

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 Ingenieros de Empresas

TEMA: “El Emprendimiento Asociativo del sector textil y su impacto en el Desarrollo Local de la provincia de Tungurahua”

AUTORES:

Maritza Mariela Mayorga Guevara

Wilson Daniel Mayorga Guevara

TUTOR: Ing. MBA. Danilo Javier Altamirano Analuiza

AMBATO – ECUADOR

Junio 2017



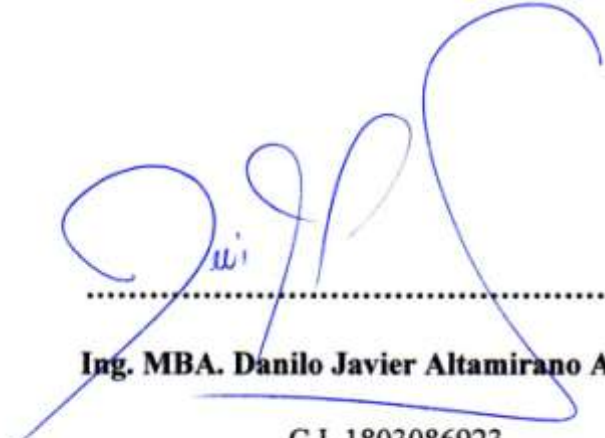
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Danilo Javier Altamirano Analuiza

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **"EL EMPRENDIMIENTO ASOCIATIVO DEL SECTOR TEXTIL Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO LOCAL DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA"** presentado por la señorita Maritza Mariela Mayorga Guevara y el señor Wilson Daniel Mayorga Guevara para optar por el título de Ingenieros de Empresas, CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considerado que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometidos a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 02 de mayo de 2017



.....

Ing. MBA. Danilo Javier Altamirano Analuiza

C.I. 1803086923

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, Maritza Mariela Mayorga Guevara y Wilson Daniel Mayorga Guevara, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieros de Empresas son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Maritza Mariela Mayorga Guevara

C.I. 1804333894




Wilson Daniel Mayorga Guevara


C.I. 0604786145

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. MBA. Andrés Francisco López Gómez
C.I. 180422562-9



Ing. MBA. Christian Andrés Barragán Ramírez
C.I 180378364-4

Ambato, 2 de Junio de 2017

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos 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.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autor.



Maritza Mariela Mayorga Guevara

C.I. 1804333894



Wilson Daniel Mayorga Guevara

C.I. 0604786145

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación dedicamos a Dios y a la Virgen Santísima Reina de la Paz por guiar nuestros pasos y darnos fuerzas para luchar y lograr un triunfo más en nuestras vidas.

A nuestros queridos padres Nelly y Wilson quienes han sido el pilar fundamental en el camino de nuestras vidas, por inculcarnos valores, brindarnos su amor y ser una guía para formarnos como unas personas de bien.

A nuestra hermana Maribel quien ha estado siempre ahí apoyándonos, dándonos ánimo, guiándonos y motivándonos para seguir adelante y no dejarnos vencer por ningún obstáculo, es quien nos ha brindado todo su apoyo incondicional.

A toda nuestra familia y amigos quienes estuvieron brindándonos su apoyo para seguir adelante a pesar de los obstáculos, siempre deseándonos lo mejor.

Maritza y Daniel

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la Virgen Reina de la Paz por darnos la salud y la vida, por cuidarnos y guiar siempre cada paso que damos.

A nuestros queridos padres Nelly y Wilson, nuestra hermana, familiares y amigos por apoyarnos siempre y demostrar su interés en nosotros.

A mi novio Darwin Rosero por estar siempre ahí pendiente preocupándose y brindándome todo su apoyo incondicional.

A mi novia Fernanda Zurita quien me ha brindado su tiempo, apoyo moral, interés por verme como un profesional, quien me apoyado cuando más necesitaba flaquita mía una de las metas que me he propuesto la cumplí.

A la Universidad Técnica de Ambato por abrir sus puertas para continuar nuestros estudios, a cada uno de los docentes que impartieron sus conocimientos para nuestra educación.

A nuestro Tutor Ing. Danilo Altamirano, por su apoyo incondicional para el desarrollo del proyecto con la aportación de sus ideas.

Para todos ellos el respeto y la más profunda gratitud ya que siempre estuvieron presentes en el trajinar de nuestras vidas.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	IV
DERECHOS DE AUTOR	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE FIGURAS	XI
ÍNDICE DE CUADROS	XIII
RESUMEN EJECUTIVO	XIV
ABSTRACT	XV
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
ÁRBOL DE PROBLEMAS	5
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos.....	8
3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
3.1 Dimensión teórica del Emprendimiento Asociativo.....	8
3.1.1 Economía Popular y Solidaria (EPS).....	8
3.1.2 Emprendimiento.....	15
3.1.3 Asociatividad	21
3.1.4 Emprendimiento asociativo	28
3.1.5 Sector textil	29
3.2 Dimensión teórica del Desarrollo Local.....	30
3.2.1 Desarrollo local.....	30
3.2.2 Desarrollo endógeno	38
3.2.3 Desarrollo económico local	38
3.2.4 Desarrollo económico territorial	48
3.2.6 Sistemas Productivos Locales (SPL)	49
4. METODOLOGÍA	51
4.1 PARADIGMA DE INVESTIGACIÓN	51

4.2 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	52
4.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	53
4.3.1 Investigación bibliográfica o documental.....	53
4.3.2 Investigación de campo	53
4.3.3 Investigación exploratoria.....	54
4.3.4 Investigación descriptiva	54
4.4 VARIABLES.....	55
4.5 POBLACIÓN Y MUESTRA	55
4.6 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	56
4.6.1 Selección del instrumento.....	56
4.6.2 Instrumento	56
4.7 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	59
4. RESULTADOS	59
5.2 MEDICIÓN DEL IMPACTO	113
5.2.1 Matriz de Priorización de Holmes	114
5.2.2 Instrumentos de medición correlacional	116
5.2.3 Medición del impacto mediante el método descriptivo.....	126
5. CONCLUSIONES	130
6. RECOMENDACIONES	132
7. BIBLIOGRAFÍA	134
8. ANEXOS.....	141
ANEXO 1.....	141
Lista de las asociaciones textiles con sus respectivos socios de la provincia de Tungurahua.....	141
ANEXO 2	146
ENCUESTA 1: dirigida a los presidentes	146
ANEXO 3	149
ENCUESTA 2: dirigida a los socios	149
Lista de horario de visita a las asociaciones textiles para la aplicación de las encuestas.....	154
ANEXO 5	155

Convenio Universidad Técnica de Ambato e Instituto de Economía Popular y Solidaria.....	155
ANEXO 6: fotos	156

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ubicación de las asociaciones	4
Tabla 2. Conformación del cuestionario	57
Tabla 3. Lista de las asociaciones textiles	58
Tabla 4. Estadísticos de fiabilidad.....	59
Tabla 5. Escala de referencias	114
Tabla 6. Matriz de priorización de Holmes: emprendimiento asociativo y desarrollo local.....	115
Tabla 7. Escalas de interpretación de Spearman	117
Tabla 8. Hipótesis estadística	118
Tabla 9. Correlación de variables: emprendimiento asociativo y desarrollo local .	119
Tabla 10. Correlaciones aspecto socio organizacional.....	121
Tabla 11. Correlaciones aspecto productivo	123
Tabla 12. Correlaciones aspecto comercial.....	124
Tabla 13. Correlaciones aspecto financiero	125

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas	5
Figura 2. Organizaciones socioeconómicas asociativas	14
Figura 3. Esquema desarrollo local.....	37
Figura 4. Visión integrada del desarrollo rural y urbano	42
Figura 5. Dimensiones del desarrollo territorial	45
Figura 6. Conformación de la asociación	60
Figura 7. Clientes	61
Figura 8. Participación de los socios.....	62
Figura 9. Gestión democrática	63
Figura 10. Gestión administrativa.....	64
Figura 11. Comunicación.....	65
Figura 12. Capacitaciones recibidas.....	66
Figura 13. Relación laboral	67
Figura 14. Principios	68
Figura 15. Identidad	69

Figura 16. Cultura	70
Figura 17. Ventajas competitivas.....	71
Figura 18. Sistemas productivos locales	72
Figura 19. Acompañamiento institucional.....	73
Figura 20. Fomenta la calidad de vida	74
Figura 21. Fuentes de empleo	75
Figura 22. Normas ambientales	76
Figura 23. Reducción de la pobreza.....	77
Figura 24. Contribución al desarrollo local	78
Figura 25. Género	79
Figura 26. Estado civil	80
Figura 27. Edad	81
Figura 28. Nivel de instrucción.....	82
Figura 29. Beneficios	83
Figura 30. Valores de la Economía Popular y Solidaria	84
Figura 31. Instituciones que ha brindado capacitaciones.....	85
Figura 32. Período de capacitaciones.....	86
Figura 33. Comunicación en la asociación	87
Figura 34. Uso tecnologías de información y comunicación.....	88
Figura 35. Entrega de informes.....	89
Figura 36. Grado de involucramiento de los socios.....	90
Figura 37. Contribución de la asociación al desarrollo local.....	91
Figura 38. Productividad de la asociación	92
Figura 39. Criterio clave para seleccionar proveedores	93
Figura 40. Mano de obra	94
Figura 41. Infraestructura.....	95
Figura 42. Mejoramiento en la infraestructura.....	96
Figura 43. Buena infraestructura.....	97
Figura 44. Calidad de los bienes confeccionados	98
Figura 45. Selección de proveedores	99
Figura 46. Costos de producción	100
Figura 47. Nivel de productividad	101
Figura 48. Potenciales clientes.....	102

Figura 49. Canales de distribución.....	103
Figura 50. Nivel de ventas	104
Figura 51. Estrategia de ventas	105
Figura 52. Poder de negociación.....	106
Figura 53. Medios de financiamiento	107
Figura 54. Gestión administrativa y financiera.....	108
Figura 55. Forma de pago a los proveedores	109
Figura 56. Capital de la asociación	110
Figura 57. Ingresos-beneficios	111
Figura 58. Utilidades.....	112
Figura 59. Variables que caracterizan el emprendimiento asociativo	120
Figura 60. Variables que caracterizan el desarrollo local	121
Figura 61. Aspecto socio organizacional	122
Figura 62. Aspecto productivo.....	123
Figura 63. Aspecto comercial	124
Figura 64. Aspecto financiera	125

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Características del emprendedor	18
Cuadro 2. Tipos de emprendimiento.....	20
Cuadro 3. Definiciones de asociatividad	22
Cuadro 4. Sub variables asociatividad.....	23
Cuadro 5. Definiciones de desarrollo local.....	31
Cuadro 6. Sub variables desarrollo local	33
Cuadro 7. Visiones del desarrollo local	43
Cuadro 8. El territorio como una realidad sistémica	48
Cuadro 9. Recopilación de la información	56
Cuadro 10. Matriz de macro criterios y criterios para la evaluación del impacto ..	126

RESUMEN EJECUTIVO

La industria textil de la provincia de Tungurahua se dedica a la confección de prendas de vestir elaboradas con productos provenientes de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda. El sector atraviesa por momentos difíciles debido a la baja cultura asociativa, lo cual ha generado inconvenientes internos en las asociaciones, por lo tanto se ha visto necesario estudiar al sector.

Por esta razón el presente proyecto de investigación estudia el emprendimiento asociativo del sector textil y su impacto en el desarrollo local de la provincia de Tungurahua, destacando la contribución dinamizadora en la economía y su relación socio productiva.

Los datos arrojados por la investigación de campo aplicada muestra los resultados del análisis de las encuestas realizadas a los presidentes de las asociaciones textiles como a sus socios. Adicionalmente se presenta la medición de impacto, mediante la correlación de variables, bajo la aplicación del método Spearman y la matriz de Holmes. Cabe indicar que la población del presente proyecto de investigación la conforman 11 asociaciones textiles asentadas en la provincia, las cuales involucran a 133 socios, con el acompañamiento técnico del Instituto de Economía Popular y Solidaria.

Se concluye que la asociatividad del sector textil impulsa el crecimiento económico y la capacidad competitiva de las localidades. Por otra parte, el desarrollo local se muestra como un proceso de diversificación y enriquecimiento de las actividades económicas y sociales en un territorio, basado en la identificación y aprovechamiento de los recursos endógenos, para mejorar la calidad de vida de las familias.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, EMPRENDIMIENTO, INDUSTRIA TEXTIL, DESARROLLO LOCAL.

ABSTRACT

The textile industry of the province of Tungurahua is dedicated to the manufacture of garments made from all kinds of fibers such as cotton, polyester, nylon, wool and silk. The sector is experiencing difficult times due to the low associative culture, which has generated internal inconveniences in the associations, therefore it has been necessary to study the sector.

For this reason the present research project studies the associative enterprise of the textile sector and its impact on the local development of the province of Tungurahua, highlighting the dynamising contribution in the economy and its socio-productive relationship.

The data from the applied field research shows the results of the analysis of the surveys carried out on the presidents of the textile associations and their partners. Additionally, the impact measurement, through the correlation of variables, is presented under the application of the Spearman method and the Holmes matrix. It should be noted that the population of this research project is made up of 11 textile associations based in the province, which involve 133 members, with the technical support of the Institute of Popular and Solidarity Economy.

It is concluded that the associativity of the textile sector promotes the economic growth and the competitive capacity of localities. On the other hand, local development is shown as a process of diversification and enrichment of economic and social activities in a territory, based on the identification and use of endogenous resources, to improve the quality of life of families.

KEY WORDS: RESEARCH; ENTREPRENEURSHIP; TEXTILE INDUSTRY; LOCAL DEVELOPMENT.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La diversidad de experiencias desarrolladas en red en el ámbito de la cultura en Europa y América Latina es amplia, se trata de acciones desarticuladas que necesitan un marco propicio de acción para realizar una tarea de fortalecimiento y acción cooperativa. A menudo se trata de acciones que se llevan a cabo en diversas disciplinas y en espacios interdisciplinarios, tan variados como el espacio que se genera debajo del concepto cultura. Frecuentemente, se añaden componentes intersectoriales con la participación de instituciones públicas, privadas, y de organizaciones internacionales de cooperación.

El crecimiento del sector manufacturero a nivel mundial se mantendrá a la baja en lo que queda del año por el debilitamiento de las inversiones en las actividades productivas, informó la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI). En el informe de la agencia de la ONU correspondiente al segundo trimestre de 2016, se aprecia que la incertidumbre financiera se mantendrá en Europa y la inversión directa no alcanza los niveles de 2007. Según la ONUDI, la producción manufacturera mundial debe aumentar un 2,8% durante 2016. El ritmo de crecimiento de China, el mayor fabricante del mundo, continuará disminuyendo y debería alcanzar el 6,5%, frente al 7,1% del año pasado. Entre las economías de América Latina, la producción manufacturera cayó un 3,2% durante el período objeto del informe, en medio de una continua disminución de la producción en la región. En Brasil, bajó un 6,7%, y en Argentina, un 4,2%. Los países asiáticos mantienen las tasas de crecimiento más altas, liderados por Indonesia, con casi un 6%, y Vietnam, con un 13,5%. Las tasas más bajas de crecimiento industrial suponen un reto para la implementación del objetivo de desarrollo sostenible, que busca una industrialización inclusiva, así como aumentar de manera significativa la contribución de la industria al empleo y al producto interno bruto de los países menos adelantados. (Chávez, 2016)

El comercio mundial de textiles está liderado por China y la Unión Europea en lo que se refiere a los principales exportadores, con una participación del 38,2% y 33,4% respectivamente. Para el año 2010, China exportó textiles por un valor de USD 77

miles de millones, mientras que la Unión Europea alcanzó un valor de USD 67 miles de millones. (Instituto Nacional de Economía y Censos, 2012)

La UNESCO (Organización de las Naciones Unidas, para la Educación la Ciencia y la Cultura) tiene un papel relevante en esta materia y promueve desde su creación la perspectiva multilateral de la cultura, basada en acciones orientadas en los inicios a recuperar y posteriormente a proteger el patrimonio cultural material e inmaterial devastado por las guerras del Siglo XX. A partir de entonces, su ámbito de acción ha ido evolucionando e incorporando paulatinamente el estudio de los factores, parámetros e impacto cultural del desarrollo a escala internacional. Hacia los años setenta, los organismos de cooperación comienzan a asumir el compromiso de integrar las políticas culturales en las estrategias de desarrollo y la cultura va conformándose entonces, no ya como una dimensión accesoria al desarrollo humano, sino como parte intrínseca de la sociedad y a integrar el concepto de Desarrollo Humano a los Planes de Desarrollo. (Sen, 2013)

Los primeros pasos dados en la materia, surgen en el marco de la Conferencia General de la UNESCO del año 1966 que aprueba la Declaración sobre los Principios de la Cooperación Cultural Internacional y reivindica que toda cultura tiene una dignidad, un valor que deben ser respetados, protegidos y que todo pueblo tiene el derecho y el deber de desarrollar su propia cultura. El modelo de desarrollo que prevalecía hasta ese momento comenzaba a analizarse como una amenaza potencial para la diversidad cultural y la independencia política de los pueblos lleva a plantear el debate internacional acerca de la cuestión de la modernidad y la tradición. Desde entonces, una serie de Conferencias Intergubernamentales, llevaron la iniciativa de un proceso que aboga por convertir la cultura en un asunto prioritario en las agendas internacionales de los países para la elaboración de sus políticas públicas. (Sen, 2013)

En 1970, la Conferencia Intergubernamental sobre los Aspectos Institucionales, Administrativos y Financieros de las Políticas Culturales, celebrada en Venecia y organizada por la UNESCO, plantea la noción de “desarrollo cultural” y de la “dimensión cultural del desarrollo”. En esta ocasión se debate por primera vez, acerca de los temas relaciones con la cultura, sus políticas nacionales y las implicaciones del modelo de desarrollo. Esta fue la primera de una serie de reuniones

regionales destinadas a poner en marcha un proceso de reflexión sobre cómo podrían integrarse las políticas culturales en las estrategias de desarrollo. El punto de atención comienza a centrarse también por primera vez, no sólo en la educación, sino también en la cultura. (Sen, 2013)

Según la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2012) a nivel nacional se han identificado 1.683 asociaciones que conforman el sector económico popular y solidario, utilizando información del SRI. Estas organizaciones se encuentran concentradas mayoritariamente en la región Sierra, con un 48.8% del total de asociaciones a nivel nacional. En la provincia de Pichincha se encuentran el 13.4% de las organizaciones de este sector, en segundo lugar, se encuentra la provincia de Manabí con el 10.5%, y en tercero está Tungurahua con el 8.4%.

En los últimos tiempos la cultura ha comenzado a redefinir paulatinamente su papel frente a la economía y al desarrollo. Poco se duda ya acerca de su importancia como inductora de desarrollo y cohesión social, de su relevante papel ante la cuestión de la diversidad cultural, la integración de comunidades minoritarias, los procesos de igualdad de género y la problemática de las comunidades urbanas y rurales marginadas. Los sectores políticos están comenzando a percibir y reconocer que la cultura juega un papel mucho más importante de lo que suponían y constatado que las decisiones políticas, las iniciativas económicas y financieras y las reformas sociales, tienen muchas más posibilidades de avanzar con éxito, simultáneamente se tiene en cuenta la perspectiva cultural para atender las aspiraciones e inquietudes de la sociedad. (Sen, 2013)

De acuerdo a la Clasificación Industrial Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU) las Industrias Manufactureras se codifican en el CIIU 4.0 C, desglosado en el C14 la fabricación de prendas de vestir correspondiente al sector textil. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2012)

En el Ecuador existen tres grandes grupos de actividades que componen el sector textil, de acuerdo a los datos arrojados por el Censo Nacional Económico 2010: Manufactura, Comercio y Servicios.

La producción manufacturera – industrial de Tungurahua es la más desarrollada de la Región y muy importante para el País. Históricamente se ha dado un proceso de

especialización gradual de estas manufacturas a partir del desarrollo artesanal que intergeneracionalmente ha desarrollado el capital humano especializado y los activos productivos necesarios para su producción. Tungurahua es la provincia, cuya industria genera mayor cantidad de empleo en la región, 19,4% después de la agricultura, lo que muestra que sus industrias son más intensivas en mano de obra, además es la provincia con mayor variedad de industrias de la región. (Ministerio de Cordinación de la Producción, Empleo y Competitividad , 2011)

Según el análisis sectorial realizado por la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones la provincia de Tungurahua cuenta con más de 397 talleres de textiles y tejidos autóctonos, representando el 5.15% de la producción nacional localizados principalmente en Ambato, Mocha, Pelileo, Pillarlo. (PRO ECUADOR, 2012)

Según datos proporcionados por el Instituto de Economía Popular y Solidaria (2016), en la provincia de Tungurahua se encuentran inscritas 11 asociaciones las cuales se encuentran divididas de la siguiente forma:

Tabla 1. Ubicación de las asociaciones

Ciudad	Número de Asociaciones	Número de Socios
Ambato	4	47
Pillaro	3	32
Pelileo	4	54
Total:	11	133

Fuente: Instituto de Economía Popular y Solidaria

Elaborado por: Investigadores

De lo expuesto anteriormente, es posible formular la pregunta de investigación: ¿Cómo incide la baja cultura asociativa del sector textil en la provincia de Tungurahua?, sustentado esto en la revisión problemática expuesto por las teorías estudiadas, conjuntamente se realiza el análisis problemático que sufre el sector textil con respecto a la cultura asociativa, tomando como punto de partida el árbol de problemas y posterior descripción del problema.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

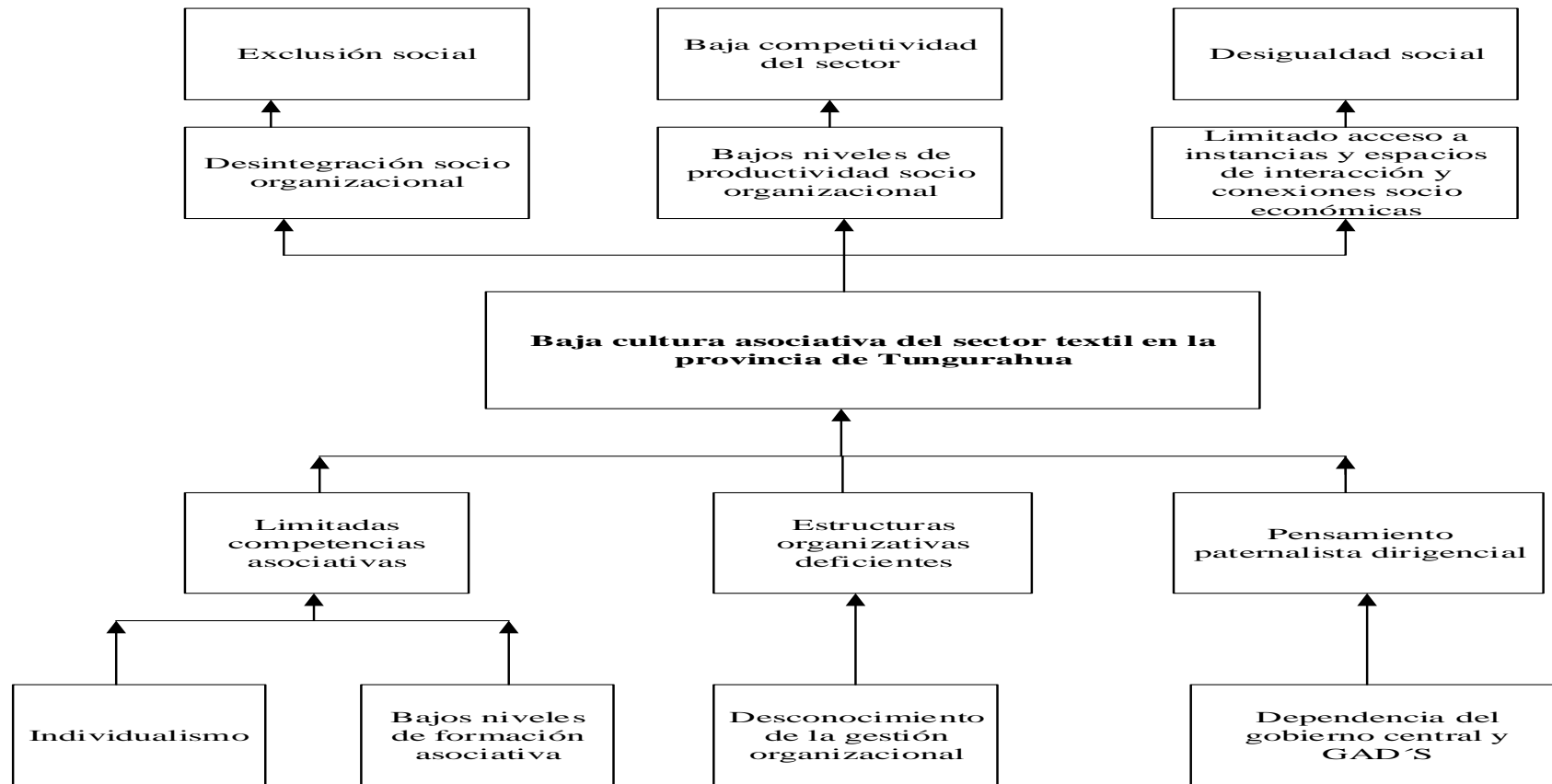


Figura 1. Árbol de problemas

Elaborado por: Investigadores

La cultura asociativa es una parte fundamental que debe tomar en cuenta el sector textil, permitiendo a las asociaciones desenvolverse de mejor manera, impartiendo valores y realizando un buen desempeño en la asociación. Sin embargo, cuando no existe la aplicación de una cultura asociativa eficiente afectaría de manera significativa a las actividades de las asociaciones, debido a limitadas competencias asociativas como es el individualismo y los bajos niveles de formación asociativa, por otro lado, las estructuras organizativas deficientes como es el desconocimiento de la gestión organizacional, al pensamiento paternalista gerencial lo que es dependencia del gobierno central y del gobierno autónomo descentralizado, son causas que afectan directamente a las asociaciones del sector textil de la provincia de Tungurahua.

