 3. Diseño del proyecto. En esta fase el articulador de iniciativas asociativas conjuntamente con el grupo de empresas, elaboran el proyecto asociativo a partir del diagnóstico interno y externo realizado. Para ello se define el objetivo, visión, misión, normativa, el plan y los costos asociados.

Fase 4. Ejecución del proyecto. Una vez aprobado el proyecto se pone en marcha todo lo planeado.

Las asociaciones se constituyen cuando dos o más empresas establecen una organización común cuya finalidad es facilitar o desarrollar determinadas fases en donde sus miembros logran perfeccionar o incrementar el resultado de determinadas actividades, Según (Liendo & Martínez, 2011) el proceso asociativo etapas:

Etapa 1 de gestación. - Durante este período se despierta el interés de los participantes al iniciarse un proceso de acercamiento. Aquí comienzan las acciones para la creación e integración del grupo asociativo, se analiza el potencial de cada una de las empresas, las ventajas de llevar adelante el proyecto.

Etapa 2 de estructuración. -En esta etapa, los empresarios ya han definido su rol dentro del grupo y han aceptado al mismo como herramienta para alcanzar el o los objetivos planteados. En este momento se definen las estrategias a seguir para el logro de los objetivos comunes.

Etapa 3 de madurez. - A esta altura del proceso de desarrollo, los empresarios ya han definido pautas de organización del grupo, el mismo ha adquirido identidad como tal, y existe claridad sobre las acciones a seguir. En esta etapa se define la forma jurídica, basándose en las necesidades planteadas por la actividad a desarrollar. Así se crean las bases para la auto sostenibilidad del grupo.

Etapa 4 productiva o de gestión. - Este es el período donde se llevan a cabo las acciones para la obtención de los resultados esperados. Los procesos operativos internos se agilizan para llevar adelante la gestión empresarial.

Etapa 5 de declinación. - Esta etapa comienza cuando los rendimientos de la gestión disminuyen y la relación costo-beneficio del accionar del grupo es negativa. Es aquí donde deberá tomarse la decisión de desintegrar el grupo o iniciar nuevos proyectos.

3.2. La asociatividad como ventaja competitiva

Todas las asociaciones en la actualidad deben crear estrategias que den un valor a la misma, con la creación de una ventaja competitiva la misma que debe ser cambiada cada cierto tiempo esta ventaja competitiva no tiene que ser tan fácil de imitar y debe generar una gran diferencia frente a los demás competidores.

Según (Santos, 1997) Una ventaja competitiva constituye una destreza o habilidad especial que logra el desarrollo de una empresa y logra colocar a la misma en una posición de preferencia a los ojos del mercado. Luego de analizar lo que dice el autor la ventaja competitiva es un elemento diferenciador que establece una posición única ante los demás competidores, esta ventaja permite competir de forma eficaz y distingue las características y servicios de las asociaciones o empresas de manera determinante.

Una estrategia fundamental que toman algunas empresas u organizaciones es asociarse de esta manera logran obtener una ventaja competitiva, por medio de la misma crean valor para sus servicios o productos. En la ventaja competitiva residen algunos factores determinantes, la ventaja competitiva permite la revalorización de fuentes de crecimiento, innovación tecnológica, generación de empleo y conocimiento.

Una ventaja se denomina “externa” cuando se apoya en una de las cualidades distintivas del producto o servicio que constituye en valor para el comprador, que puede lograrse por la reducción de sus costos de uso o por el aumento de rendimiento de uso. Una ventaja competitiva “interna” es cuando se apoya en una superioridad de la empresa en el dominio de los costos de fabricación, administración o gestión del producto o servicio que aporta de valor al producto proporcionando así un costo unitario inferior al del competidor más cercano (Villacorta, 2010).

3.2.1. Los elementos básicos de la ventaja competitiva:

Cuatro factores principales ayudan a una organización a desarrollarse y conservar su ventaja competitiva la superioridad en la eficiencia, la calidad, la innovación, y la capacidad de respuesta según (Hill & Jones, 2011):

Eficiencia. - la medida más común de la eficiencia para varias empresas u asociaciones es la productividad laboral, la cual se refiere a la producción que cada empleado genera. La medida más simple de eficiencia es la cantidad de insumos que se requieren para fabricar un producto determinado, es decir, $\text{eficiencia} = \text{productos/insumos}$. Cuanto más eficiente es una compañía, menos insumos requiere para fabricar un producto determinado.

Calidad. - un producto tiene excelente calidad cuando los clientes perciben los atributos que proporcionan la empresa antes que los atributos de la competencia, Cuando los clientes evalúan la calidad de un producto, por lo común la comparan con otras dos clases de atributos: los relacionados con la calidad como excelencia y con la calidad como confiabilidad.

Innovación. - la innovación se refiere al acto de crear nuevas cosas o procesos, existe dos tipos principales de innovación: la *innovación de productos* es el desarrollo de productos totalmente nuevos o que poseen mejores atributos que los anteriores. *Innovación en procesos* se enfoca en procesos que son inéditos para la elaboración de productos y entregar a los clientes, estos dos tipos de innovación crean valor en los productos permite la creación de nuevos productos y en los procesos permite la reducción de los costos de producción.

Capacidad de respuesta a los clientes. - las empresas deben centrarse en satisfacer las necesidades mejor que la competencia. Si lo logran, los clientes optaran por preferir sus productos lo que crea una diferencia basada en ventaja competitiva.

El autor manifiesta que la eficiencia permite a la organización reducir los costos, la calidad permite tener una preferencia absoluta de los clientes hacia el producto que se ofrece, la innovación mejora los productos y procesos creando un valor a cada uno, en la innovación en productos crea valor de tener nuevas cosas en la innovación de procesos se obtiene reducción de costos, finalmente con la capacidad de respuesta a los clientes se obtiene una posición favorita en la mente del consumidor.

3.2.2. Estrategias generadoras de ventaja competitiva:

3.2.2.1. Economía en escala

Las economías de escala hacen que los costos disminuyan cuando la producción se acrecienta, la economía de escala varía según la empresa a la cual se aplique en una empresa grande el gerente que esté a cargo debe establecer políticas de forma continua sobre el tamaño máximo de cualquier instalación (Krajewski & Larry, 2000).

Cuando se forman grupos de actividad económica, existen determinadas estrategias de desarrollo que fluyen a lo largo de esta área de la actividad económica, las economías de escala, son internos a la empresa y pueden permitir el establecimiento de la misma empresa fuera de la zona o región. Las economías de escala externa a una empresa son el resultado de la proximidad espacial y se conocen como las economías de aglomeración de escala, es importante señalar que estos rendimientos crecientes a escala son un factor importante que contribuye al crecimiento de las ciudades (Larrosa, 2013).

3.2.2.2. Alianza estratégica

Según (Wheelen & Hunger, 2007) las alianzas estratégicas es una asociación de dos o más corporaciones que se unen con el fin de desarrollar vínculos de cooperación, cuyo objetivo principal es crear estrategias importantes para el beneficio mutuo.

(Hill & Jones, 2011) Definen a las alianzas estratégicas como “acuerdos de cooperación entre empresas procedentes de distintos países que son competidores reales o potenciales. Las alianzas estratégicas van desde empresas conjuntas formales, en las que dos o más empresas tienen la misma participación accionaria, hasta acuerdos contractuales de corto plazo, en virtud de los cuales dos compañías pueden acordar cooperar respecto a un problema particular”.

Las alianzas estratégicas son acuerdos entre organizaciones donde se unen y comparten autoridad administrativa, y crean relaciones sociales trabajando en forma conjunta para lograr ser más competitivos. La idea de las empresas de crear alianzas estratégicas es puesta en marcha con el fin de sobrevivir en un mercado lleno de competidores, las alianzas también abren nuevos mercados que son muy lejanos a los que está acostumbrada a trabajar la empresa o institución.

Las alianzas estratégicas son más conocidas por abrir nuevos mercados los mismos son muy diferentes a los que se está acostumbrados a trabajar, una forma de reducir los riesgos es a través de esta alianza aprovechar las nuevas oportunidades de construir estrategia de crecimiento con baja inversión, utilizar la alianza no solo para adquirir mercado, clientes, sino para generar innovación (Sainz, 2014).

3.2.2.3. Redes de cooperación

La asociatividad se clasifica en diferentes redes las cuales cooperan de manera conjunta con el fin de lograr una meta que tenga beneficios para todos los participantes, la asociatividad permite que varias empresas lleguen a un acuerdo estratégico para fortalecer la ventaja competitiva y minimizar los riesgos que contraen de forma individual.

Existe varias formas de asociatividad las cuales generan un proceso productivo, entre ellos veremos las redes (Prieto & Fabelo, 2009):

La cadena productiva.- es el conjunto de actividades económicas o agentes que auxilian a la generación de un proceso productivo, desde la materia prima e insumos hasta los productos terminados.

Red empresarial.- es la organización de una o varias empresas que llegan a un acuerdo para cooperar con sus capacidades con el fin de lograr un objetivo en común, las empresas o instituciones participan para llegar a obtener beneficios individuales pero trabajan de manera conjunta.

Red empresarial vertical.- en esta red las empresas o instituciones crean una relación de proveedor-comprador, es decir que una empresa realiza acciones que el otro puede necesitar.

Red empresarial horizontal.- son las empresas o instituciones que están ubicadas en el mismo rango de la cadena de valor, estas tienen en común los servicios o productos, hay veces que esta red horizontal agrupan competidores directos con esta estrategia se puede alcanzar economías de escala consiguen mayor poder de negociación.

Unión temporal.- unión de dos o más empresas o instituciones que poseen una actividad en común, al unirse estas empresas siguen manteniendo su independencia,

cuando estas empresas se unen no tienen presente las responsabilidades del otro miembro según su participación.

Consortio.- varias empresas buscan un desarrollo eficaz de las actividades al crear una nueva sociedad.

Ventajas e inconvenientes de las redes de cooperación.

Toda estrategia tiene sus pros y contras siendo que en muchos casos puede ser el éxito o el fracaso uno, este evento se puede ocasionar por la propia red y otros por circunstancias ajenas, los problemas con mayor frecuencia surgen debido a (Fernandez & Arranz, 2011):

Problemas culturales. - las redes se forman con distintas organizaciones que aportan una cultura y objetivos que pueden ser diferentes lo cual puede ocasionar choques al momento de planear una estrategia, para dar solución a este problema hay prestar una especial atención a la selección de socios para evitar que existan intereses divergentes.

Problemas de comunicación y control. - se da por la creación de redes supranacionales donde hay conflictos por la distancia geográfica, solución diseñar un sistema de comunicación formal e informal que permita establecer el control y evaluación de los objetivos de forma clara y continuada para evitar que surjan situaciones de bloqueo.

Problemas derivados de la necesidad de armonizar y coordinar las decisiones y acciones de dos o más socios con objetivos diferentes. Lo cual puede ocasionar el surgimiento de conflictos entre las empresas asociadas o el bloqueo de la actividad objeto de la cooperación, la solución será seleccionar cuidadosamente al socio y, sobre todo, en el diseño de sistemas de control y comunicación.

3.3. Herramientas estratégicas para el desarrollo de la asociatividad

3.3.1. Economías de aglomeración

El desarrollo de la economía requiere la existencia de muchos representantes de las asociaciones, organizaciones e instituciones públicas o empresas privadas con tales características a estar dispuestos a crear un clima de relación que lleve a manejar la economía de manera que surja un crecimiento significativo. Precisamente la tendencia a la variedad se convierte en el incentivo al progreso porque las nuevas ideas se

conciben en ambientes sujetos al cambio, en el contraste con prácticas diferentes aplicadas por otros empresarios (Arias, 2011). Por economías de aglomeración se alude a la ganancia de eficiencia que obtienen los agentes económicos cuando se ubican dentro de un espacio delimitado. Es decir, cuando se ubican en la proximidad unos de otros (Callejón & Costa, 2005).

Las economías de aglomeración es fundamental en lo concierne a las decisiones de localización para las empresas o asociaciones y en particular para aquellas que requieren la mano de obra, agrandar la economía de aglomeración ayuda a reforzar la competitividad de la región en donde se aplica (Esqueda, 2013), un punto importante cabe recalcar que las economías externas tienen una dinámica relacionadas con el proceso de innovación y aprendizaje (Varela & Palacio, 2009). Las regiones y localidades en las que se desenvuelven las aglomeraciones productivas posibles de analizarse como CL, han sido representadas por medio de “comunidades autosuficientes” en las que se requiere la combinación de distintas dosis de especialización y división social del trabajo, valores comunitarios, ataduras socioculturales, confianza y rituales históricamente construidos y transferencias interterritoriales de conocimientos y tecnologías (Fernández & Vigil, 2009). Contando con ese complejo de elementos, los CL logran una eficiencia colectiva.

3.3.3. Clúster

Los enfoques de clúster han denotado la escasez en América Latina, desde hace ya más de tres décadas, de instrumentos teóricos y metodológicos propios, consistentes y alternativos a la hora de enfrentar los problemas del desarrollo. Si se revisan con atención, los esfuerzos de información realizados en la región en torno a los conceptos de clúster regiones inteligentes, medios innovadores, sistemas regionales de innovación, se aprecia con claridad que los mismos se han presentado con perfil de replicación más que de readaptación o inspiración de instrumentos analíticos y marcos teóricos originados en los países centrales que no sólo han estado destinados a analizar realidades claramente diferentes, sino que, además, para el examen de esas realidades se han mostrado portadores de ciertas debilidades Economía, Sociedad y Territorio, consistencias que figuran en las bases de sus formulaciones (Vigil & Fernández, 2007).

Para entender la relación que existe entre asociatividad y el clúster es necesario entender como la asociatividad intervine en la estrategia dando una oportunidad a las instituciones del sector público para hacer frente a nuevas pautas económicas o comerciales. Se dan por la unión de varias empresas o la conformación de asociaciones de un mismo sector territorial concentrándose en torno a ella todos los participantes de procesos productivos, procesos de mejor en servicios, el fin de la unión es optimizar recursos.

Los clústeres son entendidos como una concentración de universidades, empresas, instituciones del gobierno local, gremios etc., ubicados geográficamente cercanos que compiten y también cooperan a la vez cuentan con estructuras asociativas, en su carácter predomina el éxito competitivo en áreas determinadas (Rodríguez, 2012).

La perspectiva regionalista que domina el análisis de los CL como instrumentos de desarrollo y en particular aquella que analiza la relación entre los CL y las Cadenas de Valor no ha avanzado en dirección de mostrar cómo esas matrices y morfologías desprendidas del análisis de las estructuras relacionales de poder y su gobernanza: a) se vinculan con la dinámica general del clúster, estimulando o bloqueando el desarrollo y cualificación de funciones estratégicas de la Cadena de Valor dentro del territorio, y b) pueden constituir actores o grupos de actores que dentro de esas matrices y morfologías asuman el control de las funciones de la Cadena de Valor (Fernández & Vigil, 2009).

Clúster es la unión de varias organizaciones sean estas públicas o privadas que están ubicadas en un espacio geográfico y se dedican a realizar actividades comunes, la unión de estas organizaciones permite que sean más competitivas y desarrollen sus actividades de manera eficiente.

El sistema nacional de innovación son las empresas, universidades, agencias públicas de gobiernos, sistemas financieros y de mercados estas entidades sean públicas o privadas contribuyen de manera conjunta e individual a la generación de conocimientos, su difusión, su uso y explotación, su adaptación a los sistemas de producción de la sociedad (Monroy, 2016), los sistemas nacionales de innovación son los que promueven el surgimiento de los clústeres, hoy en día son necesarios la generación de conocimientos y la interrelación de los agentes son fundamentales para

su buen funcionamiento puesto que su respaldo principal son la capacidad de competencia en el mercado.

Importancia de la conformación del clúster

La importancia de la conformación del clúster hace referencia a un fenómeno socioeconómico el cual fue analizado por primera vez en el siglo XIX por Alfred Marshall el mismo que identificó tres razones fundamentales para la unión de estos grupos, estas razones son las siguientes citado por (Arana & Ballesteros, 2016):

1. La concentración atrae desarrollo, beneficiándose de un mercado de trabajadores que poseen un conjunto de competencias especializadas y habilidades comunes, minimizando los riesgos que generan los trabajadores de manera individual.
2. Se crea un mercado con condiciones favorables a los oferentes para que aumenten y especialicen su experiencia, a su vez, actúa como una ventaja productiva para sus compradores o clientes.
3. Las ideas de innovación se mueven fácilmente de empresa a empresa, permitiéndoles incrementar su productividad y competitividad.
4. Para Marshall existían factores externos en las áreas industrializadas, de allí la importancia de los “distritos industriales” Su concepto lo enfoca con énfasis hacia la economía de escala y no hacia la búsqueda de mercados externos.

Clúster promueven la competencia como la colaboración es por eso que permite la entrada de nuevos talentos y se obtiene la rápida circulación de información de los demás competidores, además el Know How (saber cómo o conjunto de conocimientos) permite el aprovechamiento de nuevas oportunidades para generar más empleo y solucionar problemas esto se logra con la experiencia de los integrantes de clúster lo que genera más desarrollo de nuevas ideas, diseños, productos, servicios e innovación.

La conformación de los clúster en los diferentes GADs parroquiales rurales de la provincia de Tungurahua ayuda al desarrollo de la sociedad beneficiándose directamente la población por medio de la formación de clúster además, se mostrarían competitivos frente a las demás asociaciones de otras provincias teniendo en cuenta que la base de la competitividad es la innovación, por medio del trabajo conjunto se

logra la apertura de nuevos mercados donde la experiencia actúa como eje principal para sus compradores sea de un producto o servicio.

Las fases de formación de clúster

Bajo estas condiciones iniciales se presentan a continuación las distintas fases de la formación del clúster (PROMPYME, 2012).

Fase 1. Clúster incipiente. - Esta fase hace referencia de forma directa a las actividades económicas del factor inicial estas son explotación del recurso natural o el aprovechamiento de un patrimonio.

Fase 2. Clúster articulado. - Esta fase se da por la presencia de una aglomeración productiva en base a la explotación de un recurso, por medio de esta actividad se han logrado estrechas relaciones comerciales entre las organizaciones participantes.

Fase 3. Clúster interrelacionado. - esta fase permite el estrechamiento de lazos entre los productores a través de relaciones de confianza.

Fase 4. Clúster autosuficiente. - en esta fase se entiende la madurez eficiente que posee en desarrollo organizacional, en integración e innovación tecnológica.

Los clústeres ayudan con la identificación de la ventaja competitiva de las organizaciones se ven aumentadas por las relaciones que desarrollan entre empresas, consumidores o instituciones del gobierno, esta formación permite mejorar la competitividad y la productividad de los diferentes sectores y a la generación de empleo.

El clúster para el desarrollo

Los clúster participan en los sectores públicos o privados en donde centran muchas dinámicas en donde se ahorra costes operativos tanto a los sectores públicos como para los privados, la constitución se da por clúster sectorial donde se unen empresas o entidades del gobierno local de un mismo sector sean estas pequeñas o medianas que necesitan de estas relaciones de cooperación para hacer frente a los retos de innovación y a la competitividad de los mercados (Calderón, 2010).

En la investigación los gobiernos parroquiales rurales pueden conformar las aglomeraciones como clúster por la razón que están ubicadas geográficamente y

poseen las mismas actividades con esta formación se puede encontrar nuevas estrategias para afrontar los desafíos que se presentan al momento de brindar un servicio a la sociedad, también se puede afirmar que existe clúster exitoso siempre que exista excelentes relaciones entre los participantes a tal punto que lleguen a ser más competitivos en su sector.

El desarrollo local puede adoptar un carácter endógeno cuando este presenta un crecimiento económico y un cambio estructural basado en las actividades económicas modernas y las capacidades de los sistemas productivos locales como son los empresariales, organizativos, e innovadoras son utilizadas adecuadamente para generar un aprovechamiento efectivo de las economías externas, en la aglomeración de estos territorios no solamente se ven beneficiados el sector productivo y la competitividad también se ven incrementado el bienestar y la calidad de vida de la población de estos territorios (Acuña & Cordero, 2010), la competitividad territorial se da principalmente por la aglomeración de empresas que se dedican a una misma actividad con un entorno productivo de calidad de las instituciones y organizaciones por la existencia de la innovación regional que son capaces de incentivar a la cooperación y competencia dentro de un ambiente de innovación continua.

Características del clúster exitosos (Cabrera, 2012):

Entendimiento común de la competitividad y el rol del clúster en la ventaja competitiva.

Se focalizan en eliminar los obstáculos y flexibilizar restricciones a las mejoras del clúster.

Gran participación de empresas e instituciones asociadas.

Liderazgo en el sector privado

Mucha atención en las relaciones personales.

La cooperación entre los sectores privados y públicos como son las gobernanzas locales, se puede establecer proyectos que ayuden a orientar las actividades de promoción y diversificar la economía local para evitar que dependa la economía de un solo sector, otra de las cosas de clúster es que a pesar de los años aún siguen optando por una colectividad conservadora pero en algunos países los gobiernos miran una

iniciativa privada para el fortalecimiento de los clúster y la competitividad (Álamo, 2011).

Un sistema llamado Knowledge clúster (clúster del conocimiento) puede ser definido como un sistema nervioso que promueve la competitividad del país (Wang, 2007) citado por (Álamo, 2011), Wang dice que el esqueleto de un sistema económico son las infraestructuras, los músculos son las empresas privadas o sectores públicos y el sistema nervioso y neuronal son las relaciones que llegan a establecer.

Este sistema es creado con el fin de facilitar que lleguen a obtener conocimientos en gestión necesaria para hacerlas eficaces y productivas, en algunos países del continente asiático este sistema funciona de forma eficaz y la calidad de los agentes permite que se dé un aprendizaje colectivo las ventajas de este sistema son (Álamo, 2011):

Sostenibilidad: Promueve el desarrollo de instituciones que facilitan el dinamismo, estableciendo las bases de una sociedad del conocimiento.

Contextualización: Permite que los conocimientos se apliquen de forma contextualizada

Creación de conocimientos propios: El sistema permite, igualmente, la creación de conocimiento en gestión adaptado a las realidades.

Capacidad de aprendizaje: Se genera un proceso de aprendizaje que permitirá responder mejor a nuevos retos y oportunidades.

Respuesta rápida: El sistema garantiza la velocidad de respuesta, que es casi tan importante como la calidad de la misma.

Oportunidad: En los momentos actuales existen tantos cambios que trabajar en conjunto es una garantía para abordarlos. La cooperación entre agentes es clave para lograr la capacidad de aprendizaje y la respuesta rápida a problemas y oportunidades.

Sociedad del conocimiento: El mantenimiento eficaz de un clúster de esta naturaleza es un paso decisivo hacia la economía del conocimiento.

En este sistema se puede entender que el clúster ofrecen grandes ventajas como obtener aprendizaje para formar una sociedad económica y sobre todo responder de manera eficaz a nuevas oportunidades que se pueden presentar, además el trabajo colectivo

entre los miembros de los clúster es fundamental para crear una capacidad de rápido aprendizaje para dar respuestas inmediatas a problemas de esta manera se da paso a una sociedad de la economía del conocimiento.

La cooperación se presenta en todos los actores que participan en los clústeres estos son las siguientes:

Las empresas: grandes y pequeñas, la industria privada que incluye competidores proveedores maquinarias y servicios.

Las instituciones financieras: la banca tradicional, bancos comerciales, capital de riesgo, inversiones privadas.

Actores públicos: organismos tanto locales como autónomos y entidades involucradas en la política del desarrollo industrial y económico.

Actores académicos: donde incluyen las universidades, centros de investigación, tecnología, laboratorios.

Organizaciones: privadas-públicas para la colaboración, ONG, cámaras de comercio.



Gráfico 2: Actores de clúster

Fuente: (Sölvell, 2008), “Clúster, Equilibrando fuerzas evolutivas y constructivas” pág. 13.

El ciclo de vida del clúster

Los clúster por el simple hecho de ser dinámicos tienen un ciclo de vida es similar a los productos, la razón por la cual se debe tener presente si no se lleva a cabo alguna gestión certera para su desarrollo puede no durar para siempre, tarde o temprano pueden ser sustituidos a continuación se puede observar los cuatro ciclos de los clúster según (Uk, 2009):

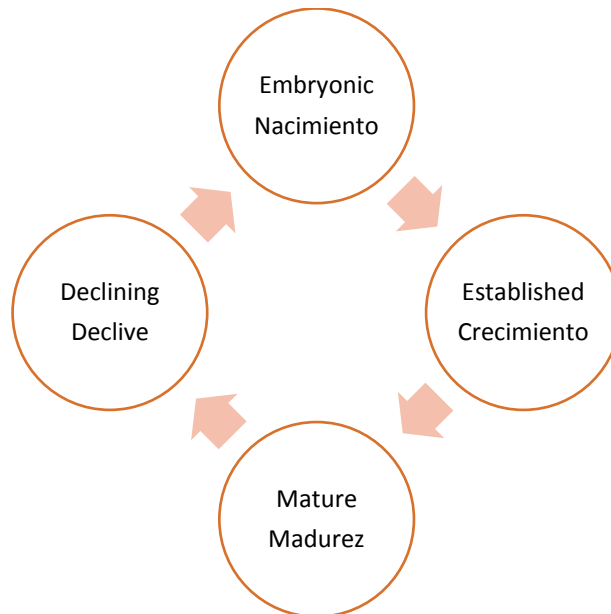


Gráfico 3: Estaciones del Ciclo de clúster

Fuente: (Uk, 2009) “A practical guide to cluster development” pág.11.

Elaborado por: Liliana Narvaez (2018).

Nacimiento de clúster: La entrada de empresas en el clúster crece paulatinamente mientras que el propio clúster sufre los últimos ajustes de modelo. Las inversiones para promover el clúster son elevadas.

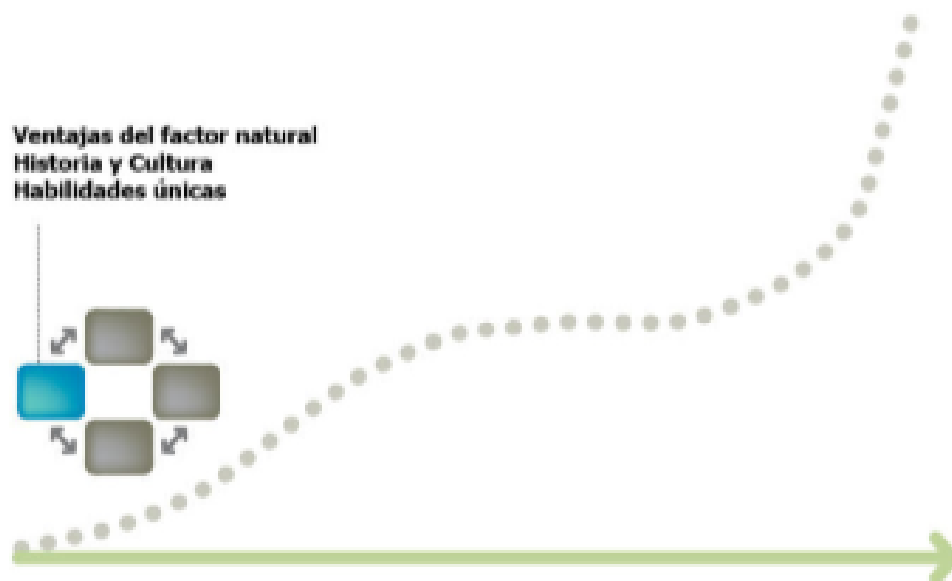


Gráfico 4: *Nacimiento de clúster*

Fuente: (Sölvell, 2008), “*Clúster, Equilibrando fuerzas evolutivas y constructivas*” pág. 43

Crecimiento de clúster: el clúster se convierte en una realidad, la tasa de crecimiento de clúster se hace menor pero el volumen de entradas en el clúster continúa creciendo. Luego que el clúster realiza algunas negociaciones a su debido tiempo tiende a tener una demandada local, cuando el clúster está en crecimiento necesita la combinación de diamantes como: condiciones adecuadas para un buen trabajo, un espíritu emprendedor, capital social, alcances a una política saludable, saber que algunos clústeres poseen un ciclo de vida bien corto y otros logran sobrevivir por siglos.