Las limitadas competencias asociativas en las asociaciones textiles suelen ser muy comunes a causa del individualismo y los bajos niveles de formación asociativa, debido a que en muchas ocasiones la desintegración socio organizacional origina una exclusión social.

Las estructuras organizativas deficientes provocan un desconocimiento de la gestión organizacional, provocando bajos niveles de productividad socio organizacional y una baja competitividad en el sector.

La baja cultura asociativa del sector textil muchas de las veces promueven un pensamiento paternalista dirigencial, los mismos que dependen del gobierno central y del Gobierno Autónomo Descentralizado lo que provoca un limitado acceso a instancias, espacios de interacción y conexiones socio económicas provocando así una desigualdad social.

Las decisiones del individuo también suelen estar influenciadas por factores culturales y características de la sociedad en la que se desenvuelven, por ello se describe una percepción sobre aspectos socio culturales asociados al emprendimiento tales como el nivel de vida, si el emprendimiento es una buena opción profesional, si los emprendedores se caracterizan por tener un buen estatus social o económico y la influencia de los medios de comunicación. La percepción sobre los estándares del nivel de vida de la sociedad tiende a ser un aspecto importante de la intención de emprender, es decir el individuo tiende a cambiar sus opciones profesionales en

función del beneficio que dichas opciones le presenten. Resulta que todo proceso emprendedor se inicia a partir de la identificación e incluso con la creación de una oportunidad de negocios. (Peña & Gerrero, 2013)

Hasta ahora, la investigación sobre cultura y emprendimiento ha sido limitada y se ha centrado principalmente en el individualismo como explicación de la actividad emprendedora, la cultura es un fenómeno multidimensional y por lo tanto, esta dimensión de valor por sí sola puede no reflejar la influencia completa de la cultura en el emprendimiento. La cultura puede influir en el espíritu empresarial a través de dos mecanismos. En primer lugar, un apoyo podría conducir a la legitimación social haciendo que la carrera emprendedora sea más valorada y reconocida socialmente creando así un ambiente institucional favorable. Por lo tanto, más gente intentaría comenzar aventuras, independientemente de sus creencias y actitudes personales. En segundo lugar, una cultura que comparte más valores y patrones de pensamiento conduciría a más individuos que mostraran rasgos y actitudes psicológicas consistentes con el espíritu emprendedor. (Fernández & Liñán, 2014)

Previamente una asociación debe tener identidad valores que orienten a los objetivos en el tiempo y estructuralmente debe vivir de las propias dinámicas, es decir, generar por sí misma las propias estructuras y procesos. En concreto, el peculiar planteamiento de la sociología relacional permite revelar que lo específico de la realidad social de las asociaciones es el propio tejido conectivo relacional entendido como fenómeno originario que realiza combinaciones específicas de comunidad y sociedad. En breve, la asociación debe expresar una efectiva realidad asociativa y no algo diferente emanado de otras fuerzas o agencias sociales. Es decir, desde otra perspectiva hacer de la agrupación una asociación supone que los socios la sientan y la vivan como bien propio, convirtiéndose en un bien relacional manifestando así que la potencia de las asociaciones está en ser experiencias grupales de reflexión sobre las propias prácticas cotidianas limitadas y de ampliación de los horizontes personales y grupales. (Herrera & Ayuso, 2009)

De manera puntual referimos a que la presente investigación se realiza enfocada a las asociaciones textiles de la provincia de Tungurahua, aquellas que trabajan conjuntamente con el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS), estas asociaciones están situadas en los cantones: Ambato, Píllaro, Pelileo y la parroquia

de Huambaló. Mediante aquello se ha podido trabajar y realizar el correspondiente estudio.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Establecer el grado de contribución del emprendimiento asociativo del sector textil en el desarrollo local de la provincia de Tungurahua.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el emprendimiento asociativo y el desarrollo local.
- Analizar el emprendimiento asociativo del sector textil en la provincia de Tungurahua.
- Medir el impacto del emprendimiento asociativo del sector textil en el desarrollo local de la provincia de Tungurahua.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

3.1 Dimensión teórica del Emprendimiento Asociativo

3.1.1 Economía Popular y Solidaria (EPS)

El Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) conjuntamente con el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) definen a la Economía Popular y Solidaria como una alternativa económica que fomenta la asociatividad y privilegia al ser humano sobre el capital, la cual se sostiene gracias a las relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad (IEPS; MIES, 2015). La EPS es una economía basada en la prosperidad colectiva y asociativa dejando de lado los intereses personales para dar paso a una forma de organización pensada para una distribución equitativa de riqueza (Noboa, 2012). Dicho lo anterior, la Economía Popular y Solidaria se rige de acuerdo a principios de solidaridad en un conjunto de personas que realizan distintas

actividades con la finalidad de satisfacer sus necesidades y vivir en armonía entre sí y con la naturaleza (Jácome, 2014).

Las actividades de la economía popular nacen desde iniciativas espontáneas de solidaridad entre familiares, amigos o vecinos, pero sobre todo de acciones colectivas organizadas que generan producción comunitaria, asociación, cooperativa, mercados populares, entre otros. El Ecuador mantiene una tradición histórica de solidaridad, donde aún se practican diversas modalidades de carácter asociativo y se preocupan también por recuperar la autoestima, la dignidad, la autonomía y la participación activa en la sociedad de las comunidades. Para que esto de lugar, el crédito debe fortalecer las organizaciones manteniendo un equilibrio entre el control, la técnica y la ejecución. Quienes se involucren de estos procesos crean expectativas que abren nuevos caminos hacia la transformación de una nueva sociedad con mayor participación ciudadana, solidaria y equitativa. (Gómez, 2013)

La Economía Popular y Solidaria es una economía basada en la prosperidad colectiva y asociativa dejando de lado los intereses personales para dar paso a una forma de organización pensada para una distribución equitativa de riqueza. En nuestro país existen tres tipos de economías, la primera es la economía pública, que es la que hace el estado a través de todas sus instituciones para crear bienes y sobre todo servicios, la segunda es la economía privada, que es la que generan las empresas para una futura acumulación de capital y por último tenemos a la economía popular que es toda aquella que no ha logrado del todo introducirse en el mercado. La economía social y solidaria está cada vez más abierta a otros movimientos sociales que propone talleres sindicales, movimientos de mujeres, soberanía alimentaria, derechos humanos, económicos, sociales y culturales. Ecuador es el pionero en Latinoamérica en aprobar y ejecutar la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, esta ley impulsa el desarrollo de emprendimientos inclusivos y sustentables, permitiendo un cambio en el sistema económico del país y a la vez desarrollando políticas públicas que ponen al ser humano sobre el capital. (Gómez, 2013)

Para (Gómez, 2013) desde tiempos atrás, existía distintas formas de organizaciones solidarias a las que hoy conocemos, no se trataba solo de los tradicionales sindicatos al pasar de los años los experimentos sociales han llevado a formas asociativas variadas a las que se denominaron nuevas organizaciones económicas populares. La

economía popular y solidaria es una nueva forma de agrupación y organización del trabajo que incluye a los sectores más vulnerables de la producción y consumo, además propicia el trabajo sobre el capital para la utilización de los recursos y satisfacción de necesidades para formar una sociedad equitativa e involucrar a los ciudadanos en el concepto de ayuda mutua y solidaria. La economía solidaria ha dado realce a nuevas formas de organización económica, donde el único fin no es lucrar de la producción, por el contrario, lo que se busca es la expansión del mercado informal, es decir de los pequeños productores para que se integren y cooperen entre sí.

La Economía Popular y Solidaria es una oportunidad para darle valor al trabajo colectivo, busca disminuir las grandes brechas entre ricos y pobres en base al trabajo conjunto de emprendedores mecanismos de distribución directa y generación de valor agregado de la producción, además de eso genera igualdad de oportunidades distribuyendo equitativamente las ganancias y permitiendo alcanzar objetivos de forma más fácil así mismo es el esfuerzo colectivo que produce mejores condiciones de vida para todos sus involucrados sus familias y su comunidad, habría que decir también que contribuye en la generación de un mundo mucho más equitativo humano productivo responsable y democrático.

Características de la Economía Popular y Solidaria según autores

En este sentido (Maya, 2011) manifiesta las características que más sobresalen:

- La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes especialmente las básicas de auto empleo y subsistencia.
- Su compromiso con la comunidad el desarrollo territorial y la naturaleza.
- La ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros.
- La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la auto responsabilidad.
- La prevalencia del trabajo sobre el capital de los intereses colectivos sobre los individuales y de las relaciones de reciprocidad y cooperación sobre el egoísmo y la competencia.

Ahora bien (Gómez, 2013) expone:

- ❖ Es una dimensión de la economía que trasciende a la obtención de rentabilidad material.
- ❖ Está estrechamente vinculada a la reproducción ampliada de la calidad de vida mediante la consolidación de relaciones sociales arraigadas en la reciprocidad y cooperación.
- ❖ Sus actores planifican estrategias de trabajo y supervivencia para que a través de un proceso de intercambio en el mercado generen condiciones que favorezcan la formación humana la socialización del conocimiento, la cultura, la salud, etc.
- ❖ Las actividades de la economía popular nacen desde iniciativas espontáneas de solidaridad entre familiares, amigos o vecinos, pero sobre todo de acciones colectivas organizadas que generan producción comunitaria, asociación, cooperativa, mercados populares, etcétera.

Principios de la Economía Popular y Solidaria

Existen principios y características que permiten identificar a las organizaciones de la economía popular y solidaria las mismas que las diferencian de las corporaciones privadas. Por ejemplo, en una organización del sector se aplica el principio de la democracia donde un socio representa un voto. Otro de los principios que caracterizan a las organizaciones del sistema económico social y solidario es su compromiso con la comunidad. También, toda entidad del sector es transparente porque debe cumplir con su responsabilidad de rendir cuentas hacia sus socios y miembros. (Maya, 2011)

Según el Art. 4 de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria las organizaciones de este sector se guían por los siguientes principios:

- La búsqueda del buen vivir y del bien común
- El comercio justo y consumo ético y responsable
- La equidad de género
- El respeto a la identidad cultural
- La autogestión

- La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas
- La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

En este contexto la Superintendencia busca el desarrollo, estabilidad, solidez y correcto funcionamiento del sector económico popular y solidario con procesos de supervisión técnicos y transparentes (Barrezueta, 2011).

Para comprender lo que es la identidad cultural, es necesario conocer el concepto de cultura razón por la cual damos a conocer que la cultura es lo que le da vida al ser humano sus tradiciones, costumbres, fiestas, conocimiento, creencias, moral. A parte de aquello se podría decir que la cultura tiene varias dimensiones y funciones sociales que generan un modo de vivir creación de riqueza y empleo.

(Molano, 2007) expresa:

Cultura: es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Engloba además de las artes y las letras los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones. (pág.4)

La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro.

El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior. (Molano, 2007, pág. 5)

Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria

(Coraggio, Arancibia, & Deux, 2010) Aseguran que el sector de la Economía Popular y Solidaria (EPS) está integrado por organizaciones socioeconómicas asociativas y sus formas de integración, que están orientadas a actividades productivas,

comercializadoras, financieras, de abastecimiento, consumo y de desarrollo tecnológico.

Dentro de las organizaciones socioeconómicas asociativas se encuentran:

- Entidades asociativas de productores, consumidores o usuarios de servicios que se agrupan para gestionar conjuntamente recursos, desarrollar procesos de trabajo conjunto en la producción de bienes o servicios transables para el mercado, abastecerse de insumos comercializar u obtener financiamiento juntos y otras actividades funcionales para la producción y venta de bienes y servicios.
- Sector financiero popular y solidario: cooperativas de ahorro y crédito, cajas de ahorro, cajas y bancos comunales, mutualistas, dedicadas a la captación de ahorros y otorgamiento de préstamos sin fines de lucro.

Las organizaciones de integración, conformadas a partir de la asociación formal o informal de múltiples organizaciones socioeconómicas, para la representación y el servicio colectivo, comprenden:

- Entidades de representación: uniones, federaciones, confederaciones, asociaciones de segundo grado dedicadas a la interlocución política y eventualmente a la provisión de servicios a sus asociados.
- Redes de intercambios diversos: de consumidores, de información sobre oportunidades de venta, de información sobre precios de compra de medios de vida, etc.

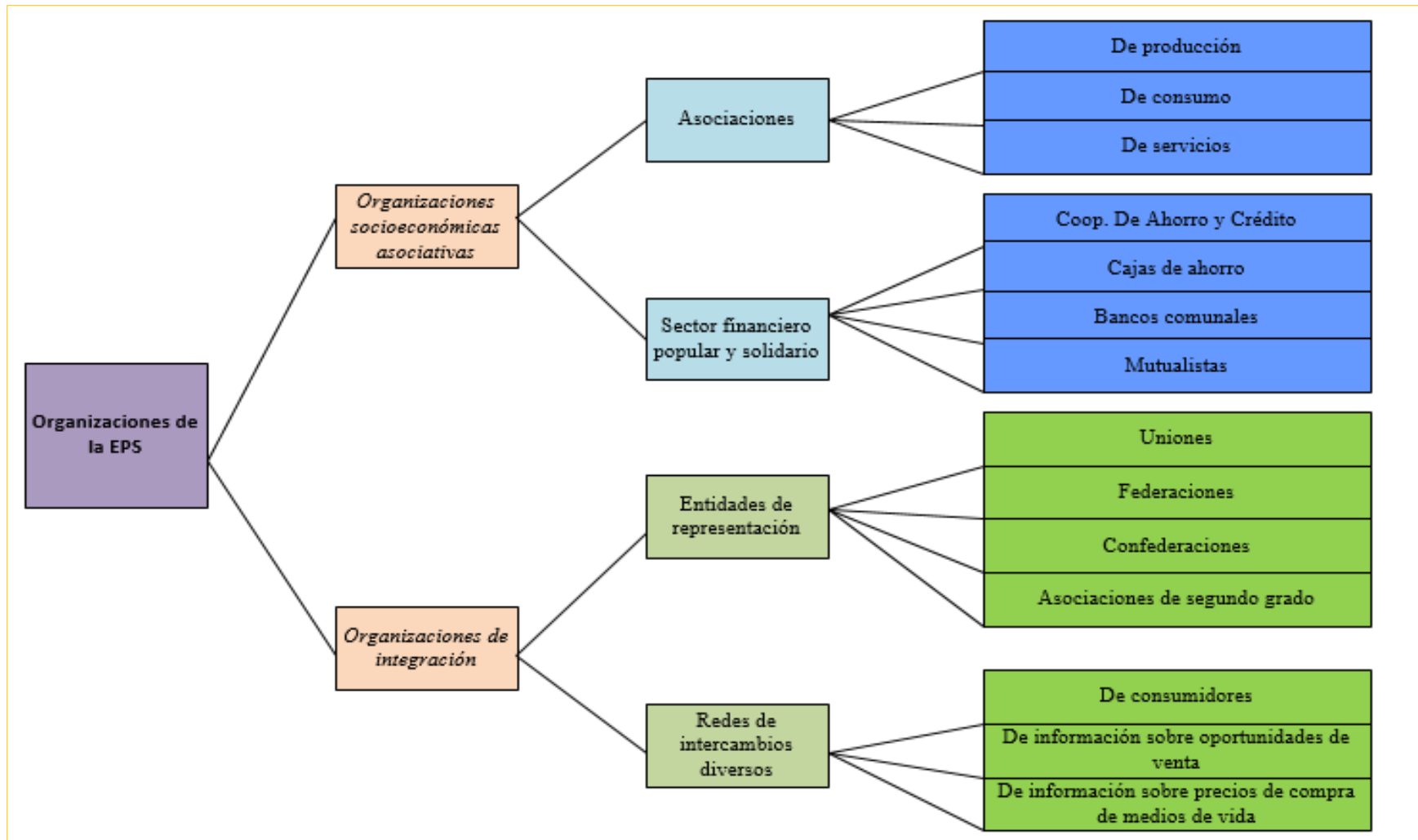


Figura 2. Organizaciones socioeconómicas asociativas

Fuente: (Coraggio, Arancibia, & Deux, 2010)

Elaborado por: Investigadores

3.1.2 Emprendimiento

El emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello quiera alcanzar mayores logros (Alberlález, 2011). El emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Por consiguiente, es una forma de pensar razonar y actuar centrada en las oportunidades planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa la economía y la sociedad (Solanilla, 2011). El emprender es una acción por medio de la cual el sujeto crea una actividad, se dice que el emprendimiento es el objeto del emprendedor, resulta que es la acción de emprender, dicho de otro modo, emprender es acometer y comenzar una obra un negocio especialmente si encierran dificultad o riesgo (Tamayo, 2013).

Desde hace un poco más de una década, el emprendimiento empresarial y social se ha convertido en la mayoría de los países, en un foco de mayor atención optimismo y esperanza para gobiernos y diferentes agentes sociales, pasando de brindar formación y apoyo a capital semilla el cual ha sido importante pero no suficiente a ser hoy un soporte más integral y sinérgico que involucra a actores como gobierno local, regional y nacional, quienes implementan las políticas públicas socioeconómicas y de emprendimiento como factor natural en sus agendas, de tal manera que se brinden las condiciones necesarias para que el emprendimiento sea tema de práctica real en centros de estudios e investigaciones así como en universidades formando, motivando e incentivando a hacer empresa a través de diversos modelos asociativos especialmente en torno a las cooperativas y a la economía social. En este proceso se han vinculado no solo las entidades públicas sino también las privadas incrementándose así el apoyo a la creación de empresas a través de diversos programas, planes, proyectos y mecanismos como: desarrollo de unidades, escuelas, viveros, aceleradores de emprendedores, incubadoras, entre otras. (Salinas, 2012)

El emprendimiento está directamente relacionado con la acción de la persona, en este sentido se puede entender el emprendimiento como el conjunto de actitudes y conductas que dan lugar a un determinado perfil personal orientado hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el manejo del riesgo. El emprendimiento como opción de vida lo realizan personas que poseen habilidades de fácil comunicación, capacidad de liderazgo y actitud positiva para identificar ideas y oportunidades que analizan los factores exógenos (económicos, sociales, ambientales y políticos) así como los endógenos (capacidad de disponer de personas, así como de recursos materiales y financieros). La acción emprendedora está orientada al logro de objetivos mediante la puesta en marcha de un sistema organizado de relaciones interpersonales y combinación de recursos. (Salinas, 2012)

Emprendimiento es el proceso dinámico de crear riqueza creciente. Esta riqueza es creada por individuos que asumen los mayores riesgos en términos de capital, tiempo o compromiso profesional al proveer valor a algún producto o servicio que puede ser o no ser nuevo o único, donde ese valor debe en alguna forma ser proporcionado por el emprendedor, asegurando y asignando las habilidades y recursos necesarios. (Ronstadt, 2011)

El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo, aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos. Se conoce como emprendimiento a la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades. Lo más sobresaliente es que el emprendimiento es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de los mismos. La palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* (pionero) y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto,

término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente. (Alberlález, 2011)

El emprendimiento tiene su origen en el inicio de la humanidad, el hombre se caracteriza por asumir riesgos con el objetivo de generar oportunidades de crecimiento económico que le pueda brindar una mejor calidad de vida tanto a él propio como a su familia. Considerando que el emprendimiento es esencial en las sociedades, pues permite a las empresas buscar innovaciones y transformar conocimientos en nuevos productos, inclusive existen cursos de nivel superior que tienen como objetivos formar individuos calificados para innovar y modificar las organizaciones. (Alberlález, 2011)

Para simplificar, el emprendimiento es el inicio de una actividad que exige esfuerzo y trabajo, del mismo modo está inmerso a tomar riesgos siempre y cuando la persona tenga actitud y aptitud para llevar a cabo ideas innovadoras y aprovechar las oportunidades que le brinda el don de ser emprendedor.

Tener una idea y ponerla en práctica para empezar una nueva actividad empresarial es bueno, aun cuando este ejercicio no está exento de riesgos y complicaciones que desde luego hay que superarlos, constituye un significativo aporte a la sociedad y a la creación de riqueza, además arriesgar el capital y el esfuerzo personal crea un círculo virtuoso que apunta a la generación de empleo, al pago de impuestos, al fomento de mayor competencia, a la necesidad de innovar aspectos que junto a otros son la esencia misma del emprendimiento. Pequeños emprendimientos han llegado a ser grandes corporaciones a nivel nacional y mundial dignos de admirar y de emular. El emprendimiento es necesario y hay que verlo como la fuente del crecimiento y desarrollo social y económico de un país, puesto que debe estar acompañado de mucha innovación, creatividad, de un entorno de garantías de seguridad y confianza. (Silva, 2016)

Se sabe que los emprendedores se lanzan a realizar sus proyectos, sea por necesidad o por oportunidad, pero finalmente crean trabajo para sí y para otros eso es un elemento vital para la convivencia humana. Más allá de los inductores materiales como incrementar los ingresos económicos, el emprendedor se hace cargo de tareas que van a trascender y que por su sentido contribuirán al mejoramiento de la calidad

de vida de un conglomerado poblacional. Desde esta perspectiva, todos los seres humanos deberían tener espíritu emprendedor porque vivir es emprender, razón por la cual cada acto de respirar es un esfuerzo de poner la vida en marcha (Duarte, 2010).

El término emprendedor tradicionalmente se vincula a la persona que da inicio a una empresa, sin embargo ser emprendedor lleva implícito más que eso, ser emprendedor está asociado con una determinada forma de pensar y de actuar que requiere de un espíritu principalmente innovador y creativo. Considerando que el emprendedor es la persona que reconoce una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerlo en marcha. (Schnarch, 2014); (Blomer, 2010)

Muchos de los estudiosos coinciden en que los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen del resto de personas. En el cuadro # 1 se aprecia con claridad cuáles son:

Cuadro 1. Características del emprendedor

Año	Autor	Características
2011	Rafael Alcaraz Rodríguez	Complementar el espíritu innovador es de gran importancia para los emprendedores debido a que aspira tener una ventaja competitiva en los negocios, acorde con lo mencionado se da a conocer las características que destaca un buen emprendedor: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Compromiso total ▪ Capacidad para alcanzar metas ▪ Orientación a las metas y oportunidades ▪ Iniciativa y oportunidad ▪ Persistencia en la solución de problemas ▪ Realismo ▪ Autoconfianza ▪ Tolerancia de cambio. (Rodríguez, 2011)
2014	Joshua Aguilar	Los castells son un referente para trabajar en equipo, las personas que lo conforman tienen características que todo emprendedor debe demostrar en la construcción de su organización, destacando así: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fuerza ▪ Equilibrio ▪ Valor ▪ Sentido común (Aguilar, 2014).
2014	Alejandro Schnarch	El emprendedor empresario se caracteriza en primer lugar por su necesidad de logros, el deseo de ser independiente, la capacidad de tolerar el riesgo, la perseverancia y la autoconfianza. Sobre las características de un emprendedor (Schnarch, 2014) menciona las siguientes: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pasión ▪ Visión

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad de aprendizaje ▪ Busca lograr resultados ▪ Determinación y coraje ▪ Creatividad e innovación ▪ Persistencia ▪ Sentido de oportunidad ▪ Trabajo en equipo ▪ Autoestima
2015	Juan Antonio Vásquez	<p>La importancia de estas características para los emprendedores es relevante puesto que contrae beneficios y mediante ello se distingue al emprendedor, consideramos ahora aquellas que lo destacan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Son visionarios ▪ Saben tomar decisiones ▪ Son personas que marcan la diferencia ▪ Saben sacar el máximo provecho de las oportunidades ▪ Son resueltos y dinámicos ▪ Son optimistas y apasionados de lo que hacen ▪ Son independientes y construyen su propio destino ▪ Asumen riesgos calculados ▪ Son líderes y constructores de equipos. (Vásquez, 2015)

Fuente: (Rodríguez, 2011); (Aguilar,2014); (*Schnarch,2014*) (Vásquez,2015)

Elaborado por: Investigadores

El espíritu emprendedor empresarial y sus características son muy importantes para aquellos que anhelan el éxito en sus esfuerzos, lo importante que es para los emprendedores tener conocimientos sobre emprendimiento para entender mejor su negocio y el mercado en que actúan, además que reducir los costes no es la única alternativa que tienen las empresas para mantenerse en el mercado puesto que crear políticas innovadoras revolucionarán el mercado y marca sin duda un enorme diferencial. (Vásquez J. A., 2015)

El área del emprendimiento está siendo el centro de estudio de diversos investigadores provenientes de diferentes perspectivas debido a su importante papel como motor de desarrollo económico y social. Es así que la investigación sobre el espíritu empresarial también ha cambiado significativamente, hoy en día, el espíritu empresarial y el impacto de la sociedad son el foco de un creciente cuerpo de investigación y las disciplinas de economía, debido aquello el espíritu empresarial se considera como el estudio de los procesos de identificar, evaluar, desarrollar y explotar oportunidades, así como de los recursos y acondicionadores que influyen en estos procesos. (Sánchez J. C., 2011)

Identificamos las características de los emprendedores en función de sus motivaciones para iniciar el negocio y de la fase de desarrollo del mismo, motivación para emprender: ¿oportunidad o necesidad? La metodología del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) permite identificar diferentes perfiles de emprendedores aquellos motivados por una oportunidad de mejorar su nivel de ingreso o incrementar su independencia, oportunidad de mejora y los que iniciaron su negocio por no tener mejores alternativas laborales denominados emprendedores por necesidad. Además de esto, existe un grupo de personas que a pesar de haber iniciado sus negocios motivados por una oportunidad en el mercado, también deben la iniciativa a la necesidad de encontrar fuentes de ingreso y motivación mixta, por consiguiente en esta sección se discuten las principales diferencias entre estos tipos de emprendedores. (Florsheim, 2015)

A continuación, con la finalidad de diferenciar a los emprendedores y entender los antecedentes de sus motivaciones, se comparan sus perfiles según la motivación que los llevó a iniciar su negocio.

Cuadro 2. Tipos de emprendimiento

Emprendimiento por necesidad	Emprendimiento por oportunidad de mejora	Emprendimiento por motivación mixta
Personas que buscan generar ingresos para subsistir, aquel que se lanza a la aventura de poner en marcha su propio negocio, movido por circunstancias inducidas, por lo general, suele ser alguien que ha perdido su empleo o que no pudo conseguir trabajo y que por lo tanto se ve abocado a tomar esta vía no por deseo propio, sino porque es la única alternativa laboral que encuentra.	Emprendedores profesionales; buscan oportunidades de alto crecimiento económico potencial en el menor tiempo posible, utiliza sus conocimientos y su propia vocación para lanzarse a la aventura de crear empresa y aprovechar las oportunidades que surgen. Una de las expresiones naturales del emprendimiento por oportunidad es el emprendimiento universitario, que es muy importante para el país y el cual se caracteriza porque tiene en sus propuestas el uso de tecnologías avanzadas y es el llamado a sustituir a un gran número de empresas que no innovan.	En los últimos años ha venido incrementando de manera sostenida el número de emprendedores motivados por aprovechar una oportunidad en el mercado pero también por la necesidad de mantener sus ingresos (motivación mixta).

Fuente: (Florsheim, 2015)

Elaborado por: Investigadores

Por lo que se refiere al espíritu emprendedor es un proceso, un medio por el cual un individuo hace uso o explota oportunidades en el mercado para obtener ganancias,

hay que mencionar además como proceso, el emprendimiento se lleva a cabo en todas las etapas del ciclo de vida de la empresa, desde el inicio hasta la salida. El objetivo de la economía es que estas oportunidades sean productivas y contribuyan al crecimiento económico y al desarrollo, fomentando la creación de empleo y la innovación. (Goedhuys & Sleuwaegen, 2010)

3.1.3 Asociatividad

La asociatividad se genera como una estrategia que se presenta en empresas de diferentes o similares sectores económicos, esta estrategia permite que las empresas fortalezcan su capacidad económica, mejoren la calidad de su servicio, aumenten su productividad y niveles de competitividad (Fernández & Narváez, 2011). Es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común (Moncayo, 2010). La asociatividad es el acuerdo voluntario de dos o más empresas para colaborar complementariamente con la finalidad de lograr un objetivo estratégico común (Sandoval, 2010).

La asociatividad, es de vital importancia en el panorama empresarial y se acentúa en el caso de Pymes, por la necesidad que tienen estas empresas de competir en mercados nacionales e internacionales con empresas de otras regiones en vías de desarrollo, las cuales ya están organizadas y son altamente competitivas. La asociatividad, expresada en la conformación de redes de negocios o clusters localizados de empresas en una industria específica ha sido estudiada por numerosos autores en el mundo desarrollado. Se ha demostrado que las redes empresariales facilitan las oportunidades y la adquisición de recursos, además hace un papel muy importante en el establecimiento de marcos para facilitar la innovación y el desarrollo de entornos empresariales (Castellanos, 2010); (Toledano, 2011).

Según (Kreibling & Vollmer, 2013) expone:

Los clusters son agrupaciones de agentes económicos que participan de una manera directa o indirecta en la creación de bienes finales, muy a menudo es también la interfaz de agrupamiento con un medio circundante tal como una

matriz que da lugar a nuevas propiedades no conocidas de la materia ordinaria.

Cuadro 3. Definiciones de asociatividad

Año	Autor	Definiciones	Enfoque conceptual
2009	Johana Maldovan & Nicolás Dzembrowski	La asociatividad se presenta como una construcción continua a través del cual los sujetos interactúan generando diferentes tramas de sentido que los sitúan en un ámbito caracterizado por la horizontalidad, el compromiso y el involucramiento de sus miembros. (Maldovan & Dzembrowski, 2009)	Sujeto social.
2010	Managua Nicaragua	Asociatividad 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. (Nicaragua, 2010)	Creación de valor. Herramientas para la supervivencia. Objetivos comunes.
2010	Lozano Monroy; Félix David	Es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. (Lozano & Félix, 2010)	Autonomía gerencial
2014	Madelin Sánchez	La asociatividad puede aumentar la capacidad de representación y negociación de los asociados en procesos productivos, de comercialización, de acceso a fuentes de crédito e incluso en instancias de toma de decisiones que involucran a instituciones públicas. (Sánchez M. , 2014)	Capacidad de representación. Procesos productivos.
2015	Santiago Daniela; Cruz Blasa; Acevedo Jorge	Una de las estrategias para desarrollar el capital social de un grupo consiste en la asociatividad, la cual determina acciones orientadas a expandir o fortalecer las redes en las que participan los miembros del grupo. Los recursos asociativos con que cuenta un grupo son las relaciones de confianza, reciprocidad y cooperación. (Santiago, Blasa, & Acevedo, 2015)	Capital social. Redes. Recursos. Asociativos. Confianza. Reciprocidad. Cooperación.

Fuente: Elaboración propia basado en los siguientes autores: Johana Maldovan & Nicolás Dzembrowski (2009); Managua Nicaragua (2010); Lozano Monroy; Félix David (2010); Madelin Sánchez (2014); Santiago Daniela; Cruz Blasa; Acevedo Jorge (2015)

Elaborado por: Investigadores

Cuadro 4. Sub variables asociatividad

Sub-VARIABLES	Económico-Productivo	Social Cultural	Político Institucional	Físico Territorial Ambiental
Sujeto social		1		
Tejido social		1		
Recursos endógenos				1
Redes territoriales				1
Cultura		1		
Identidad		1		
Valor social		1		
Representatividad			1	
Procesos productivos	1			
Capital social		1		
Clusters	1			
Recursos asociativos		1		
Solidaridad		1		
Reciprocidad		1		
Cooperación		1		
Políticas sociales			1	
Innovación social		1		
SUMATORIA:	2	11	2	2

Fuente: Elaboración propia basado en los siguientes autores: Johana Maldovan & Nicolás Dzembrowski (2009); Managua Nicaragua (2010); Lozano Monroy; Félix David (2010); Madelin Sánchez (2014); Santiago Daniela; Cruz Blasa; Acevedo Jorge (2015)

Elaborado por: Investigadores

Las pequeñas y medianas empresas que poseen necesidades comunes usan estrategias asociativas que pueden generar competitividad frente a grandes empresas, de esta manera las debilidades que antes no podían enfrentar de manera individual son más fáciles de resolver en conjunto, mejorando su posición en el mercado y desarrollando un modelo que diversifique la manera de ofertar productos y servicios. Mediante la asociatividad mejora la productividad de las empresas, unen diversas capacidades como fortaleza frente a la competencia sin dejar de lado su individualidad en varios aspectos que consideren necesarios, además abren oportunidades de financiamiento y nuevas tecnologías. Las características

estructurales de las Pymes, como su tamaño, su estructura de inversión y de capital, entre otras, hacen que cada vez sea más difícil llevar a cabo la incorporación de tecnologías, la penetración a nuevos mercados y la innovación en sus productos y servicios que garanticen su permanencia y estabilidad dentro del mercado. En este sentido, la asociatividad entre empresas permite aprovechar y potencializar las fortalezas de cada una de ellas, desarrollar proyectos más eficientes y minimizar los riesgos individuales. Entre otros beneficios que las Pymes obtienen de la asociatividad se encuentran: integración de diferentes canales de comercialización; obtención de economías de escala; ampliación de los horizontes económicos con menores inversiones que las necesarias en forma individual; facilitamiento de acceso a tecnologías de punta, con menor inversión individual; mayores posibilidades de acceso al crédito al contar con mejores garantías, y disminución de costos fijos, como por ejemplo los de administración, o los de asesoramiento legal y contable. (Nicaragua, 2010)

La asociatividad, desde una concepción amplia, remite a una multiplicidad de tipos de organizaciones sociales conformados por sujetos que fundados en diferentes tipos de acuerdos deciden unirse de manera permanente y voluntaria para compartir sus esfuerzos y conocimientos en la consecución de un objetivo común, acuerdos que son el resultado de la interacción social que los sujetos ponen en práctica en el día a día. Asociatividad para el trabajo es entendido como la capacidad que utilizan los actores sociales para ensayar la resolución de problemas de insatisfacción de necesidades individuales y colectivas por medio del trabajo con un principio distinto al de la economía de mercado, proponiendo la autonomía del colectivo de la relación capital/trabajo y aparece como respuesta a situaciones sufridas directamente como insoportables y que a través de la estructura formal y económica predominante no logran satisfacer. De esta manera, adquiere gran importancia el componente de solidaridad que presenta la asociatividad para entender el funcionamiento y sustentabilidad de las experiencias que de ella surgen. En este sentido, la asociatividad califica a la cooperación como un espacio social plural donde resaltan los atributos del respeto, la confianza, la reciprocidad y el involucramiento de sus miembros. (Maldovan & Dzembrowski, 2009)

El factor trabajo ocupa un lugar central en este tipo de asociatividad dado que por una parte los sujetos que la construyen se proponen sostener su fuente de trabajo y, por otro, es el trabajo bajo una relación asociada lo que sostiene a estas iniciativas. De este modo, el trabajo se constituye tanto un fin como un medio. Asimismo, la racionalidad de su propia lógica de funcionamiento las sitúa de forma diferenciada respecto de la lógica capitalista, teniendo como base relaciones de solidaridad y reciprocidad en las cuáles los sujetos participan democráticamente de la construcción de los objetivos y las reglas de ordenamiento interno. (Maldovan & Dzembrowski, 2009)

La asociatividad recoge las formas más sofisticadas y avanzadas del llamado proceso de integración empresarial, su puesta en práctica fomenta el desarrollo de las empresas y sectores empresariales que las integran, e impulsan el crecimiento económico y la capacidad competitiva de las localidades. Se propone la asociatividad como la estrategia a utilizar, porque se ha implementado en diversos países latinoamericanos, para alcanzar la competitividad empresarial, en la cual los actores involucrados deben percibir el mejor modo para desarrollar sus propias estrategias y alcanzar sus objetivos. (Santiago, Blasa, & Acevedo, 2015)

Desde otra perspectiva, la asociatividad es un mecanismo de cooperación conformado por un conjunto de personas que suman, recursos, capacidades, esfuerzos y comparten ideas a través de la asociatividad para satisfacer sus necesidades colectivas e individuales bajo principios de actuación como la solidaridad, reciprocidad y cooperación.

La asociatividad empresarial

La asociatividad es un mecanismo de cooperación empresarial en el cada una de las empresas que participan mantienen su independencia jurídica y su autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente su participación en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo en común. Los objetivos comunes pueden ser coyunturales, tales como la adquisición de un volumen de materia prima o generar una relación más estable en el tiempo, como puede ser la

investigación y el desarrollo de tecnologías para el beneficio común o el acceso a un financiamiento que requiere garantías, las cuales son cubiertas proporcionalmente por parte de cada uno de los participantes. (Narváez, Fernández, & Senior, 2008)

El proceso de asociatividad empresarial, desde la perspectiva del desarrollo local, estimula la configuración de sistemas empresariales que buscan la formación de entornos competitivos e innovadores mediante el aprovechamiento de determinadas externalidades derivadas de su organización en el territorio, así como también de las ventajas asociadas a la tradición empresarial del territorio y las relaciones comerciales y de cooperación para competir ligadas a la proximidad. (Narváez, Fernández, & Senior, 2008)

Características de la asociatividad

(Nicaragua, 2010) expresa:

- La asociatividad permite que varias empresas se organicen por un mismo motivo, sea para solucionar problemas o para fortalecer las empresas sin necesidad de forzar la organización por entidades externas. Si bien es cierto que puede existir el apoyo de otras organizaciones, entidades gubernamentales para el desempeño de la asociatividad la responsabilidad de llevarlas a cabo es de las empresas.
- Cuenta con un alto grado de autonomía gerencial cada empresa que desee asociarse. La posibilidad de mantener un alto grado de autonomía gerencial puede constituir uno de los principales estimuladores al desarrollo de la asociatividad en el futuro.
- Tiene carácter amplio de actividades de asociatividad, se puede establecer alianzas para múltiples propósitos de acuerdo a la necesidad de cada empresa, como es en la etapa de los procesos de producción similares de las empresas, como diseño, producción, comercialización, hasta generar un financiamiento.
- La organización es el proceso de agrupamiento de personas que trabajan en forma coordinada y concentrada para alcanzar sus metas. Con la organización

se debe lograr un uso más efectivo de los factores de producción, que el que se alcanza a nivel individual.

Ventajas y desventajas de la asociatividad

Según (Nicaragua, 2010) manifiesta:

Ventajas

- Incremento de la producción y productividad.
- Mantener la autonomía de los participantes, “la unión hace la fuerza”. Esto permite que las empresas asociadas compartan los recursos que sólo se refieren a la asociatividad, manteniendo aquellos puntos estratégicos y que no desean ser compartidos en plena confidencialidad.
- Mayor poder de negociación.
- Mejorar la productividad y competitividad, lo que permite ampliar los mercados (mayor escala o nuevos mercados).
- Generan en las empresas y los empresarios varios “efectos secundarios” como una mentalidad más abierta, mayor confianza, una visión unificada a más largo plazo, mayor integración, mayor positivismo, más dinamismo.
- Mejora de la calidad y diseño.
- Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control).

Desventajas

- Muchas veces el individuo no puede solicitar préstamos o crédito, puesto que no tiene una firma colateral.
- Los pequeños agricultores que ofrecen una limitada cantidad de productos, por lo regular no reciben un buen precio por sus productos en el mercado local.
- La compra de insumos resulta más cara, puesto que los vendedores no le ofrecerán un descuento por la compra de semillas, fertilizantes y otros insumos, y si se lo ofrecen, éste será mínimo.
- Por lo regular, las agencias ofrecen capacitación y entrenamiento a grupos, no a individuos.

3.1.4 Emprendimiento asociativo

Son emprendimientos conformados por grupos de trabajadores que cooperan produciendo conjuntamente bienes y servicios para venderlos en el mercado y obtener ingresos monetarios. Agrupa trabajadores que forman parte de distintos hogares, es decir, no estamos incluyendo en esta definición a los emprendimientos familiares, cuyos trabajadores conviven todos en un mismo hogar. (Marzi & Vásquez, 2009)

Resulta interesante ver cómo los modelos de asociatividad son una herramienta efectiva para que los sectores productivos pequeños y medianos logren insertarse y mantenerse en unos mercados que son cada vez más regionales, abiertos y competitivos. De igual forma es importante resaltar que dichos modelos se constituyen en formas alternativas de generación de riqueza y equidad dentro de los sistemas económicos y sociales de un país. En este sentido las alianzas estratégicas se han convertido en una táctica importante para mitigar los impactos de los ciclos económicos, particularmente aquellos en los que la economía atraviesa por dificultades. “El éxito de la estrategia de asociatividad depende de la identificación de las regiones económicas, los sectores de producción tradicional y las nuevas actividades productivas que pueden llegar a tener potencial para el desarrollo económico regional”. (Lozano M. A., 2010)

Los emprendimientos asociativos de trabajadores autogestionados son experiencias grupales en las que el trabajo y la cooperación ocupan el lugar central en las que se producen bienes o servicios destinados a su venta para generar ingresos, en donde las decisiones se toman de manera relativamente participativa y democrática cuyo fin y sentido es la reproducción de la vida de sus integrantes y de sus familias es decir que están orientados hacia la satisfacción de sus necesidades y no hacia la maximización de ganancias para acumular capital. Ejemplos de este tipo de experiencias pueden ser los emprendimientos asociativos barriales (productivos, comerciales o de servicios) que impulsan un conjunto de vecinos buscando dar respuesta a necesidades y demandas del propio barrio en el que viven, o las cooperativas de trabajo impulsadas por diversos grupos de trabajadores o promovidas por el estado, o las empresas recuperadas por sus trabajadores luego de una quiebra o abandono del patrón entre

otros emprendimientos que podemos observar cada vez más frecuentemente. Los procesos y prácticas de asociativismo y autogestión entre trabajadores dan lugar a la conformación de organizaciones basadas en esta forma de trabajo, nuestro objeto de estudio, que hemos denominado Emprendimientos Asociativos de Trabajadores Autogestionados (EATA). (Vásquez G. , 2016)

3.1.5 Sector textil

La elaboración de textiles y tejidos en el Ecuador es una de las actividades artesanales más antiguas, su elaboración tenía gran importancia en la cultura Inca, pues servía para indicar la situación social-económica entre sus habitantes, así mismo geográficamente se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba, por lo que se refiere a la producción textil Ecuador inició su desarrollo con la aparición de las primeras industrias que en un principio se dedicaron al procesamiento de lana hasta que a inicios del siglo XX se introdujo el algodón; material que impulsó la producción hasta la década de los 50, momento en el que se consolidó la utilización de esta fibra. Actualmente la industria textil y de confecciones elabora productos provenientes de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda, a pesar de que son mundialmente conocidos como exportadores de productos naturales, en los últimos 60 años Ecuador ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose en una de las actividades más importantes, generando empleo a más de 46,240 artesanos del país y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero seguido de los alimentos, bebidas y trabajo en generación de empleo directo. Históricamente se ha dado un proceso de especialización gradual de estas manufacturas a partir del desarrollo artesanal que intergeneracionalmente ha desarrollado el capital humano especializado y los activos productivos necesarios para su producción, consideramos ahora que Tungurahua es la provincia cuya industria genera mayor cantidad de empleo en la región 19,4% después de la agricultura, lo que muestra que sus industrias son más intensivas en mano de obra, además es la provincia con mayor variedad de industrias de la región. (PRO ECUADOR , 2012, pág. 3); (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011, pág. 21)

Bajo estos enfoques, se considera que el sector textil es un conglomerado empresarial generador de fuentes de empleo, que mediante el uso de los factores de la producción provee productos y servicios a nivel local, nacional e internacional.