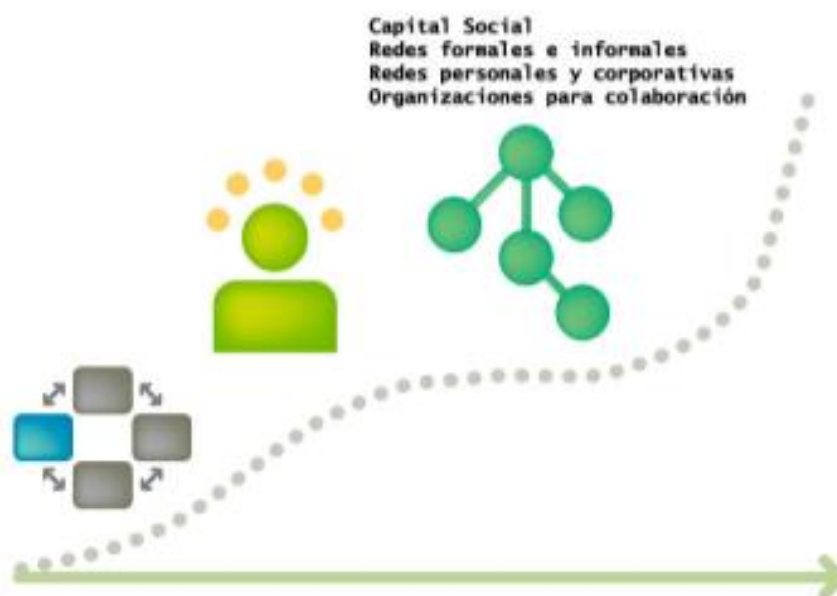


Gráfico 5: *Crecimiento de clúster*

Fuente: (Sölvell, 2008), “*Clúster, Equilibrando fuerzas evolutivas y constructivas*” pág. 45.

Madurez de clúster: Es en esta fase donde se encuentran dificultades para seguir creciendo. El número de entradas del clúster y salidas se igualan, aunque empieza a haber una tendencia de más salidas que entradas.

Declive de clúster: La demanda de entrada en el clúster decrece y hay un gran desplazamiento de empresas hacia nuevos clústeres. Las salidas del clúster son superiores a la demanda de entrada del mismo.

Como se observa en el gráfico de clúster tienen un ciclo de vida determinado, así como tienen los productos en la etapa de madurez es cuando hay que innovar para aprovechar el éxito que proporciona clúster, si bien es cierto según pasa el tiempo del clúster requieren cambios según el mercado esto requiere la introducción de nuevas áreas de mercados para prevenir el declive o iniciar su regeneración.

En el nacimiento de los clústeres es muy importante la actuación del gobierno y de inversores, promover la apertura hacia la innovación en el ciclo de madurez o el declive de un clúster es primordial para evitar la desaparición del mismo, además el clúster no solo ayuda a mantener dentro de la competencia para promover el desarrollo de nuevas ideas, según (Sölvell, 2008) Por último, algunos clúster llegan al declive, saltan hacia un nuevo ciclo y experimentan un renacimiento basado en nuevas tecnologías. A continuación, se puede observar el ciclo de vida que tiene el clúster, donde se puede observar esta nueva variante de regeneración del clúster.

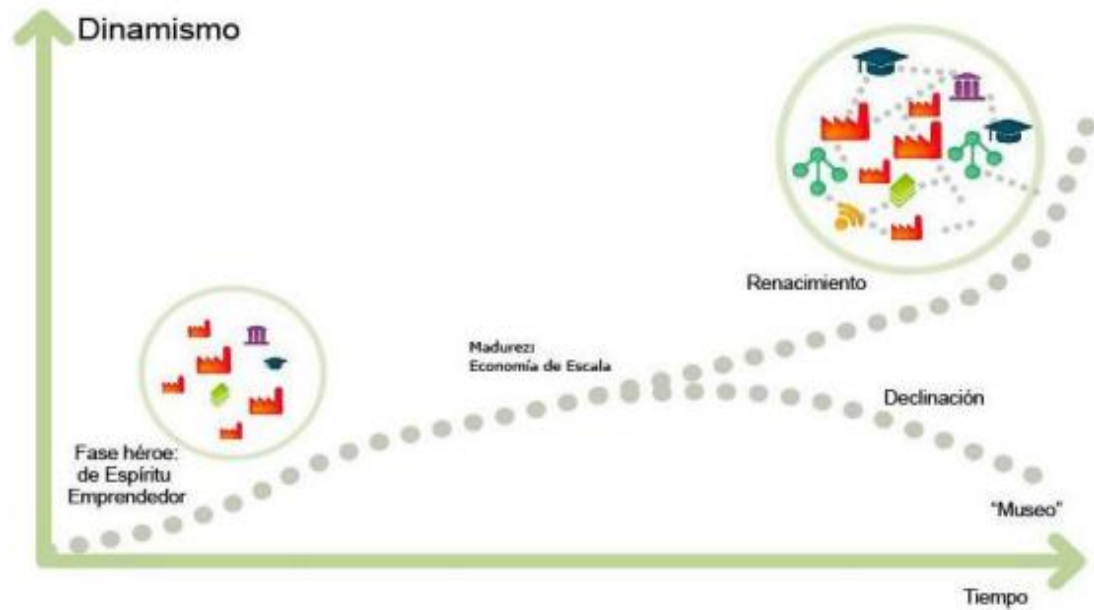


Gráfico 6: Regeneración de clúster

Fuente: (Sölvell, 2008), "Clúster, Equilibrando fuerzas evolutivas y constructivas" pág.18.

Con este gráfico se puede decir que el clúster necesita de la innovación cada vez que llega a su madurez para poder mantenerse o logre la regeneración, ya que por medio de la innovación se puede lograr un desarrollo en las entidades públicas y en la sociedad.

El desarrollo y la importancia que ha demostrado el clúster para tener una buena competencia llevada de la mano de la colaboración de todos sus participantes, muchos gobiernos, universidades, empresas, centros de investigaciones buscan la intervención de clústeres para el surgimiento de sus negocios o instituciones, la implementación de políticas que permita ayudar a clúster a crecer y prosperar es importante, es la razón por la cual se puede distinguir tres aspectos principales que se detallan a continuación (Sölvell, 2008):

Política: Con frecuencia, los gobiernos establecen sus intenciones estratégicas en un documento específico o una nota de política. Este documento no tiene que definir herramientas específicas, destinar fondos, o crear responsabilidades, en cambio, establece los objetivos políticos y define por qué actividades específicas se estiman importantes.

Programa: Con el fin de pasar de la intención hacia la realidad, los gobiernos diseñan programas específicos que destinan fondos, crean responsabilidades organizadoras y definen condiciones específicas bajo las cuales el financiamiento puede ser accesible.

Agencia Ejecutora: La responsabilidad que tiene una agencia o ministerio gubernamental es implementar cada programa. El programa pudiera ser su actividad principal o podría representar solo una pequeña parte de sus responsabilidades a nivel general.

Los clúster dan tanto crédito a la competencia y la colaboración es la razón principal que da la entrada a nuevos proveedores que favorecen la rápida circulación de información, el know how permite aprovechar nuevas oportunidades de negocios y cubrir las necesidades, en el interior de clúster desarrolla nuevas ideas, diseños, servicios, mejoran la innovación de las instituciones públicas, los clústeres son herramientas que son utilizadas en la política pública para hacer fuerza en la competitividad, permitiendo aprovechar las oportunidades donde orientan sus esfuerzos a mejorar de manera eficiente la competitividad de un conjunto de empresas, o instituciones públicas (Arana & Ballesteros, 2016).

Distrito: enfatiza un desarrollo de tipo local y asigna un papel estratégico a la comunidad de empresas y personas (Beneyto, 2011).

Distritos	Clúster
El distrito es una entidad socio-territorial integrada por una comunidad de personas y una población que tienden a interrelacionarse	Los clusters son concentraciones geográficas de empresas, proveedores, prestadores de servicios, universidades, cámaras empresarias y otras.
Enfatizan el desarrollo local en el que la población, las empresas y la comunidad tienen un papel estratégico.	Buscan ventajas competitivas de un sector en un territorio.
Se centran en el territorio, como un “lugar de vida” y de desarrollo de la capacidad de producción y trabajo de una comunidad.	Se centran en la conformación y organización de redes de empresas e instituciones del gobierno en un ámbito geográfico.
Integran el desarrollo económico y social actuando sobre una trama inseparable entre la comunidad.	El protagonista es el componente económico. El componente social aparece como contexto o telón de fondo.
Se considera como unidad de análisis al proceso socio - productivo culturalmente definido en el territorio.	Se considera como unidad de análisis el agrupamiento geográfico.
Se analiza la dinámica de las relaciones de empresas, instituciones y comunidad local de manera multidisciplinaria.	Se realizan estudios de caso que proporcionan información para una mejor estrategia competitiva.
Las redes sociales y la confianza entre los actores permiten la construcción social de un equilibrio entre reglas de la competencia y de la colaboración.	La “competencia” favorece la innovación y mejora el rendimiento global del clúster.
Lo local, el “lugar de vida”, es definido por los vínculos entre las empresas, la comunidad y las instituciones locales.	Lo local constituye un recurso estratégico, un factor clave de la estrategia competitiva.

Tabla 4: *Distritos y clúster*

Fuente: (Mitnik, 2011) “*Desarrollo de cadenas productivas, clúster y redes empresariales*” pág. 54.

Elaborado por: Liliana Narvaez (2018).

3.5.INNOVACIÓN SOCIAL

3.5.1. La Innovación Social y sus elementos fundamentales

El concepto de innovación social no es nuevo, pero su difusión en todo el mundo, en los diferentes estratos de la sociedad, lo ha colocado a la vanguardia de muchas iniciativas promovidas por la sociedad, los gobiernos, las empresas, la sociedad civil y también las ONG (Goodman & Murillo, 2011)

En los últimos tiempos la innovación social es uno de los fenómenos principales y es protagonista en diferentes ámbitos como la política, científico, económico es una forma de desarrollo para una sociedad que de manera organizada busca la solución a problemas que enfrenta la sociedad. La innovación social proviene de entidades públicas o empresas privadas que forman un grupo con fines lucrativos o no lucrativos, el trabajo en conjunto da paso al surgimiento a nuevas ideas innovadoras que son gestionadas correctamente para el buen cumplimiento de las actividades que se desarrollan dentro de la empresa. El acto de innovación social está a menudo conectado con diferentes disciplinas dentro de la sociedad, la practica ayuda a disminuir fronteras entre los sectores públicos (Calanchez & Ayala, 2016).

Estudios de innovación han experimentado un giro social en la década del siglo XXI las innovaciones sociales surgen en la sociedad gracias a su espíritu emprendedor y creatividad, esta innovación social puede ser implementada en el sector público o privado pero tiene prioridad en la sociedad civil, al final la innovación social es saber entender los medios y los fines para promoverla en la sociedad la lucha continua de cada individuo es un medio para demostrar una cultura de innovación social según (Echeverría & Merino, 2011).

El interés de las empresas que sobreviven cada año el involucrarse en iniciativas sociales que beneficien a la sociedad es cada vez mayor, con esta intervención ellos aspiran ampliar sus horizontes y lograr aceptación en el mercado esto se puede conseguir con el apoyo total del gobierno y empresas. También existen algunas empresas que realizan alianzas con organizaciones no gubernamentales ONG debido a las experiencias que estas poseen al solucionar conflictos sociales, por parte del sector público pueden pedir apoyo a las empresas que buscan a las ONG que compartan el interés de resolver problemas en la comunidad y asumir el riesgo que

representa una inversión social estas pueden compartir su visión, inquietudes y entusiasmo al asumir la responsabilidad del ámbito social, para el correcto funcionamiento debe destinarse cierto fondo para la puesta en marcha del proyecto.

3.5.1.1. Origen de la innovación social

El concepto de innovación social ha despertado el interés por varios autores desde un proyecto que busca un retorno social y de estudiantes universitarios que buscan entender la teoría de innovación social para saber cómo resolver problemas de la sociedad, entidades gubernamentales que apoyan a soluciones innovadoras para completar su misión, los gobiernos que cada vez se sienten más presionados por encontrar nuevos mecanismos para la gestión de los fondos públicos para el bien común. En algunos países se conoce el tema a profundidad gracias a los esfuerzos de los emprendedores e investigadores, organizaciones incluso movimientos culturales que han apostados por ello (Buckland & Murillo, 2014).

En los últimos años, el concepto de innovación social nuevas soluciones a problemáticas sociales ha tomado fuerza en el mundo del desarrollo y ya no puede considerarse una tarea única de las organizaciones sin fines de lucro en conjunto con los beneficiarios, hoy en día existen ejemplos que muestran que esta puede ser impulsada por los gobiernos a través de políticas públicas que fomenten la equidad e inclusión social, y al mismo tiempo estimulen el crecimiento económico. Igualmente, el proceso puede involucrar a las universidades y centros de investigación que generan nuevos conocimientos y tecnologías, así como a los mercados, empresas y nuevos emprendimientos que movilizan sus recursos para generar y escalar innovaciones (Guaipatin & Cañete, 2016).

3.5.1.2. Concepto de innovación social

El concepto de innovación proviene del latín innovation que significa creación, cambio, mejora, novedad, transformación. En las ciencias sociales innovación social es la capacidad de enfrentar retos sociales, culturales, económicos o ecológicos que están presentes en la sociedad y que hasta el momento la política no ha dado ninguna repuestas satisfactorias (Villa, 2013).

La innovación social es un concepto que atrae e interesa a un gran y diverso número de actores: desde inversores que buscan proyectos que generen un retorno social, pasando por organizaciones de la sociedad civil que apuestan por ofrecer soluciones innovadoras ante nuevas necesidades, hasta gobiernos que buscan mecanismos más eficientes de gestión de los fondos públicos. La existencia de múltiples emprendedores, organizaciones, centros académicos y movimientos sociales involucrados en actividades de innovación social, ha convertido el término en tendencia en muchos países Fundación COTEC (2016).

Año	Autor/es	Definición	Elemento clave
2017	Adriana Ortero, Hugo Zunino, Mariana Rodríguez	La innovación social se preocupa por alcanzar metas sociales, culturales y políticas. La innovación social no es producida exclusivamente por expertos, incluye conocimientos prácticos derivados de la experiencia (Ortero, Zunino, & Rodríguez, 2017).	Alcanza metas sociales
2016	Enrique Conejero Paz, Juan Carlos Redondo Lebrero	La innovación social como un liderazgo público participativo que genera soluciones novedosas servicios, productos, procesos y modelos, que están orientadas a la resolución de necesidades sociales con más efectividad que las soluciones tradicionales que conllevan a un cambio en las relaciones sociales y generación de valor público (Conejero & Redondo, 2016).	solución efectiva
2016	Fundación COTEC para la Innovación	“Una solución a un problema social que es más efectiva, eficiente, sostenible o justa que las actuales soluciones y que genera valor para toda la sociedad, más que únicamente para individuos concretos” Fundación COTEC (2016).	Solución a un problema social
2015	Daniel Martínez, Nuria González, Mariano Nieto	Son aquellas innovaciones desarrolladas por gobiernos, empresas o personas que contribuyen de forma novedosa a mejorar la calidad de vida de la sociedad y al mismo tiempo genera beneficios económicos o al menos sostenibles (Martínez, González, & Nieto, 2015).	Mejorar la calidad de vida
2014	Aurelio Villa	La innovación social sea una competencia institucional que integre todos los ámbitos de la universidad, que ayude a la transformación social, que atienda problemas sociales graves y de respuesta a un ritmo adecuado (Villa, La innovación Social en el ámbito Universitario, 2014).	Competencia
2014	Giovany Cajaiba-Santana	La innovación social toma forma cuando una nueva idea, establece en forma diferente de pensar y de actuar que cambia los paradigmas existentes (Cajaiba-Santana, 2014)	Nueva idea
2013	Manuel Arenilla, Ricardo García	La innovación social puede definirse como el desarrollo de productos o procesos novedosos, que están orientados a la solución de problemas más acuciantes de las personas y a la satisfacción de sus principales necesidades suponen una transformación del entorno social y de las relaciones humanas (Arenilla & García, 2013).	Satisfacción de necesidades

2013	Julio Lorca	“Es el proceso y el resultado, de la transformación de una idea en valor; siempre qué, dando respuesta a una necesidad o problema real de las personas, la utilidad social generada sea al menos tan importante como el retorno económico de la inversión” (Lorca, Construyendo la innovación social desde abajo, 2013).	Transformación de una idea
2012	María de Fátima León, María Baptista, Hernán Contreras	Una innovación es verdaderamente social solo si la balanza se inclina a lo social, es decir, beneficios para la sociedad (o reducción de costos para la sociedad), en lugar de ganancias para la empresa (León, Baptista, & Contreras, 2012).	Beneficios para la sociedad
2012	Stefan Neumeier	Define la innovación social como los cambios de actitudes, comportamientos o percepciones de un grupo de personas que se unen en una red de interés alineados y que conducen a nuevas y mejores formas y acciones de colaboración dentro del grupo y más allá de él. La innovación social tiene lugar cuando el grupo cambia su forma de hacer las cosas, y esto conduce a una mejora tangible, mejora que tienen que ser vista en relación con el contexto en el que se incrusta la innovación social (Neumeier, 2012).	Cambios de actitudes y comportamientos

Tabla 5: *Conceptos de innovación social*

Elaborado por: Liliana Narvaez (2018).

La innovación social es una nueva forma novedosa está presente en la sociedad con el fin de dar soluciones eficientes a un problema de la sociedad, ayuda a mejorar la calidad de vida de los individuos.

Aunque muchos han tratado de entender la innovación social su concepto no es reciente, “innovación social” se ha convertido en término de moda y aparece en discursos políticos, seminarios, artículos académicos y noticias. Sin embargo, pareciera que entre aquellos que recurren más frecuentemente a este término responsables de políticas públicas, investigadores, agencias gubernamentales de innovación, emprendedores no existe acuerdo acerca de lo que el término comprende (Guaipatín & Humphreys, 2014).

3.5.1.3. Las variables para analizar la innovación social

- ✓ Impacto social
- ✓ Sostenibilidad económica
- ✓ Colaboración intersectorial
- ✓ Escalabilidad y replicabilidad
- ✓ Creatividad

- ✓ Estructura organizativa
- ✓ Conocimiento
- ✓ Competitividad

Estas son las variables que ha desarrollado (Buckland & Murillo, 2014) para analizar la innovación social.

3.5.1.4. Etapas de la innovación social

Según (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010) estas etapas son importantes para la innovación social.

Etapa 1: Diagnostico y generación de ideas. - buscar un problema y necesidad existente en un ámbito específico, tener en cuenta las causas del problema y las características de los afectados.

Etapa 2: Propuestas e ideas. - sugerencias, encuestas, banco de ideas. Esta idea se transforma en producto o proceso concreto.

Etapa 3: Prototipos y pruebas pilotos. - la prueba piloto es un ejercicio útil de experimentación, también se toma en consideración una encuesta a usuarios.

Etapa 5: Ampliación y difusión. - se evalúa si la idea se ha llevado a la práctica y si funciona de forma correcta, si cumple con los objetivos iniciales planteados.

La etapa de ampliación y difusión los individuos toman una decisión en función a la valoración de la innovación estas 5 etapas son (Arenilla & García, 2013):

1. *Conocimiento:* los individuos son libres de informarse sobre la innovación de sus objetivos y funcionamiento.
2. *Persuasión:* los individuos demuestran una actitud positiva o negativa frente a la innovación.
3. *Decisión:* los individuos aceptan o rechazan la innovación.
4. *Implementación:* esta etapa se da siempre que el individuo desee acoger la innovación.
5. *Confirmación:* los individuos valoran las ventajas o desventajas de la innovación.

Etapa 6: Cambio sistemático. - existencia de nuevos sistemas de producción, se realizan cambios dependiendo el entorno.

3.5.1.5. Clasificación de la innovación social

Una de las formas de clasificar a la innovación social es tener en cuenta las características de los problemas sociales. Se puede establecer tres categorías como son European Commission (2010):

- ✓ Innovaciones que responden a las demandas sociales no cubiertas por el mercado. Se dirigen a los grupos vulnerables de la sociedad.
- ✓ Innovaciones que dan respuestas a los principales problemas sociales, poniendo énfasis en donde no está claro lo social con lo económico, se dirigen a la sociedad como un todo.
- ✓ Innovaciones en impulsar los valores y actitudes, en las estrategias, las políticas, en las organizaciones, o en la prestación de servicios.



Gráfico 7: Actores de la innovación

Fuente: (Mata, 2012), “Innovación para el cambio social y sus actores”

Elaborado por: Liliana Narvaez (2018).

Según European Commission (2013) los innovadores sociales pueden ser de toda clase ya que la innovación social puede darse en el sector público, privado u organizaciones del tercer sector, de ahí se entiende que la innovación social no es exclusivo únicamente para emprendedores sociales, estas personas u organizaciones realizan contribuciones valiosas que generan un impacto social alto.

3.5.1.6. Los 7 elementos de la innovación social

Según la Universidad de Stanford los 7 elementos de la innovación social son los siguientes:

1. Una idea retadora. -Para planear un proyecto social innovador es necesario establecer objetivos claros, basados en la motivación del personal que estén dispuestos a llevarlo a cabo.
2. Detención. -Los emprendedores sociales deben utilizar todos sus sentidos para encontrar un problema y dar solución esto se logra por medio de la investigación y entendimiento de la comunidad.
3. Hacer preguntas. -Hay que formular preguntas que nunca nadie haya leído con el fin de hallar problemas que afecten a la sociedad y así plantear alternativas para solucionar.
4. Lluvia de ideas. -Es importante intercambiar retos o proyectos con otros agentes de cambio con el fin de recibir retroalimentación para generar una idea innovadora de forma colaborativa.
5. Asociar. -Esto consiste en traer diferentes ideas y encontrar proyectos similares y generar nuevas oportunidades para el mundo de los emprendimientos sociales.
6. Experimentación. -Este punto consiste en probar el modelo social en un contexto real, y utilizar la retroalimentación para mejorar el concepto del proyecto y resolver problemas que se presentan.
7. Impactar. -La innovación social no termina con la manifestación de la idea, pues esta debe tener un impacto relevante ante la sociedad. El verdadero reto es implementar el proyecto y desarrollar un mecanismo de evaluación que responda a las necesidades de la comunidad.

Según la Universidad de Stanford 2017 estos son los procesos que deben seguir los innovadores sociales en donde se encontraran con obstáculos, pero lograr pasar es que señal de poseer una meta clara enfocada en ayudar a la comunidad a cubrir necesidades.

3.7. Innovación social desde un enfoque multidimensional

En los últimos cinco años han aparecido numerosas iniciativas estatales y locales de carácter público que centran sus premisas en el apoyo y fomento de la innovación

social, la innovación social del país, contribuye a generar un clima de estabilidad, creatividad, medioambiental respetuoso y tecnológicamente activo que propicia la creación de empresas (Martínez, González, & Nieto, 2015). Si bien la innovación y la innovación social están relacionadas, no pueden considerarse como equivalentes, ya que no funcionan de la misma manera (Morales, 2014). Mulgan lo cita expresamente porque considera que hay tres tipos de agentes en la innovación social: individuos, movimientos sociales y organizaciones. Otros agentes, como los gubernamentales y las empresas, pueden coordinarse con proyectos de innovación social, pero hay que tener presente que la innovación surge de la propia sociedad (Alonso & Echeverría, 2016).

La innovación social son nuevas formas de hacer algo, entre personas y entre organizaciones, con el objetivo de mejorar relaciones y problemas existentes para que funcionen de una manera que no se haya planteado antes (López, 2015). Innovaciones sociales son aquellas que no sólo son buenas para la sociedad, sino que mejoran la capacidad de actuación de las personas. Se basan en la creatividad de los ciudadanos, las organizaciones de la sociedad civil, las comunidades locales o las empresas European Commission (2013). Por lo tanto, es ‘social’ en sus fines ya que trata de satisfacer las necesidades colectivas (Blanco, Brugué, & Cruz-Gallach, 2014). Su rápida implementación ha situado a la innovación como uno de los conceptos clave de las políticas públicas, formulando, entre otras medidas, políticas que busquen modelos económicos alternativos para superar la crisis económica. (Martínez, González, & Nieto, 2015). La aparición de una innovación social también sirve para abrir un campo para futuras innovaciones; es decir, se producen prototipos, sinergias, replicaciones que se extienden a lo largo del tejido social (Alonso & Echeverría, 2016).

La innovación social al encargarse de los individuos de una comunidad tiende a tener un carácter axiológico en cuanto a formas, costumbres y percepciones de vida de las personas, por ello este tipo de innovación se enfoca en valores sociales, como el bienestar, la calidad de vida, la inclusión social, la solidaridad, la participación ciudadana, la cooperación, la calidad medioambiental, la atención sanitaria, la eficiencia en la prestación de servicios públicos y el nivel educativo, los cuales contribuyen a transformar una sociedad, en la medida en que mejoren las condiciones de vida de sus integrantes; a la vez que aporta ventajas competitivas entre diferentes

sociedades ante las diversas manifestaciones de la globalización (Arcos, Suárez, & Zambrano, 2015).

La innovación social está presente en toda una serie de iniciativas políticas European Commission (2013), Las políticas públicas que promueven la inversión en investigación y desarrollo (I + D) se establecen a menudo como la única manera de apoyar y medir la innovación (Martínez, González, & Nieto, 2015). Además, cabe recalcar que una innovación social puede ser impulsada por políticos y gobiernos (por ejemplo, nuevos modelos de salud pública), mercados (la comida orgánica), movimientos (el comercio justo), académicos (los modelos pedagógicos para la atención infantil), así como empresas sociales (microempresas y revistas para los sin techo).

La innovación se desarrolla mejor, cuando hay alianzas efectivas entre las organizaciones, la necesidad de trabajar más colaborativamente entre los cuatro sectores influyentes en la innovación social: los Gobiernos/Estados, las Empresas, las Comunidades locales y las Universidades; con el convencimiento de que cada cual por su lado no podrá lograr una transformación social tan significativa, urgente y necesaria. Así, los gobiernos/estados deben apoyar proyectos sociales para la transformación social, las empresas pueden colaborar en los proyectos con sus recursos, las comunidades locales (gobiernos regionales, ayuntamientos, fundaciones, asociaciones, ONG) establecer los vínculos entre los diversos actores y las universidades aportar su conocimiento y transferencia del mismo en iniciativas sociales (Villa, La innovación Social en el ámbito Universitario, 2014).

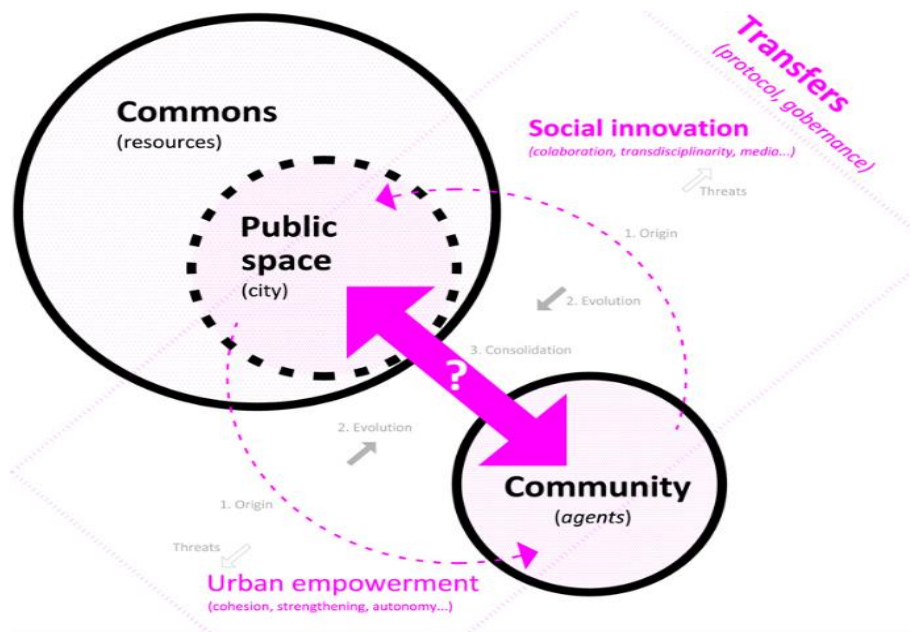


Gráfico 8: Innovación social

Fuente: (VIC, 2012) “Transferencias de la innovación ciudadana al espacio público”.

Las prácticas de innovación social tienden a ser más flexible, involucrar a más personas, ofreciendo más técnicas de animación encontrando nuevas formas de participación de los usuarios y ciudadanos y fomentar el pensamiento crítico European Commission (2013). La Unión Europea a través del programa Estrategia Europa 2020, quienes señalan que la innovación social se puede medir a través de la tasa de empleo, el esfuerzo innovador, el nivel educativo, el grado de integración social, el gasto energético y la contaminación (Martínez, González, & Nieto, 2015). El Fondo Social Europeo 2014-2020 destaca la importancia de integrar la innovación social en la formulación de políticas y conectar las políticas de innovación sociales a las necesidades prioritarias European Commission (2013).

En la medida en que la innovación social promueve las relaciones de cooperación y colaboración entre diversos actores sociales, los mismos cada vez trabajan colaborativamente para hacer frente a las necesidades básicas de la sociedad (Conejero, 2016). Además, un punto importante hay que entender que las fuerzas sociales y culturales son entes importantes ya que demandan de servicios relacionados con el cuidado del cuerpo, con la salud física y mental entre otras necesidades básicas para el individuo (Rivera & López, 2012). Las innovaciones sociales aportan en cuanto acciones colectivas que conllevan cierto grado de imaginación y creatividad para impulsar el cambio social y el empoderamiento personal o comunitario, lo que las

vincula a la bibliografía sobre innovación social y desarrollo territorial (Méndez, 2015).

La innovación social es un proceso por medio de una evaluación de los aspectos culturales con un fin de encontrar soluciones para la innovación económica y de la sociedad, estas actividades implican un cambio en las relaciones sociales que fortalece la sociedad determinando a la innovación social como el principal elemento de transformación los retos tecnológicos, empresariales, sociales, educativos y culturales la innovación constituye una gran oportunidad para el progreso de la misma sociedad. Estos retos deben ser enfrentados por medio de estrategias colaborativas que sean eficientes y crean valor, la innovación se inclina por el desarrollo económico y social esto implica ideas creativas con los procesos de cambios y mejora del desarrollo ciudadano y su entorno territorial esto permite identificar las necesidades de los agentes innovadores como de la propia innovación para crecer (Priesca & Acero, 2013).

La innovación social como tal no es nueva. Las autoridades regionales y locales se han visto estimuladas en el pasado de utilizar una metodología de desarrollo local participativo conocido como el *leader* (estrategias basadas en áreas diseñadas construidas sobre potencial local y fomentando las asociaciones entre organizaciones públicas, privadas y voluntarias, así como los ciudadanos y las comunidades locales. Los innovadores sociales pueden provenir en todas las clases sociales, la innovación social puede tener lugar en público, privado u organizaciones del tercer sector. A menudo, se llevan a cabo las ideas en las colaboraciones entre sectores European Commission (2013).

La transformación social tiene que ver con un cambio exigido por las personas o la sociedad, es un cambio de la gente para la gente, un cambio que se define así mismo en un contexto de injusticia, de desigualdades, de falta de recursos y acceso a los mismos. Las comunidades rurales para llevar a cabo procesos de innovación social están dadas a relacionarse con diferentes actores en diversos, así: en el núcleo familiar, donde se dan relaciones de intimidad. Se puede presentar un caso de innovación social porque satisface necesidades de un grupo de población en una franja de alta vulnerabilidad, mejorando las condiciones de habitabilidad preservando el medio ambiente, los procesos de innovación, al involucrar recursos humanos, financieros,

administrativos y tecnológicos, implican la necesidad de desarrollar una combinación de capacidades y habilidades que permitan que iniciativas o proyectos sean sostenibles en el tiempo y generen transformaciones sociales favorables para las comunidades (Arcos, Suárez, & Zambrano, 2015).

Los procesos de cambio en las comunidades requieren de la participación comunitaria, la cual pueda llevar a transformar la realidad; basando en actividades de emprendimiento social (Calánchez & Mezher, 2015). Las innovaciones generan cambios sociales, frente a los que plantean que el cambio social viene desencadenado casi exclusivamente por el cambio tecnológico, hay que afirmar, apoyados en la historia, que han sido los cambios sociales y culturales los que han posibilitado la absorción de la oferta tecnológica y su desarrollo, siendo el cambio social posterior la consecuencia de un cambio previo (Bouza, 2002).

El cambio social se centra en la solución de problemas y es un concepto visto como positivo a pesar de las consecuencias claramente negativas con que algunas veces se lo describe. Es también un concepto dinámico y puede ser considerado un concepto dialéctico debido a que se presentan posiciones diferentes y contradictorias, que emergen durante el proceso de cambio social, el cambio social resulta de un cambio en las relaciones de los elementos de un sistema, el cambio social es referido como un cambio en la sociedad y como un cambio de la sociedad (Canaval, 2000). La innovación social juega un papel fundamental en la sociedad y las organizaciones para alcanzar metas que corresponden a un crecimiento notorio, pero es poco claro cuando se habla de ingresos que son provenientes de la innovación ya que no son suficientes para cubrir los costos a no ser que sean manejados con cuidado (Koetzier & Schorling, 2013).

La innovación social requiere la incorporación de los beneficiarios finales durante todo el proceso de innovación, desde la definición del problema hasta el diseño y desarrollo de la solución. Es así que la innovación social garantiza que las soluciones realmente respondan a las necesidades del público objetivo y les permite ampliar su rango de actuación al eliminar ciertas restricciones y ampliando sus libertades, teniendo un impacto positivo en el desarrollo de los países y favoreciendo la inclusión (BID, 2015).

3.8. La innovación social enfocada al desarrollo sostenible

En referencia a las Naciones Unidas (2016), la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que incluye 17 Objetivos y 169 metas, presenta una visión ambiciosa del desarrollo sostenible e integra sus dimensiones económica, social y ambiental, la misma que incorpora la expresión de los deseos, aspiraciones y prioridades de la comunidad internacional para los próximos 15 años.



Gráfico 9: Objetivos del desarrollo sostenible

Fuente: Naciones Unidas [en línea] <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>.

El lento crecimiento económico mundial, las desigualdades sociales y la degradación ambiental que son característicos de nuestra realidad actual presentan desafíos sin precedentes para la comunidad internacional. En efecto, estamos frente a un cambio de época: la opción de continuar con los mismos patrones ya no es viable, lo que hace necesario transformar el paradigma de desarrollo actual en uno que nos lleve por la vía del desarrollo sostenible, inclusivo y con visión de largo plazo. Es una agenda transformadora, que pone la igualdad y dignidad de las personas en el centro y llama a cambiar nuestro estilo de desarrollo, respetando el medio ambiente. Es un compromiso universal adquirido tanto por países desarrollados como en desarrollo, en el marco de una alianza mundial reforzada, que toma en cuenta los medios de implementación para realizar el cambio y la prevención de desastres por eventos naturales extremos, así como la mitigación y adaptación al cambio climático. El conocimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) asociados a esta agenda ayuda a evaluar el punto de partida de los países de la región y a analizar y

formular los medios para alcanzar esta nueva visión del desarrollo sostenible, que se expresó de manera colectiva y quedó plasmada en la Agenda 2030.

CEPAL da prioridades para apoyar a los países de América Latina y el Caribe en la implementación de la nueva Agenda 2030 creada por las Naciones Unidas (2016):

- La centralidad de la igualdad
- La promoción de una integración equilibrada de las tres dimensiones del desarrollo sostenible económica, social y ambiental en la formulación e implementación de estrategias y políticas nacionales
- El análisis de aspectos claves del financiamiento para el desarrollo y la implementación de la Agenda de Acción de Addis Abeba (como el financiamiento tradicional y mecanismos innovadores para el cierre de brechas, y asegurar la transferencia de tecnología y el comercio justo), incluido el alivio de deuda en el Caribe
- La necesidad de diversificar la matriz productiva y los patrones de consumo y de fortalecer la integración productiva y tecnológica
- La importancia de avanzar e invertir en la innovación tecnológica y en la sociedad del conocimiento y la información
- El acceso a la información y la participación ciudadana
- La relevancia de las instituciones y la redefinición de la ecuación entre el Estado, el mercado y la sociedad
- El respaldo a la cooperación Sur-Sur y el apoyo al crecimiento de los países de renta media
- La promoción de diálogos y foros con múltiples partes interesadas, para favorecer la coherencia y legitimidad en materia de políticas
- La coordinación del sistema de las Naciones Unidas a nivel regional

El Paradigma: Desarrollo Sostenible



Gráfico 10: Desarrollo sostenible

Fuente: (Correa, 2015) “proyectos regionales como oportunidad para la generación de desarrollo económico” obtenido de <https://es.slideshare.net/ProGobernabilidadPer/3-proyectos-regionales> [en línea]

Los tres factores que generan el desarrollo sostenible son los siguientes según (Yovanna, 2013):

Factores ambientales o ecología: se refiere a la Naturaleza y biodiversidad, es decir a los recursos de flora, fauna, paisajes, ecosistemas y al medio ambiente.

Factores económicos: se refiere al desarrollo económico de los países que incluye sus actividades económicas y las consecuencias de éstas sobre los otros dos factores: el medio ambiente y la sociedad.

Factores sociales: se refiere a la sociedad humana que organizada sobre un determinado territorio realiza diferentes actividades de subsistencia y de búsqueda de riqueza por ejemplo, actividad industrial, minera, etc que generalmente son excesivas y dañan el medio ambiente y a la misma sociedad.

Para lograr el desarrollo sostenible es fundamental garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos a cualquier edad. Se han obtenido grandes progresos en relación con el aumento de la esperanza de vida y la reducción de algunas de las causas de muerte más comunes relacionadas con la mortalidad infantil y materna.

Además de la salud también es importante la consecución de una educación de calidad es la base para mejorar la vida de las personas y el desarrollo sostenible, de aquí a 2030, asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible, mientras que el objetivo nueve manifiesta que las inversiones en infraestructura (transporte, riego, energía y tecnología de la información y las comunicaciones) son fundamentales para lograr el desarrollo sostenible y empoderar a las comunidades en numerosos países, existe un consenso cada vez mayor de que el crecimiento económico no es suficiente para reducir la pobreza si este no es inclusivo ni tiene en cuenta las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental.

En el objetivo número uno habla sobre el fin de la pobreza en donde en uno de sus numerales manifiesta garantizar una movilización significativa de recursos procedentes de diversas fuentes, incluso mediante la mejora de la cooperación para el desarrollo, a fin de proporcionar medios suficientes y previsibles a los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, para que implementen programas y políticas encaminados a poner fin a la pobreza en todas sus dimensiones, además para avanzar con el desarrollo de la sociedad pone en consideración lo siguiente crear marcos normativos sólidos en los planos nacional, regional e internacional, sobre la base de estrategias de desarrollo en favor de los pobres que tengan en cuenta las cuestiones de género, a fin de apoyar la inversión acelerada en medidas para erradicar la pobreza.

Es un reto para las autoridades pertinentes de aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza, ayudar a los países en desarrollo a fortalecer su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles, no solo las implementaciones de diferentes actividades que colaboren al desarrollo sostenible es importante también hay que elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en

el desarrollo sostenible a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

En el objetivo número 15 habla sobre promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres donde menciona que la deforestación y la desertificación provocadas por las actividades humanas y el cambio climático suponen grandes retos para el desarrollo sostenible y han afectado a las vidas y los medios de vida de millones de personas en la lucha contra la pobreza. Se están poniendo en marcha medidas destinadas a la gestión forestal y la lucha contra la desertificación. El objetivo 16 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos se centra en la promoción de sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, la provisión de acceso a la justicia para todos y la construcción de instituciones responsables y eficaces a todos los niveles, en uno de sus numerales dice lo siguiente promover y aplicar leyes y políticas no discriminatorias en favor del desarrollo sostenible.

Para que una agenda de desarrollo sostenible sea eficaz se necesitan alianzas entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. Es preciso adoptar medidas urgentes encaminadas a movilizar, reorientar y aprovechar billones de dólares de recursos privados para generar transformaciones a fin de alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, es preciso mantener alianzas entre múltiples interesados mejorar la alianza mundial para el desarrollo sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los objetivos de desarrollo sostenible en todos los países, particularmente los países en desarrollo.

Las metas del objetivo 8 dice lo siguiente, lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra además un punto importante habla sobre promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.

Mientras que el objetivo número 9 menciona lo importante de fomentar la innovación, aumentar la investigación científica y mejorar la capacidad tecnológica de los sectores, en particular los países en desarrollo, fomentando la innovación y aumentando considerablemente, de aquí a 2030, el número de personas que trabajan en investigación y desarrollo por millón de habitantes y los gastos de los sectores público y privado en investigación y desarrollo, apoyar el desarrollo de tecnologías, la investigación y la innovación nacionales en los países en desarrollo, incluso garantizando un entorno normativo propicio a la diversificación industrial y la adición de valor a los productos básicos, entre otras cosas.

En el objetivo 17 de desarrollo en la sección tecnología dice lo siguiente, mejorar la cooperación regional e internacional Norte-Sur, Sur-Sur y triangular en materia de ciencia, tecnología e innovación y el acceso a estas, y aumentar el intercambio de conocimientos en condiciones mutuamente convenientes, incluso mejorando la coordinación entre los mecanismos existentes, en particular a nivel de las Naciones Unidas, y mediante un mecanismo mundial de facilitación de la tecnología, en este mismo objetivo propone el pleno funcionamiento, en el 2017, el banco de tecnología y el mecanismo de apoyo a la creación de capacidad en materia de ciencia, tecnología e innovación para los países menos adelantados y aumentar la utilización de tecnologías instrumentales, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones.

Fortalecer los ecosistemas regionales y nacionales de datos, potenciando las redes de innovación y tecnología, con posible participación del sector privado y la sociedad civil, para promover la apertura de datos, incorporar datos no tradicionales, incluidos los registros administrativos, y datos desde la sociedad civil, así como potenciar la información geográfica y las herramientas de visualización y georreferenciación.

Se acordó además que los ODS deben ser: orientados a la acción; concisos; fáciles de comunicar; limitados en relación al número; con aspiraciones; globalmente naturales; universales y aplicables a todos los países, teniendo en cuenta las diferentes realidades, capacidades y niveles de desarrollo nacionales y respetando las políticas y prioridades nacionales Organización de Naciones Unidas (2012).

El desarrollo sostenible como una manera de conjugar el uso de los recursos naturales para el desarrollo con la sostenibilidad del medio ambiente. Definió como desarrollo sostenible aquél que satisface las necesidades de las presentes generaciones, sin comprometer las de las generaciones futuras. “La economía verde en el contexto del desarrollo sostenible, y la erradicación de la pobreza, son unos de los instrumentos disponibles más importantes para lograr el desarrollo sostenible y podrían ofrecer alternativas respecto de formulación de políticas, aunque no deberían consistir en un conjunto de normas rígidas citado por (Roque, 2015).

3.9. La innovación social y la economía del conocimiento

La innovación y la economía del conocimiento, es el paso a una economía creativa, la educación para la creatividad y la innovación, en el sector público, la diversidad cultural como vehículo para la creatividad y la innovación, los retos del desarrollo sostenible, el potencial de las industrias creativas y culturales Unión Europea (2009).

Una economía del conocimiento es aquella en la que el conocimiento es un activo más importante que los bienes de capital y mano de obra, y donde la cantidad y sofisticación del conocimiento en las actividades económicas y sociales, llega a niveles muy altos (Sánchez & Rios, 2011). El conocimiento, en sus distintas acepciones es fundamental. Sin embargo, Foray advierte que la sociedad del conocimiento emerge de manera desigual en el complejo mapa de la globalización (Hualde, 2005). Destaca que en la economía del conocimiento la creación de la riqueza está asociada con el desarrollo de ventajas competitivas basadas en elementos intangibles. Se valora el capital intelectual como un activo de gran valor para las organizaciones y se describen sus atributos, componentes y elementos más significativos (Ruiz, Font, & Lazcano, 2015). Ello no se produce debido a que el conocimiento o la innovación constituyan nuevos ingredientes del crecimiento económico, sino más bien porque, sobre un fondo de una rápida aceleración en el desarrollo del conocimiento, una revolución en sus instrumentos y una necesaria redefinición de algunos de sus componentes, los elementos conductores del desarrollo del conocimiento están, asimismo, cambiando de un modo inevitable (OCDE, 2012).

La innovación no es un proceso nuevo, sino que ha ido acompañando al ser humano a lo largo de su evolución, desde sus inicios hasta nuestros días, la historia de la

humanidad se ha caracterizado por la aparición de innovaciones que han facilitado y cambiado los métodos de producción, la forma de llevar a cabo el trabajo, las comunicaciones, el transporte, (Galindo, Ribeiro, & Méndez, 2012). La innovación social demanda la intervención en diferentes estratos, de modo de asegurar que se aborden todos los aspectos que componen el problema, debe haber innovación no solo en la solución sino también en el proceso a través del cual esa solución es creada, financiada y ejecutada (Guaipatín & Humphreys, 2014).

En definitiva, las universidades son las productoras de ideas y conocimientos que luego son tomados y aplicados por las empresas a la hora de generar bienes o servicios con altas dosis de conocimiento científico. Sin embargo, también aparece el estado, que a través del gobierno central y los gobiernos seccionales define políticas públicas e implementa programas y proyectos dirigidos a incentivar procesos efectivos de creatividad e innovación, en donde las universidades y las empresas juegan un rol fundamental (Araque, 2016). El aprendizaje social exploró como la interacción entre un individuo, los demás y el entorno construye el conocimiento compartido comprendido entre todos los miembros participantes (Abreu & Cruz, 2011).

La globalización se ha concretado en redes mundiales de innovación, potenciando la innovación abierta, es decir, métodos de colaboración entre diferentes tipos de organizaciones, que muchas veces incluyen el pago de licencias de propiedad intelectual. En una red global de innovación, las empresas establecen vínculos con personas, instituciones (universidades, institutos de gobierno) y otras empresas de distintos países para resolver problemas y aprovechar nuevas ideas. La innovación abierta se lleva a cabo cada vez más mediante sociedades de riesgo compartido: inversiones de capital en empresas derivadas o fondos de inversión de capital de riesgo (CEPAL, 2016). En nuestra sociedad global las empresas, los gobiernos y la sociedad civil deben hacer frente, cada vez en mayor medida, a los retos que plantean estos complejos problemas. La innovación social es un medio clave para el desarrollo de nuevas ideas e ingenian nuevas formas de abordar (Goodman & Murillo, 2011).

El índice global de innovación demuestra que incluso los países más desarrollados del continente han descuidado el crecimiento de sus capacidades de innovación. Para mejorar cualquier indicador social en los países de la región, es importante aumentar

las capacidades de innovación y emprendimiento en sus economías. La educación, en todos sus niveles y, en especial la técnica y universitaria, es otro factor fundamental en el aumento de los niveles de desarrollo de los países (SOPLA, 2016). El impacto social y el potencial global de una innovación son factores importantes en la lucha contra un problema o la satisfacción de una necesidad social. Algunos proyectos tienen un enfoque local para cubrir una necesidad concreta, otros tienen un alcance más global. Es probable que las innovaciones cuyo alcance geográfico pueda ampliarse puedan tener mayor impacto y, de este modo, contribuir a un cambio social más amplio (Goodman & Murillo, 2011).

Todos los procesos de crecimiento sostenido tuvieron lugar en contextos con instituciones públicas y privadas que moldearon las trayectorias de desarrollo e impulsaron la generación de capacidades científicas y tecnológicas. Pese a ello, la relación precisa entre la innovación y el desarrollo, y la formulación de políticas para estimular la acumulación y la difusión de conocimientos son temas en debate (CEPAL, 2016).

En otros términos, una institución que aspire a competir con éxito en el entorno actual debe aprender a aprender, debe hacer explícitos los procesos que le permiten incorporar la información pertinente y relevante de la cual dispone, tiene que aplicar con creatividad e iniciativa las experiencias y saberes que le ofrecen determinadas instituciones del gobierno, en primero la sociedad en su conjunto y más específicamente aquellos sectores en los que la institución actúa. De este modo, el país debe promover acciones, en los diferentes niveles, que permitan la elaboración de planes y acciones relacionadas con los recursos básicos (Gómez & García, 2007). La innovación social, se halla en una posición ideal para aportar a la comunidad una plataforma donde compartir conocimiento (Goodman & Murillo, 2011).

La gestión de la innovación y el conocimiento presupone hoy día colaboración y no competencias individuales, implica estimular alianzas, implica formar redes; la construcción y posicionamiento de un destino turístico no es posible tampoco sin estas conexiones, que asimilando el concepto de lo local pueden y muchas veces deben rebasar los límites de la demarcación administrativa, es necesario entonces potenciar los nexos entre personas, organizaciones de todo tipo e incluso gobiernos de varios

territorios para conseguir crear, transferir, socializar e incorporar a la práctica del turismo nuevas tecnologías y conocimientos que aseguren una oferta integrada, distinguida por su diferenciación y que se corresponda con las expectativas y exigencias actuales de la demanda. Una estrategia de desarrollo debe ser sustentable, económicamente sustentada y socialmente incluyente, o sea, con una amplia y activa participación de la sociedad (Gómez & García, 2007).

La gestión del conocimiento ha adquirido una importancia significativa como factor de cambio y desarrollo en todo el que hace la sociedad. Su principal misión es crear un ambiente en el que el conocimiento y la información disponibles en una organización sean accesibles y puedan ser usados para estimular la innovación, provocar mejoras en la toma de decisiones y producir nuevos conocimientos; la clave está en crear una cultura en la que la información y el conocimiento se valoren, se compartan, se gestionen y se usen eficaz y eficientemente (Rodríguez, García, Pérez, & Castillo, 2009).

Según el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos Creatividad e innovación del Ecuador en el art. 1 en la sección de principios numeral cinco dice lo siguiente: “la generación, transmisión, gestión, uso y aprovechamiento de los conocimientos, la creatividad, la tecnología, la innovación y los conocimientos tradicionales se orientarán hacia la realización del buen vivir, buscando la satisfacción de las necesidades de la población, el efectivo ejercicio de los derechos y el aprovechamiento biofísicamente sustentable de los recursos del país, en el marco de la garantía de la reproducción de la vida” (COESC+i, 2016).

“La gestión de conocimiento es todo el conjunto de actividades realizadas con el fin de utilizar, compartir y desarrollar los conocimientos de una organización y de los individuos que en ella trabajan, encaminándolos a la mejor consecución de sus objetivos” según (Bustelo & Amarilla, 2001). La gestión del conocimiento da respuestas a varios problemas del saber cómo administrar la parte intangible de las empresas o instituciones del gobierno, cuya función principal es llegar a incrementar la competitividad mediante la innovación y el perfeccionamiento.

En la actualidad existe consenso en cuanto a que el conocimiento es el recurso más importante de una institución; esto ha derivado en el surgimiento de la gestión del

conocimiento como concepto o disciplina científica. Tres razones amparan este fenómeno (Rodríguez, García, Pérez, & Castillo, 2009):

Necesidad: Las organizaciones de hoy tienen que procesar mayor cantidad de información para tomar decisiones y dar respuestas en tiempos cada vez menores.

Reconocimiento de la necesidad: Las organizaciones reconocen cada vez más la necesidad e importancia de gestionar el conocimiento.

Disponibilidad de herramientas para la GC: Cada día aparecen más y más herramientas informáticas para la GC en las organizaciones.

La necesidad ayuda a la identificación de las mismas que no están cubiertas y sobre todo da a entender que hay que tomar decisiones acertadas, las herramientas para la gestión del conocimiento cada día son más utilizadas en las diferentes instituciones, el eje principal de la gestión del conocimiento pretende hacer uso del conocimiento para obtener valor. Las entidades que están dispuestas a implementar la gestión del conocimiento en sus instituciones deben tener presente las siguientes funciones (Rodríguez, García, Pérez, & Castillo, 2009):

Planificar: El proceso de establecimiento de los objetivos con el fin de alcanzar determinados resultados, así como la identificación de las acciones para alcanzarlos. Por ello deben registrarse políticas, estrategias, planes, programas y pronósticos.

Organizar: El proceso mediante el cual se divide el trabajo a realizar y la coordinación de los resultados con un propósito común. Las entidades deben asegurar el cumplimiento de las etapas que les permitirán la consecución de los resultados esperados.

Dirigir: Proceso de conducir y coordinar los esfuerzos de las personas que integran las entidades para ayudarlos al logro de las tareas relevantes en la gestión. Dirigir es tomar decisiones y comprende el compromiso de alcanzar objetivos mediante el liderazgo de una persona o de un grupo de ellas.

Controlar: proceso de supervisión de las actividades y los resultados de la gestión, comparándolos con los objetivos propuestos.

Al valorar cada una de estas funciones debe tenerse en cuenta que el objetivo esencial de la gestión del conocimiento es asegurar fundamentalmente dos procesos: la creación y la transmisión de conocimiento en las diferentes instituciones estas pueden ser públicas o privadas.

Para la gestión del conocimiento y la innovación, se utiliza una orientación de medios de vida para multiplicar los usos ecológicamente sanos, económicamente competitivos y socialmente equitativos de los recursos naturales para lograr el manejo y uso sostenible de tierras entre otras cosas, con el fin último de mejorar el bienestar humano en las áreas rurales. De manera complementaria la gestión del conocimiento se constituye en una herramienta institucional, que permite mejorar e incrementar sus capacidades propias a través de la coordinación e integración de programas institucionales, como una apuesta al desarrollo (MAGA, 2013).

Mientras más radical es la innovación más alto es el nivel de riesgo, y mayores serán los beneficios posibles. Las innovaciones del sector privado pueden tener consecuencias económicas y laborales, en algunos casos, consideraciones importantes de salud pública y de seguridad. Sin embargo, los riesgos de la innovación en el sector público son potencialmente mayores (Abreu & Cruz, 2011):

La escuela tiene efectos a largo plazo sobre las posibilidades de vida de un individuo;

Los hospitales tratan con condiciones que atentan y determinan la vida, y

Los servicios de atención tienen la responsabilidad sobre los niños vulnerables.

Además, a diferencia de las empresas, los organismos públicos se enfrentan a menudo a un intenso escrutinio político y de los medios sobre las propuestas antes que las ideas se desarrollen plenamente, aumentando la falta de incentivos para la innovación.