3.2 Dimensión teórica del Desarrollo Local

3.2.1 Desarrollo local

En la historia de la humanidad se ha pretendido lograr el desarrollo de la sociedad y en la medida que esto se ha hecho posible este desarrollo se ha enmarcado en espacios cada vez más estrecho, es por ello que se ha comenzado a hablar del desarrollo no solo a nivel del país sino con un carácter local. Es evidente, el desarrollo local aparece para dar soluciones a los problemas que existen en la localidad, para ello es necesario tener en cuenta las características específicas del territorio que son imprescindibles a tener en cuenta para enfocar el desarrollo hacia la comunidad. (Pérez, 2010)

El concepto de desarrollo local surge de la combinación de dos términos controvertidos, que han sido objeto de discusión científica y han generado posturas dispares. Por lo general el concepto de desarrollo ha sido utilizado en la mayoría de las ocasiones con una significación cualitativa. En el lenguaje común se emplea como sinónimo de crecimiento y generalmente aumento económico. Por otro lado, la noción de local hace referencia a una parte del espacio englobada o referenciada en una estructura más amplia. Ambos son conceptos relacionados íntimamente y han tenido un protagonismo creciente en el cuerpo científico del siglo XXI. Ya en 1980 Sachs hablaba de la imposibilidad de separarlos en la realidad que se estaba creando, exponiendo que el desarrollo no se puede manifestar más que ahí en donde están y viven las gentes, es decir, localmente. En otros términos, o se traduce en el mejoramiento de las condiciones materiales e inmateriales de la vida de los habitantes, creándoles la oportunidad para su realización o se termina en un fracaso. (Juárez, 2013)

El desarrollo local es entendido como una estrategia diseñada para mejorar el nivel de vida económico y social de grupos específicos de una población para lograr un bienestar social (Páez, 2012). Es el resultado de un proceso de conjugación de las

capacidades de los actores locales para realizar acciones comunes de beneficio para la población e implica también generar o fortalecer la capacidad de adaptación a nuevos entornos económicos, de innovar para compensar y revertir paulatinamente la falta de acceso a nuevas tecnologías, así como para generar las condiciones internas que incrementen la competitividad del territorio y de la producción endémica en el contexto de la globalización (Maceratesi Vega, 2011). El desarrollo local es un proceso de desarrollo integral que conjuga la dimensión territorial las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y la dimensión económica. Es una apuesta a la democratización de las localidades al desarrollo sustentable y equitativo pensando las potencialidades del territorio y la sociedad local (Burbano, 2011). Las perspectivas de desarrollo sostenible son prioritarias para garantizar la calidad de vida de las personas la conservación de los recursos naturales para las generaciones futuras, todas estas observaciones se relacionan también con la distribución y realización de los bienes. (Fischer, 2012)

Cuadro 5. Definiciones de desarrollo local

Año	Autor	Definiciones	Enfoque conceptual
2007	Francisco Alburquerque	El desarrollo local es un enfoque territorial y de naturaleza ascendente, esto es, de “abajo-arriba”, pero requiere también intervenciones de los restantes niveles decisionales públicos (Provincia, Región, Nación) que faciliten el logro de los objetivos y estrategias de desarrollo territorial. Se precisa pues, de una eficiente coordinación de los diferentes niveles territoriales de las administraciones públicas y de un contexto integrado coherente de las diferentes políticas de desarrollo entre esos niveles. (Alburquerque, 2007)	Niveles territoriales.
2009	Andrea Peroni	Desarrollo local es aquel proceso que contribuye a crear un entorno favorable para consolidar las iniciativas económicas locales, incentivar el capital social, conservar o crear cultura de territorio, y privilegiar o crear una lógica horizontal de construcción del territorio. (Peroni, 2009).	Capital social.
2009	Francisco Jalomo Aguirre	El desarrollo local es entendido por tanto como estrategia e instrumento del desarrollo, es decir una modalidad de desarrollo que puede tomar forma en territorios de variados tamaños, pero no en todos por la complejidad de estudio y sobre	Estrategia de desarrollo. Entorno local de asentamiento.

		todo porque para hablar de lo local se requiere compartir el mismo territorio, entendiéndose de compartir el mismo entorno local de asentamiento. (Aguirre, 2009)	
2010	Yuvy Martínez Pérez	El desarrollo local se define como el proceso de organización del futuro de un territorio y resulta del esfuerzo de concertación y planificación emprendido por el conjunto de actores locales, con el fin de valorizar los recursos humanos y materiales de un territorio dado, manteniendo una negociación o diálogo con los centros de decisión económicos sociales y políticos en donde se integran y de los que dependen. (Pérez, 2010)	Esfuerzo de concertación. Actores locales. Diálogo social.
2011	Maceratesi Vega Georgina	Desarrollo local definido como un proceso de crecimiento y cambio estructural, que se produce como consecuencia de la transferencia de recursos de las actividades tradicionales a las modernas, mediante la utilización de economías externas y de la introducción de innovaciones que genera el aumento del bienestar de la población de una ciudad, de una comarca o de una región. Cuando la comunidad local es capaz de utilizar el potencial de desarrollo y de liderar el proceso de cambio estructural, la forma de desarrollo se puede denominar desarrollo endógeno. (Maceratesi Vega, 2011)	Cambio estructural. Bienestar de la sociedad.
2016	Karen Tatiana Álvarez Riascos	El desarrollo local activa nuevos mecanismos que contribuyen a la reducción de la pobreza, no solo con los propios recursos locales sino también aprovechando y canalizando capital y apoyos provenientes de fuera del territorio, permitiendo que la economía local se integre a un nivel regional y nacional. (Riascos, 2016)	Mecanismos de desarrollo. Reducción de pobreza. Capital.

Fuente: Elaboración propia basado en los siguientes autores: Francisco Alburquerque (2007); Andrea Peroni (2009); Francisco Jalomo Aguirre (2009); Yuvy Martínez Pérez (2010); Maceratesi Vega Georgina (2011); Karen Tatiana Álvarez Riascos (2016).

Elaborado por: Investigadores

Cuadro 6. Sub variables desarrollo local

Sub-VARIABLES	Económico-productivo	Social cultural	Político institucional	Físico territorial Ambiental
Recursos locales				1
Identidad		1		
Territorio				1
Dinámicas económicas	1			
Dinámicas sociales		1		
Participación de agentes		1		
Crecimiento económico	1			
Equidad		1		
Sustentabilidad ecológica				1
Enfoque de género		1		
Niveles territoriales				1
Capital social		1		
Estrategia de desarrollo.			1	
Entorno local de asentamiento.				1
Esfuerzo de concertación			1	
Actores locales.		1		
Diálogo social		1		
Agencias locales			1	
Cambio estructural			1	
Bienestar de la sociedad		1		
Recursos endógenos				1
Calidad de vida		1		
Capital	1			
Empleo	1			
SUMATORIA:	4	10	4	6

Fuente: Elaboración propia basado en los siguientes autores: Francisco Alburquerque (2007); Andrea Peroni (2009); Francisco Jalomo Aguirre (2009); Yuvy Martínez Pérez (2010); Maceratesi Vega Georgina (2011); Karen Tatiana Álvarez Riascos (2016).

Elaborado por: Investigadores

Podemos sintetizar lo dicho hasta aquí, que el desarrollo local es un proceso de diversificación y enriquecimiento de las actividades económicas y sociales en un territorio, basado en la identificación y aprovechamiento de los recursos y de la misma manera de las potencialidades endógenas, para lo cual está orientado a superar las dificultades y retos existentes, dicho de otro modo, para mejorar los ingresos las oportunidades de empleo y la calidad de vida en las localidades.

Agentes de desarrollo local

Un Agente de Desarrollo Local (ADL) es un dinamizador, facilitador, actor y motor de procesos de desarrollo local. Es aquel que expresa incidencia y compromiso sobre el proceso de desarrollo territorial, más allá de su inserción sectorial. Como actor de desarrollo está definido por el sistema de la acción, es por tanto, un activista (acción) pero también un analista (diagnóstico), portador de propuestas que tiendan a capitalizar mejor las potencialidades locales. Es un actor dotado de conocimientos, pero también provisto de habilidades relacionadas con el liderazgo, la disposición y habilidad para negociar y generar consensos de procesar información. (Burbano, 2011)

Según (Burbano, 2011) expresa que:

Actor local es todo aquel individuo, grupo u organización, cuya acción se desarrolla dentro de los límites de la sociedad local. Actor local es aquel agente que en el campo político, económico, social y cultural es portador de propuestas que tienden a capitalizar mejor las potencialidades locales.

Para (Burbano, 2011) los actores locales que actúan en un territorio son:

- El actor político-administrativo, constituido por el gobierno local, las agencias del gobierno nacional, las empresas públicas.
- El actor empresarial, constituido por la microempresa y el artesano, la pequeña y mediana empresa, la gran empresa.
- El actor socio-territorial: comisiones de vecinos, organizaciones No gubernamentales, iglesias, etc.

Dimensiones del enfoque de desarrollo local.

Se tiene que para (Narváez, Fernández, & Senior, 2008) las dimensiones del enfoque de desarrollo local son:

La económica, caracterizada por la existencia de un sistema productivo que permite a los agentes locales utilizar con criterios de eficiencia los recursos productivos disponibles a fin de incrementar los niveles de productividad y competitividad.

La sociocultural, integrada por el sistema de relaciones socioeconómicas predominantes, las instituciones locales y el sistema de valores de una sociedad,

factores que constituyen el fundamento de orden sociocultural del proceso de desarrollo de un territorio.

La política y administrativa, en la cual se destaca la importancia de las iniciativas de los agentes locales para formular políticas territoriales orientadas a crear el entorno local adecuado para impulsar el incremento de la producción y un desarrollo sostenible en el largo plazo.

La ambiental, en la cual se destaca el aspecto relacionado con la sustentabilidad de cualquier opción o actividad transformadora del medioambiente.

Políticas del desarrollo local

El impulso de los procesos de descentralización política debe facilitar la identificación y fomento de iniciativas de carácter empresarial e institucional, ya que de ello depende la difusión de las innovaciones productivas y la generación de empleo, factores decisivos para el logro de los objetivos de equidad social y disminución de la pobreza.

Para impulsar el desarrollo económico con generación de empleo productivo, equidad social y sustentabilidad ambiental, es absoluto un diseño mixto de políticas en el cual, junto a las medidas encaminadas al logro de los principales equilibrios macroeconómicos y el fomento de las exportaciones, deben impulsarse también políticas complementarias de carácter territorial destinadas a identificar y fomentar las potencialidades productivas y de empleo existentes, tarea en la cual los gobiernos territoriales pueden desempeñar un papel decisivo como animadores y facilitadores de la creación de las instituciones apropiadas. Sin embargo, las políticas de desarrollo local están direccionadas a brindar un mejor porvenir, contribuyendo al desarrollo empresarial para las microempresas medianas y pequeñas empresas locales, considerando que forman parte del tejido empresarial y son dinamizadoras de la economía, fortaleciendo la empleabilidad en todos los sectores productivos a nivel nacional. (Alburquerque, Dini, & Pérez, 2008)

Según (Alburquerque, Dini, & Pérez, 2008) la necesidad de contar con el apoyo institucional y la participación del conjunto social se perfila en tres tipos de políticas:

- *Políticas económicas sectoriales:* los objetivos de las políticas sectoriales deben ser las mejoras de la eficiencia y productividad, donde deben estar presente las nuevas tecnologías.
- *Políticas territoriales:* son cada vez más importantes, porque fijan el marco de actuación y administran la utilización de los recursos endógenos.
- *Políticas medio-ambientales:* intentan conjugar la conservación, la defensa y la mejora de los recursos naturales. Cabe señalar que, la población local se está implicando mucho en este tipo de políticas.

Características del desarrollo local

El desarrollo local no es una tecnología a aplicar en cualquier circunstancia, es ante todo una estrategia socio política de cambio. El concepto de desarrollo hace referencia al impulso de un proceso de cambio socio económico y cultural, cuyo atributo básico es la integridad. Para aquello (Burbano, 2011) menciona acciones que se pueden emprender y que se transforman en características específicas:

- Son procesos de naturaleza endógena.
- Basan su estrategia en una solidaridad con el territorio.
- Liderazgo y animación del proceso.
- La originalidad de las experiencias locales consiste en que permiten recoger y estimular todos los elementos endógenos dinámicos desde una perspectiva integral.
- Difícilmente encajables en modelos o estructuras de gestión muy rígida o cerrada.

El desarrollo local desde una perspectiva más social se entiende como el proceso de organización del futuro de un territorio y resulta del esfuerzo de concertación y planificación emprendido por el conjunto de actores locales, con el fin de valorizar los recursos humanos y materiales de un territorio, manteniendo un diálogo con los centros de decisión económico, social y político en donde se integran y de los que dependen. Hay que mencionar, además que la fuerza del desarrollo local se deriva del tejido social en su conjunto, ya que se basa en las aptitudes humanas filtradas a través de la historia y los factores naturales. Las experiencias de desarrollo local muestran capacidad de las colectividades locales para adaptarse a imposiciones de la

internacionalización de la competencia basado en su potencial para las asociaciones.
(Alonso, 2013); (Marques & Santos, 2014)

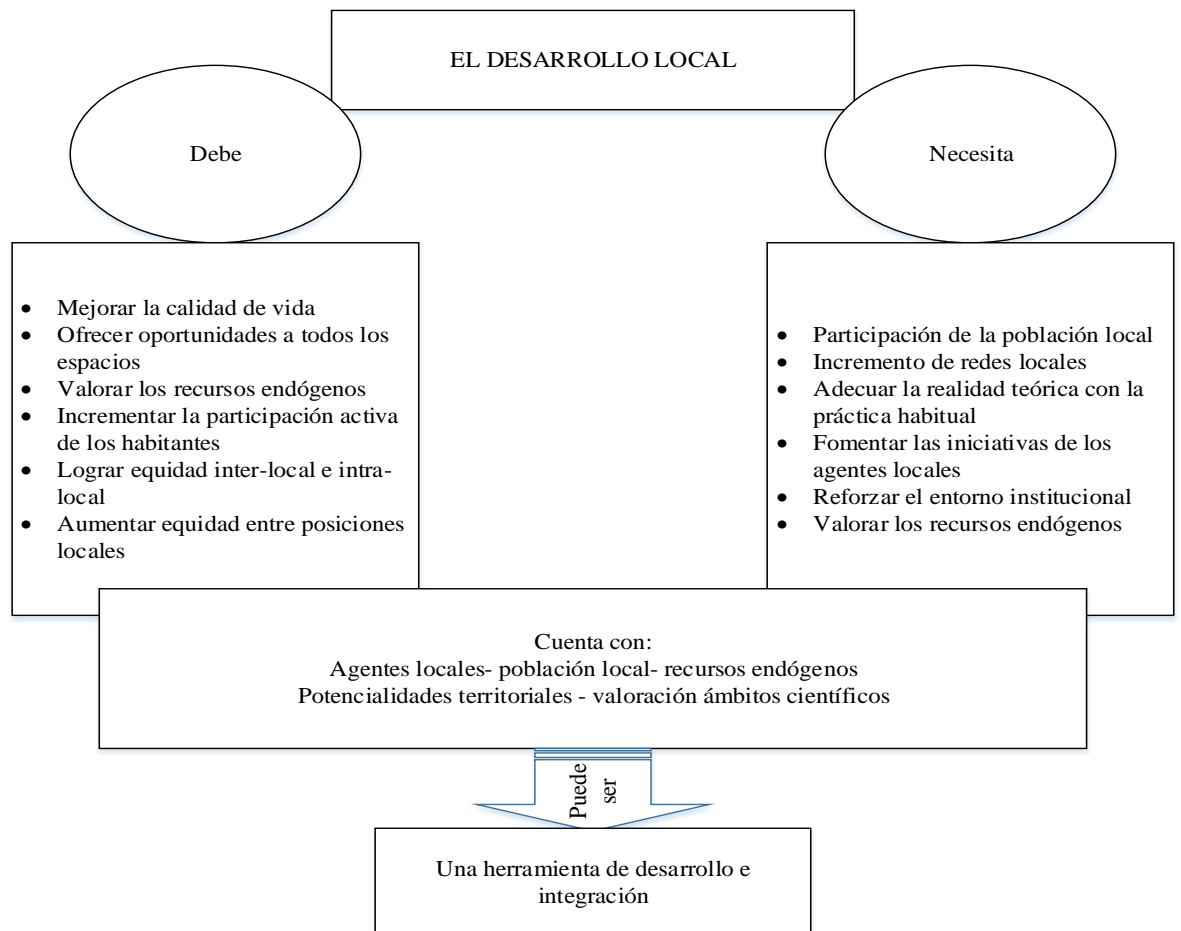


Figura 3. Esquema desarrollo local

Fuente: (Alonso, 2013)

Elaborado por: Investigadores

3.2.2 Desarrollo endógeno

El desarrollo local parte de la hipótesis de que todo territorio tiene un conjunto de recursos materiales, ambientales, económicos, políticos y sociales que lo pueden revalorizar, ese es el potencial de cada territorio que el desarrollo local busca ampliar y utilizar. El desarrollo endógeno tiene una visión territorial de los procesos de crecimiento y de los cambios estructurales, no es un mero soporte físico de las actividades y los objetos, sino un agente más de la transformación económica, social o ambiental. Los procesos de desarrollo endógeno son trascendentales dentro del ámbito local, considerando que procuran dar soluciones con sus propios recursos y se pide a los residentes y a las fuerzas locales a ser protagonistas de su propio crecimiento. (Alonso, 2013)

La importancia de la globalización para el desarrollo local se muestra en los procesos que ponen en relación lo local con la aldea global. Dentro de sus límites, el espacio local tiene al alcance información, servicios o actividades a los que anteriormente no accedía o lo hacía con dificultad, lo cual implica que está dentro de una red a la que no imaginaba pertenecer, donde aparecerán ventajas que bien gestionadas darán resultados.

En consecuencia, el desarrollo endógeno es un modelo de desarrollo que busca potenciar las capacidades internas de una región o comunidad local, para aquello la importancia es fomentar y establecer una sociedad capaz de contener en si misma los modos y medios de producción necesarios para cubrir las necesidades básicas y ampliadas de las personas que la integran, a través de la implementación de una serie de estrategias que influyan lo cultural, lo económico, lo educacional y el uso de tecnología.

3.2.3 Desarrollo económico local

La crisis económica que empezó en 2007 ha obligado a revisar los factores que han sido considerados básicos para el desarrollo económico local en las últimas décadas. Esta necesidad tiene, en primer lugar, un aspecto positivo, ya que abre la posibilidad

de repensar y cuestionar con libertad los factores de crecimiento que han dominado el discurso y las prácticas en el Desarrollo Económico Local (DEL) hasta finales de la primera década del siglo XXI. Un ejercicio difícil antes de la crisis debido a que la inercia del sistema y los éxitos aparentes silenciaban la posibilidad de análisis críticos. En segundo lugar, también permite plantear la posibilidad y la idoneidad de nuevas estrategias de viabilidad económica y social que han pasado desapercibidas, cuando no han sido menospreciadas, por parte de los poderes públicos, los especialistas consultores en desarrollo local y los académicos estudiosos de la interrelación entre la economía y el territorio

Definiciones:

Es el proceso en marcha por medio del cual los actores clave y las instituciones de la sociedad civil, del sector público y privado trabajan conjuntamente para crear ventajas únicas y diferenciadas para su región y sus empresas, afrontan las fallas del mercado, remueven obstáculos burocráticos para los negocios locales y fortalecen la competitividad de las empresas locales para mejorar la calidad de vida de la población mediante la generación de más empleos. (Burbano, 2011)

La idea básica del desarrollo económico local es facilitar a los actores principales de una región económica a emprender de manera independiente, iniciativas conjuntas orientadas al desarrollo económico de su región y a su posicionamiento estratégico en el país e incluso en el contexto global a través del desarrollo de ventajas competitivas (Burbano, 2011).

En el territorio, dada la proximidad física relacional de los agentes y procesos económicos, se configuran unidades espaciales: productivas, culturales, tecnológicas, políticas e institucionales. Esto quiere decir que la naturaleza económica del territorio no está determinado solo por la función de este como contexto, que favorece la articulación de una organización y dinámica específica de la actividad industrial, sino que constituye la unidad básica en la cual se organiza la interacción entre las distintas relaciones sociales, productivas e institucionales que se establece para realizar en conjunto con eficiencia y eficacia, un proceso concreto de producción. (Segura & López, 2011)

El desarrollo económico local puede definirse como un proceso de desarrollo participativo que fomenta los acuerdos de colaboración entre los principales actores públicos y privados de un territorio, posibilitando el diseño y la puesta en práctica de una estrategia de desarrollo común a partir del aprovechamiento de los recursos y ventajas competitivas locales, en el contexto actual de la globalización, con el objetivo final de estimular la actividad económica y la creación de empleo e ingreso. (Alburquerque, Dini, & Pérez, 2008)

El Desarrollo Económico Local (DEL) se define como el proceso estructural y de crecimiento que, mediante el máximo aprovechamiento de los recursos locales, permite que las personas que viven en un área local o una región de un país experimenten un incremento continuo de su bienestar. El proceso comprende tres dimensiones: *la económica* que incluye los medios de producción por cuyo intermedio las empresas locales pueden usar eficazmente los recursos locales, generar economías de escala y acrecentar su productividad y competitividad en el mercado; *la sociocultural* es decir, la red social y económica en que los valores y las instituciones apoyan el proceso del desarrollo económico local y *la dimensión política y administrativa* que atañe a las iniciativas que crean un entorno local y comercial favorable al fomento del desarrollo económico local. (Tello, 2010)

El enfoque del desarrollo económico territorial: limitaciones de los enfoques tradicionales del desarrollo.

El enfoque tradicional suele hacer depender el desarrollo económico, en gran medida, de la existencia de recursos financieros. Sin embargo, pese a la importancia de la disponibilidad de los recursos financieros lo cierto es que no siempre éstos se dirigen hacia aplicaciones productivas. La disponibilidad de recursos financieros no es, pues, suficiente. La orientación de los recursos financieros a la inversión productiva y el empleo depende de otros factores básicos, entre los cuales destaca la capacidad para introducir innovaciones productivas en el tejido empresarial, así como el grado de articulación que ello supone al interior de la base socioeconómica en un territorio. (Alburquerque, Dini, & Pérez, 2008)

La aproximación tradicional al desarrollo económico se basa, por lo general, en una visión “macro” de carácter agregado, que utiliza indicadores promedio que no dan perfecta cuenta de la heterogeneidad de la realidad a la que aluden. Aunque en ocasiones se desciende a un análisis sectorial éste resulta insuficiente. Las actividades económicas en la práctica suelen incorporar en sus procesos productivos elementos o insumos procedentes de diferentes sectores y son, por consiguiente, multisectoriales. La distinción estadística sectorial habitual no sirve de mucho en el caso de un enfoque basado en sistemas productivos territoriales, que requiere una aproximación en términos de cadenas productivas. (Alburquerque, Dini, & Pérez, 2008)

El enfoque del desarrollo económico local tiene en cuenta las exigencias que plantea el cambio estructural desde las formas de producción en serie hacia las formas de producción basadas en la incorporación de valor agregado de conocimiento, la calidad y diferenciación de la oferta productiva, la mejora de las redes territoriales de apoyo a la producción, la cooperación de actores públicos y privados locales, y la mejora de la coordinación institucional entre los diferentes niveles territoriales de las administraciones públicas.