CAPITULO IV

4. METODOLOGÍA

En la investigación se puede emplear las pruebas estadísticas que proporcionan una visión más clara del objeto de estudio, la metodología cualitativa permite entender que los investigadores perciban conocimientos, y variedad de métodos como la fenomenología, el interaccionismo simbólico, la teoría fundamentada, entre otros dando paso al entendimiento de procesos, cambios y experiencias (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

4.1. Enfoque

4.1.2. Enfoque cualitativo-cuantitativo

Un enfoque cualitativo es un procedimiento metodológico en donde se pueden utilizar palabras, textos, grafico e imágenes que pretende entender al fenómeno de estudio, este enfoque va de lo particular a lo general. El enfoque cuantitativo es lo contrario, partiendo de lo general a lo particular, se obtiene información de a través de observaciones, entrevista, encuestas; este enfoque utiliza números estadísticos para la solución del problema ya identificado (Martinez, 2013).

En el proyecto de investigación se realizó un enfoque mixto el cual consiste la unión del enfoque cualitativo y cuantitativo por la razón que se encargan de recopilar información sobre el tema investigado, también permitió analizar y asociar las diferentes variables en estudio con el fin de dar una solución al problema.

4.2. Tipos de investigación

4.2.1. Investigación descriptiva

Describe un fenómeno y las características de grupos relevantes, determinando el grado en que se asocian las variables y realizando pronósticos específicos, supone un corte en el tiempo para analizar, determinados aspectos y sacar conclusiones sin fundamentar el procedimiento en la búsqueda de relación (Diaz, 2016).

En el presente estudio se utilizó la investigación descriptiva ya que se describió la asociatividad e innovación social como factores principales de la sociedad y los

mismos permitieron encontrar una solución óptima por medio de los GADs Parroquiales Rurales de Tungurahua.

4.2.2. Investigación exploratoria

En la investigación exploratoria ayuda a la recolección de información que no se obtuvo con la búsqueda de fuentes secundarias, los diseños exploratorios sirven para sacar los aspectos nuevos de los fenómenos desconocidos que pueden ser de utilidad para el desarrollo de la investigación (Fernandez J. , 2016).

4.3. Modalidad de la investigación

La modalidad de la investigación cumple un rol importante en la investigación, dentro de esta modalidad se encuentran la investigación de campo, la investigación bibliográfica y la investigación experimental.

4.3.1. Investigación bibliográfica

La investigación bibliográfica se encarga de recolectar información sobre el tema para tener un mejor entendimiento del tema de investigación, se puede tener de esta información algo relacionado al tema con el fin de entender el propósito de la investigación (Altimira & Muñoz, 2012).

Para el desarrollo de la investigación se han tomado fuentes secundarias como son los periódicos, revistas, libros, otros trabajos de investigación, etc. Sobre las variables en estudio de gestión asociativa e innovación social ya para el estudio de los GAD se ha consultado en la constitución y en el COOTAD.

4.3.2. Investigación de campo

La investigación de campo se efectuó directamente en el lugar físico donde se produce el acontecimiento, en este caso se realiza una encuesta a los presidentes de los GADs por medio de la cual se obtiene información que es importante para la ejecución del proyecto. El objetivo principal de las encuestas es investigar y recolectar información primordial del problema de estudio.

4.3.3. Estudio empírico

El método empírico se basa en la experimentación, observación y medición con las técnicas de encuesta, entrevista, cuestionarios que serán utilizados para llegar al objeto conociendo sus características fundamentales, es una fuente valiosa y útil para generar hipótesis estas deben ser debidamente comprobadas (Jansegers, 2017).

4.4. Población y Muestra

4.4.1. Población

Es buscar características importantes de cualquier fenómeno que se está analizando. Describe las tendencias de un grupo o población, se determina a partir de fórmulas y estimaciones (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

En la investigación del proyecto la población son directamente las instituciones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de Tungurahua.

<p>Cantón Ambato GADPR Ambatillo GADPR Atahualpa GADPR Augusto N. Martínez GADPR Const. Fernández GADPR Cunchibamba GADPR Huachi Grande GADPR Izamba GADPR Juan Benigno Vela GADPR Juan Montalvo GADPR Pasa GADPR Picaihua GADPR Pilahuín GADPR Quisapincha GADPR San Bartolomé de Pinlo GADPR San Fernando GADPR Santa Rosa GADPR Totoras GADPR Unamuncho</p> <p>Cantón Baños GADPR Lligua GADPR Río Negro GADPR Río Verde GADPR Ulba</p>	<p>Cantón Mocha GADPR Pinguilí</p> <p>Cantón Patate GADPR El Triunfo GADPR Los Andes GADPR Sucre</p> <p>Cantón Pelileo GADPR Benitez GADPR Bolívar GADPR Cotaló GADPR Chiquicha GADPR El Rosario GADPR García Moreno GADPR Huambaló GADPR Salasaka</p>	<p>Cantón Pillaro GADPR San José de Poaló GADPR Baquerizo Moreno GADPR Emilio María Terán GADPR Marcos Espinel GADPR Presidente Urbina GADPR San Andrés GADPR San Miguelito</p> <p>Cantón Quero GADPR Rumipamba GADPR Yanayácu</p> <p>Cantón Tisaleo GADPR Quinchicoto</p> <p>Total GADs Parroquiales Rurales de Tungurahua 44</p>
--	---	---

Tabla 6: Lista de las parroquias

Fuente: CONAGOPARE-Tungurahua

Elaborado por: Liliana Narvaez. (2018).

4.4.2. Muestra

“La muestra es un subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos” según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

En el proyecto de investigación la muestra son los 44 Gobiernos Autónomos Descentralizados parroquiales rurales de Tungurahua. Para realizar el cálculo de la muestra se realizó a través de la población finita.

4.5. Tipo de muestra

Básicamente, la muestra se divide en dos grandes ramas: La muestra probabilística y las muestras no probabilísticas. En la muestra probabilística todos los elementos pueden ser escogidos para la muestra. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

4.5.1. Muestreo por conveniencia

El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilístico donde los sujetos son seleccionados dada la conveniencia y accesibilidad para el investigador, los individuos son seleccionados porque están disponibles mas no porque hayan sido seleccionados mediante una formula estadística (Ochoa, 2015).

4.5.2. Muestra no Probabilística

En la muestra no probabilística los elementos no dependen de la probabilidad sino de las causas relacionadas con las características de la investigación o el propósito del investigador (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

En el proyecto que se está desarrollando la metodología a utilizar es la muestra por conveniencia donde los sujetos son seleccionados por conveniencia del investigador, en este proyecto se estudiara directamente a los 44 Gobiernos parroquiales Rurales de la provincia de Tungurahua.

4.6 Recopilación de la Información

4.6.1 Instrumento

El instrumento que se utilizó para recopilar la información fue la encuesta que se la puede definir como un conjunto de preguntas que están presentadas en un cuestionario el cual debe ser conciso, sin ambigüedad, redactado con claridad para que sea

entendible para los sujetos involucradas en la investigación, además tiene la finalidad de recoger información primaria y cuantitativa con fines descriptivos a partir de una muestra. (Chipantiza, 2017)

4.6.2 Proceso de Recopilación

La recolección de la información permitió dar sustento, validez y confiabilidad a la investigación que se realizó, esta información se extrajo de las fuentes de información primaria que fueron receptadas directamente mediante el contacto directo con el objeto de estudio a través de la encuesta.

4.6.3 Explicación

- Esta información sirvió para comprobar la hipótesis y recopilar la información que se necesite para dar solución al problema en estudio.
- Se recolectó la información de los GADs Parroquiales rurales de Tungurahua.
- Los temas a encuestar son asociatividad e innovación social.
- Las mismas que fueron recolectados por Narvaez en el mes de febrero 2018 a través de preguntas a los presidentes de los GADs.
- La información fue realizada una vez utilizando la técnica de recolección de encuesta a través de un cuestionario en horas de la mañana y tarde

4.7. Procesamiento de la Información

Codificación de la información. - Después de la aplicación de las encuestas y se recopila la información se revisó para determinar si existen errores, respuestas que no concuerdan para posteriormente organizarla de la mejor manera para facilitar la tabulación.

Tabulación de la información. - En primer lugar, se analizó cada alternativa de cada pregunta asignándole un código que ayude en el proceso de tabulación. Para que los resultados sean más comprensibles y con una mayor apreciación se trabajó con el software SPSS que sirvió para tabular información.

Graficar. - Los resultados se plasmaron en gráficos para una mayor comprensión.

Analizar. - En esta etapa se redactarán los resultados obtenidos y se los presentara con valores porcentuales que permiten una mejor interpretación y análisis de los resultados obtenidos.

Interpretar. - En esta última etapa se interpreta los resultados con los cuales se puede afirmar o desmentir la hipótesis y poder proponer una posible solución para lo cual se utilizó el modelo.

Alpha de Cronbach

El coeficiente alfa fue descrito en 1951 por Lee J. Cronbach. Es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados (Cronbach, 1947).

Para la determinación y confiabilidad del instrumento, se procedió a realizar el coeficiente Alpha de Cronbach. Los valores de este coeficiente oscilan entre 0 y 1 lo que sirve para saber si el instrumento es fiable, en donde su interpretación dice que mientras más se acerca al valor 1 más fiable es el instrumento considerando un valor de 0,70 (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2006). George y Halley sugieren los siguientes valores del coeficiente de Alpha de Cronbach:

Coeficiente Alpha > 0.9 es excelente

Coeficiente Alpha > 0.8 es bueno

Coeficiente Alpha > 0.7 es aceptable

Coeficiente Alpha > 0.6 es cuestionable

Coeficiente Alpha > 0.5 es pobre

Coeficiente Alpha < 0.5 es inaceptable

El Alpha de Conbrach se aplicó en la prueba piloto el mismo que contaba con 11 ítems así realizado el respectivo cálculo se obtuvo un valor de 0,749 como se puede apreciar en la tabla

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,749	11

Tabla 7: Alfa de Conbrach

Fuente: SPSS

Elaborado: Liliana Narvaez (2018)

Estadísticas de total de elemento	
Preguntas de prueba piloto	Alfa de Cronbach
¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de planificación participativa en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?	0,679
¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de presupuestación participativa en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?	0,685
¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de comunicación social en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?	0,806
¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de control social en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?	0,698
¿Cómo califica los proyectos asociativos impulsados por los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?	0,783
¿Cómo califica la cultura asociativa en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?	0,720
¿Cómo califica el liderazgo asociativo en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?	0,687
¿Cómo califica las herramientas colectivas en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?	0,694
¿Cómo califica la innovación social en el diseño y gestión de proyectos sociales en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?	0,692
¿Cómo califica la innovación social en el control y uso del espacio público de los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?	0,791
¿Cómo califica la innovación social en la promoción de la cultura de los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?	0,748

Tabla 8: Elementos de Conbrach

Fuente: SPSS

Elaborado: Liliana Narvaez (2018)

CAPITULO V

5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

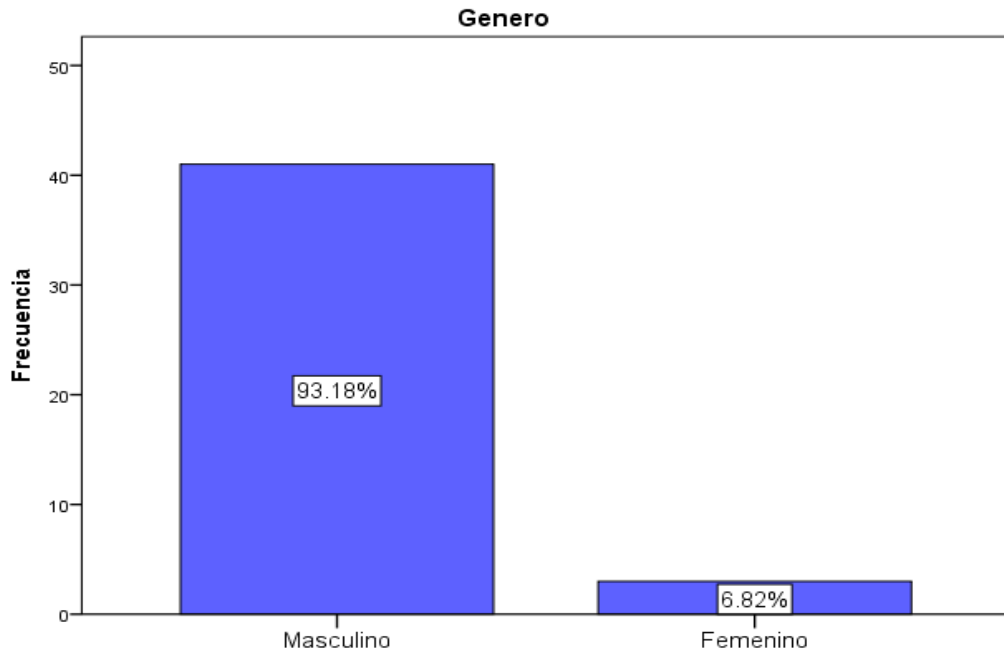


Gráfico 11: Género

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En este gráfico se puede apreciar el género de los presidentes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Rurales de Tungurahua de los 44 presidentes encuestados el 93,18% es masculino, en comparación a un 6.82% que es femenino. En este gráfico se puede ver a simple vista que el género masculino gana mayor espacio como presidentes de los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua entendiendo que el género masculino se involucra más en el sector público. Por lo tanto se interpreta que falta mayor interacción en el desarrollo de funciones en las entidades públicas por parte de las mujeres, en donde no son aceptadas por la razón que cierto porcentaje de la población ecuatoriana aun es machista.

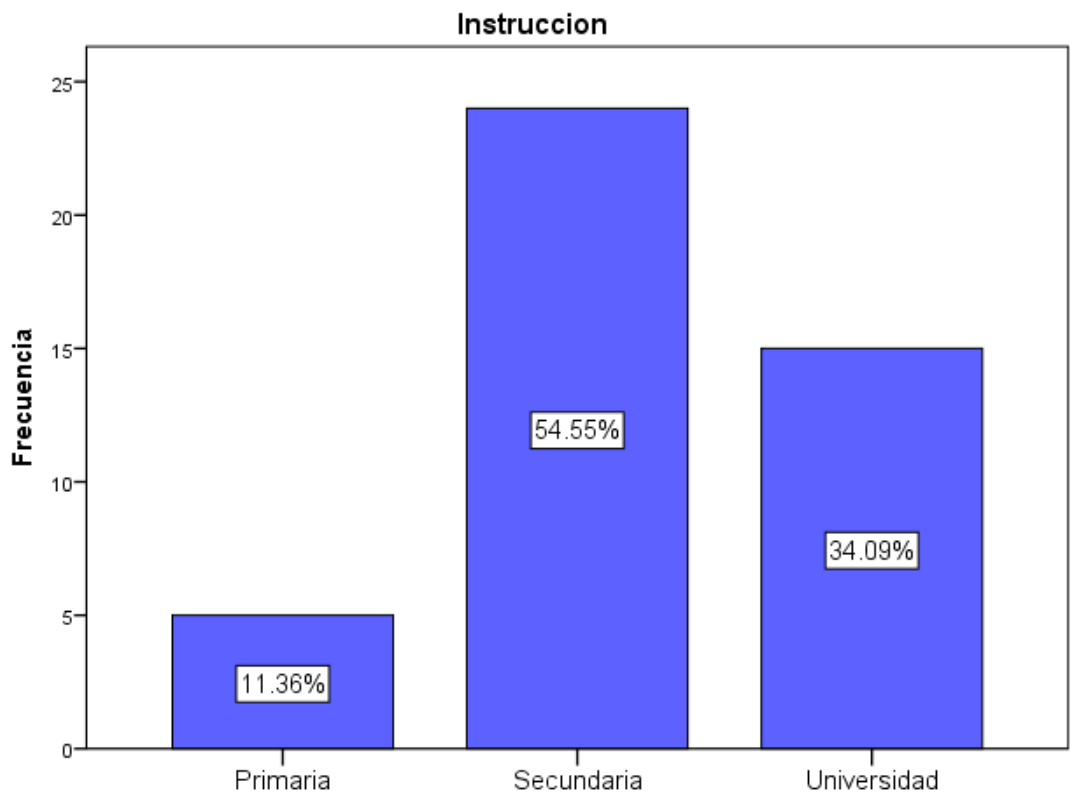


Gráfico 12: Nivel de instrucción
Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En este grafico se observa el nivel de instrucción de los 44 presidentes de los GAD’s parroquiales rurales de Tungurahua en donde el mayor porcentaje es de 54,55% que corresponde al nivel de instrucción secundario, siguiendo como segundo lugar con 34,09% el nivel de instrucción universidad y como último porcentaje de 11,36% se ubica la primaria. Por medio de estos datos se entiende que la mayor parte de los presidentes de los diferentes GAD’s están en un nivel de educación secundario.

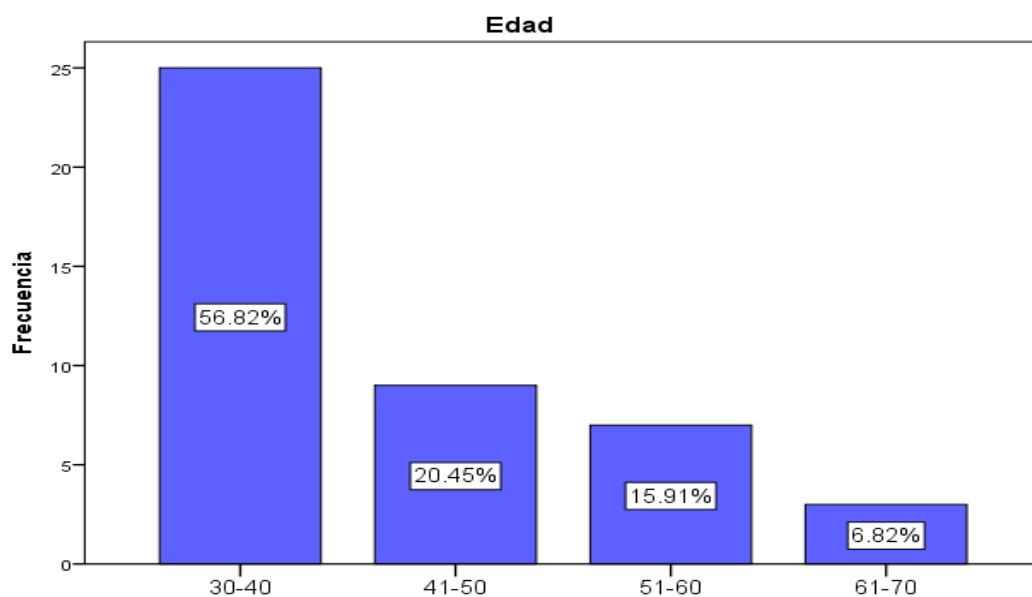


Gráfico 13: Edad

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

El gráfico de la edad de los 44 presidentes de los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua con un porcentaje mayor de 56,82% esta los presidentes que tienen de 30 a 40 años de edad, mientras que en segundo puesto con 20,45% están los presidentes de 41 a 50 años de edad, en tercer puesto con 15,91% se ubican los presidentes de 51 a 60 años y por ultimo con un porcentaje de 6,82% se encuentran los presidentes de 61 a 70 años de edad.

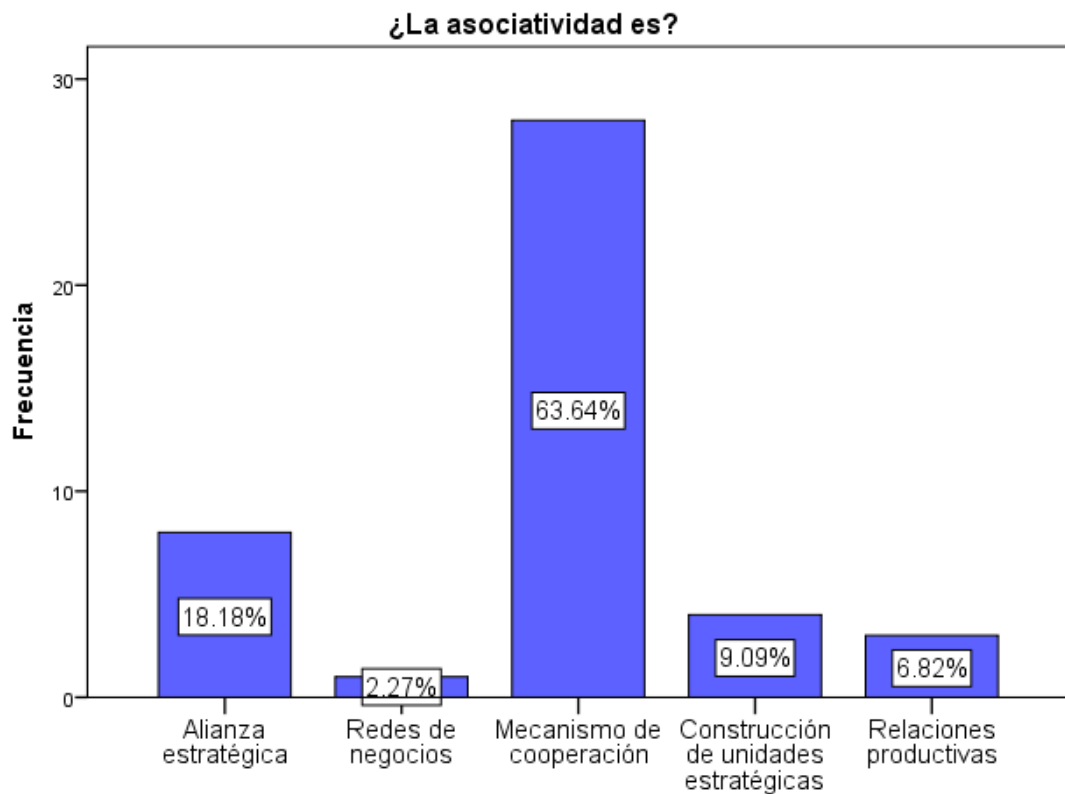


Gráfico 14: La asociatividad
Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En la pregunta sobre que es la asociatividad?. De los 44 presidentes encuestados un 63,64% coinciden que es un mecanismo de cooperación, siguiendo como segundo lugar un 18,18% dicen que son las alianzas estratégicas, en tercer lugar con un 9,09% dicen que son construcción de unidades estratégicas, mientras que un 6,82% acuerdan que son relaciones productivas y por ultimo con 2,27% dice que es redes de negocios. Con estos datos se evidencia que la mayor parte de los presidentes tienen alguna idea sobre la asociatividad que además pueden desarrollar diferentes actividades o crear grupos asociativos para el desarrollo de sus parroquias.

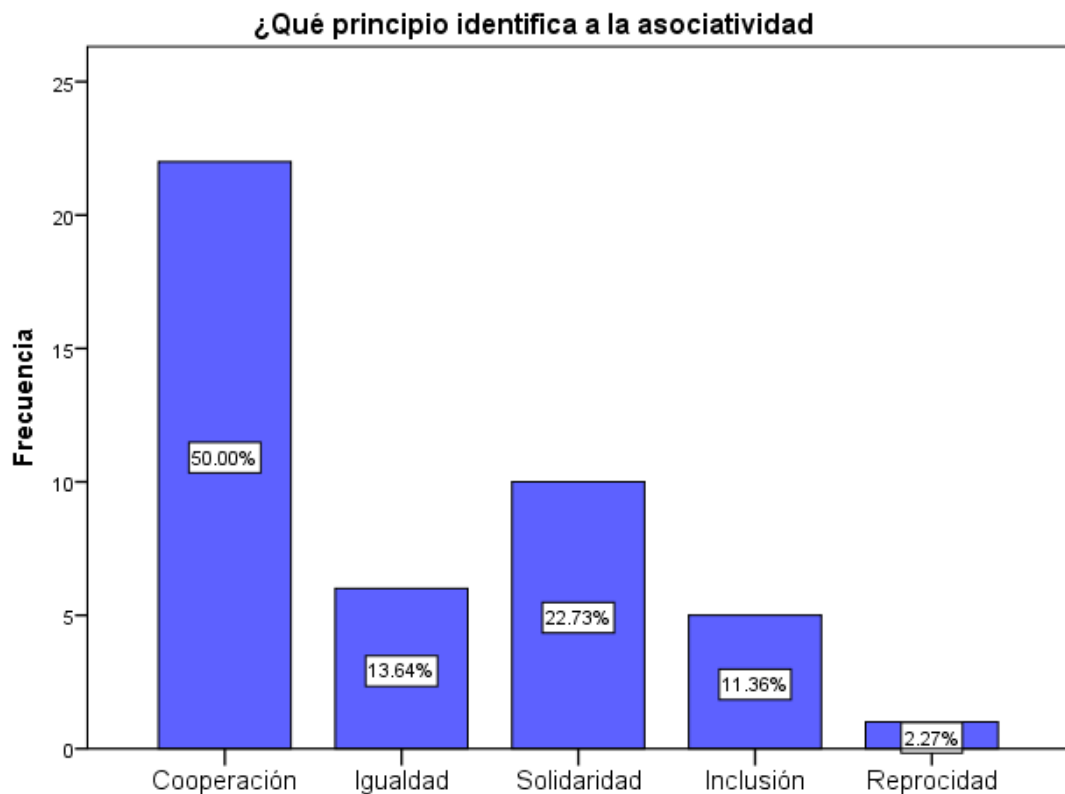


Gráfico 15: Principio de asociatividad
Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En esta pregunta el principio de asociatividad, de los 44 presidentes de los GAD's el principio de cooperación ocupa el primer lugar con un porcentaje de 50%, en segundo puesto se ubica la solidaridad con un 22,73% mientras que la igualdad ocupa el tercer puesto con 13,64%, y la inclusión ocupa el cuarto puesto con 11,36%, como último lugar con 2,27% ocupa el principio de igualdad. Con esta información obtenida por medio de las encuestas se identifica que el principio fundamental según los presidentes de los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua es la cooperación los mismos opinan que por medio de este principio le puede llegar a obtener una asociatividad sostenida.

¿Cuál es el principal problema que presenta la asociatividad en el sector público

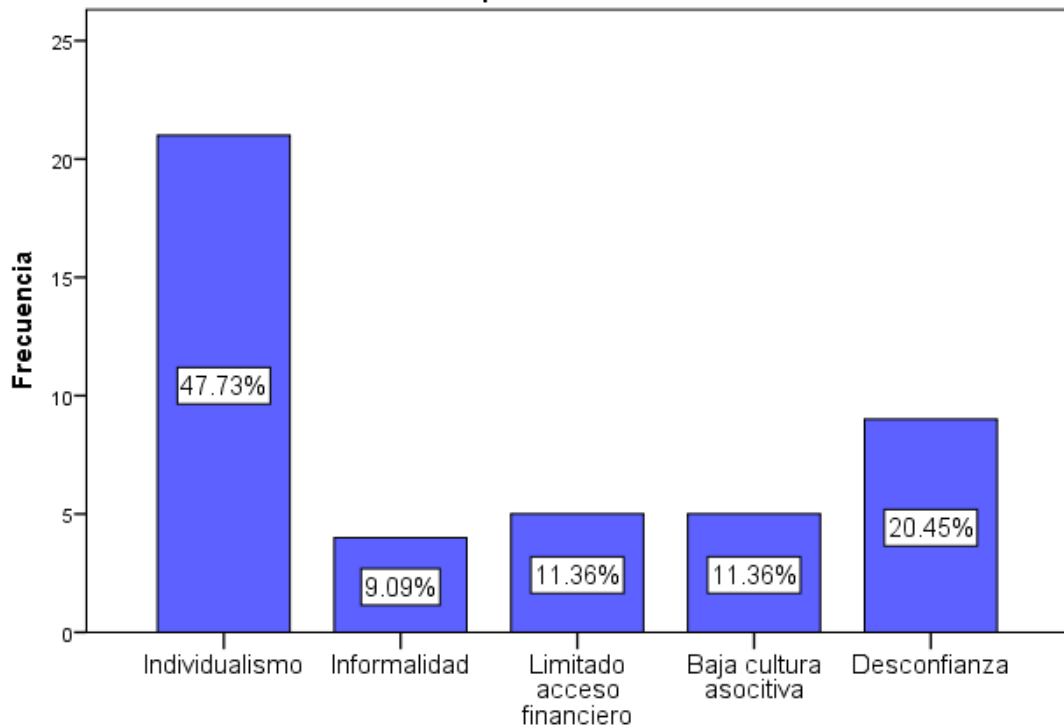


Gráfico 16: Problema de la asociatividad

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En la pregunta del principal problema de la asociatividad en el sector público se obtuvo las siguientes respuestas de los presidentes de los GAD's parroquiales rurales como primer punto esta con 47,73% concuerdan que el principal problema es el individualismo, en segundo puesto con 20,45% está ubicado el problema de desconfianza, en el tercer lugar con 11,36% está la baja cultura y el limitado acceso financiero, en cuarto lugar, con el 9,09% está ubicado el problema de informalidad. Con esta información indica que el principal problema de la asociatividad en los sectores públicos es el individualismo ya que cada quien mira por su bienestar y no sienten el interés de agruparse para generar una ventaja.