Desarrollo y territorio, una visión integral.

Según (Alburquerque, Dini, & Pérez, 2008) manifiestan que el enfoque del desarrollo económico local toma como unidad de actuación el territorio y no la empresa o el sector aislados. Esta aproximación territorial es necesaria para contemplar tres de los temas decisivos del desarrollo:

- La introducción de innovaciones en los sistemas productivos locales.
- El diseño de los adecuados programas de formación de recursos humanos según las necesidades de cada contexto local.
- La referencia concreta a las características, limitaciones y oportunidades vinculadas a la valorización del medioambiente local, esto es, la incorporación del desarrollo sustentable ambientalmente.

Igualmente, este enfoque incluye una visión integrada de la funcionalidad entre lo rural y lo urbano, superando el planteamiento tradicional que supedita el desarrollo agrario al desarrollo industrial y de servicios. Esta visión tradicional suele identificar desarrollo rural y desarrollo agrario, aunque es claro que en el medio rural pueden desplegarse actividades diversas como la agroindustria, la artesanía, el turismo u otras actividades de producción de bienes y servicios medioambientales. (Alburquerque, Dini, & Pérez, 2008)

Por otra parte, el desarrollo urbano no puede pensarse de forma aislada al desarrollo rural. Ambos conforman un conjunto de funciones económicas y sociales relacionadas ya que el medio rural precisa de insumos, maquinaria, manufacturas y servicios suministrados desde el medio urbano e igualmente el medio rural necesita de los mercados urbanos para la venta de sus productos (alimentos y otros). De otro lado, el medio urbano precisa también de los abastecimientos de recursos naturales (agua potable, materias primas, etc.) y otros bienes y servicios que se producen en el medio rural. Asimismo, en la actualidad las zonas rurales son cada vez más valoradas por razones ecológicas para despliegue de actividades al aire libre, mejora de la calidad y estilo de vida y para la conservación del medio natural a fin de asegurar la oferta de bienes y servicios ambientales. (Alburquerque, Dini, & Pérez, 2008)

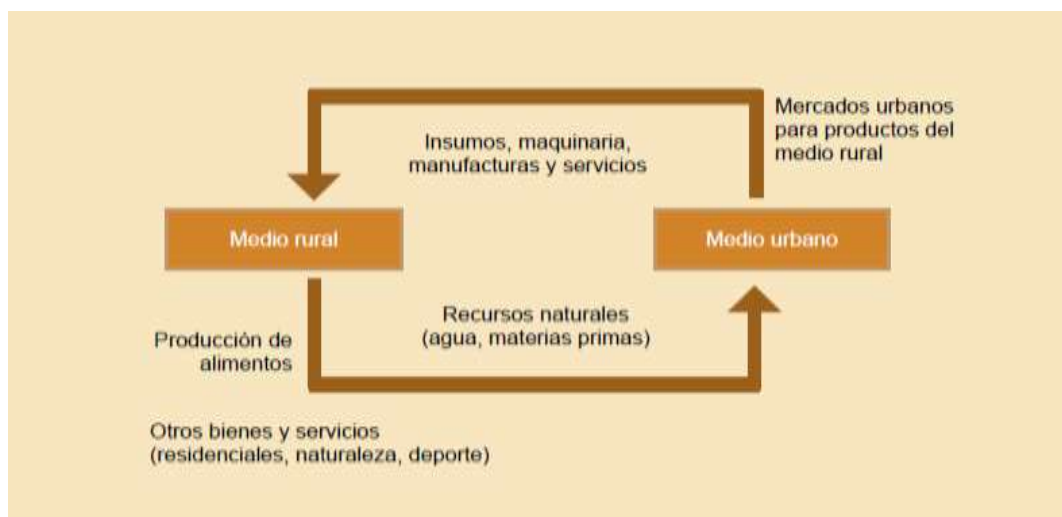


Figura 4. Visión integrada del desarrollo rural y urbano
Fuente: El enfoque de desarrollo económico territorial

El enfoque del desarrollo económico local se aleja, pues, del nivel excesivamente agregado y abstracto de la economía convencional. Se trata de un enfoque que toma como unidad de actuación principal el territorio. El enfoque se basa, asimismo, en la movilización y participación de los actores territoriales, públicos y privados, como protagonistas principales de las iniciativas y estrategias de desarrollo local. Se refiere a actores y territorios reales y no a individuos abstractos, datos estadísticos promedio o tendencias generales de carácter genérico. (Alburquerque, Dini, & Pérez, 2008)

El enfoque del desarrollo local toma como unidad de actuación principal al territorio o ámbito de una determinada comunidad; se basa en la movilización y participación de los actores territoriales públicos y privados como protagonistas de las iniciativas y estrategias de desarrollo local; se refiere a territorios y actores reales, no sólo a tendencias generales que ayudan poco al diseño de políticas de actuación en los diferentes ámbitos territoriales; y supone el abandono de las actitudes pasivas, ya que se basa en la convicción del esfuerzo y decisión propios para establecer y concertar localmente la estrategia de desarrollo. (Aguirre, 2009)

Cuadro 7. Visiones del desarrollo local

Visiones del desarrollo local	● El desarrollo local como participación:	-Con una visión participacionista. -Es todo aquel proceso en donde participan los actores del territorio determinado. -Todo es posible desde el territorio.
	● La visión neoliberal:	-Impulsada por los organismos multilaterales de crédito (ej.: Banco Mundial) -Están teñidos de una lógica de desarticulación del Estado Nacional. -Su estrategia es el debilitamiento del Estado central.
	● Como municipalismo:	-Fortalecer al municipio, en su rol de actor de desarrollo y no como mero prestador de servicios. -Si hay un buen municipio, habrá desarrollo.
	● Como desarrollo económico local:	-Es la visión del desarrollo local exclusivamente en su dimensión económica. -Propicia ante todo el desarrollo de PyMes. -Tiene su raíz en la cooperación europea.
	● Como ordenamiento territorial:	-Es una visión muy reciente, con raíz en la cooperación europea. -Su instrumento son los proyectos de OT. -El supuesto es que, el territorio no está ordenado y sin ello no se puede general desarrollo.
	● Como forma de análisis social:	-Es una visión más neutra. Que ve al DL como una herramienta de análisis, más que como un instrumento de cambio social. -Usa los SIG, con un carácter más descriptivo.

Fuente:(Gallicchio, 2006)

Dimensiones del desarrollo territorial

El término desarrollo local es utilizado a menudo, de forma ambigua. A veces por desarrollo local se entiende el desarrollo de un ámbito territorial reducido, como puede ser el desarrollo de un municipio o de una localidad. Otras veces se utiliza para resaltar el tipo de desarrollo endógeno que es resultado del aprovechamiento de los recursos locales de un determinado territorio. En otras ocasiones hay quien lo presenta como una forma alternativa al tipo de desarrollo concebido de forma centralista en la toma de decisiones. En realidad, todas las formas de presentar el desarrollo local o territorial requieren matizaciones importantes (Albuquerque, Dini, & Pérez, 2008). Para aquello se menciona algunas expectativas del desarrollo local:

- Desarrollo local no es únicamente desarrollo municipal. El sistema productivo local incluye el conjunto de relaciones y eslabonamientos productivos que explican la eficiencia productiva y competitividad del mismo, razón por la cual no está delimitado por las fronteras político-administrativas de un municipio o provincia, sino que posee su propia delimitación socioeconómica, según las vinculaciones productivas y de empleo, lo cual puede incluir, a veces, partes del territorio de diferentes municipios o de distintas provincias, existiendo también situaciones de carácter transfronterizo.
- Desarrollo local no es sólo desarrollo de recursos endógenos. Muchas iniciativas de desarrollo local se basan también en el aprovechamiento de oportunidades de dinamismo exógeno. Lo importante es saber “endogeneizar” dichas oportunidades externas dentro de una estrategia de desarrollo decidida por los actores territoriales.
- El desarrollo local es un enfoque territorial y ascendente (de “abajo-arriba”), pero debe buscar también intervenciones y colaboración desde los restantes niveles decisionales del Estado (provincia, región y nivel central) a fin de facilitar el logro de los objetivos de las estrategias de desarrollo local. Se precisa, pues, una eficiente coordinación de los diferentes niveles territoriales de las administraciones públicas y un contexto integrado coherente de las diferentes políticas de desarrollo entre esos niveles. Las decisiones de

carácter descendente (de “arriba-abajo”) son también importantes para el enfoque del desarrollo local.

- Asimismo, hay que añadir que el desarrollo local no se limita exclusivamente al desarrollo económico local. Se trata de un enfoque integrado en el cual deben considerarse igualmente los aspectos ambientales, culturales, sociales, institucionales y de desarrollo humano del ámbito territorial respectivo.

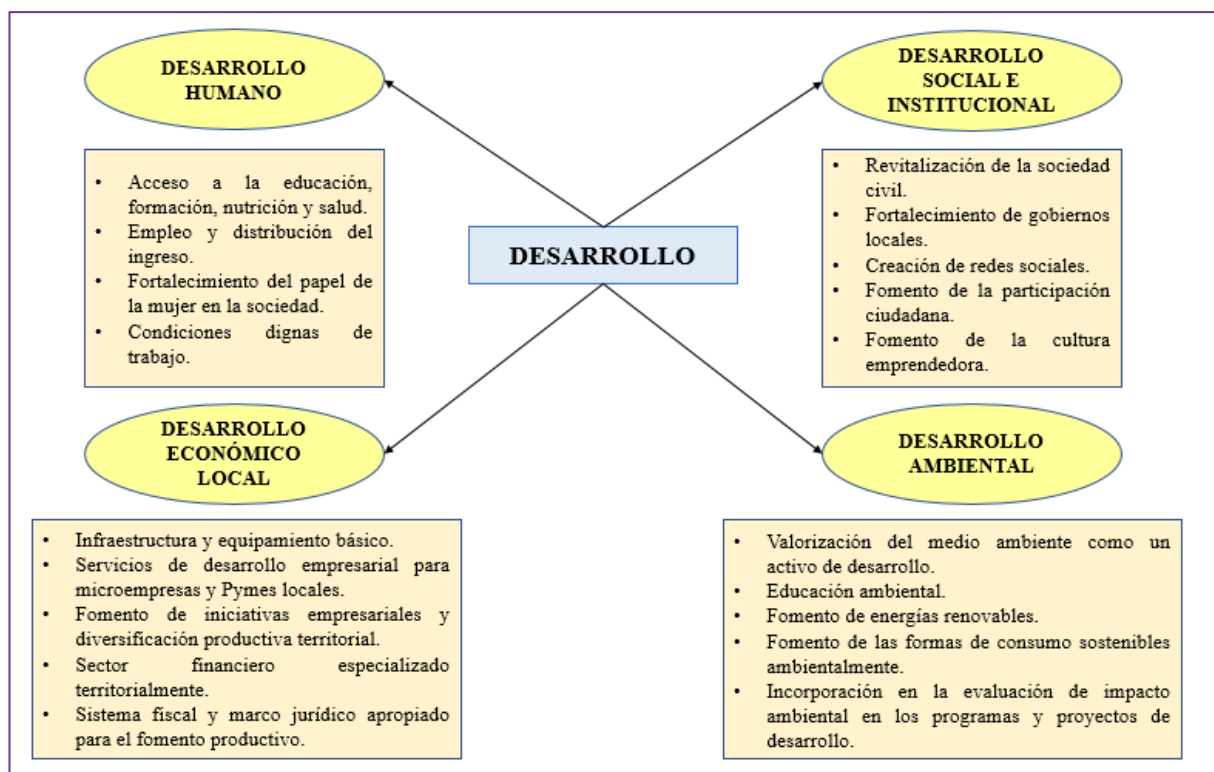


Figura 5. Dimensiones del desarrollo territorial.
Fuente: El enfoque de desarrollo económico territorial

Según (Burbano, 2011) el Desarrollo Económico Local requiere de:

- Creación y fortalecimiento de la institucionalidad local de gestión del desarrollo económico local.
- Fortalecimiento de competencias en la población.
- Creación de un ambiente favorable de negocios para la atracción de inversiones y la creación de nuevas empresas
- Promoción de la competitividad de las empresas.
- Generación de ventaja competitiva regional.

Acciones básicas para impulsar el desarrollo económico según (Burbano, 2011) desde su perspectiva:

- Generar un proceso de concertación, lo más amplio posible, que debería estar liderado por el Gobierno Local.
- Conocimiento pleno de las condiciones locales (fortalezas y debilidades) y externas (amenazas y oportunidades) que inciden en el territorio.
- Reconocimiento de la existencia de desequilibrios al interior del territorio, no solo en consideración a factores naturales o físicos, sino también a los de carácter cualitativo en los factores de producción y particularmente en lo relativo a la formación del recurso humano.
- Planificación concertada y participativa de las estrategias, políticas y acciones orientadas al desarrollo económico local, que se realizarán en la localidad.
- Sensibilización, disposición y compromiso de los principales actores del territorio, sobre la importancia de iniciar el proceso.

Territorio

El territorio es un agente de transformación y no un mero soporte de recursos y de las actividades económicas, ya que las empresas y los demás actores del territorio interactúan entre sí organizándose para desarrollar la economía y la sociedad del territorio interactúan entre sí, organizándose para desarrollar la economía y la sociedad. Teniendo como punto de partida para el desarrollo de una comunidad territorial el conjunto de recursos económicos, humanos, institucionales y culturales que constituyen su potencial de desarrollo. (León Segura & Peñate López, 2011)

El territorio deja de ser un actor pasivo para convertirse en un actor principal de los procesos de acumulación del capital, constituye un sistema vivo, orgánicamente estructurado, promotor o factor activo de desarrollo, que cuenta con un conjunto de recursos económicos, humanos, institucionales, culturales e intangibles. (León Segura & Peñate López, 2011)

Para Arizaldo Burbano (2011) el desarrollo de un territorio se concibe en relación a cuatro dimensiones básicas:

- *Económica:* vinculada a la creación, acumulación y distribución de riqueza.
- *Social y cultural:* referida a la calidad de vida, a la equidad y a la integración social.
- *Ambiental:* referida a los recursos naturales y a la sustentabilidad de los modelos adoptados en el mediano y largo plazo.
- *Política:* vinculada a la gobernabilidad del territorio y a la definición de un proyecto colectivo específico, autónomo y sustentado en los propios actores locales.

La estrategia territorial permite, entonces, reforzar las bases de enraizamiento de un grupo y desde allí orientar la mirada hacia su realidad, conocer los recursos y límites propios, para luego aprender a mirar al otro, a las otras comunidades, aprender a formar redes, articularse, a comparar situaciones, a solidarizarse con otros.

De este modo, Arizaldo Burbano (2011) manifiesta que son tres los niveles de acción considerados en el abordaje territorial dentro de la comunidad:

- a) **Los sectores geográficos** identifican en la comuna, amplias áreas relativamente homogéneas en sus aspectos socioeconómicos y poblacionales, ecológicamente semejantes en cuanto a recursos naturales y paisaje, considerando éste como el medio ambiente intervenido por el hombre. Estos sectores pueden constituir, posteriormente, unidades de planificación de las acciones futuras.
- b) **Las localidades o comunidades** donde se encuentra los núcleos poblacionales que agrupan a los habitantes. Estas localidades tienen su historia, su dinámica propia. Son también factores de identidad de la comunidad con su territorio. Las localidades constituyen la unidad de intervención.
- c) **Las unidades de observación** corresponden a unidades menores, pudiendo ser el sitio, la parcela o simplemente la casa donde reside la familia. Estas unidades son aquellas a las cuales se dirigen las investigaciones del autodiagnóstico. Deben corresponder a una forma de vida particular, propia

de la comunidad correspondiente, deben contener los componentes más significativos para captar el modo de vida de las familias, las relaciones entre sus habitantes.

Cuadro 8. *El territorio como una realidad sistémica*

SUBSISTEMA	CONTENIDO	FUNCIÓN
Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> • Valores, actitudes, representaciones • Normas, comportamientos • Tejido institucional 	<ul style="list-style-type: none"> • Definir identidad territorial • Regular conflictos • Determinar objetivos de acción • Articular y expandir sistemas de conocimiento
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos • Saber hacer (aplicable a la producción) 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar innovaciones • Posibilitar la adaptación del sistema productivo local
Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Tejido productivo • Relaciones de producción e intercambio 	<ul style="list-style-type: none"> • Producción • Distribución de bienes y servicios
Espacial	<ul style="list-style-type: none"> • Núcleos de población • Vías de comunicación • Zonas intermedias 	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Posibilitar interacciones internas (proximidad física) y externas • Canalizar flujos diversos (personas, bienes, información, capitales)
Natural	Biosfera, hidrosfera, litosfera y atmósfera	<ul style="list-style-type: none"> • Suministrar materia y energía • Recepcionar residuos

Fuente: (León Segura & Peñate López, 2011)

Elaborado por: Investigadores

3.2.4 Desarrollo económico territorial

El desarrollo económico territorial puede definirse como un proceso de acumulación de capacidades para mejorar de manera colectiva y continua, el bienestar económico de la comunidad. Esta noción de capacidad de desarrollo se refiere tanto a las circunstancias de la economía territorial, como a las de sus actores socioeconómicos e instituciones. Las capacidades de una economía territorial se refieren a sus recursos actuales y potenciales, los cuales pueden ser materiales (como físicos,

medioambientales, de infraestructura), financieros o intangibles (como cualificación de los recursos humanos, cultura local de desarrollo). Estos recursos también pueden ser clasificados como endógenos, propios del territorio en cuestión; o exógenos, captados del exterior (como subvenciones, inversiones externas, aportaciones de la cooperación internacional). (Barcelona, 1999)

3.2.6 Sistemas Productivos Locales (SPL)

La aglomeración geográfica de empresas, se presenta actualmente como un elemento clave de la organización espacial de la producción desde la perspectiva del desarrollo local, por lo que el estudio y fomento de las formas de organización de la producción sustentadas en ella, en particular los sistemas productivos locales, resultan de interés al constituir una alternativa estratégica que contribuye significativamente a la competitividad y el desarrollo económico de las regiones, en que estos se desarrollan, a partir del mejoramiento del desempeño de las empresas e instituciones que los integran, como consecuencia de los procesos de integración entre estas y el efecto sinérgico de los mismos. Los impactos económicos y sociales de los (SPL), están a su vez asociados a la coherencia de su formación con las condiciones existentes, expresadas estas en un conjunto de factores que tienen que ser valorados desde una perspectiva sistémica.

A partir del 90 y a lo largo del 2000 el concepto de cluster y distritos industriales— más el primero que el segundo- asumieron una presencia hegemónica en los desarrollos teóricos y empíricos destinados a analizar el papel de las aglomeraciones, su vinculación con el desarrollo y la competitividad. Esto se explica por su abordaje en el diseño de políticas oficiales de desarrollo, no sólo en los países industrializados, como Europa y EE.UU, sino también y por medio de la activa participación de organismos internacionales como el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en los países subdesarrollados, como los de América Latina. (Torres A. G., 2014)

Definiciones:

Sistemas Productivos Localizados (SPL), término que alude a una configuración de empresas agrupadas en un espacio de proximidad y especializadas alrededor de una actividad o de una gama de productos preponderante, que mantienen relaciones comerciales, pero también informales entre sí y con el medio socio-cultural de inserción, produciendo externalidades positivas para el conjunto. (Delgado, 2010)

Se define a los Sistemas Productivos Locales como el conjunto de los actores productivos e instituciones que pertenecen a una determinada localidad histórica y geográficamente determinada y que participan en los procesos de desarrollo económico de la misma. A diferencia del cluster, la dimensión sectorial no es relevante y la característica esencial que determina la pertenencia de un sujeto al sistema es su localización geográfica y su adhesión al sistema de tradiciones, valores y normas que conforman la comunidad considerada. Aunque el énfasis esté puesto en los actores productivos, también resultan de extrema importancia los elementos sociales, culturales y políticos que determinan la capacidad de los miembros de la comunidad para dialogar y actuar de forma mancomunada. (Marco Dini, 2007)

Desde otra perspectiva, los Sistemas Productivos Locales permiten la articulación de las distintas actividades económicas, en función de incrementos productivos de las actividades intermedias y la comercialización del producto final, esto propicia que los costos por servicios de apoyo sean compartidos y que conjuntamente se alcancen niveles de calidad competitivos tanto para el mercado local como para su posible exportación. Estas ventajas son factibles de replicarse en la producción agrícola, ganadera, forestal y turística de pequeña escala. (Torres G. , 2014)

Características:

- La dimensión territorial;
- 2) La diversidad de actividades interrelacionadas;
- 3) La innovación;
- 4) El conocimiento tácito
- 5) La coordinación del sistema.

Según Oscar Delgado (2010) menciona los factores socio territorial de los sistemas productivos locales:

- La existencia de una formación social suficientemente homogénea en cuanto a los comportamientos culturales y las aspiraciones; movilidad social relativamente elevada; distribución del ingreso más igualitaria; estructura social que recompensa el esfuerzo; aliento a la creación de un nuevo empresariado; flexibilidad considerable del mercado laboral. Todo ello, a su vez, determinado por una ética del trabajo y del sacrificio que se propaga por todo el sistema y determina una substancial identidad socio-cultural entre la esfera productiva y la esfera político-decisional.
- Importante demanda de intervención pública por parte de las fuerzas sociales a la que se responde con un desarrollo consistente de los servicios comunitarios, coherente con las necesidades del sistema (asistencia sanitaria, sistema escolar y de formación profesional, transportes públicos, vivienda social).
- Acumulación de conocimientos, profesionalismo y know-how difundidos en el nivel local; economías de aglomeración derivadas de la integración productiva entre las empresas y de la circulación eficaz de las informaciones; y de manera crucial, formas de autorregulación introducidas por la propia comunidad con el fin de equilibrar las tensiones entre competencia y cooperación.