¿Cuál es el principal motivo que justifica la creación de una asociatividad entre los GAD's

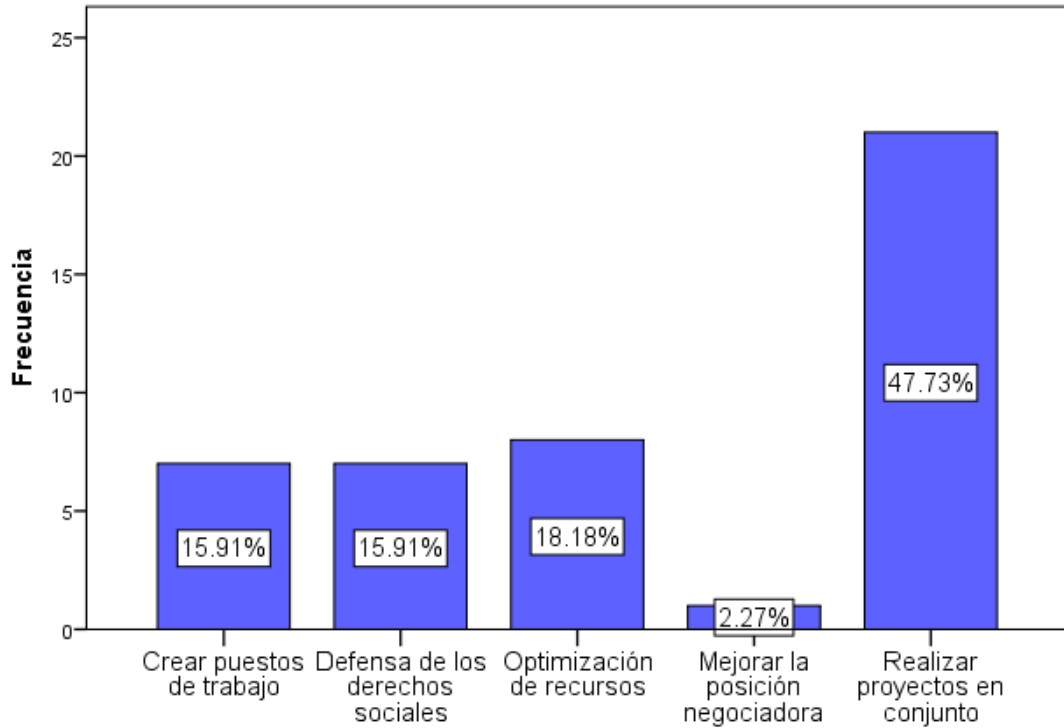


Gráfico 17: Motivo de creación
Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En esta pregunta que dice el motivo de la creación de la asociatividad en los GAD's con la encuesta realizada se observa que un 47,73% opinan que realizar proyectos en conjunto es la justificación a la creación de una asociatividad, mientras que el 18,18% dice que es la optimización de recursos, en tercer lugar esta con 15,91% que dice que es crear puestos de trabajo y la defensa de los derechos sociales. Con esta información obtenida por medio de las encuestas los presidentes opinan que el motivo para crear una asociatividad entre los sectores de las parroquias rurales es la realización de proyectos en conjunto ya que por medio de ellos pueden beneficiarse todos los participantes.

¿Cuál es la principal necesidad de formación que debe mantener la asociatividad para realizar una labor eficiente?

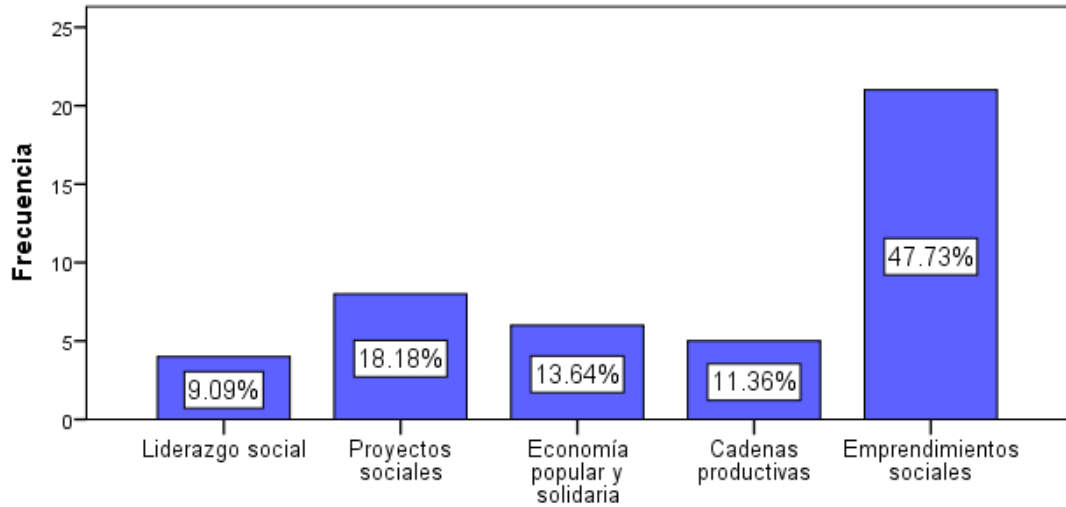


Gráfico 18: Principal necesidad de formación

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En esta pregunta de la formación que debe mantener la asociatividad para una labor eficiente de los 44 presidentes encuestados un 47,73% respondió que los emprendimientos sociales ayudan a tener una labor eficiente, mientras que el 18,18% dice que los proyectos sociales es la fase de formación, luego con 13,64% está la economía popular y solidarias, además se encuentra con un porcentaje de 11,36% dicen que es la cadena productiva es la formación eficiente por ultimo con un 9,09% eta ubicado el liderazgo social. Con esta información se determina que el principal motor para la formación de una asociatividad y su labor eficiente en las diferentes actividades a realizar como una asociación es los emprendimientos sociales.

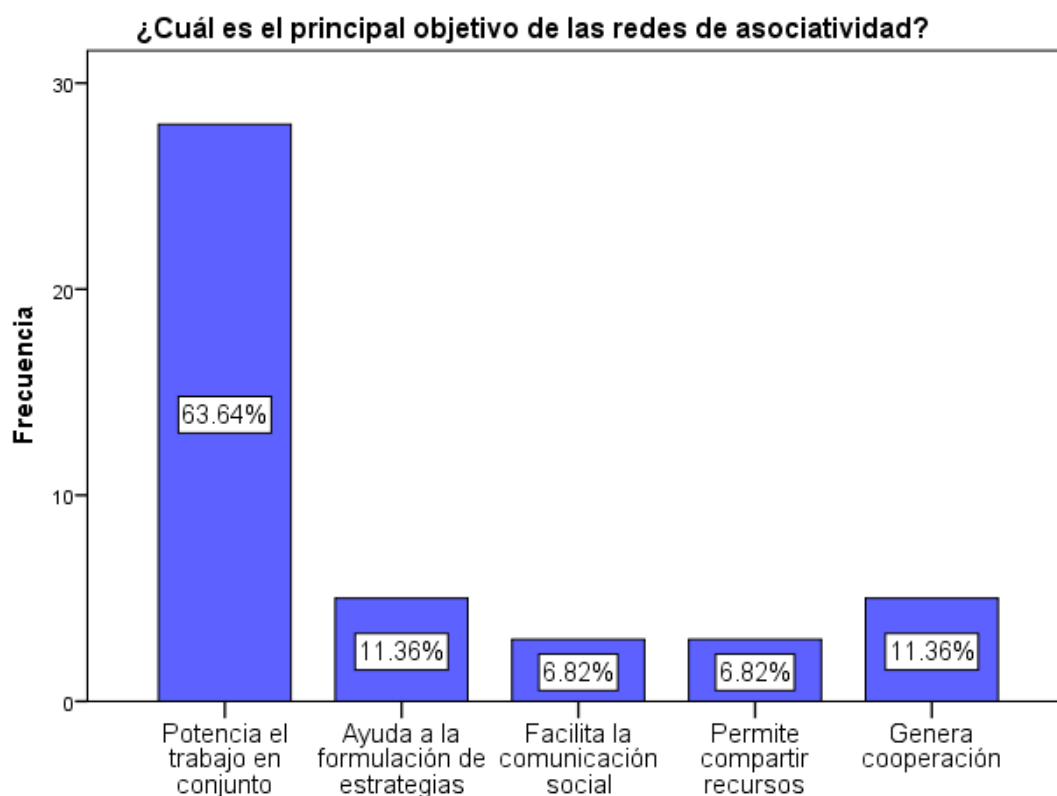


Gráfico 19: *Objetivo de las redes*

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En esta pregunta del principal objetivo de las redes de asociatividad de los 44 presidentes encuestados el 63,64% concuerda que potencia el trabajo en conjunto, en segundo puesto esta con 21,36% está ubicado la generación de cooperación y ayuda a la formulación de estrategias y con 6,82% está la facilita la comunicación social y permite compartir recursos. Con esta información obtenida por medio de la encuesta se determina que el principal objetivo de las redes de la asociatividad es que potencia el trabajo en conjunto por medio del mismo pueden generar oportunidades para el desarrollo de las respectivas parroquias.

¿Cómo califica el grado de cooperación en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?

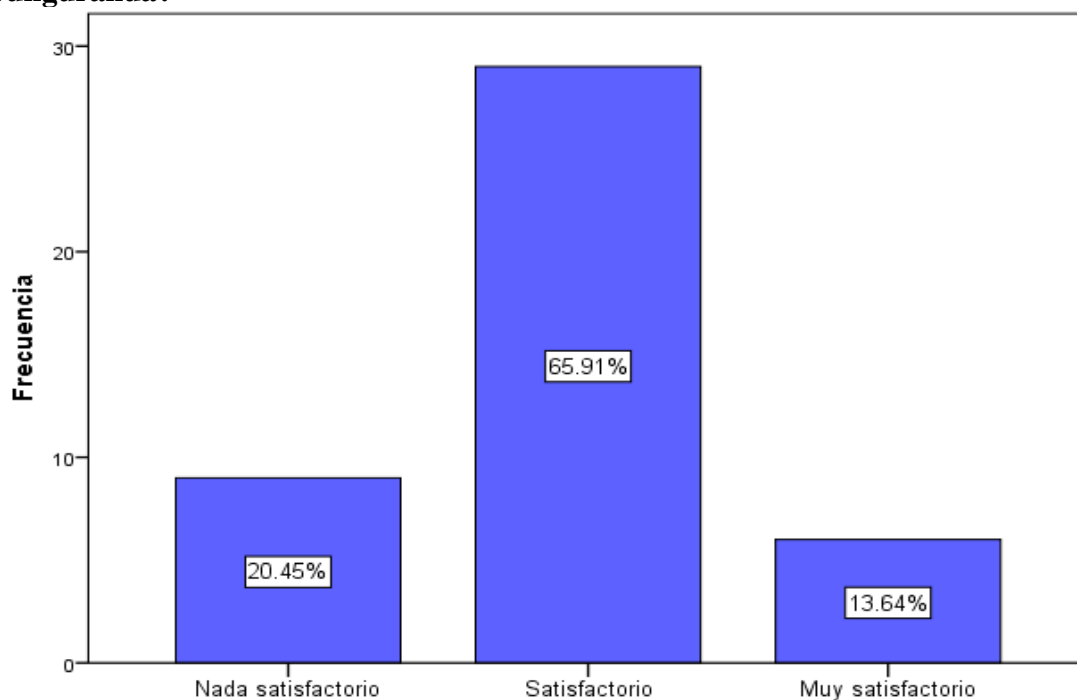


Gráfico 20: Grado de cooperación

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En la pregunta qué opina del grado de cooperación en los GAD's rurales con la encuesta realizada se determina que el 65, 91% es satisfactorio la cooperación entre las instituciones, mientras que el 20,45% dice que es nada satisfactorio la cooperación y finalmente el 13,64% dice que es muy satisfactorio. Con esta información obtenida se llega a entender que el grado de cooperación entre los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua es satisfactorio lo cual demuestra que hay que trabajar para llegar a tener un grado de cooperación muy satisfactorio entre las instituciones participantes.

¿Cómo califica la participación de los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua en los proyectos socioproductivos?

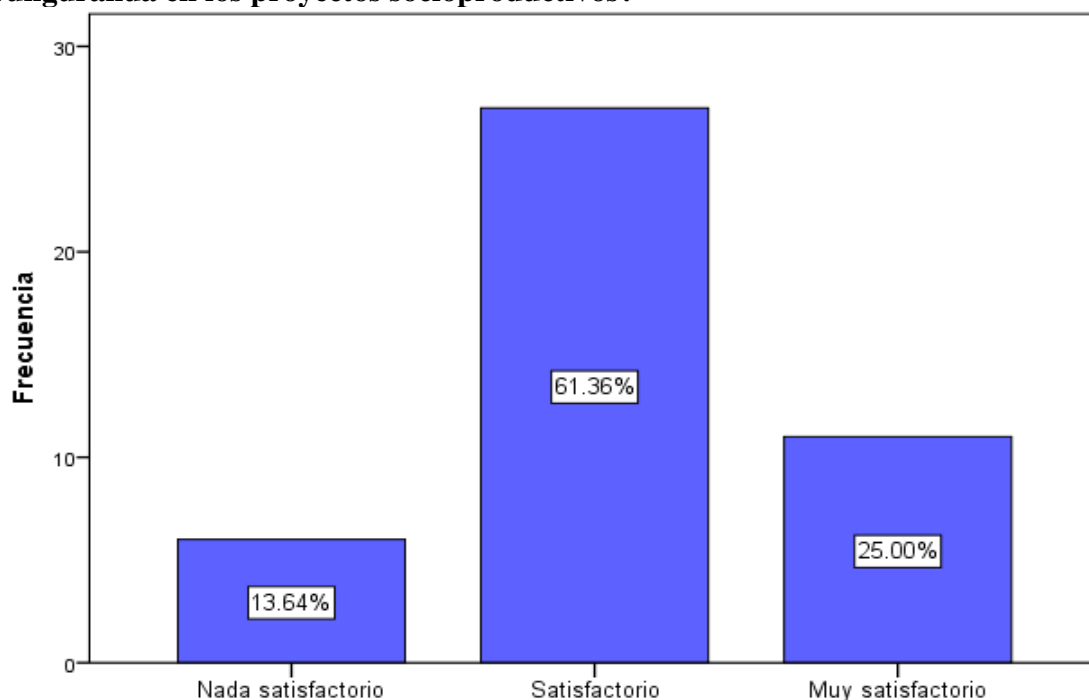


Gráfico 21: Participación en proyectos

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En la pregunta de la participación de los GAD's parroquiales rurales en proyectos socio productivos, de los presidentes encuestados el 61,36% respondió que es satisfactorio, mientras que el 25% respondió que es muy satisfactorio y por último el 13,64% dijo que es nada satisfactorio. Con esta información obtenida se determina que la participación de los GAD's en proyectos socio productivos es satisfactorio, pero tomando en cuenta los recortes presupuestarios asignados a los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua, es un gran avance que se haya logrado cumplir algunos proyectos para el beneficio de las respectivas parroquias.

¿Cómo califica la asocitividad en los procesos de planificación participativa en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?

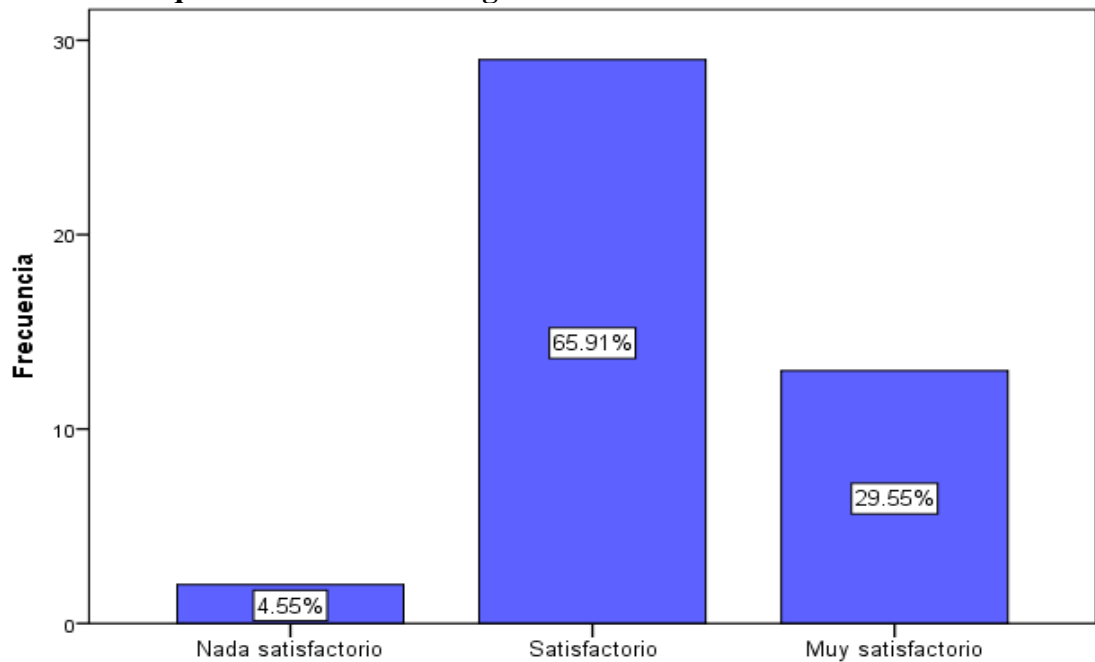


Gráfico 22: Procesos de planificación

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En esta pregunta de la asocitividad en los procesos de planificación participativa en los GAD's los presidentes encuestados respondieron que el 65,91% dicen que es satisfactorio mientras que el 29,55% es muy satisfactorio y por último el 4,55% respondió que es nada satisfactorio. Lo que da a interpretar con esta información obtenida es que falta llegar a la excelencia en los procesos de planificación participativa en los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua para llegar a obtener un desarrollo económico y social en las respectivas parroquias.

¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de presupuestación participativa en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?

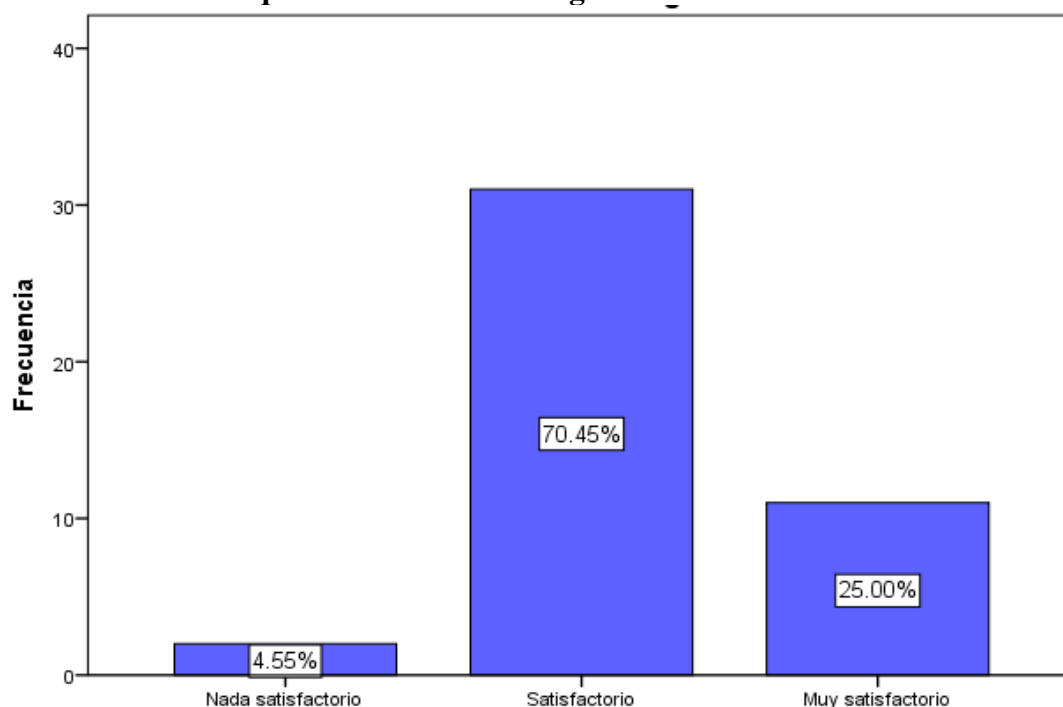


Gráfico 23: Procesos de presupuestación

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En esta pregunta de la asociatividad involucrada en los procesos de presupuestación participativa en los GAD's, de los 44 presidentes encuestados el 70,45% está en un grado de satisfactorio, mientras que el 25% está muy satisfactorio y el 4,55% está nada satisfecho. En la información obtenida se identifica que no todos los presidentes están muy satisfechos con la asociatividad en los procesos de presupuestación participativa en los GAD's parroquiales rurales parroquiales de Tungurahua, lo que demuestra que hace falta más interacción de todos los miembros para lograr que la asociación participe en estos procesos.

¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de comunicación social en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?

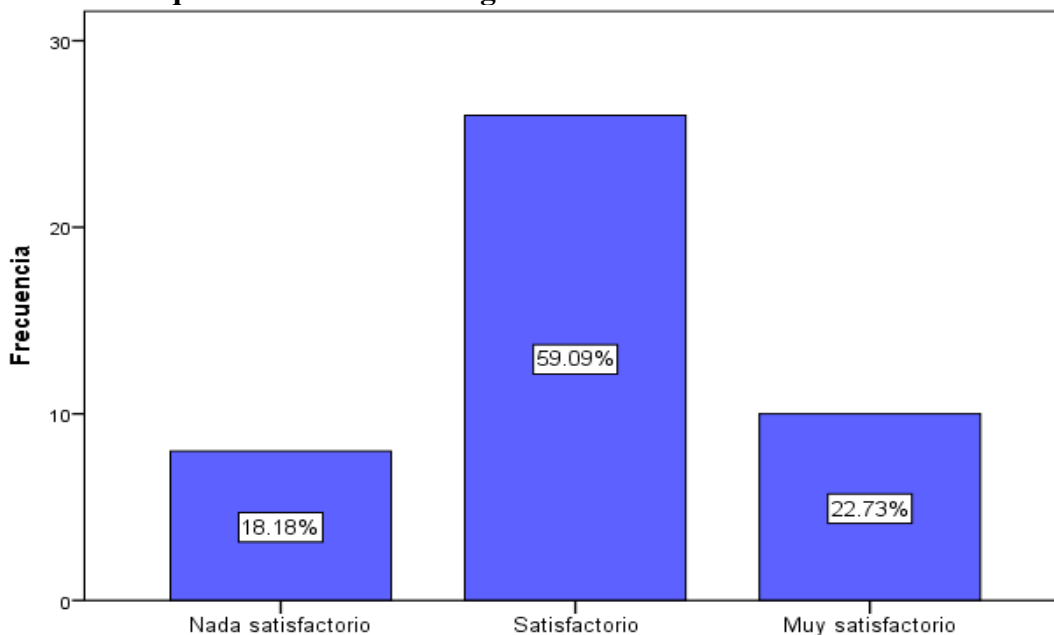


Gráfico 24: *Procesos de comunicación*

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

De la pregunta realizada sobre la asociatividad en los procesos de comunicación social en los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua de todos los presidentes encuestados respondieron que el 59,09% da una calificación de satisfactorio, el 22,73% dice estar muy satisfecho mientras que el 18,18% dice que no está nada satisfecho con la asociatividad en los procesos de comunicación social en los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua, lo que se entendió que hace falta más unión para crear una comunicación social apta para llegar a entender de mejor manera las actividades que se desarrollan en los GAD's.

¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de control social en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?

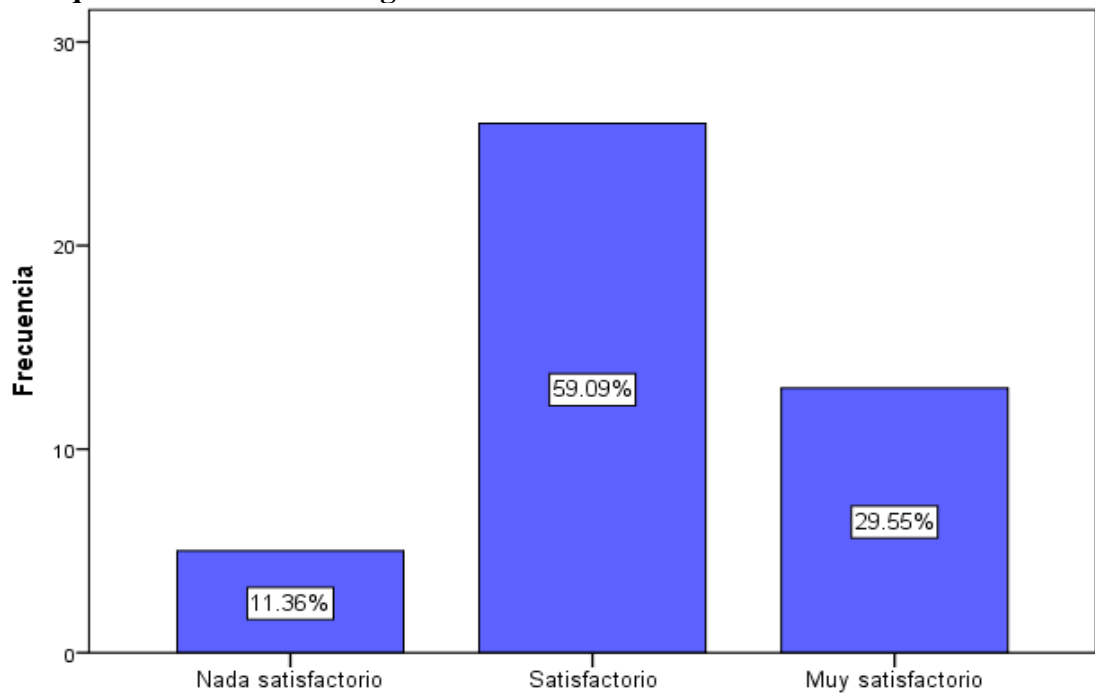


Gráfico 25: Control social

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En la pregunta de la asociatividad en los procesos de control social en los GAD's de los 44 presidentes encuestados el 59,09% dio una calificación de satisfactorio, el 29,55% califico como muy satisfactorio, mientras que el 11,36% respondió como nada satisfactorio. Con la información obtenida se evidencia que los GAD's parroquiales Rurales de Tungurahua cumplen con los procesos de control como por ejemplo la rendición de cuentas de los GAD's.

¿Cómo califica los proyectos asociativos impulsados por los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?

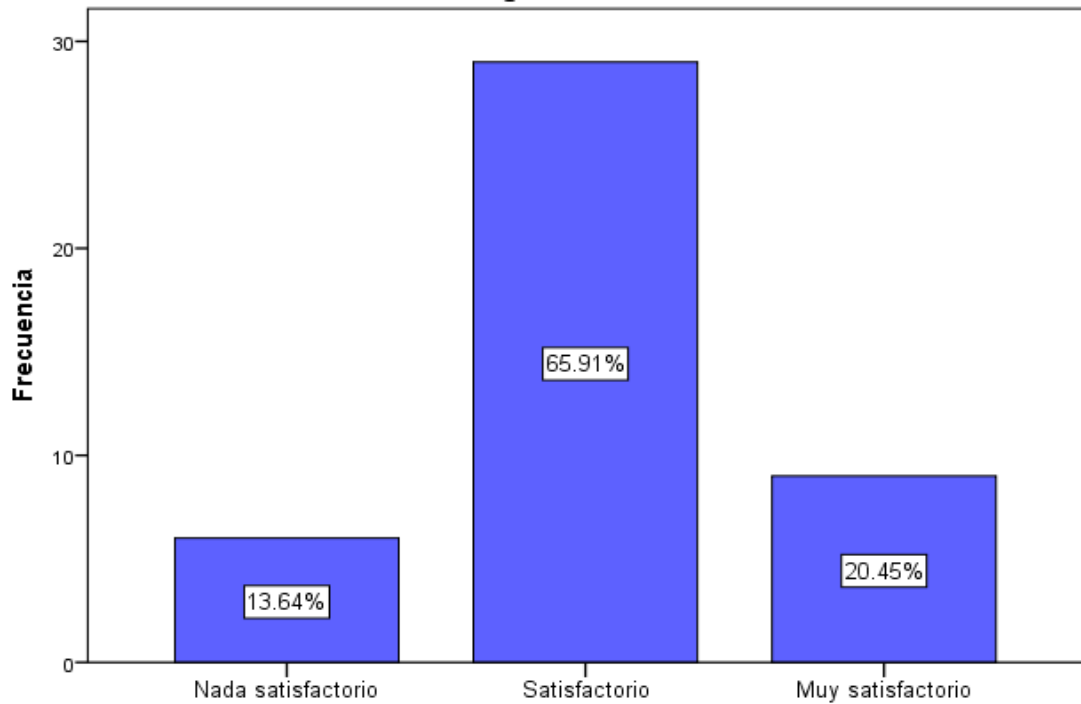


Gráfico 26: Procesos asociativos
Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En esta pregunta que se refiere a los proyectos asociativos que son impulsados por los GAD's en donde los presidentes encuestados respondieron de la siguiente manera el 65,91% calificó que es satisfactorio, el 20,45% dijo que es muy satisfactorio mientras que el 13,64% calificó como nada satisfactorio. De la información obtenida se interpreta que hay que trabajar más en proyectos asociativos que impulsan los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua estos proyectos pueden servir para el desarrollo de la población sea en la productividad o algún otro campo que posee una ventaja la parroquia.

¿Cómo califica la cultura asociativa GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?

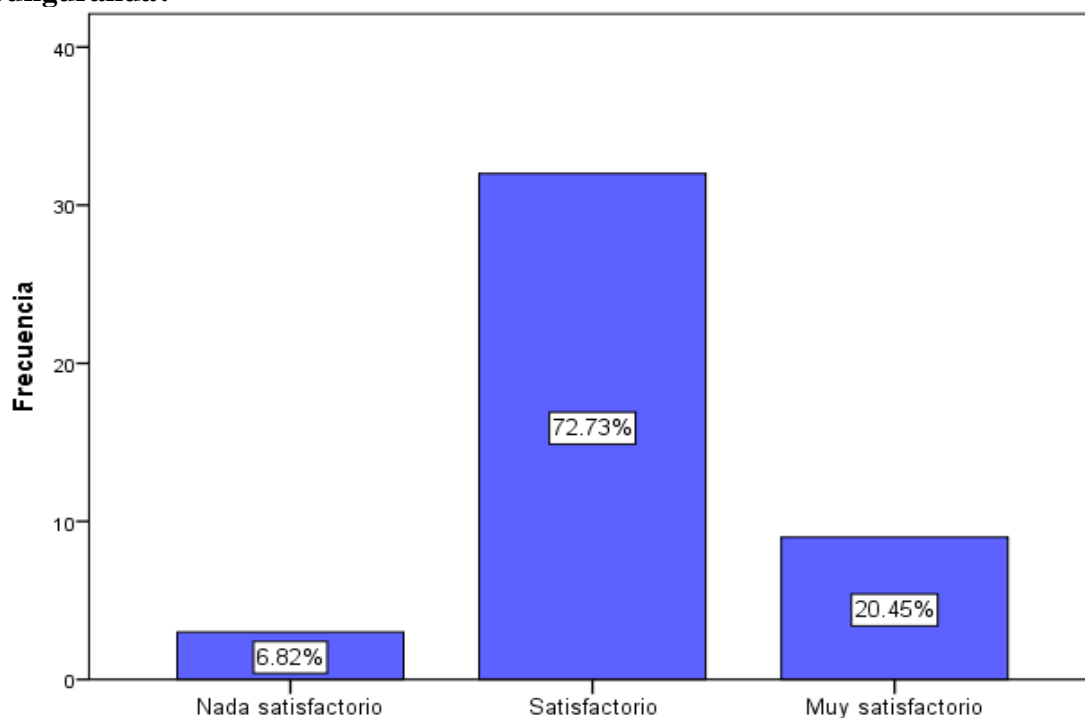


Gráfico 27: Cultura asociativas
Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En esta pregunta dice lo siguiente como califica la cultura asociativa en los GAD's en donde los presidentes respondieron el 72,73% calificó como satisfactorio, el 20,45% dijo estar muy satisfecho mientras que el 6,82% califico como nada satisfactorio. Con esta información obtenida por medio de las encuestas se determina que la cultura asociativa no está presente en todos los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua en donde es importante la cultura, por medio de la misma se puede realizar diferentes actividades en beneficio de la población.

¿Cómo califica el liderazgo asociativo en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?

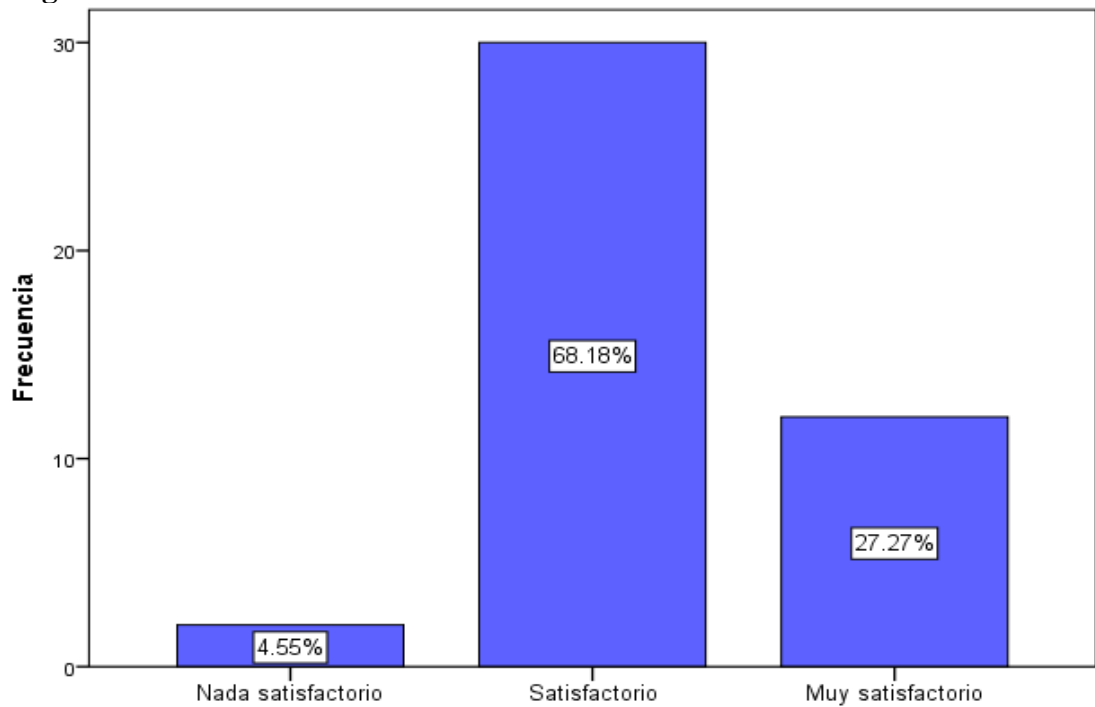


Gráfico 28: Liderazgo asociativo

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En la siguiente pregunta cómo califica el liderazgo asociativo en los GAD's de los 44 presidentes encuestados de los diferentes GAD el 68,18% calificó como satisfactorio y el 27,27% calificó como muy satisfactorio mientras que el 4,55% dijo estar nada satisfactorio. Con la información obtenida se concluye que el liderazgo de un presidente es lo que motiva a las comunidades a realizar trabajos en conjunto para el bienestar de las mismas.

¿Cómo califica las herramientas colectivas en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?

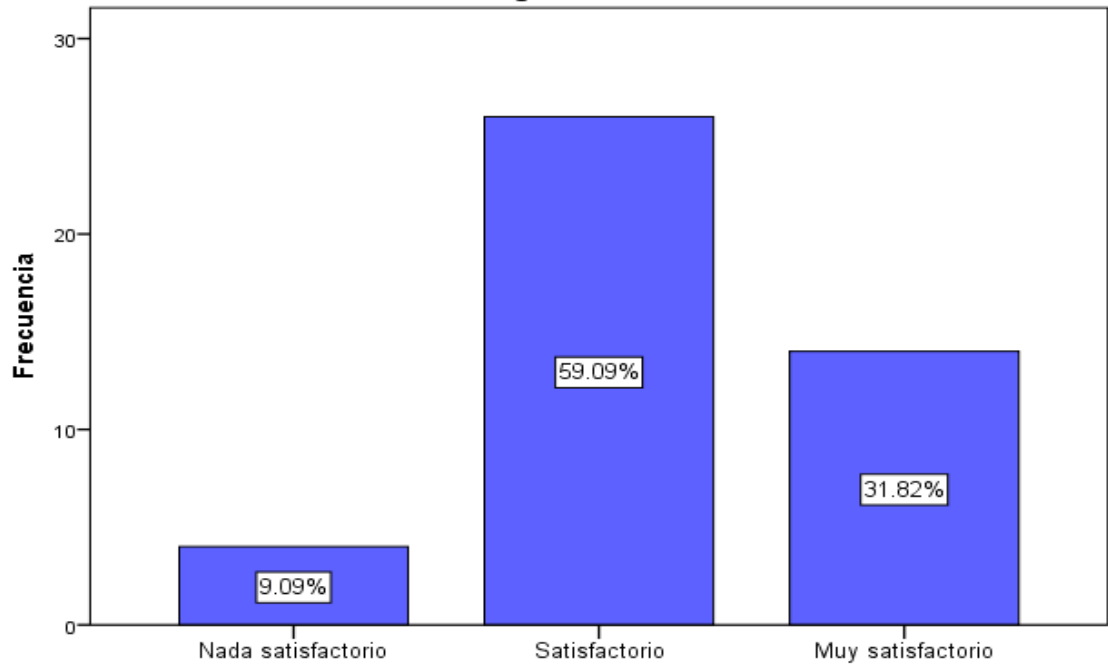


Gráfico 29: Herramientas colectivas
Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En la pregunta cómo califica las herramientas colectivas en los GAD's, de los presidentes encuestados el 59,09% calificó de satisfactorio y el 31,82% de los presidentes calificaron como muy satisfactorio mientras que el 9,09% respondió que nada satisfactorio. Con la información obtenida de la encuesta se llegó a identificar que falta manejar las herramientas colectivas en los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua estas herramientas y su uso adecuado permiten desarrollar capacidades de interacción entre los GAD's y la población.

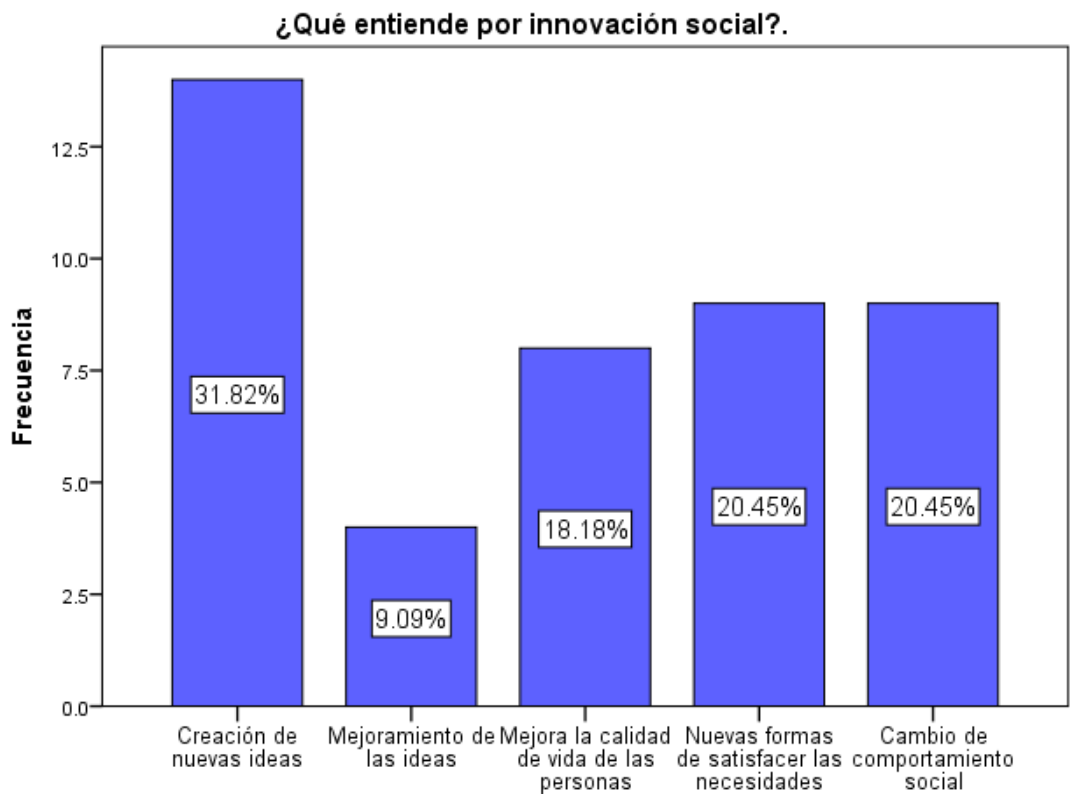


Gráfico 30: Innovación social
Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En esta pregunta que dice que entiende por innovación social que se realizó a los presidentes de los 44 GAD's parroquiales en donde el 31,82% respondió que son creación de nuevas ideas, en segundo lugar con un porcentaje de 20,45% respondió que la innovación es el cambio de comportamiento social y las nuevas formas de satisfacer las necesidades, en tercer puesto con 18,18% respondieron que la innovación es mejorar la calidad de vida de las personas en cuarto puesto con 9,09% dice que la innovación es el mejoramiento de las ideas. Con la información obtenida a través de las encuestas se determina que los presidentes entienden que es la innovación social.

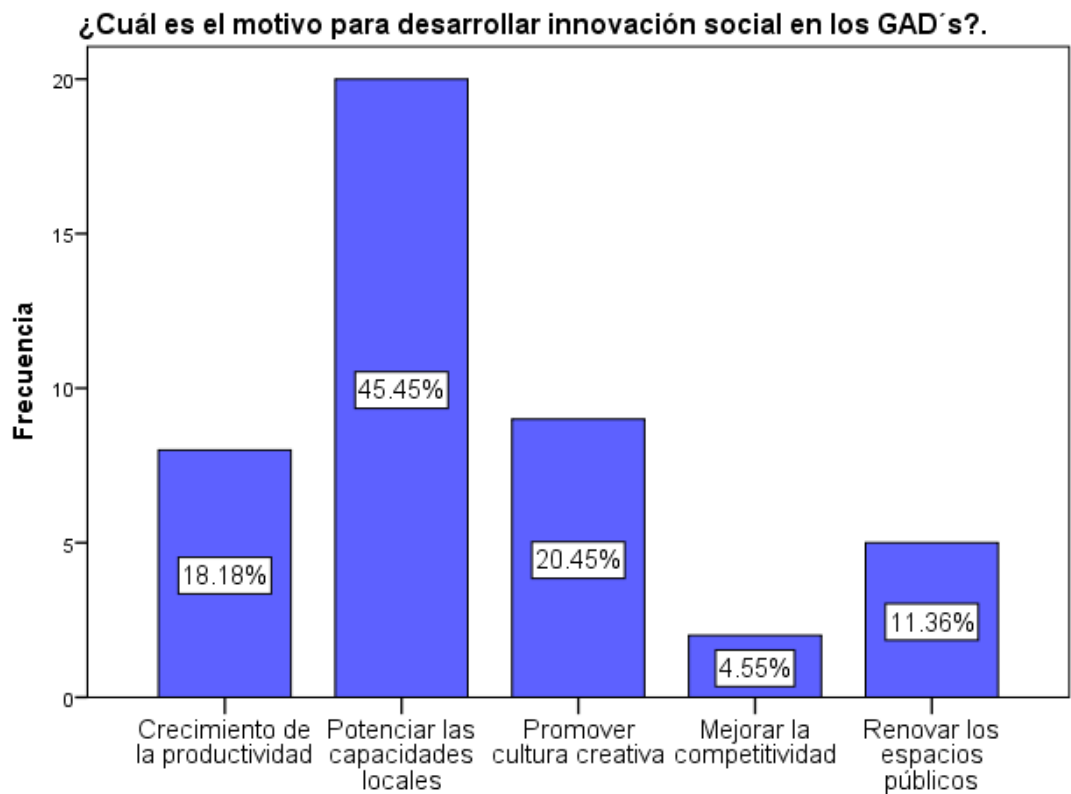


Gráfico 31: Motivo de innovación
Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En esta pregunta cuál es el motivo para el desarrollo de innovación social en los GAD's, de los presidentes encuestados el 45,45% respondieron que es potenciar las capacidades locales, y el 20,45% dijo que es promover la cultura, en tercer lugar el 18,18% respondió que es el crecimiento de la productividad mientras que el 11,36% respondieron que es renovar los espacios públicos y por último con 4,55% de los encuestados dijeron que es mejorar la competitividad. Con la información obtenida de la encuesta se determina que los presidentes de los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua dicen que el motivo para el desarrollo de la innovación social es potenciar las capacidades locales los mismos que darán la oportunidad de innovar en las parroquias.

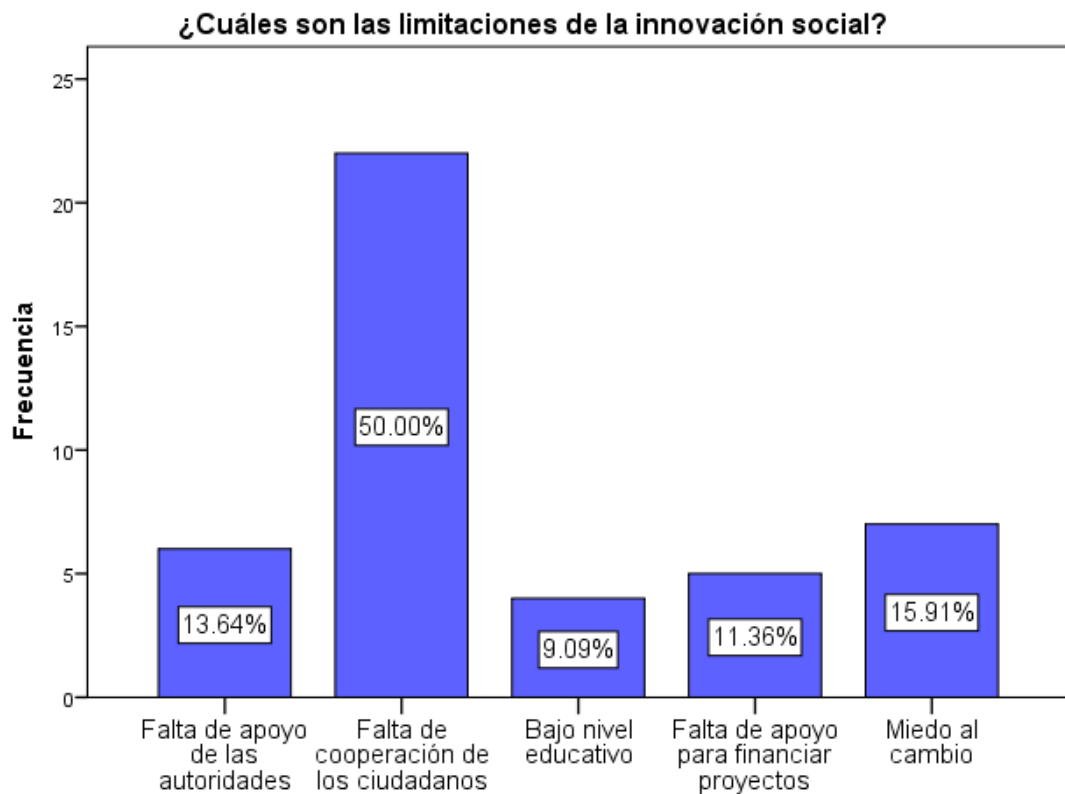


Gráfico 32: Limitaciones de la innovación
Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En esta pregunta de cuál es la limitación de la innovación social de los presidentes encuestados en donde el 50% dice que es la falta de cooperación de los ciudadanos, en segundo lugar el 15,91% respondieron que es el miedo al cambio, mientras que el 13,64% es la falta de apoyo de las autoridades, de los encuestados el 11,36% respondió que es la falta de apoyo de financiar proyectos y por último el 9,09% respondió que es el bajo nivel educativo. Con la información obtenida donde la mayor parte de los presidentes respondieron que la limitación para la innovación es la falta de cooperación de los ciudadanos por la razón que no hay un interés para innovar y por lo tanto no puede haber desarrollo social en los GAD's.

¿Cómo califica la innovación social en el diseño y gestión de proyectos sociales en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?

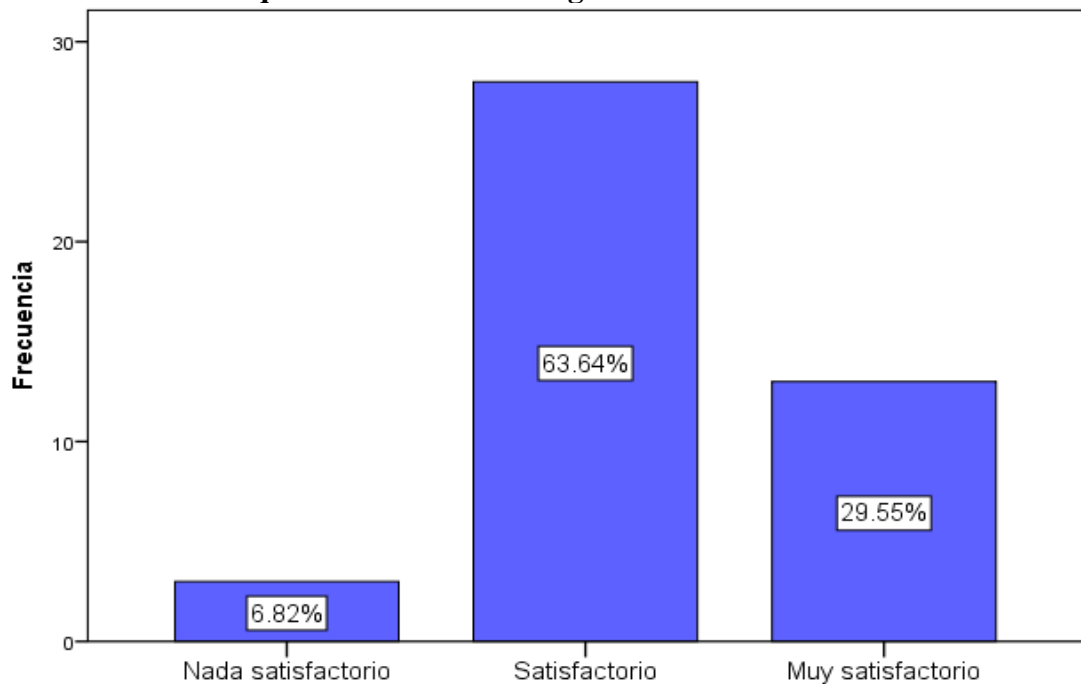


Gráfico 33: Diseño y gestión
Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En esta pregunta que dice cómo califica la innovación social en el diseño y gestión de proyectos sociales, de los presidentes encuestados el 63,64% calificó que es satisfactorio, en segundo lugar el 29,55% calificaron como muy satisfactorio mientras que el 6,82% calificaron como nada satisfactorio. Con la información obtenida se identifica que los presidentes de los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua trabajan por desarrollar proyectos sociales en beneficio de los ciudadanos, pero cabe mencionar que aún deben seguir trabajando para llegar a la excelencia en el desarrollo de los proyectos.

¿Cómo califica la innovación social en la formulación de políticas públicas en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?

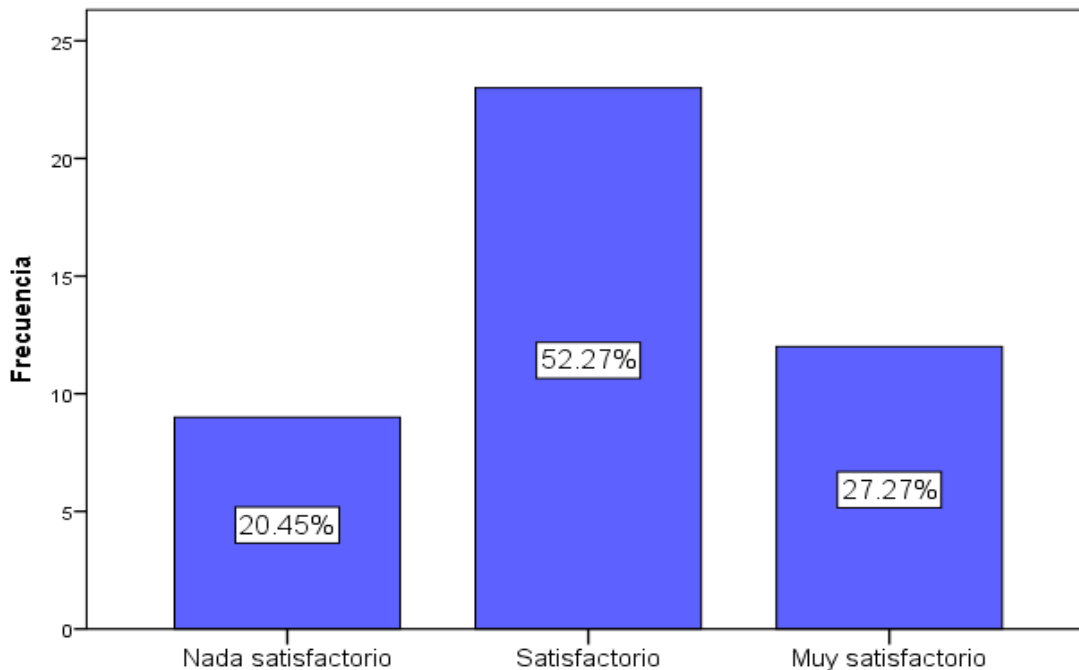


Gráfico 34: Formulación de políticas

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En la pregunta la innovación social en la formulación de políticas públicas en los GAD's, de los presidentes encuestados el 52,27% calificaron como satisfactorio, en segundo lugar el 27,27% calificaron como muy satisfactorio mientras que el 20,45% dijo que nada satisfactorio. Con la información obtenida por medio de las encuestas los presidentes de los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua respondieron que la innovación social está presente en la formulación de políticas, la creación de políticas es libre se puede crear en una comunidad o en una parroquia dando cumplimiento a la misma, estas políticas deben ser creadas pensando en el desarrollo y bienestar de los ciudadanos.