4. METODOLOGÍA

4.1 PARADIGMA DE INVESTIGACIÓN

Siendo el paradigma crítico propositivo un proceso sistemático, reflexivo mediante razonamientos lógicos y objetivos, cuyo propósito se enfoca a lograr un conocimiento de la realidad social, de los individuos, o grupos humanos, el presente estudio analizará los hechos a través de métodos cualitativos y cuantitativos que permitan acercarse a la realidad a fin de obtener mayor comprensión sobre la cotidianidad, el análisis de los problemas y la actitud de los individuos inmerso en el

emprendimiento asociativo. Otro de los aspectos por los que se seleccionó esta metodología, radica en la naturaleza interpretativa de las técnicas que utiliza, que tienen como finalidad describir, sintetizar e interpretar el significado de diferentes hechos que suceden y enfrenta la vida social. De esta forma, hablar de métodos cualitativos, supone hacer referencia a un estilo o modo de investigar los fenómenos sociales apoyándose en la recogida de datos, desde la diversidad de herramientas y técnicas. (Ortíz Arellano, 2013)

4.2 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

El **enfoque cualitativo** es referido como investigación naturalista, fenomenológica e interpretativa, es una especie de paraguas en el cual se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios no cuantitativos. Las investigaciones cualitativas se fundamentan más en un proceso inductivo (explorar-describir y luego generar perspectivas teóricas), van de lo particular a lo general. El **enfoque cuantitativo** representa un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio, este enfoque refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación (Sampieri, 2013).

Ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento, por lo que la definición previa de investigación se aplica a los dos por igual. En términos generales, estos métodos utilizan cinco estrategias similares y relacionadas entre sí. (Sampieri, 2013)

- Llevan a cabo la observación y evaluación de fenómenos.
- Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
- Demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
- Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas o incluso para generar otras.

La presente investigación está enfocada en un paradigma cuali-cuantitativo; cualitativo porque investiga y busca evaluar el grado de contribución que tiene el emprendimiento asociativo del sector textil en el desarrollo local desde una mirada

descriptiva; cuantitativo puesto que, parte de una realidad objetiva y medible a través de la recolección de datos, el mismo que se hará uso de la estadística con el fin de comprobar hipótesis relacionales entre las variables de estudio.

4.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

4.3.1 Investigación bibliográfica o documental

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios es decir los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (Arias, 2012)

La investigación bibliográfica o documental ocupa un lugar muy importante, ya que garantiza la calidad de los fundamentos teóricos de la investigación, la cual nos permite conocer, comparar y profundizar diferentes enfoques, criterios de varios autores y conceptualizaciones, las mismas que serán recopiladas de revistas, libros, trabajos de investigación e internet, esto nos permitirá establecer criterios enfocados al tema de investigación. En función de las variables se han profundizado marcos conceptuales y teóricos a fin de argumentar técnicamente sus contenidos y dimensiones llegando así a obtener información relevante para poder sustentar la presente investigación.

4.3.2 Investigación de campo

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (Arias, 2012)

La presente investigación de campo conlleva visitar el lugar de los hechos debido a la necesidad del levantamiento de la información y a la profundización de los

procesos socio organizacionales y productivos. Para ello, se utilizó como herramientas la entrevistas y la encuesta.

4.3.3 Investigación exploratoria

Según Fidiás Arias (2012) define a la investigación exploratoria como aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir un nivel superficial de conocimientos. (pag.23)

Se ejecutó una investigación exploratoria cuyo fin fue investigar el emprendimiento asociativo del sector textil y su impacto en el desarrollo local de la provincia de Tungurahua, para lo cual se indagó información relevante al tema con el fin de dar soporte a la investigación y poder manifestar que es un tema de suma importancia para la comunidad.

4.3.4 Investigación descriptiva

De acuerdo, Fidiás Arias (2012) la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (pag.24). La investigación descriptiva la llevamos a cabo cuando queremos mostrar las características de un grupo, de un fenómeno o de un sector, a través de la observación y medición de sus elementos. La información que nos proporciona un análisis descriptivo, además de ser un fin en sí mismo, la podemos utilizar como base de partida para el desarrollo de una investigación más específica. (Ibáñez & Ainhoa, 2008)

Se realizó una investigación descriptiva en la que se manifestó las características más relevantes sobre el emprendimiento asociativo del sector textil, a través de la recolección de información para con ello ver la realidad de la situación y detectar los posibles fallidos que inmersa al sector. Se aplicaron encuestas a través de un instrumento, el cuestionario, los mismos que fueron respondidos por los presidentes

y socios de las diferentes asociaciones textiles de la provincia de Tungurahua, para así ser procesados con el programa SPSS mediante ello llegar a obtener resultados y proceder a analizar la información.

Los estudios correlacionales miden la relación entre variables o factores y determina la variación de unos factores en relación con otros, también permite establecer asociaciones o tendencias entre hechos, fenómenos, características o variables. La investigación correlacional establece relaciones estadísticas, pero no posibilita el control experimental. La correlación puede ser positiva o negativa. (Ramírez, 2013)

Esta investigación considera medir el impacto a través de la relación que existe entre las variables de estudio emprendimiento asociativo y desarrollo local en las asociaciones que están siendo objeto de estudio para posteriormente identificar la correlación existente mediante la aplicación del test de Spearman.

4.4 VARIABLES

Para la presente investigación se ha considerado pertinente las siguientes variables:

- ✓ **Emprendimiento Asociativo:** participación; gestión administrativa; comunicación; capacitaciones; relación laboral.

- ✓ **Desarrollo Local:** principios; identidad; cultura; ventajas competitivas; sistemas productivos locales; acompañamiento institucional; calidad de vida; asociatividad; normas ambientales; pobreza; desarrollo local.

4.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

Se entiende por población al conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos de estudio (Arias, 2012). Así como, la muestra es una colección de individuos extraídos de la población a partir de algún procedimiento específico para su estudio o medición directa. Una muestra es una fracción o segmento de una totalidad que constituye la población (Rabolini, 2009).

La población del presente proyecto de investigación la conforman 11 asociaciones textiles asentadas en la provincia de Tungurahua, las cuales involucran a 133 socios (Anexo 1). Esta base de datos fue proporcionada por el Instituto de Economía Popular y Solidaria, de quienes se ha recibido el apoyo técnico y logístico. Debido al número de población se consideró trabajar con todos los socios por ende se aplicó un censo.

4.6 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

4.6.1 Selección del instrumento

Encuesta

Las encuestas estudian la frecuencia y las relaciones entre variables psicológicas y sociológicas e indagan sobre actitudes, creencias, prejuicios, preferencias y opiniones. Esta técnica se caracteriza porque la información debe ser obtenida a través de preguntas a otras personas. Los investigadores utilizan esta técnica con el propósito de estudiar directamente las características de las poblaciones. (López, 2011)

4.6.2 Instrumento

El instrumento básico utilizado en la investigación es el cuestionario, que es un documento que recoge en forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta. Este instrumento consiste en aplicar a un universo definido de individuos una serie de preguntas o ítems sobre un determinado problema de investigación del que deseamos conocer algo. (Corral, 2010)

Cuadro 9. Recopilación de la información

N.-	PREGUNTAS	EXPLICACIÓN
1	¿Para qué?	Establecer el grado de contribución del emprendimiento asociativo del sector textil en el desarrollo local de la provincia de Tungurahua.
2	¿A qué personas apliqué?	Presidentes y socios de las asociaciones
3	¿Sobre qué aspectos?	Participación; gestión administrativa; comunicación; capacitaciones; relación laboral; principios; identidad; cultura; ventajas competitivas; sistemas productivos locales; acompañamiento institucional; calidad de vida; asociatividad; normas ambientales; pobreza; desarrollo local.
4	¿Quiénes?	Investigadores: Maritza Mayorga Daniel Mayorga
5	¿Cuándo?	Mes de diciembre, 2016

6	¿En qué lugar?	Asociaciones textiles de la provincia de Tungurahua
7	¿Con qué técnicas?	Encuesta-Entrevista
8	¿Con qué instrumentos?	Cuestionario
9	¿En qué situación?	Actual

Elaborado por: Investigadores

El cuestionario está conformado por 19 preguntas, en donde se establecen alternativas de respuesta. (Anexo 2), para aquello se divide las preguntas detallando de la siguiente manera en la siguiente tabla:

Tabla 2. Conformación del cuestionario

VARIABLES	ATRIBUTOS	CANTIDAD DE PREGUNTAS
Emprendimiento Asociativo	Participación	1
	Gestión administrativa	1
	Comunicación	1
	Capacitaciones	1
	Relación laboral	1
Desarrollo Local	Principios	1
	Identidad	1
	Cultura	1
	Ventajas competitivas	1
	Sistemas productivos locales	1
	Acompañamiento institucional	1
	Calidad de vida	1
	Asociatividad	1
	Normas ambientales	1
	Pobreza	1
	Desarrollo local.	1
Total preguntas:		19

Elaborado por: Investigadores

Estas preguntas están orientadas al contexto del emprendimiento asociativo y el desarrollo local de la provincia de Tungurahua. La información se recolectó a través de una encuesta en el cual consta un cuestionario de diecinueve preguntas

relacionadas a las dos variables de estudio que son: el emprendimiento asociativo y el desarrollo local con sus diferentes atributos, esto con la contribución de los presidentes y socios de cada una de las asociaciones del sector textil.

Tabla 3. Lista de las asociaciones textiles

N.-	Asociaciones	Siglas	Número de socios
1	Asociación de Producción Textil Virgen de Nazareth	ASOPROTEXVIN	10
2	Asociación de Producción Textil Hilando el Futuro	ASOHILFUT	11
3	Asociación de Producción Textil Nuestra Señora de la Justicia	ASOTEXNUJUS	15
4	Asociación de Producción Textil Confeccionando Futuro	ASOTCOFUT	11
5	Asociación de Producción Textil El Tesoro de los Llanganates	ASOTEXTELLAN	11
6	Asociación de Producción Textil Gama Color	ASOGACOTEX	11
7	Asociación de Producción Alternativa Señor de los Remedios	ASOALSER	10
8	Asociación de Confeccionistas Hidalgo Hermanos	ASOCONHIHER	11
9	Asociación de Confeccionistas de Pelileo	ASOCOPEL	14
10	Asociación de Producción Textil Los Gatitos	ASOTEXGAT	16
11	Asociación de Producción Textil	ASOPTROTEPI	19
Total población objetivo:			133

Fuente: Intituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS)

Elaborado por: Investigadores

Grandes pasos metodologicos realizados en la encuesta:

Se realizó dos tipos de encuestas una dirigida a los presidentes de las asociaciones y otra dirigida a los socios. Se planificó reuniones con el Instituto de Economía Popular y Solidaria con el fin de presentar las encuestas pilotos para su posterior aplicación. Con los lineamientos definidos para establecer preguntas que contribuyan en la recolección de información esencial para el estudio realizado.

La primera encuesta se elaboró siguiendo una escala de likert con el fin de obtener información mas global, con preguntas claras y fáciles de comprender, así mismo se diseñó una encuesta dirigida a los socios, la misma que contiene preguntas

descriptivas con el fin de extraer información más interna, de tal forma que nos ayude a ser mas exactos en los análisis e inclusive a definir el grado de contribución del emprendimiento asociativo en el desarrollo local.

4.7 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para validar el instrumento de información se utiliza el estadístico Alfa de Cronbach, el mismo que sirve para determinar la consistencia interna del instrumento de recolección, el cual es una forma sencilla y confiable para la validación del constructo de una escala y como una medida que cuantifica la correlación existente entre los ítems que componen esta, haciendo uso de una escala de Likert para el correspondiente cuestionario.

Tabla 4. Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N. de elementos
,722	19

Elaborado por: Investigadores

Se obtiene como resultado un valor de 0,722 es decir el instrumento reúne la consistencia necesaria para recolectar la información, por lo tanto el instrumento es válido para obtener información significativa de la realidad estudiada dentro del emprendimiento asociativo del sector textil.

4. RESULTADOS

Seguidamente se presenta el análisis de resultados de las 19 preguntas que fueron aplicadas a los presidentes de las asociaciones textiles de la provincia de Tungurahua, cuyas organizaciones se encuentran lideradas por el Instituto de Economía Popular y Solidaria.

5.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

CUESTIONARIO 1: Dirigido a presidentes de las asociaciones.

Pregunta 1

¿Cómo está conformada la asociación?

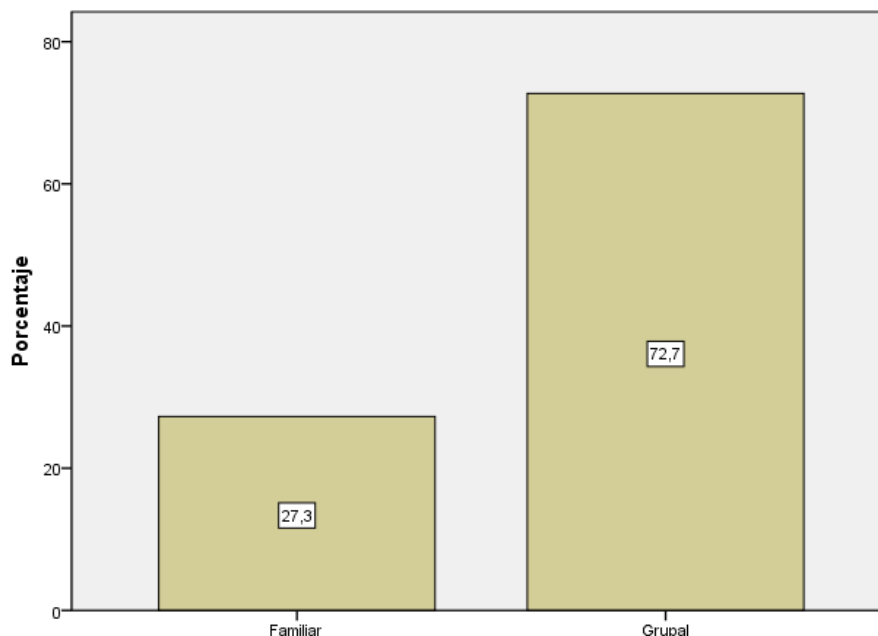


Figura 6. Conformación de la asociación

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

Las asociaciones están conformadas por el 27, 3% que corresponde a las asociaciones familiares, debido a que cada asociación fue fundada por el padre del hogar, de allí ha continuado la tradición, mientras que el 72,7% corresponde a las asociaciones grupales es decir formadas por particulares, amigos, vecinos. La mayor parte de asociaciones se las forman entre particulares, debido al grado de involucramiento de los integrantes, también influye el grado de experiencia al que se rigen cada socio para ser más productivos, optimizar tiempo y sobre todo el generar una adecuada relación. Los socios comienzan a compartir las ideas y sentimientos, brindando y solicitando contra reacciones, explorando acciones, y compartiendo información pertinente para el progreso de la asociación.

Pregunta 2

¿Actualmente cuántos clientes tiene la asociación?

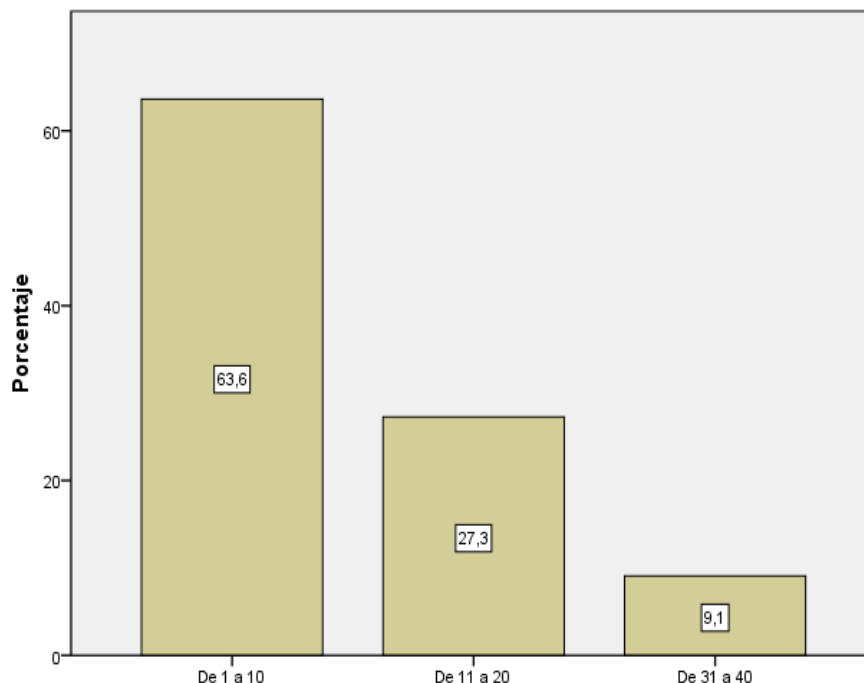


Figura 7. Clientes

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

Las asociaciones tienen un número de clientes, no todas tienen el mismo número de clientes pero se encuentran distribuidos de la siguiente forma: el 63,6% de las asociaciones tienen de 1 a 10 clientes, es decir esta cifra es la más alta debido a que la mayoría de las asociaciones han empezado a ejercer sus actividades en los dos últimos años es por ello que no tienen muchos clientes, mientras que el 27,3% de los encuestados mencionan que tienen de 11 a 20 clientes, el 9,1% menciona que tienen de 31 a 40 clientes, estas asociaciones tienen más clientes en comparación del resto debido a que son más grandes, tienen más socios, la capacidad instalada tanto en maquinaria y talento humano es más tecnificada.

Pregunta 3

¿Cómo califica el grado de participación de los socios?

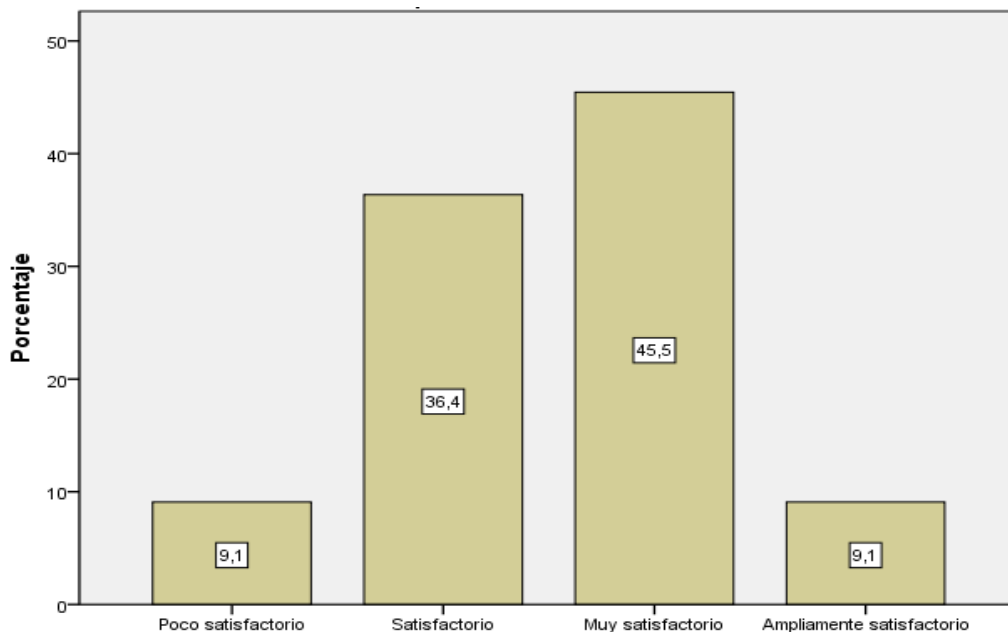


Figura 8. Participación de los socios

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

La participación de los socios es muy satisfactoria con el 45,5%, mientras que el 36,4% dice que es satisfactorio la participación de los socios, esto representa que hay un alto compromiso de los socios por ver crecer a las asociaciones, por la necesidad de generar ingresos económicos para cada hogar y el 9,1% respondió que es poco satisfactorio, esto se origina por la desintegración, problemas de impuntualidad con pedidos por parte del socio.

Cuando la asociación es familiar la participación de los socios es más efectiva ya que hay más compromiso, mientras que cuando es grupal funciona con menos integración, pero el interés es mutuo, para todos los socios. Los recursos van a ser aprovechados con mayor responsabilidad ya que al trabajar en equipo se optimizará tiempo, materiales.

Pregunta 4

¿Cómo califica la gestión democrática en el emprendimiento asociativo?

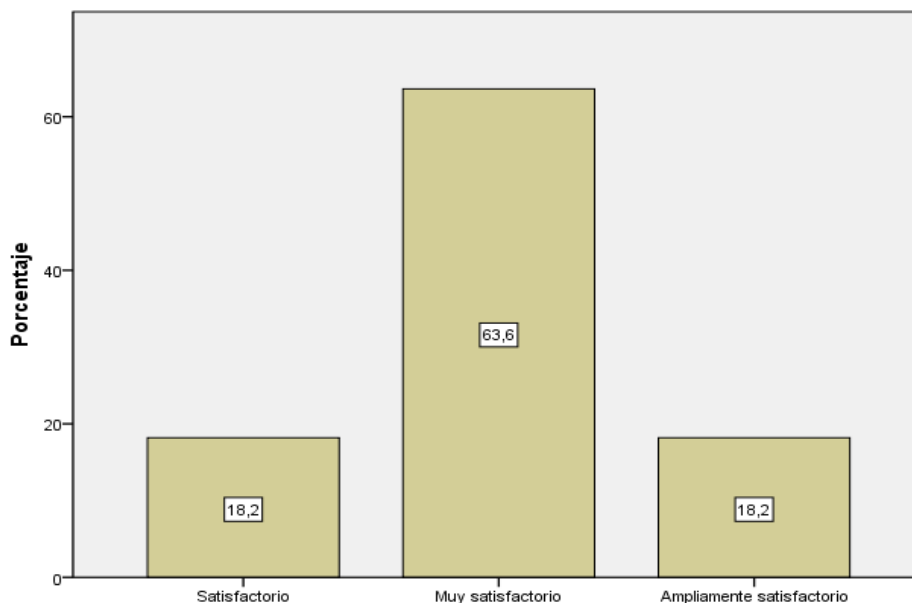


Figura 9. Gestión democrática

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

La gestión democrática en los emprendimientos asociativos es muy satisfactoria con el 63,6%, de tal forma que existe libertad de expresión, hay el aporte de ideas para el crecimiento de las asociaciones y emprendimientos asociativos, el 18,2% responde que es satisfactorio la gestión democrática en los emprendimientos asociativos, en si llegando a un mismo fin el crecer como un grupo integrado. Es importante saber escuchar y ser escuchado para llegar a consensos, lo cual se aplicado con responsabilidad, respeto, partiendo de que mediante un liderazgo eficiente, se logra llevar las ideas hacia su destino final, con resultados positivos. El presidente de la asociación convoca asambleas, sesiones, luego toma decisiones con el respaldo de todos los socios.

Pregunta 5

¿Cómo califica la gestión administrativa de la asociación?