¿Cómo califica la innovación social en el control y uso del espacio público de los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?

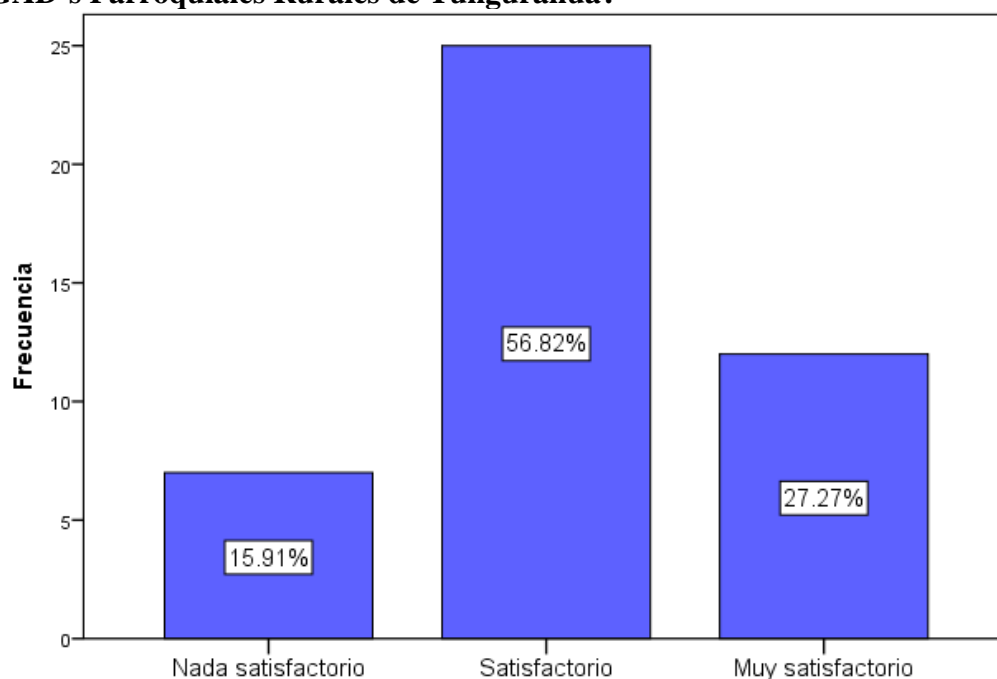


Gráfico 35: Espacio público
Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En esta pregunta de la innovación social en el control y uso del espacio público en los GAD's, de los presidentes encuestados el 56,82% califico como satisfactorio, en segundo puesto el 27,27% califico como muy satisfactorio, mientras que es 15,91% calificaron nada satisfactorio. Con la información obtenida se determina que los presidentes están satisfechos con la innovación social en el control y uso de los espacios públicos, los mismos que deben ser cuidados y administrados correctamente para obtener una buena presentación de la parroquia.

¿Cómo califica la innovación social en la promoción de la cultura de los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?

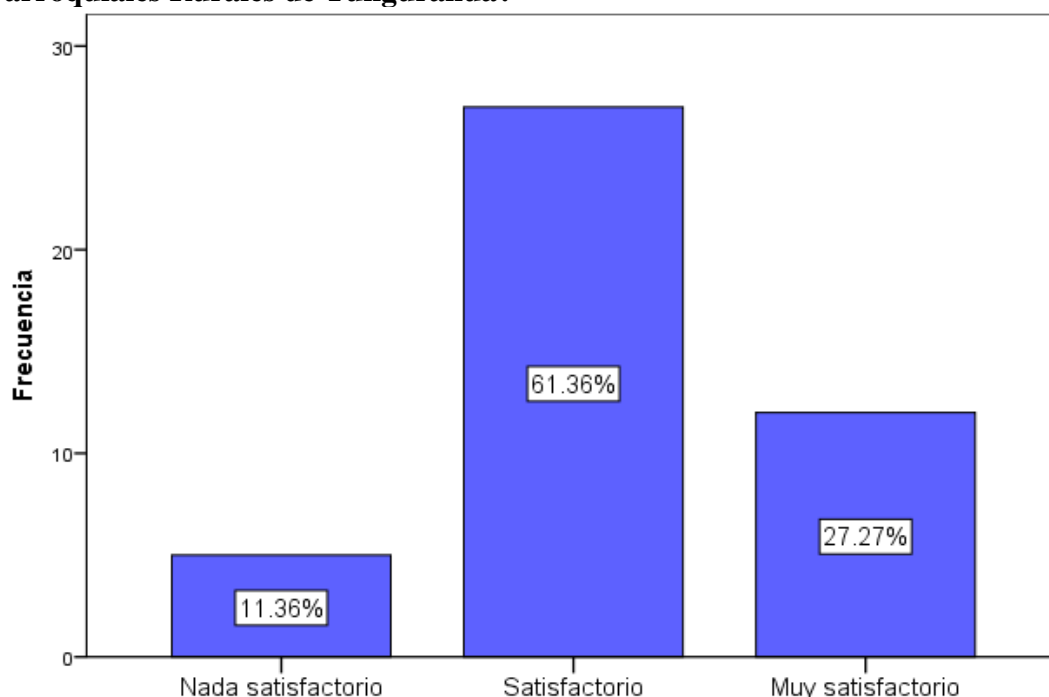


Gráfico 36: Promoción de la cultura

Elaborado por: Liliana Narvaez

Análisis e interpretación:

En la pregunta de la innovación social en la promoción de la cultura de los GAD's rurales, de los presidentes encuestados el 61,36% calificaron como satisfactorio, en segundo lugar el 27,27% calificaron como muy satisfecho mientras que el 11,36% de los encuestados calificaron como nada satisfactorio. Con esta información se determina que los presidentes de los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua califican como satisfactorio la innovación social en la promoción de la cultura, hay que tener presente que los gobiernos tienen que seguir trabajando conjuntamente con la sociedad para hacer énfasis en la cultura que identifica a cada pueblo.

5.1. Tabla de contingencia

Una tabla de contingencia es una de las formas más comunes de resumir datos categóricos. En general, el interés se centra en estudiar si existe alguna asociación entre una variable denominada fila y otra variable denominada columna y se calcula la intensidad de dicha asociación (Cañadas, 2011).

Tabla de contingencia asociatividad

		¿Cuál es la principal necesidad de formación que debe mantener la asociatividad para realizar una labor eficiente?					Total
		Liderazgo social	Proyectos sociales	Economía popular y solidaria	Cadenas productivas	Emprendimientos sociales	
¿Cuál es el principal problema que presenta la asociatividad en el sector público	Individualismo	2 4,5%	5 11,4%	2 4,5%	3 6,8%	9 20,5%	21 47,7%
	Informalidad	0 0,0%	1 2,3%	1 2,3%	0 0,0%	2 4,5%	4 9,1%
	Limitado acceso financiero	2 4,5%	0 0,0%	1 2,3%	1 2,3%	1 2,3%	5 11,4%
	Baja cultura asociativa	0 0,0%	0 0,0%	1 2,3%	0 0,0%	4 9,1%	5 11,4%
	Desconfianza	0 0,0%	2 4,5%	1 2,3%	1 2,3%	5 11,4%	9 20,5%
Total		4 9,1%	8 18,2%	6 13,6%	5 11,4%	21 47,7%	44 100,0%

Tabla 9: Tabla de contingencia de asociatividad

Fuente: SPSS

Elaborado: Liliana Narvaez (2018).

Análisis e interpretación: en el sector público se puede evidenciar un problema de la asociatividad que es el individualismo es decir, que los sectores no trabajan en conjunto para lograr un objetivo que les permita crecer y desarrollar proyectos para el beneficio de la sociedad, estos mismos presidentes contestan que la principal necesidad de formación para una labor eficiente son los emprendimientos sociales por medio de estos se puede generar cambios en la sociedad y beneficios para los mismos se puede poner en práctica los conocimientos y habilidades.

Tabla de contingencia innovación social

		¿Cómo califica la innovación social en la promoción de la cultura de los GAD's Rurales de Tungurahua?			Total
		Nada satisfactorio	Satisfactorio	Muy satisfactorio	
¿Qué entiende por innovación social?	Creación de nuevas ideas	2 4,5%	8 18,2%	4 9,1%	14 31,8%
	Mejoramiento de las ideas	2 4,5%	2 4,5%	0 0,0%	4 9,1%
	Mejora la calidad de vida de las personas	0 0,0%	6 13,6%	2 4,5%	8 18,2%
	Nuevas formas de satisfacer las necesidades	1 2,3%	5 11,4%	3 6,8%	9 20,5%
	Cambio de comportamiento social	0 0,0%	6 13,6%	3 6,8%	9 20,5%
Total		5 11,4%	27 61,4%	12 27,3%	44 100,0%

Tabla 10: Tabla de contingencia innovación

Fuente: SPSS

Elaborado: Liliana Narvaez (2018).

Análisis e interpretación: de las personas encuestadas 14 contestaron que la innovación social es la creación de nuevas ideas lo que nos indica que solo esas personas tienen una idea bien clara de innovación estas mismas son capaces de tomar decisiones acertadas para el desarrollo de su parroquia, en cuanto a la innovación social en la promoción de la cultura 27 personas contestaron que es satisfactorio lo que da a entender que para las parroquias es importante promocionar la cultura a través de la creación de ideas que demuestren la cultura y sus tradiciones.

5.1.1. RESULTADOS

Correlación de Pearson

Los coeficientes de correlación son medidas que indican la situación relativa de los mismos sucesos respecto a las dos variables, es decir, son la expresión numérica que nos indica el grado de relación existente entre las 2 variables y en qué medida se relacionan. Son números que varían entre los límites +1 y -1 (Suárez, 2004).

Para interpretar el coeficiente de correlación utilizamos la siguiente escala:

VALOR	SIGNIFICADO
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Tabla 11: Valor de coeficiente de Pearson

Fuente: (Suárez, 2004). "Coeficiente de correlación de Karl Pearson"

Elaborado: Liliana Narvaez (2018).

HIPÓTESIS

La gestión asociativa influye en la innovación social en los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua.

CORRELACIÓN DE PEARSON														
VARIABLES	ASOCIATIVIDAD										INNOVACIÓN SOCIAL			
	Grado de cooperación	Participación de los GAD's	Procesos de planificación	Procesos de presupuestación	Procesos de comunicación social	Procesos de control social	Proyectos asociativos	Cultura asociativa	Liderazgo asociativo	Herramientas colectivas	Diseño y gestión	Políticas públicas	Uso del espacio público	Promoción de la cultura
Grado de cooperación	1	-.940**	-.019	-.341*	-.667**	.099	.622**	.265	-.404**	-.021	.118	-.501**	-.767**	-.817**
Participación de los GAD's	-.940**	1	-.018	.294	.745**	-.237	-.599**	-.272	.350*	-.133	-.209	.577**	.829**	.879**
Procesos de planificación	-.019	-.018	1	.577**	-.236	.773**	.316*	.812**	.542**	.756**	.810**	-.360*	-.150	.090
Procesos de presupuestación	-.341*	.294	.577**	1	.042	.542**	.030	.338*	.958**	.525**	.562**	-.106	.138	.418**
Procesos de comunicación social	-.667**	.745**	-.236	.042	1	-.486**	-.807**	-.514**	.107	-.385**	-.412**	.822**	.868**	.633**
Procesos de control social	.099	-.237	.773**	.542**	-.486**	1	.413**	.581**	.444**	.879**	.941**	-.569**	-.396**	-.140
Proyectos asociativos	.622**	-.599**	.316*	.030	-.807**	.413**	1	.668**	-.052	.283	.443**	-.867**	-.687**	-.488**
Cultura asociativa	.265	-.272	.812**	.338*	-.514**	.581**	.668**	1	.318*	.576**	.616**	-.617**	-.396**	-.147
Liderazgo asociativo	-.404**	.350*	.542**	.958**	.107	.444**	-.052	.318*	1	.569**	.451**	-.044	.195	.470**
Herramientas colectivas	-.021	-.133	.756**	.525**	-.385**	.879**	.283	.576**	.569**	1	.798**	-.480**	-.302*	-.037
Diseño y gestión	.118	-.209	.810**	.562**	-.412**	.941**	.443**	.616**	.451**	.798**	1	-.514**	-.323*	-.108
Políticas públicas	-.501**	.577**	-.360*	-.106	.822**	-.569**	-.867**	-.617**	-.044	-.480**	-.514**	1	.749**	.469**
Uso del espacio público	-.767**	.829**	-.150	.138	.868**	-.396**	-.687**	-.396**	.195	-.302*	-.323*	.749**	1	.713**
Promoción de la cultura	-.817**	.879**	.090	.418**	.633**	-.140	-.488**	-.147	.470**	-.037	-.108	.469**	.713**	1

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Tabla 12: Correlación de Pearson

Fuente: SPSS

Elaborado: Liliana Narvaez (2018).

Correlación de variables asociatividad e innovación social

Participación y promoción	
Participación de los GAD's	Promoción de la cultura
0,879	0,879

Tabla 13: Participación y promoción

Fuente: SPSS

Elaborado: Liliana Narvaez (2018).

Como se puede observar en la tabla existe una correlación de 0,879 entre la variable promoción de la cultura y la participación de los GAD's en los proyectos socio productivo, lo cual indica que es bueno por medio de la innovación social se puede dar a conocer las diferentes culturas de las parroquias poniendo en práctica los proyectos que sirvan de desarrollo para los GAD's, además de dar a conocer las diferentes culturas de las parroquias.

Procesos y diseño	
Procesos de planificación	Diseño y gestión
0,810	0,810

Tabla 14: Procesos y diseño

Fuente: SPSS

Elaborado: Liliana Narvaez (2018).

En las variables entre diseño y gestión de proyectos sociales en los GAD's con los procesos de planificación participativa se puede observar una correlación de 0,810 lo cual es positivo, en donde se puede impulsar el diseño y gestión de los proyectos en forma coordinada entre los ciudadanos y las empresas públicas o privadas que están interesadas en financiar proyectos en las parroquias rurales.

Comunicación y espacio	
Procesos de comunicación social	Uso del espacio público
0,868	0,868

Tabla 15: Comunicación y espacio

Fuente: SPSS

Elaborado: Liliana Narvaez (2018).

Entre las variables de procesos de comunicación social y uso del espacio público con los procesos de comunicación social en los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua existe una correlación de 0,868 lo cual es positivo, por medio de la innovación social las parroquias pueden lograr un cambio significativo en temas importantes como la educación, salud, el uso del espacio público. La buena comunicación con los

ciudadanos es fundamental para poner en marcha determinado proyecto que sea de beneficio para las mismas.

Control y diseño	
Procesos de control social	Diseño y gestión
0,941	0,941

Tabla 16: Control y diseño

Fuente: SPSS

Elaborado: Liliana Narvaez (2018).

En las dos variables diseño y gestión de proyectos sociales con los procesos de control social en los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua existe una correlación de 0,941 es positivo muy alta, lo que quiere decir que pueden realizar proyectos sociales en beneficio de las parroquias rurales siempre teniendo un control adecuado del proyecto, sobre todo informar a los ciudadanos de los proyectos en ejecución.

Herramientas y diseño	
Herramientas colectivas	Diseño y gestión
0,798	0,798

Tabla 17: Diseño y herramientas

Fuente: SPSS

Elaborado: Liliana Narvaez (2018).

En las variables herramientas colectivas y gestión de proyectos sociales en los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua hay una correlación de 0,798 que es positiva alta, lo que indica que las parroquias rurales pueden optar por crear herramientas colectivas con el fin de buscar el desarrollo económico y social de las parroquias. Estas mismas herramientas pueden ser aplicadas en proyectos nuevos para que sea de utilidad en la sociedad.

CAPITULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

Se determina que CONAGOPARE es una entidad que asocia a todos los gobiernos parroquiales rurales de Tungurahua, para seguir manteniendo esta asociación es importante fortalecer las relaciones que beneficien a la institución asociativa con cada uno de los gobiernos parroquiales rurales de la provincia, llegando así a la implementación de proyectos relacionados con la innovación social, los GAD's Parroquiales Rurales deben conocer y priorizar las necesidades de la parroquia y gestionar los recursos humanos, económicos, físicos e intelectuales, todos estos proyectos deben estar orientados al bienestar de los territorios. Una vez realizado las encuestas a los presidentes de los GAD's parroquiales rurales se identificó que el 47,73% de los encuestados dicen que el individualismo es el principal problema de una asociación, también se determinó que el 31,82% de los encuestados entiende que innovación social es la creación de nuevas ideas, pero como se observa no todos los presidentes en su totalidad conocen los conceptos o beneficios que trae la innovación social al momento de implementar en los gobiernos parroquiales.

En la fundamentación teórica se determinó que la asociatividad como la innovación social son importantes para el crecimiento de los gobiernos parroquiales, los presidentes deben conocer a fondo los beneficios que ofrece al momento de asociarse o incentivar la innovación social en sus parroquias, crear proyectos en beneficio de los gobiernos parroquiales los mismos que deben contar con el financiamiento de instituciones públicas o empresas privadas para llevar a la ejecución exitosa de los mismos. El fortalecimiento de la asociación permite generar estrategias colectivas y buscar un objetivo en común uniendo fuerzas para lograr el éxito. La innovación social genera soluciones novedosas de los servicios y productos que están destinados a la solución efectiva de las necesidades, las mismas llevan a un cambio en las relaciones de los participantes.

Una vez analizadas las encuestas se concluye que los factores críticos para fortalecer la asociatividad son: con el 47,73% no realizan proyectos en conjunto, esto se debe porque no existe un acuerdo mutuo entre la institución asociada y los gobiernos

parroquiales, mientras que el 18,18% no optimizan de recursos, es decir los GAD's no se asocian para optimizar la mano de obra y el costo que se requiere para realizar un estudio. Con el 15,91% no defienden los derechos sociales, el 15% de los presidentes de los gobiernos parroquiales tienen desconocimientos sobre temas de derechos sociales, el 15% no genera fuentes de empleo, los gobiernos parroquiales deben prestar más atención a la elaboración de proyectos que sirvan para el crecimiento de las parroquias.

6.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda a los miembros de los GAD's parroquiales rurales de Tungurahua mantener una relación estrecha con CONAGOPARE esto se puede lograr asistiendo a las reuniones o eventos que realiza la institución, además se puede dictar talleres de temas relacionadas al fortalecimiento de la asociación y brindar capacitaciones en donde se entienda que la innovación social puede solucionar problemas de necesidades insatisfechas como servicio de agua potable, tratamiento de la basura, creación de turismo comunitario, proyectos para el agricultor, proyectos sobre la cultura, deportes y para el artesano, para que los GAD's parroquiales rurales logren realizar estos proyectos deben estar asociados a CONAGOPARE, esta institución es la encargada de brindar soporte técnico para realizar un estudio adecuado como la optimización de recursos económicos se puede realizar a través del financiamiento por parte del estado, los recursos humanos la institución por medio del estudio del proyecto designa el personal adecuado para la ejecución del mismo, recursos físicos se puede realizar el proyecto dentro de las instalaciones de CONAGOPARE la misma que posee equipo de cómputo necesario para realizar los planos y presupuestos del proyecto en estudio, recursos intelectuales la institución cuenta con personal capacitado para el estudio del proyecto.

Se recomienda a CONAGOPARE brindar talleres sobre el fortalecimiento de la asociación y dictar temas de innovación social a los miembros de los gobiernos parroquiales. Este taller debe ser estudiado debidamente teniendo en cuenta el lugar donde se puede desarrollar es en la sala de la institución, contratar a una persona que tenga conocimientos sólidos sobre los temas que se van a trabajar, enviar un correo con anticipación a los presidentes de los gobiernos parroquiales con el cronograma respectivo, también es recomendable la creación de un manual para apoyar el proceso de formación el mismo debe estar bien elaborado en donde se entienda de manera clara y precisa, este manual debe contener misión, visión, principios, importancia, ventajas y beneficios de fortalecer la asociación e innovación social.

Se recomienda la creación de mancomunidades con los gobiernos parroquiales rurales de la misma jerarquía para realizar proyectos en conjunto que beneficien a todos los participantes, de esta manera se estará logrando la optimización de recursos

económicos, humanos, físicos e intelectuales. Además, por medio de esta formación de mancomunidades se puede generar fuentes de empleo por medio de la elaboración y la respectiva ejecución de proyectos como turismo comunitario, agricultura, fortalecer el crecimiento de la empresa de cuyes, promover la cultura, e incentivar a la elaboración de artesanías, brindar un soporte técnico y administrativo con el fin que estos puestos de trabajo generen más fuentes de empleo. Un motivo importante para fortalecer la asociatividad es mejorar la posición negociadora se llega a este punto entrando a un dialogo y conocer los objetivos de los diferentes miembros de la asociación.

BIBLIOGRAFÍA:

- Abreu, J., & Cruz, J. (2011). Modelos de innovación social. *International Journal of Good Conscience*, 6(2), 205-217.
- Acuña, M., & Cordero, C. (Julio-Diciembre de 2010). Clúster ecoturístico, mercados de competencia imperfecta y desarrollo local en la fortuna de San Carlos. *ABRA*, 41(30), 1-26. Obtenido de www.una.ac.cr/ABRA
- Aguirre, A., & Pinto, M. (Septiembre de 2006). Asociatividad, capital social y redes sociales. *Departamento de Antropología. Universidad de Chile*(15), 1-19. Recuperado el 29 de Diciembre de 2017, de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122229/Asociatividad-Capital-Social-y-Redes-Sociales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Álamo, D. (2011). *Estudio de la competitividad de Clústeres: El caso del clúster TIC del 22@*. Barcelona: Universidad de Barcelona. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/11149/PFC2.pdf>
- Alarcón, N. (23 de Mayo de 2014). La asociatividad como estrategia de desarrollo competitivo para las pymes. *Pensamiento Republicano*(2), 13-31. Obtenido de <http://ojs.urepublicana.edu.co/index.php/pensamientorepublicano/article/view/306>
- Albuquerque, P., & Rodríguez, H. (20 de Junio de 2015). Modelo de asociatividad para promover el desarrollo económico de pequeños productores de hortalizas en la provincia de Trujillo. *Ciencia y Tecnología*, 11(3), 169-185. Obtenido de <http://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/1146>
- Alonso, A., & Echeverría, J. (2016). ¿Qué es la innovación social? El cambio de paradigma y su relación con el Trabajo Social. *Cuadernos de Trabajo Social*, 29(2), 163-171.
- Altimira, R., & Muñoz, X. (2012). El turismo como motor de crecimiento económico. *Real Centro Universitario*, 1-34. Obtenido de https://www.rcumariacristina.com/wp-content/uploads/2010/12/ricardo_altimira_red.pdf

- Arana, O., & Ballesteros, A. (Junio de 2016). Los Clúster como herramienta para dinamizar la competitividad. *Universidad del Atlántico*, 83-93. Recuperado el 15 de 01 de 2018, de file:///C:/Users/Dell/Downloads/Dialnet-LosClusterComoHerramientaParaDinamizarLaCompetitiv-5710358.pdf
- Araque, W. (Jueves de Noviembre de 2016). *La conversación* . Obtenido de La academia en la comunidad: <http://laconversacion.net/2016/11/la-academia-y-la-innovacion-estrategias-para-el-desarrollo/>
- Arcos, C., Suárez, M., & Zambrano, S. (2015). Proceso de innovación social (IS) como fuente de transformación social de comunidades rurales. *Revista Académica y Virtualidad*, 8(2), 85-99. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/291955374_Procesos_de_innovacion_social_IS_como_fuente_de_transformacion_social_de_comunidades_rurales
- Arenilla, M., & García, R. (Enero de 2013). *ResearchGate*. Obtenido de ResearchGate: file:///C:/Users/Dell/Downloads/InnovacinSocial.pdf
- Arias, H. (2011). Aglomeración económica y sistemas locales de trabajo en Boyacá. *Apuntes del CENES*, 30(51), 9-43. Obtenido de file:///C:/Users/Dell/Downloads/art%C3%ADculo_redalyc_479548754002%20(1).pdf
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Patria.
- Beneyto, M. (2011). *Google Académico*. Obtenido de Google Académico: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/17497/2/Sistemas%20productivos%20locales.pdf>
- BID. (2015). Innovación social empresarial: impulsando en el emprendurismo para el desarrollo social. *Banco Interamericano de Desarrollo*, 1-10.
- Blanco, I., Brugué, & Cruz-Gallach, H. (2014). Resiliencia comunitaria frente a la crisis: innovación social y capacidadcívica en los barrios desfavorecidos. *GIGAPP*, 1-28. Obtenido de https://barrisicrisi.files.wordpress.com/2015/01/blanco_bruguc3a9_cruz.pdf

- Bouza, F. (2002). Innovación tecnológica y cambio social. *UCM*, 85-97.
- Buckland, H., & Murillo, D. (Septiembre de 2014). La Innovación Social en América Latina. *Instituto de Innovación Social ESADE y Fondo Multilateral de Inversiones*, 1-70. Obtenido de http://proxymy.esade.edu/gd/facultybio/publicos/1431613105032_ESADE-FOMIN-La-innovacion-social-en-America-Latina-Marco-conceptual-y-agentes-1.pdf
- Bustelo, C., & Amarilla, R. (2001). Gestión del conocimiento y gestión de la información. *Inforarea*(34), 226-230. Obtenido de <file:///C:/Users/Dell/Downloads/GC2001.pdf>
- Cabrera, F. (14 de Junio de 2012). *Sistemas complejos*. Obtenido de <http://www.sistemascomplejos.cl/wp-content/uploads/2012/04/CLUSTERS-ISCV.pdf>
- Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the fiel forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting & Social Change*(82), 42-51. Recuperado el 5 de 1 de 2018, de http://www.prpg.ufla.br/admpublica/wp-content/uploads/2014/02/artigo_6.pdf
- Calanchez, A., & Ayala, T. (Marzo de 2016). Innovación social como una política pública para el desarrollo endógeno en Venezuela. *Universidad de Zulia*, 32(11), 193. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048902013>
- Calánchez, Á., & Mezher, T. (2015). Emprendedores sociales y su papel en el desarrollo integral de la comunidad. *Opción*, 31(2), 162-175. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/310/31045568011.pdf>
- Calderón, F. (4 de Julio de 2010). La forma del agua: Clustering y competitividad territorial. El caso Segoviano. *Revista académica Grupo EUMED.NET*, 1-13.
- Callejón, M., & Costa, M. (2005). Economías de aglomeración en la industria. *Colección de Economía*, 1-18.
- Canaval, G. (2000). El cambio social: análisis del concepto y aplicación en la investigación, educación y práctica de los profesionales de la salud. *Colombia*

- Médica*, 31(1), 37-42. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/283/28331108.pdf>
- Cañadas, G. (2011). Estrategias en el estudio de la asociación en tablas de contingencia por estudiantes de psicología. *Educación matemática*, 23(2). Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ed/v23n2/v23n2a2.pdf>
- CEI. (2010). *Centro de Exportaciones e Inversiones Nicaragua*. Obtenido de www.cei.org.ni sitio Web: http://www.cei.org.ni/images/file/manual_asociativ.pdf
- CEPAL. (2016). Ciencia, Tecnología e innovación en la economía digital. *Naciones Unidas CEPAL*, 1-96. Obtenido de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40530/3/S1600833_es.pdf
- Chipantiza, E. (Julio de 2017). El neuromarketing en la gestión empresarial. En E. n. empresarial, *El neuromarketing en la gestión empresarial* (pág. 159). Ambato, Tungurahua, Ecuador: Santos.
- COESC+i. (2016). CODIGO ORGANICO DE LA ECONOMIA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN. *Asamblea Nacional del Ecuador*, 1-184.
- CONAGOPARE. (2014). *Gobiernos Rurales CONAGOPARE*. Obtenido de CONAGOPARE sitio web: <http://www.conagoparepichincha.gob.ec/>
- Conejero, E. (2016). Innovación social y nuevos modelos de gobernanza para la provisión de bienes y servicio públicos. *Estado, Gobierno y Gestión Pública*(27), 5-39. Obtenido de [file:///C:/Users/Dell/Downloads/47255-1-167443-1-10-20170904%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Dell/Downloads/47255-1-167443-1-10-20170904%20(2).pdf)
- Conejero, E., & Redondo, J. (2016). La innovación social desde el ámbito público: Conceptos, experiencias y obstáculos. *Dialnet*(15), 26. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5481834&orden=0&info=link>
- Consejo Provincial. (Marzo de 2015). *Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua*. Obtenido de Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua:

<http://www.tungurahua.gob.ec/turismo/index.php/Wgcqtsshopping/38/313-17eohrs-qej0604.html>

Constitución. (2008). *Constitución de la República del Ecuador Asamblea Constituyente*. Ecuador: Lexis. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.PDF

COOTAD. (2010). *Sección segunda Dela Junta Parroquial Rural*. Ecuador: Fycción Ejecutiva.