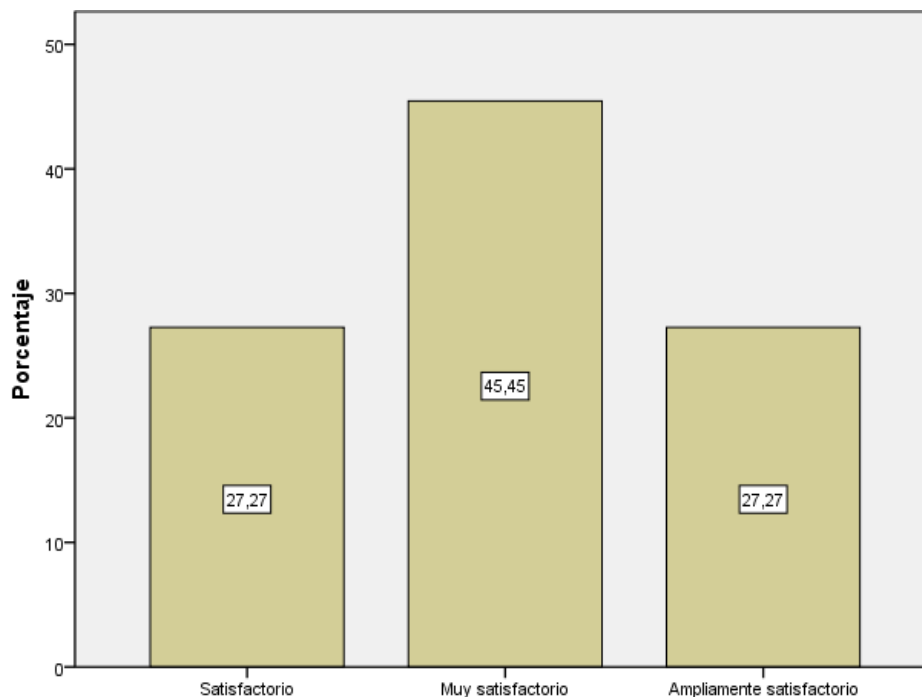


Figura 10. Gestión administrativa

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

La gestión administrativa dentro de las asociaciones textiles es muy satisfactorio con el 45,45%, esto destaca el buen manejo, liderazgo por parte del representante, presidente de cada asociación, siendo así un de los factores importantes que hacen que una asociación funcione eficientemente, el 27,27% responde que es satisfactorio la gestión administrativa.

Al manejar con responsabilidad la administración de cada una de las asociaciones se va a fomentar una muy buena comunicación entre directivos, siendo transparentes con las acciones de cada uno de los miembros de la asociación de esta manera se conserva el respeto y la utilización adecuada de recursos, la participación de los socios en los procesos de planificación y control, son fundamentales para obtener una producción óptima. En las asociaciones se ha determinado que existe una comunicación asertiva, permitiendo formar equipos de trabajo dentro de la asociación para obtener mejores resultados por ejemplo un grupo destinado a diseñar, cortar, unir piezas, terminado.

Pregunta 6

¿Cómo es la comunicación entre directivos y miembros de la asociación?

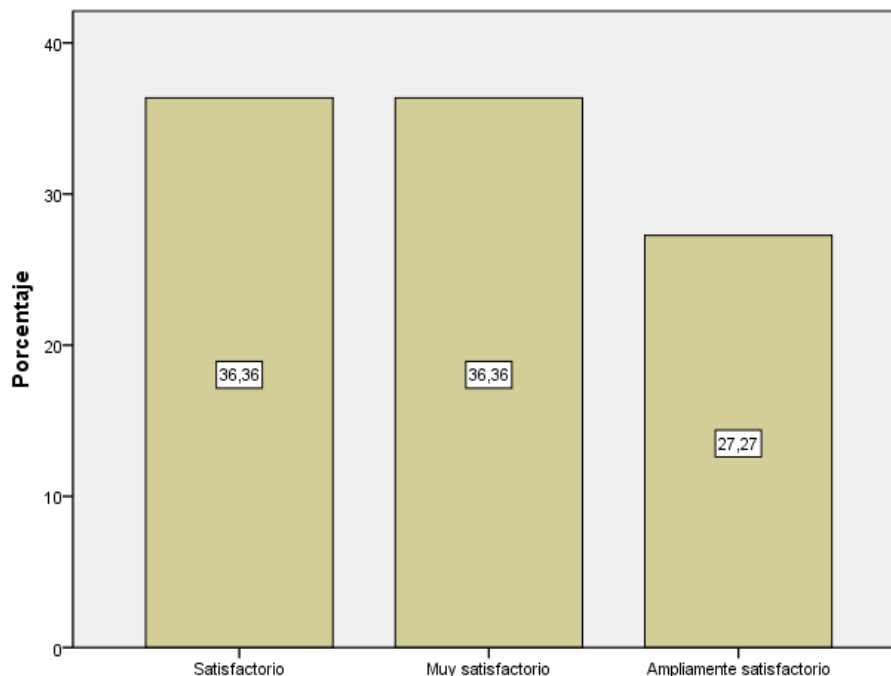


Figura 11. Comunicación

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

La comunicación entre directivos y miembros de la asociación es muy satisfactorio con el 36,36%, mientras que el 27,27% dice que la comunicación es ampliamente satisfactoria, partiendo de que la comunicación es uno de los aspectos relevantes dentro de una asociación para que funcione correctamente, los miembros de las asociaciones trabajan en equipo mediante una muy satisfactoria comunicación.

La comunicación es la esencia para que se llegue a buenos acuerdos con las instituciones públicas, privadas (clientes), socios y así se sientan las asociaciones respaldadas, no se pierda tiempo y ser más productivas. Aquí es importante la gestión de los directivos con las instituciones para buscar apoyos y monitoreo para garantizar calidad de los productos.

Pregunta 7

¿Cómo califica usted las capacitaciones recibidas en la asociación?

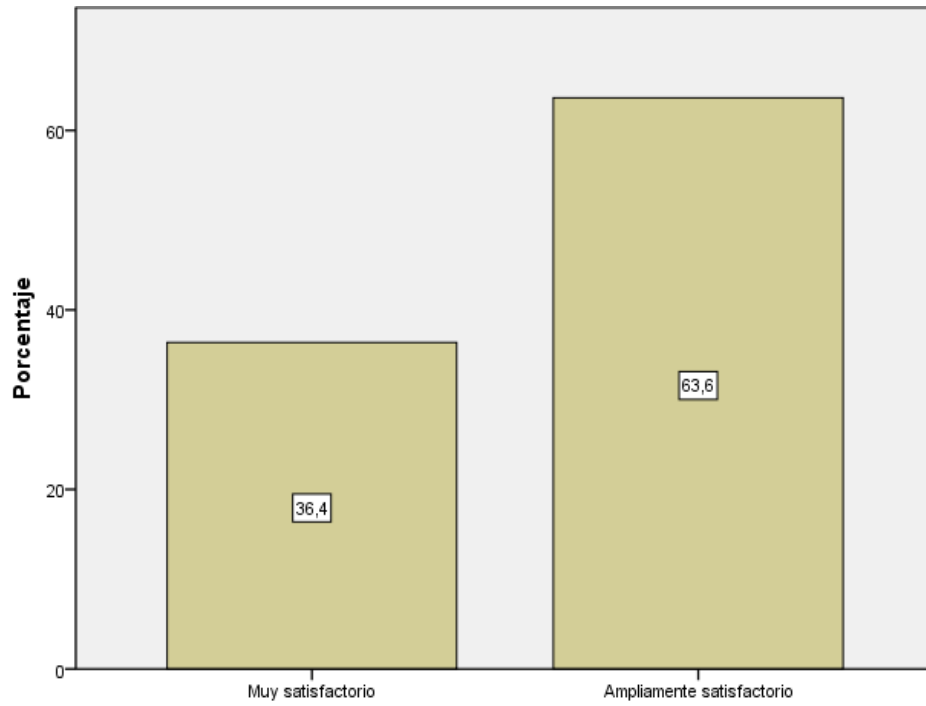


Figura 12. Capacitaciones recibidas

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

Las capacitaciones dentro de las asociaciones textiles se las considera ampliamente satisfactorias con el 63,6%, considerando que el 36,4% menciona que las capacitaciones son muy satisfactorias, esto representa la satisfacción que tienen los socios al haber recibido las capacitaciones ya que les ayuda a actualizarse, desarrollar nuevas ideas para ser más competitivos.

Las capacitaciones que reciben los socios sirven de apoyo para fortalecer el pensamiento estratégico y operativo generando confianza en cada socio, lo cual hace que sean más productivos, mediante las capacitaciones se logra desarrollar el conocimiento de cada participante para que no tenga problemas en los posibles cambios que pudieran presentarse, desarrollando una mentalidad positiva y emprendedora.

Pregunta 8

¿Cómo califica la relación laboral entre socios?

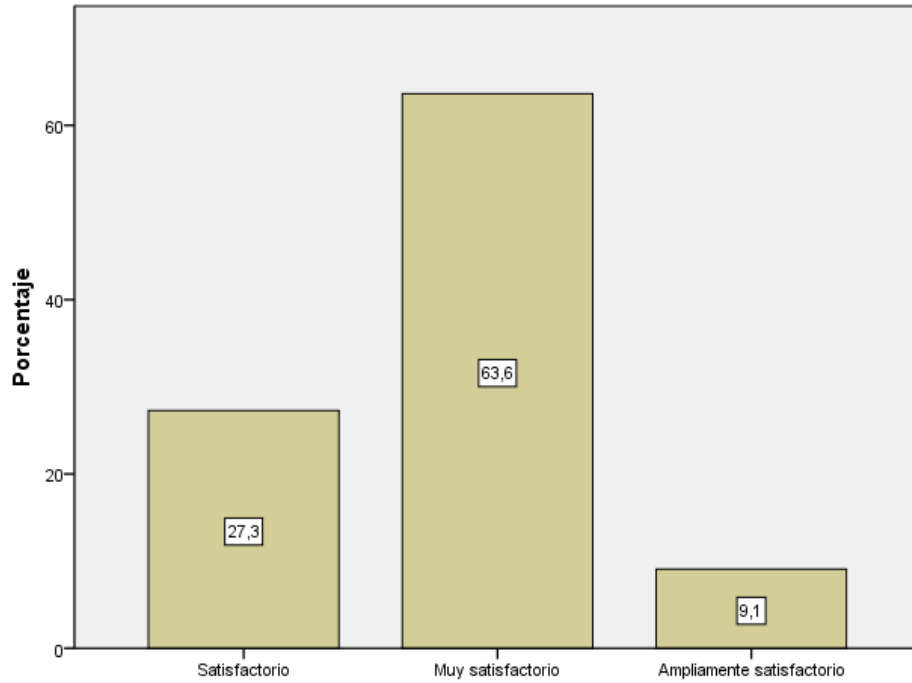


Figura 13. Relación laboral

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

La relación laboral entre socios es muy satisfactorio con el 63,6, mientras que el 9,1% dice que la relación laboral es ampliamente satisfactorio, ya que los socios generan un ambiente positivo dentro de las asociaciones, y así se sienten motivados para cumplir las metas propuestas, estas razones hacen que las asociaciones sean más productivas.

Las relaciones laborales son aquellas que se establecen entre el trabajo y el capital en el proceso productivo. En esa relación, la persona que aporta el trabajo se denomina trabajador, en tanto que la que aporta el capital se denomina patronal o empresario. La relación laboral entre socios es muy satisfactoria, de ello depende el progreso de la asociación y más aún la participación de los socios. El respeto va a influir para que haya una relación laboral positiva y en la mayoría de las asociaciones este valor ha sido practicado, es por ello que han logrado mantenerse en el mercado.

Pregunta 9

La asociación cumple con los principios de solidaridad cooperación y reciprocidad.

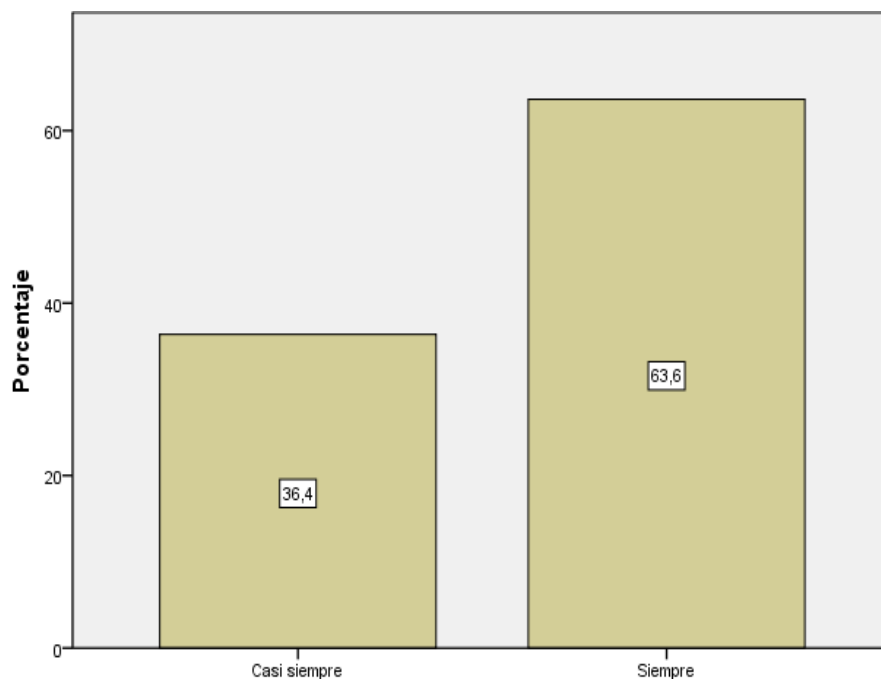


Figura 14. Principios

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

El 63,6% manifiesta que las asociaciones cumplen con los principios de solidaridad, cooperación y reciprocidad, el 36,4% dice que casi siempre, esto se fundamenta debido a que estas asociaciones trabajan con los lineamientos que establece la economía popular y solidaria, practicando estos principios que son fundamentales para que una asociación obtenga buenos resultados.

Cada asociación tiene claro que, mediante la aplicación de los principios de solidaridad, cooperación, reciprocidad, y equidad será más sencillo desempeñar las actividades generando confianza y seguridad en lo que se está realizando. Estos principios son movilizadores en pensamiento y actuación, hay veces que ha existido diferencias y a partir de los principios se ha llegado acuerdos dado de la naturaleza de la organización.

Pregunta 10

¿Considera usted que la identidad influye en los emprendimientos asociativos?

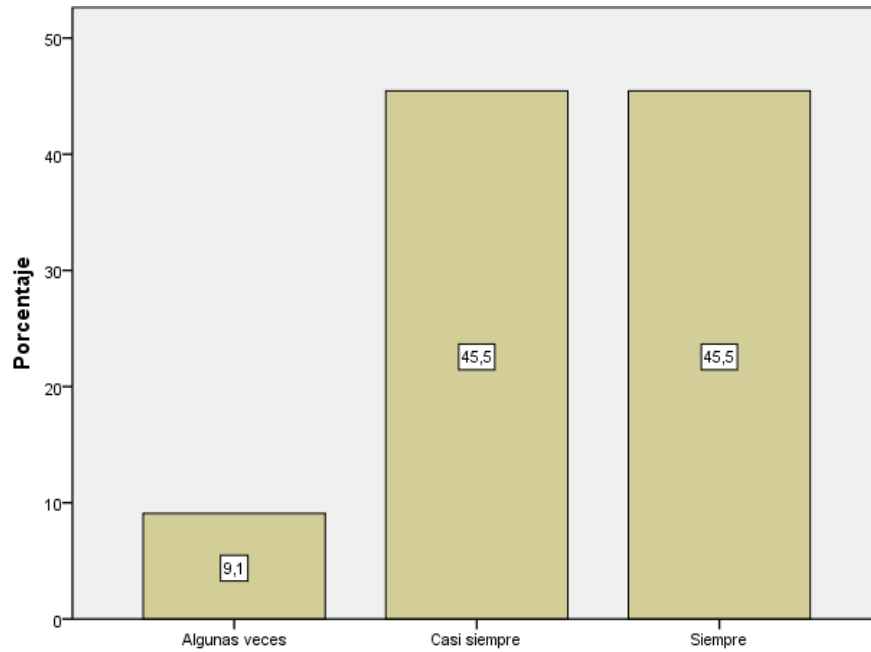


Figura 15. Identidad

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

La identidad casi siempre influye en los emprendimientos asociativos, ya que, al tener rasgos características de una comunidad, el ser auténtico hace que los socios conserven su origen además de expresar sus ideas voluntariamente, el ser creativos dar valor agregado a los productos, posicionarse en el mercado con una marca que los diferencie de los demás los hace únicos, el 9,1% dice que algunas veces la identidad influye en los emprendimientos asociativos.

Pregunta 11

¿Considera usted que la cultura influye en los emprendimientos asociativos?

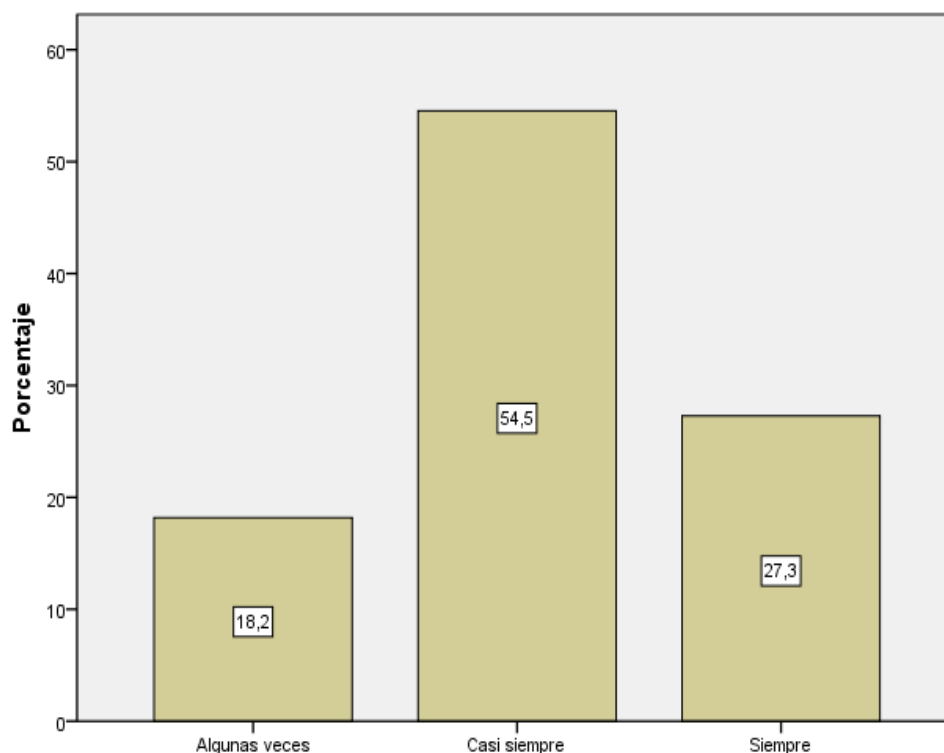


Figura 16. Cultura

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

Es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones (Molano L., 2007). La cultura casi siempre influye en los emprendimientos asociativos con el 54,5%, mientras que el 18,2% dice que algunas veces la cultura influye en los emprendimientos asociativos, En general, la cultura parte de las costumbres, las prácticas, las maneras de ser rituales, los tipos de vestimenta, normas de comportamiento, lo cual hace que se genere ideas, innovaciones, formando así parte de los emprendimientos asociativos. Motivar al equipo humano, inculcar una cultura asociativa, mantener a los mejores a nuestro lado, para ello es necesario realizar talleres internamente en la asociación para reforzar y motivar el desarrollo de nuestra cultura, orígenes de donde vienen y quienes son, estar claros de lo que se quiere hacer.

Pregunta 12

¿Considera que las ventajas competitivas del territorio influyen en el desarrollo local?

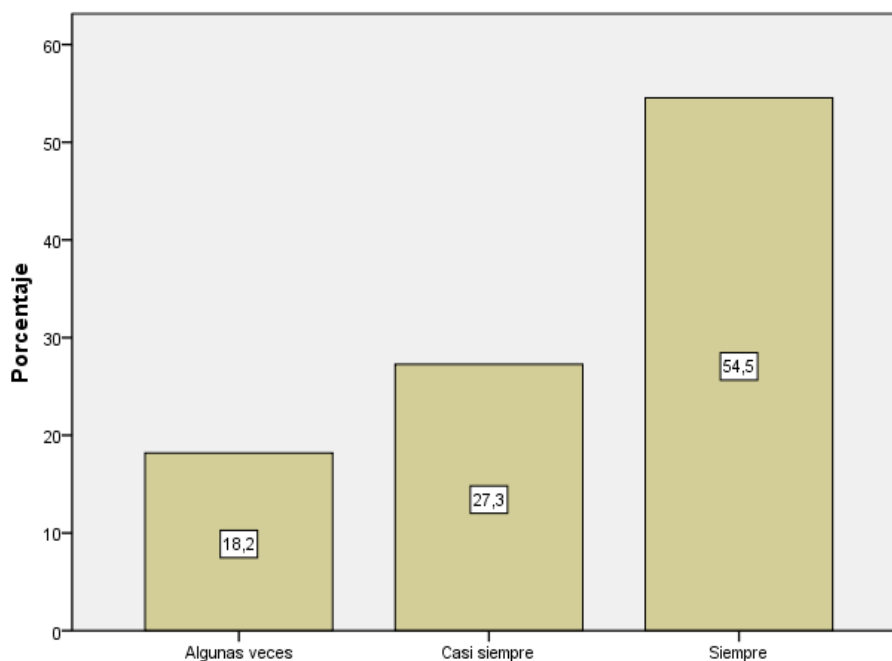


Figura 17. Ventajas competitivas

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

Del total de encuestados el 54,5% respondió que las ventajas competitivas del territorio influyen en el desarrollo local, debido a que la ubicación geográfica de las asociaciones es aceptable por tal motivo es un punto a favor, ya que se encuentran en sectores comerciales, el 18,2% dice que algunas veces debido a que algunas asociaciones no están en una ubicación idónea para su funcionamiento.

Las ventajas competitivas del territorio siempre van a influir en el desarrollo local, con la participación activa de los socios se complementa, al aprovechar las bondades del territorio se vuelve una oportunidad para insertarse en el mercado ya sea con bienes o servicios.

Pregunta 13

¿Considera que al formar parte de los sistemas productivos locales aumentará la participación de las asociaciones en el mercado?