Correa, H. (23 de Marzo de 2015). *SlideShare*. Obtenido de es.slideshare.net: <https://es.slideshare.net/ProGobernabilidadPer/3-proyectos-regionales>

COTEC. (2016). *Fundación COTEC para la Inoovación*. Obtenido de Fundación COTEC para la Inoovación: <http://cotec.es/pdfs/COTEC-informe-2016.pdf>

Couto, M. (Julio de 2012). *América Latina y el Caribe*. Obtenido de América Latina y el Caribe: <http://www.scidev.net/america-latina/financiamiento/opinion/-innovaci-n-social-enfrentar-pobreza-a-trav-s-del-cambio.html>

Cronbach, L. (1947). Coefficient alpha and the internal structure of test. *Psychometrika*. *Spinger*, 12(1). doi:<https://doi.org/10.1007/BF02289289>

Deusto. (2010). *Innovación social*. Obtenido de Deusto Innovación Social, Gizarte Berrikuntza, Social Innovation: <https://blogs.deusto.es/innovacionsocial/que-es-deusto-innovacion-social/>

Diaz, V. C. (2016). Artículos científicos, tipos de investigación y productividad científica en las ciencias de la salud. *Cienc Salud*, 115-121.

Echeverría, J., & Merino, L. (2011). Cambio de paradigma en los estudios de innovación: El giro social de las políticas Europeas de innovación. *Revista ARBOR- CSIC*, 187(752), 1036-1039. Obtenido de <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/viewArticle/1387>

Ecuadorinmediato. (Noviembre de 2015). *Ecuadorinmediato.com*. Obtenido de Ecuadorinmediato.com: http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818774491

- Esqueda, R. (Febrero de 2013). Economías de aglomeración en el contexto de la nueva geografía económica. *Contribuciones a la Economía Grupo Eumednet*, 79-89. Obtenido de eumed.net: https://www.researchgate.net/profile/Ramiro_Esqueda_Walle/publication/263543821_Economias_de_aglomeracion_en_el_contexto_de_la_Nueva_Geografia_Economica/links/594ed4d8a6fdccebfa5ebe0d/Economias-de-aglomeracion-en-el-contexto-de-la-Nueva-Geografia-Economic
- European. (25 de Marzo de 2013). *Blogs Deusto*. Obtenido de Deusto: http://movil.asturias.es/Asturias/descargas/PDF_TEMAS/Asuntos%20Sociales/guia_innovacion_social.pdf
- EuropeanCommission. (2010). *European Commission*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2017, de Innovation Union: https://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/innovation-union-communication-brochure_en.pdf
- Farjado, L., Fernández, M., Vásquez, C., Toscano, D., & Farjado, L. (2016). La Asociatividad Micro empresarial, como mecanismo productivo sostenible: caso canton Milagro- Ecuador. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 20, 6. Obtenido de <http://www.scielo.org.ve/pdf/uct/v20n78/art01.pdf>
- Feregrino, B. (2016). *Diccionario de términos fiscales*. México: Ediciones Fiscales ISEF, S.A.
- Fernández, G., & Narváez, M. (Julio-Diciembre de 2011). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes del sector turístico. *Visión Gerencial*(2), 295-308. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4655/465545891005.pdf>
- Fernandez, J. (12 de Julio de 2016). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://jorgelfdez.wordpress.com/2016/07/12/el-enfoque-cuantitativo/>
- Fernandez, J., & Arranz, N. (2011). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/318531501/289-577-1-SM-pdf>
- Fernández, V., & Vigil, J. (Febrero de 2009). Clúster en la periferia: conceptos, análisis, y políticas. Un estudio de caso en Argentina. *Comercio Exterior*, 59(2), 1-14.

- Galindo, M., Ribeiro, D., & Méndez, M. (2012). Innovación y crecimiento económico: Factores que estimulan la innovación. *Cuadernos de Gestión*, 12, 51-58. Obtenido de file:///C:/Users/Dell/Downloads/art%C3%ADculo_redalyc_274323552002.pdf
- Gómez, G., & García, D. (2007). Innovación Tecnológica, Gestión del conocimiento, Turismo y Desarrollo Local. *Economía y Desarrollo*, 101-120. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4255/425541595006.pdf>
- Goodman, J., & Murillo, D. (2011). Antenna para la innovación social. *ESADE*, 1-34. Obtenido de http://itemsweb.esade.es/wi/research/iis/publicacions/2011_Antena-cast.pdf
- Grueso, M., Gómez, J., & Garay, L. (Noviembre de 2009). *Procesos de asociatividad empresarial: aproximaciones conceptuales e impacto económico, social y organizacional* (Vol. 44). Colombia: Documentos de investigación. Obtenido de http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3783/BI_44_5_2_10.pdf?sequence=5
- Guaipatin, C., & Cañete, N. (8 de Abril de 2016). *Puntos sobre la vida*. Obtenido de Un blog del BID para conversar sobre innovación: <https://blogs.iadb.org/puntossobrelai/2016/04/08/7-iniciativas-de-innovacion-social-que-todo-gestor-publico-y-emprendedor-debe-conocer/>
- Guaipatín, C., & Humphreys, M. (2014). Innovación social en la práctica. *Banco Interamericano de Desarrollo*, 2-25. Obtenido de https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6639/CTI_DP_Innovaci%C3%B3n_social_en_la_pr%C3%A1ctica.pdf?sequence=4
- Hernandez. (2011). Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. *Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados*.
- Hernandez, J., Tirado, P., & Ariza, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIRIEC- España, Revista de*

- Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 165-199. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17449696006>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2006). *Metodología de la investigación*. Colombia: McGRAW-HILL/ Interamericana Editores S.A de C.V.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. Sexta Edición). México D.F: Mc Graw Hill Education.
- Hill, C., & Jones, G. (2011). *Administración Estratégica* (Octava ed.). Estados Unidos.
- Hualde, A. (2005). La educación y la economía del conocimiento: una articulación problemática. *Revista de la Educación Superior*, 4(136), 107-127. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/604/60413608.pdf>
- Iguera, M. (27 de Febrero de 2003). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/asociatividad-en-pymes-analisis-de-casos-en-la-argentina/>
- Jansegers, M. (2017). *Hacia un enfoque múltiple de la polisemia*. Germany: GLIMS.
- Koetzier, W., & Schorling, C. (28 de 02 de 2013). *Innovation Management.es*. Recuperado el 5 de 01 de 2018, de Innovation Management.es: <http://www.innovationmanagement.se/2013/02/28/5-puntos-clave-a-considerar-al-desarrollar-una-estrategia-de-innovacion/>
- Krajewski, L., & Larry, R. (2000). *Administración de Operaciones, estrategia y análisis* (Quinta ed.). México: Pearson educación.
- Larrosa, J. (Septiembre de 2013). Obtenido de <http://econsoft.blogspot.com/2013/09/econ-101-economias-de-aglomeracion.html>
- León, M., Baptista, M., & Contreras, H. (Mayo de 2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Forum Empresarial*, 17(1), 31-63. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63124039002>
- Lerma, H. (2016). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Eco Ediciones.

- Liendo, M., & Martínez, A. (Noviembre de 2011). Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes. *Universidad Nacional de Rosario*, 311-317. Recuperado el 25 de Diciembre de 2017, de https://www.fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuertas/Liendo,%20Martinez_asociatividad.pdf
- López, M. (2015). ¿Qué es la innovación social? *Ciencia política y Sociología*, 1-5.
- Lorca, J. (2013). *Construyendo la innovación social desde abajo*. Estados Unidos: Copyright.
- Lorca, J. (2013). *Construyendo la innovación social desde abajo*. Estados Unidos: Fesalud.
- Lozano, F. (2010). La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas en Colombia. *Revista - Bogotá Colombia*, 5(2), 178. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ries/v5n2/v5n2a07.pdf>
- Lozano, M. (Enero-Junio de 2010). Modelo de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las pymes. *Escuela de Administración de Negocios*(68), 175-178. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20619844015>
- MAGA. (2013). La gestión del conocimiento para la innovación del desarrollo rural sostenible de Guatemala: fortaleciendo la agricultura familiar y la economía campesina. *Gobierno de Guatemala*, 1-46. Obtenido de <https://www.catie.ac.cr/guatemala/attachments/article/18/proyecto-catie-maga-noruega.pdf>
- Mancero, M. (2017). "Avanzamos, Patria" La invención de la nación en el correísmo. *Revista Mexicana de Sociología*, 79(2), 320. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v79n2/0188-2503-rms-79-02-00319.pdf>
- Martínez, D., González, N., & Nieto, M. (Julio-Septiembre de 2015). La innovación social como motor de creación de empresas. *Universia Business Review*(47), 48-63. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001003>

- Martinez, V. (11 de 12 de 2013). Paradigmas de Investigacion. *Paradigmas de Investigacion*, 2. Mexico: Saltos.
- Mata, G. (Agosto de 2012). *Innovation for Social Change*. Obtenido de Innovation for Social Change: <http://innovationforsocialchange.org/que-es-la-innovacion-social/>
- Méndez, R. (2015). Redes de colaboración y economía alternativa para la resiliencia urbana: una agenda de investigación. *Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, 20(1139), 1-24. Obtenido de <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1139.pdf>
- Mitnik, F. (2011). *Desarrollo de cadenas productivas, clústers y redes empresariales*. Obtenido de file:///C:/Users/Dell/Downloads/desarrollo_cadenas_productivas.pdf
- Monroy, M. (2016). El concepto de Clúster, expectativas creadas o realidades posibles?: El caso Medellín Colombia. *CLACSO Cosejo Latinoamericano de Ciencias Sociales*(4), 1-19. Obtenido de "http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/posgrados/20160712025540/MONROY-MERCHAN.pdf"
- Morales, D. (2014). Innovación social y acción colectiva, un estudio de caso: Ecoagricultores del Sur. *Centro de Estudios Políticos*, , 75-95.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*. Obtenido de <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/The-Open-Book-of-Social-Innovationg.pdf>
- Naciones Unidas. (2016). Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo sostenible. Una Oportunidad para América Latina y el Caribe. *CEPAL*, 1-50.
- Narváez, M., Fernández, G., & Senior, A. (2008). El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: una propuesta estratégica. *Opción*, 24(57), 74-92. Obtenido de file:///C:/Users/Dell/Downloads/art%C3%ADculo_redalyc_31011437006.pdf

- Neumeier, S. (Enero de 2012). Por qué las innovaciones sociales en el medio rural. El desarrollo importa y deberían ser considerado más en serio en Rural-Propuesta para un enfoque más fuerte sobre las innovaciones sociales en la investigación del desarrollo rural. *Journal of the European Society for Rural Sociology*, 52(1), 48-69. Recuperado el 5 de Enero de 2018, de <https://translate.google.com.ec/translate?hl=es&sl=en&u=http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9523.2011.00553.x/abstract&prev=search>
- OCDE. (2012). Innovación en la Economía del Conocimiento: Implicaciones para la Educación y los Sistemas de Aprendizaje. *OCDE Online Bookshop*, 1-8.
- Ochoa, C. (2015). *netquest*. Obtenido de netquest: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>
- ONU. (2012). *ONU mujeres*. Obtenido de ONU mujeres: <http://www.unwomen.org/es/what-we-do/post-2015/sustainable-development-goals>
- Ortero, A., Zunino, H., & Rodríguez, M. (2017). Las tecnologías socioculturales en los procesos de innovación de los migrantes de amenidad y por estilo de vida. El caso del destino turístico de Pucón, Chile. *Geografía Norte Grande*, 215. Obtenido de <http://www.scielo.cl/pdf/rgeong/n67/art11.pdf>
- PIMEX. (16 de Julio de 2011). *Portal de negocios, ideas de negocios, Historia de éxito*. Obtenido de PIMEX: <https://pymex.pe/exportaciones-peruanas/beneficios-al-exportador/ícuales-son-las-ventajas-y-beneficios-de-la-asociatividad>
- Priesca, P., & Acero, M. (2013). Estrategia de innovación social de un territorio desde una perspectiva digital. *Journal of Public Policies and Territories*, 25-26.
- Prieto, A., & Fabelo, R. (2009). Liderazgo y capital social: Uso de redes como herramienta para el desarrollo sostenible. *TeloS*, 11(1), 52-68. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/993/99312499004.pdf>
- PROMPYME. (2012). Estudio sobre cluster y asociatividad. *Ministerio de Trabajo Promoción y Empleo*, 1-125. Recuperado el 15 de 01 de 2018, de <http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/ClusterdeCalzado.pdf>

- RAE. (2017). *Real Academia Española*. Obtenido de Asociación de Academias de la Lengua Española: <http://dle.rae.es/?id=bJeLxWG>
- Remache, A. (2011). *Potencialidades para la maduración de la junta parroquial rural como GAD*. Quito-Ecuador.
- Rivera, J., & López, M. (2012). *Dirección de Marketing Fundamentos y Aplicaciones*. Madrid: ESIC Editorial.
- Roca, J. (2015). *InformeTICfácil.com*. Obtenido de InformeTICfácil.com: <http://www.informeticplus.com/que-es-la-innovacion-social>
- Rodríguez, M. (2012). *Gestión de clusters en Colombia: una herramienta para la competitividad*. Colombia: Ediciones Uniandes.
- Rodriguez, M., García, F., Pérez, M., & Castillo, J. (2009). La gestión del conocimiento, factor estratégico para el desarrollo. *Revista de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM, 12(23)*, 1-8.
- Roque, J. (2015). Sostenibilidad: desarrollo sostenible y equidad. *Redbioética/UNESCO*, 1-11.
- Ruiz, M., Font, E., & Lazcano, C. (2015). El impacto de los intangibles en la economía del conocimiento. *Economía y Desarrollo, 155(2)*, 119-132. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/eyd/v155n2/eyd09215.pdf>
- Sainz, J. M. (2014). *Alianzas estratégicas*. Madrid: ESIC Editorial.
- Sánchez, C., & Rios, H. (2011). La economía del conocimiento como base del crecimiento económico en México. *Enlace, 8(2)*, 43-60. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/823/82319126004.pdf>
- Santos, D. (1997). *Ventaja competitiva*. España: Ediciones Díaz.
- Senescyt. (Enero de 2015). *Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación*. Obtenido de SENESCYT: <http://www.educacionsuperior.gob.ec/ecuador-firma-el-pacto-nacional-por-la-innovacion-social/>

- Sölvell, Ö. (2008). *Clúster, Equilibrando fuerzas evolutivas y constructivas*. Suecia: IVORY TOWER PUBLISHERS. Obtenido de <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2009/09/red-book-espanol.pdf>
- SOPLA. (2016). *La fuerza de la innovación y el emprendimiento*. Chile.
- Suárez, M. (2004). *Monografías.com*. Obtenido de Monografías.com: <http://www.monografias.com/trabajos85/coeficiente-correlacion-karl-pearson/coeficiente-correlacion-karl-pearson.shtml>
- Uk. (2009). *A practical guide to clúster development*. Reino Unido: Englands. Obtenido de http://www.clusterpolisees3.eu/ClusterpoliSEEPortal/resources/cms/documents/A_Practical_Guide_to_Cluster_Development.pdf
- UniónEuropea. (2009). Creatividad e innovación. Motor de competitividad en las regiones. *Panorama*, 1-28. Obtenido de http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panorama/pdf/mag29/mag29_es.pdf
- Varela, R., & Palacio, J. (2009). Empleo y economías: el caso de la industria de la carne, productos lácteos y conservas alimenticias. *Estudios*, 17(33). Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estsoc/v17n33/v17n33a7.pdf>
- VIC. (2 de Octubre de 2012). *Vivero de Iniciativas Ciudadanas*. Obtenido de VIC.net: <http://viveroiniciativasciudadanas.net/2012/10/02/wiki-observatorio-vic/>
- Vigil, J., & Fernández, V. (2007). Clusters y desarrollo territorial. Revisión teórica y desafíos metodológicos para América Latina. *Telos*, 4(24), 859-912. Obtenido de <http://asocam.org/biblioteca/files/original/200722c7289efd5c794b8ac883146dd7.pdf>
- Villa, A. (2013). *Asociación Latinoamericana para la Formación y Enseñanza de la Psicología*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2017, de ALFEPSI.ORG: <http://www.alfepsi.org/tuning-un-modelo-de-evaluacion-de-innovacion-social-universitaria-responsable-isur/>

- Villa, A. (Junio de 2014). La innovación Social en el ámbito Universitario. *Revista Argentina de Educación Superior*(8), 188-218. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4753907>
- Villacorta, M. (2010). *Introducción al Marketing Estratégico* (primera ed.). San Francisco California.
- Wheelen, T., & Hunger, D. (2007). *Administración estartégica y política de negocios* (Décima ed.). México: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Obtenido de [http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/2.%20Wheelen,%20T.,%20Hunger,%20J.%20\(2007\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/2.%20Wheelen,%20T.,%20Hunger,%20J.%20(2007).pdf)
- Yovanna. (19 de Noviembre de 2013). *Estudiando Historia*. Obtenido de estudiando historiaa.blogspot.com: <http://yovanna-estudiandohistoria.blogspot.com/2013/11/desarrollo-sostenible.html>

ANEXOS

Operacionalización de Variable y subvariables

GESTIÓN ASOCIATIVIDAD VARIABLE INDEPENDIENTE

VARIABLE	SUBVARIABLE	INDICADOR	PREGUNTA	INSTRUMENTO
<p>Asociatividad “Este mecanismo se entiende como una estrategia de colaboración colectiva que persigue la creación de valor a través de la concreción de objetivos comunes que contribuyen a superar la escasez de escalas individuales y a incrementar la competitividad, herramienta que es necesaria para la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas” (Lozano M. , 2010).</p>	Asociatividad Principios Motivos de la asociatividad Formación Redes de asociatividad Grado de cooperación Participación Procesos Comunicación Control Cultura Liderazgo Herramientas	Nivel de participación Grado de cooperación Nivel de responsabilidad Participación en la cultura	¿La asociatividad es? ¿Qué principio identifica a la asociatividad? ¿Cuál es el principal problema que presenta la asociatividad en el sector público? ¿Cuál es el principal motivo que justifica la creación de una asociatividad entre los GAD’s ¿Cuál es la principal necesidad de formación que debe mantener la asociatividad para realizar una labor eficiente? ¿Cuál es el principal objetivo de las redes de asociatividad ? ¿Cómo califica el grado de cooperación en los GAD’s Parroquiales Rurales de Tungurahua? ¿Cómo califica la participación de los GAD’s Parroquiales Rurales de Tungurahua en los proyectos socioprodutivos? ¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de planificación participativa en los GAD’s Parroquiales Rurales de Tungurahua? ¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de presupuestación participativa en los GAD’s Parroquiales Rurales de Tungurahua? ¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de comunicación social en los GAD’s Parroquiales Rurales de Tungurahua? . ¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de control social en los GAD’s Parroquiales Rurales de Tungurahua? ¿Cómo califica los proyectos asociativos impulsados por los GAD’s Parroquiales Rurales de Tungurahua? ¿Cómo califica la cultura asociativa en los GAD’s Parroquiales Rurales de Tungurahua? ¿Cómo califica el liderazgo asociativo en los GAD’s Parroquiales Rurales de Tungurahua? ¿Cómo califica las herramientas colectivas en los GAD’s Parroquiales Rurales de Tungurahua?	Encuesta mediante cuestionarios que están dirigidas a los presidentes de los GADs Parroquiales Rurales de Tungurahua.

Tabla 18: Operacionalización de gestión asociativa

Elaboración por: Liliana Narvaez (2018).

INNOVACIÓN SOCIAL VARIABLE DEPENDIENTE

VARIABLE	SUBVARIABLE	INDICADOR	PREGUNTA	INSTRUMENTO
<p>Innovación social</p> <p>Una innovación es verdaderamente social solo si la balanza se inclina a lo social, es decir, beneficios para la sociedad (o reducción de costos para la sociedad), en lugar de ganancias para la empresa (León, Baptista, & Contreras, 2012).</p>	Innovación	Nivel de Innovación	¿ <i>Qué entiende por innovación social</i> ?	Encuesta mediante cuestionarios que están dirigidas a los presidentes de los GADs Parroquiales Rurales de Tungurahua.
	Motivo de innovar	Porcentaje de participación	¿ <i>Cuál es el motivo para desarrollar innovación social en los GAD's?</i>	
	Limitaciones de la innovación	Nivel de conocimiento	¿ <i>Cuáles son las limitaciones de la innovación social</i> ?	
	Diseño	Porcentaje de beneficios	¿ <i>Cómo califica la innovación social en el diseño y gestión de proyectos sociales en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?</i>	
	Gestión	Porcentaje del uso de espacios	¿ <i>Cómo califica la innovación social en la formulación de políticas públicas en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?</i>	
	Proyectos sociales	Nivel de colaboración	¿ <i>Cómo califica la innovación social en el control y uso del espacio público de los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?</i>	
	Políticas públicas	Porcentaje de promoción	¿ <i>Cómo califica la innovación social en la promoción de la cultura de los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?</i>	
	Espacio público			
Promoción de la cultura				

Tabla 19: Operacionalización de la innovación social

Elaborado por: Liliana Narvaez (2018).

MODELO ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN OPERATIVA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS

Objetivo: Determinar la percepción de los GAD's Rurales de Tungurahua respecto a la gestión asociativa e innovación social.

Dirigido: A los presidentes de los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua.

Agradezco por el tiempo asignado para contestar este cuestionario, cabe indicar que esta información será utilizada únicamente para fines académicos y se mantendrá en absoluta reserva.

I. DATOS GENERALES

CANTÓN: _____ DIRECCIÓN: _____ TELÉFONO GAD: _____

GAD RURAL: _____ NOMBRE DEL PRESIDENTE: _____ CELULAR: _____

GÉNERO

- Masculino
 Femenino

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

- Primaria
 Secundaria
 Universidad
 Postgrado

EDAD:

II. GESTIÓN ASOCIATIVA

La asociatividad es la colaboración entre varios grupos, empresas o entidades que pueden unirse con el fin de cumplir un objetivo en común.

2.1. En su opinión ¿La **asociatividad** es? Seleccione una opción.

- Alianza estratégica
 Redes de negocios
 Mecanismo de cooperación
 Construcción de unidades estratégicas.
 Relaciones productivas

2.2 En su opinión, ¿Qué **principio** identifica a la asociatividad ?. Seleccione una opción.

- Cooperación
 Igualdad
 Solidaridad
 Inclusión
 Reciprocidad

2.3. En su opinión, ¿Cuál es el principal **problema** que presenta la asociatividad en el sector público. Seleccione una opción.

- Individualismo
 Informalidad
 Limitado acceso financiero
 Baja cultura asociativa
 Desconfianza

2.4. En su opinión, ¿Cuál es el principal **motivo** que justifica la creación de una asociatividad entre los GAD's? Seleccione una opción.

- Crear puestos de trabajo
 Defensa de los derechos sociales
 Optimización de recursos
 Mejorar la posición negociadora
 Realizar proyectos en conjunto

2.5. En su opinión, ¿Cuál es la principal **necesidad de formación** que debe mantener la asociatividad para realizar una labor eficiente? Seleccione una opción.

- Liderazgo social
 Proyectos sociales
 Economía popular y solidaria
 Cadenas productivas
 Emprendimientos sociales

2.6. En su opinión, ¿Cuál es el principal **objetivo** de las **redes de asociatividad**? Seleccione una opción.

- Potencia el trabajo en conjunto
 Ayuda a la formulación de estrategias
 Facilita la comunicación social
 Permite compartir recursos
 Genera cooperación

NOTA: Valoración a los 44 GAD's Rurales de Tungurahua EN SU OPINIÓN	Nada satisfactorio o 1	Satisfactorio 2	Muy satisfactorio 3
2.7. ¿Cómo califica el grado de cooperación en los GAD's Rurales de Tungurahua?			
2.8. ¿Cómo califica la participación de los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua en los proyectos socioproductivos?			
2.9. ¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de planificación participativa en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?			
2.10. ¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de presupuestación participativa en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?			
2.11. ¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de comunicación social en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?			
2.12. ¿Cómo califica la asociatividad en los procesos de control social en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?			
2.13. ¿Cómo califica los proyectos asociativos impulsados por los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?			
2.14. ¿Cómo califica la cultura asociativa en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?			
2.15. ¿Cómo califica el liderazgo asociativo en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?			
2.16. ¿Cómo califica las herramientas colectivas en los GAD's Parroquiales Rurales de Tungurahua?			

III. INNOVACIÓN SOCIAL

La innovación social genera nuevas soluciones para satisfacer las necesidades sociales.

3.1 En su opinión, ¿Qué entiende por **innovación social**? Seleccione una opción.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Creación de nuevas ideas | <input type="checkbox"/> Nuevas formas de satisfacer las necesidades |
| <input type="checkbox"/> Mejoramiento de las ideas | <input type="checkbox"/> Cambio de comportamiento social |
| <input type="checkbox"/> Mejora la calidad de vida de las personas | |

3.2. En su opinión, ¿Cuál es el **motivo** para desarrollar innovación social en los GAD's?. Seleccione una opción.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Crecimiento de la productividad | <input type="checkbox"/> Mejorar la competitividad |
| <input type="checkbox"/> Potenciar las capacidades locales | <input type="checkbox"/> Renovar los espacios públicos |
| <input type="checkbox"/> Promover cultura creativa | |

3.3. En su opinión, ¿Cuáles son las **limitaciones** de la innovación social?. Seleccione una opción.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Falta de apoyo de las autoridades | <input type="checkbox"/> Falta de apoyo para financiar proyectos |
| <input type="checkbox"/> Falta de cooperación de los ciudadanos | <input type="checkbox"/> Miedo al cambio |
| <input type="checkbox"/> Bajo nivel educativo | |

NOTA: Valoración a los 44 GAD's Rurales de Tungurahua EN SU OPINIÓN	Nada satisfactorio 1	Satisfactorio 2	Muy satisfactorio 3
3.4. ¿Cómo califica la innovación social en el diseño y gestión de proyectos sociales en los GAD's Rurales de Tungurahua?			
3.5. ¿Cómo califica la innovación social en la formulación de políticas públicas en los GAD's Rurales de Tungurahua?			
3.6. ¿Cómo califica la innovación social en el control y uso del espacio público de los GAD's Rurales de Tungurahua?			
3.7. ¿Cómo califica la innovación social en la promoción de la cultura de los GAD's Rurales de Tungurahua?			

¡Gracias por su colaboración!