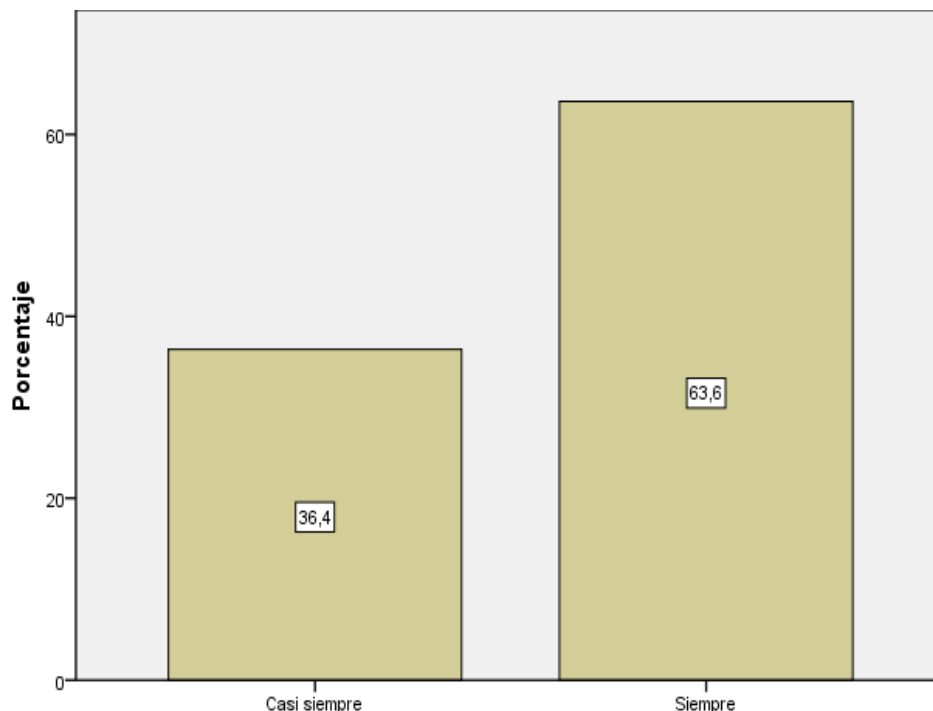


Figura 18. Sistemas productivos locales

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

Los sistemas productivos locales siempre aumentarán la participación de las asociaciones en el mercado con el 63,6% esto debido al eficiente manejo de recursos, al estar insertados en programas, convenios con entidades públicas y al ofertar productos de calidad que permita tener mayor participación en el mercado.

Los sistemas productivos locales participan en el eje trabajo del gobierno provincial en las capacitaciones de la Cadenas Productivas del sector textil. Generan un enfoque de cadena productiva involucrando a una red de actores locales quienes dinamizan la economía de las familias. Los emprendimientos asociativos se guían en base a los sistemas productivos locales, de sus procesos, métodos, lineamientos que fortalecen a las asociaciones y son fuente de desarrollo, para ello es fundamental las capacitaciones en cualquier ámbito o requerimiento de cada una de las asociaciones, con el fin de generar empleo, aportar al crecimiento económico del país.

Pregunta 14

¿Considera que el acompañamiento institucional eleva la productividad del emprendimiento asociativo?

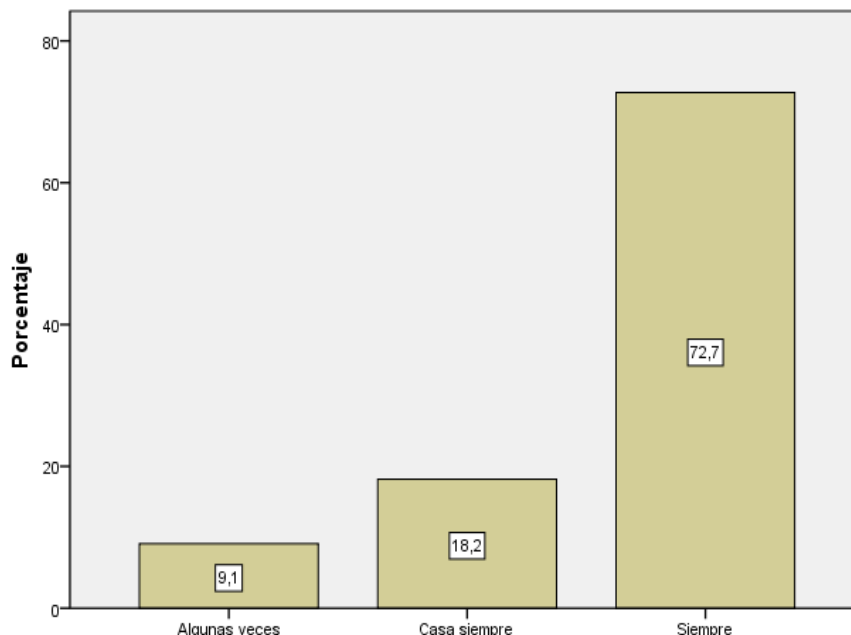


Figura 19. Acompañamiento institucional

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

El acompañamiento institucional siempre va a elevar la productividad del emprendimiento asociativo con el 72,7% esto significa que las asociaciones si tienen apoyo institucional, el financiamiento es una de las oportunidades que brindan estos tipos de instituciones con un tiempo límite y con montos cómodos para que cancelen los socios con esto las asociaciones pueden adquirir maquinaria nueva y ser más productivos, al igual que las capacitaciones recibidas por parte de instituciones públicas, el 9,1% dice que algunas veces.

El acompañamiento institucional es importante para que las asociaciones se posicionen en el mercado y receptar nuevos mercados, nuevos clientes, mismos que van a tener sus preferencias al momento de hacer un contrato, es por ello que las asociaciones deben estar en constante capacitación, por ello es importante crear espacios para conocer los niveles de satisfacción de los clientes, siempre actualizados en satisfacer las necesidades de los clientes.

Pregunta 15

¿Considera usted que el desarrollo local fomenta la calidad de vida de los socios?

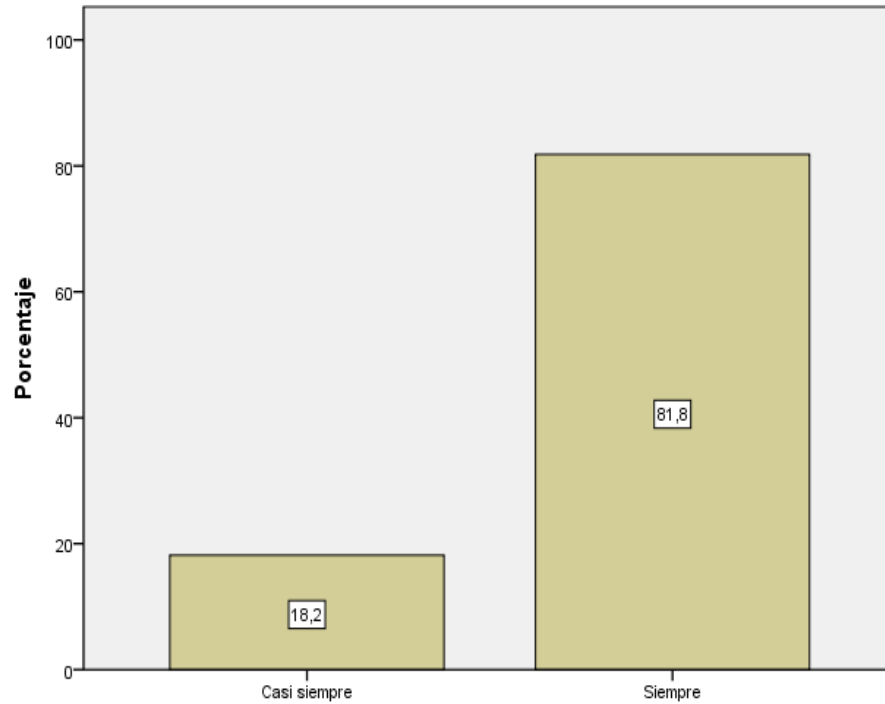


Figura 20. Fomenta la calidad de vida

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

El desarrollo local siempre fomenta la calidad de vida de los socios ya que, al tener mejores ingresos económicos, apoyo de los agentes locales (instituciones públicas, privadas) aceptando los productos propios del sector, generando conciencia para consumir lo nuestro se destaca la importancia de la contribución del desarrollo local hacia un buen vivir.

Pregunta 16

¿Considera que la asociatividad generará nuevas fuentes de empleo?

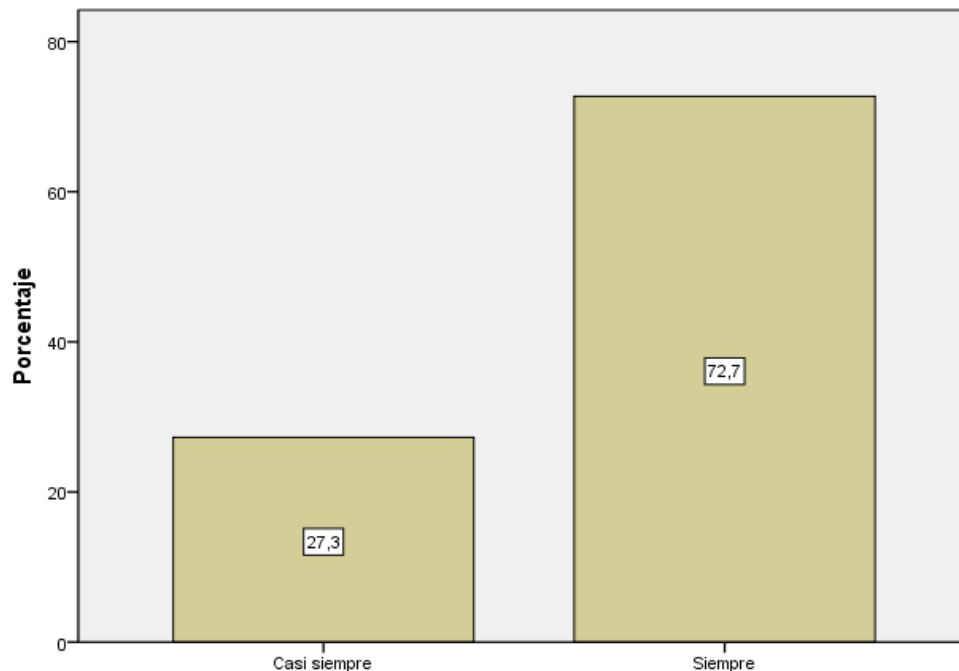


Figura 21. Fuentes de empleo

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

La asociatividad siempre generará nuevas fuentes de empleo con el 72,7% partiendo de un grupo de trabajo se forman las asociaciones cuyo fin es producir en volumen entre familiares o personas particulares (grupal) generando fuentes de empleo y contribuyendo al desarrollo económico, el 27,3% dice que casi siempre, esto se origina debido a que hay casos en los cuales se desintegra una asociación, ya sea por conflictos internos o una mala comunicación.

Pregunta 17

¿Considera que los emprendimientos asociativos aplican normas ambientales?

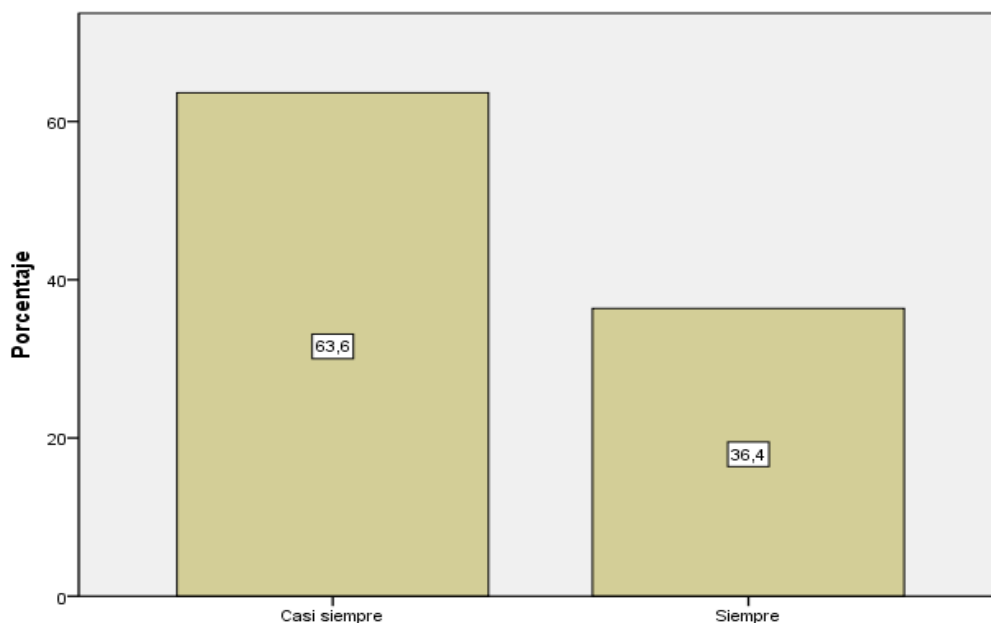


Figura 22. Normas ambientales

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

La responsabilidad social es una atribución de cada organización por los *impactos sociales* y ambientales que genera. El problema radica en entender lo que implica ser responsable ya no sólo de sus actos y sus consecuencias directas, sino también y además de sus impactos en el campo social total, que incluye hasta el planeta entero, sus condiciones de habitabilidad humana y la vida digna de las generaciones futuras. (Vallaey, 2014)

Del total de encuestados el 63,6% respondió que los emprendimientos asociativos aplican normas ambientales, las asociaciones textiles están pendientes de la protección del medio ambiente, reciclando los desperdicios (telas) el 36,4% dice que casi siempre.

Las asociaciones textiles se ven en la obligación de trabajar, pensando en el cuidado del medio ambiente, al reutilizar o reciclar los desperdicios, aquí se practica los valores como por ejemplo la responsabilidad con el medio ambiente, el compromiso con la naturaleza, de esta forma la participación de los socios juega un rol importante en el cumplimiento de dichas normas.

Pregunta 18

¿Considera que el emprendimiento asociativo contribuye a reducir la pobreza?

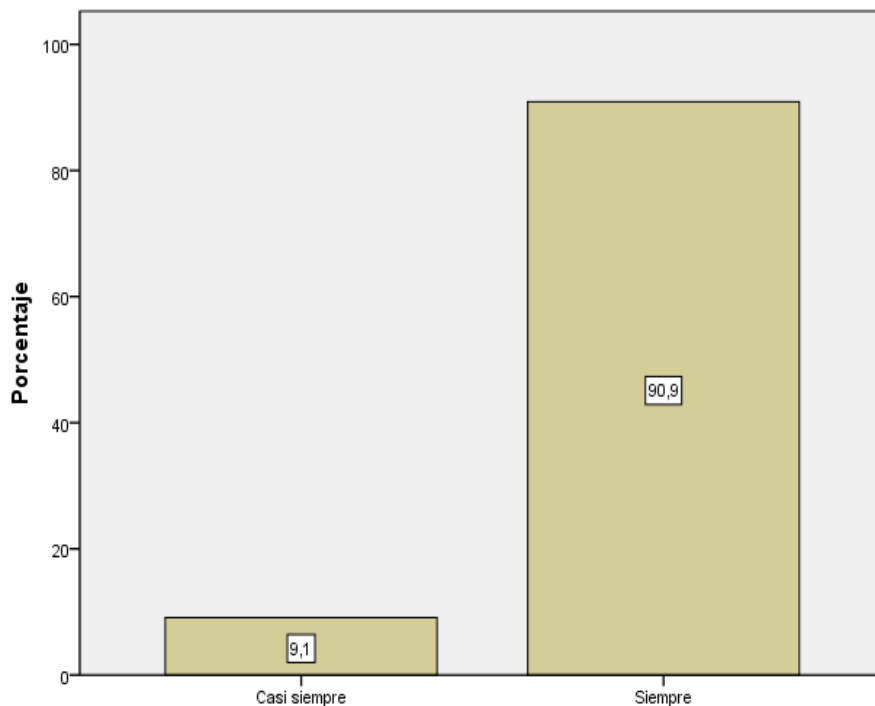


Figura 23. Reducción de la pobreza

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

El emprendimiento asociativo siempre contribuye a reducir la pobreza con el 90,9%, ya que mediante la asociatividad se tiene la oportunidad de insertarse en nuevos mercados, se tiene la capacidad de satisfacer la demanda, fomenta el comercio, de esta forma se genera ingresos económicos y por ende reduce los índices de pobreza.

Los emprendimientos asociativos se los han visto como dinamizadores de la economía de las familias, ya que están trabajando conjuntamente con instituciones públicas, privadas siempre direccionadas a reducir los índices de desempleo, para ello está claro que se las asociaciones cuentan con personal capacitado, con pensamiento crítico que sirve de provecho para la ciudadanía y por supuesto para cada uno de los hogares, también se ha logrado caracterizar la pobreza mediante las capacitaciones teniendo claro que la misión de las asociaciones es mejorar las condiciones de vida, de los habitantes.

Pregunta 19

¿Considera que la asociatividad contribuye al desarrollo local?

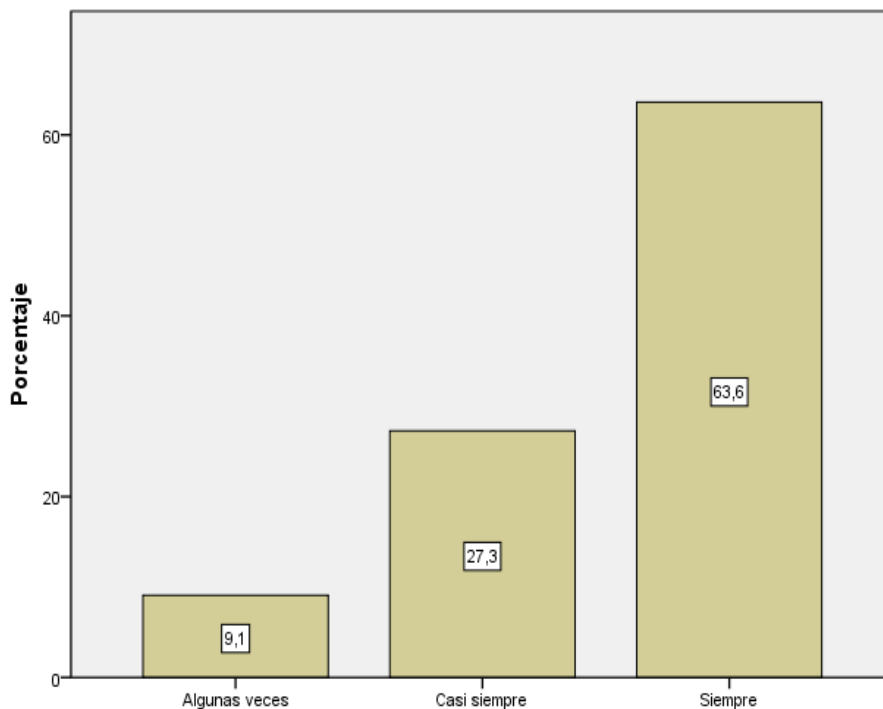


Figura 24. Contribución al desarrollo local

Fuente: Encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles de Tungurahua

La asociatividad siempre contribuye al desarrollo local con el 63,6%, debido a que al trabajar en equipo mediante el aporte físico, intelectual de un grupo de personas, se obtiene altos resultados de productividad, lo cual genera más fuentes de empleo, reduce la pobreza y contribuye al desarrollo local, el 9,1% respondió que algunas veces la asociatividad contribuye al desarrollo local, esto se debe a que en algunos casos no existe un adecuado liderazgo, motivo por el cual no funciona bien una asociación.

A continuación, se da a conocer las preguntas que se aplicó a los socios de las asociaciones textiles de la provincia de Tungurahua.

CUESTIONARIO 2: dirigido a socios de las asociaciones textiles de la provincia de Tungurahua.

Pregunta 1

Género

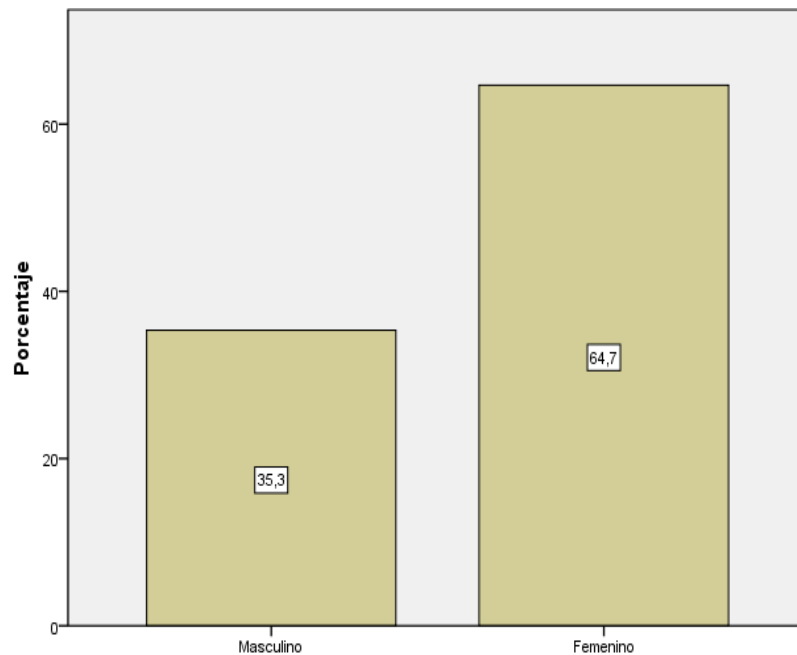


Figura 25. Género

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

Se determina un alto porcentaje de participación del género femenino en las asociaciones textiles con el 64,7% ya que las actividades a realizarse en cada área de las asociaciones no son muy forzosas como por ejemplo en el proceso de aparado las más idóneas para esta área son las mujeres por la formación y también por afinidad, la mayor parte de asociaciones textiles tienen más personal femenino, debido al grado de contribución y compromiso que tienen cada una de ellas, por supuesto sin dejar atrás la mano de obra del género masculino que tiene una participación del 35,3% aunque con menos participación en este tipo de actividades, pero es importante para llevar a cabo todo el proceso de producción que sin duda requiere de compromiso y responsabilidad, en el control de calidad está encargado personal capacitado ya sea de género masculino o femenino el objetivo es obtener un producto de calidad.

Pregunta 2

Estado civil

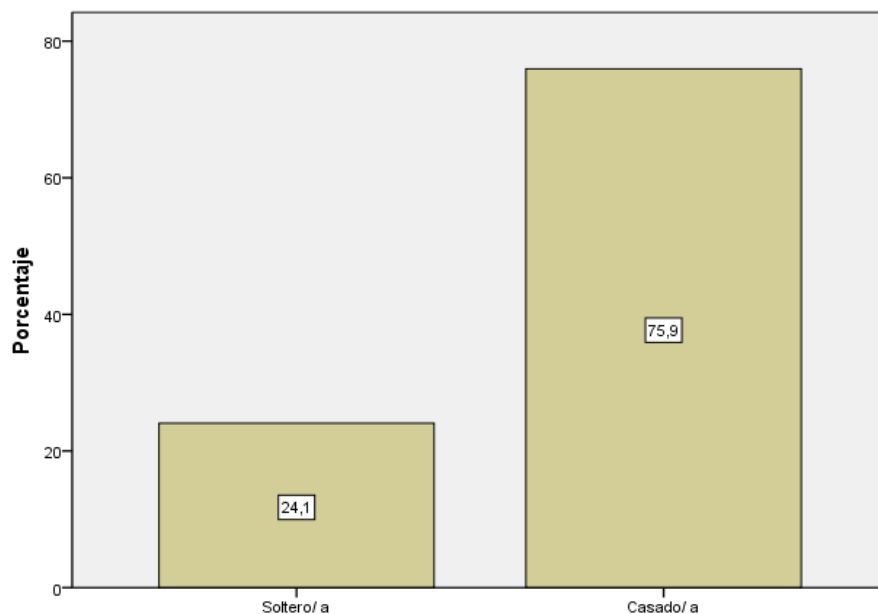


Figura 26. Estado civil

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

La mayor parte de los socios son casados/as con el 75,9%, ya que con mayor necesidad de generar ingresos económicos para cada uno de los hogares, responsabilidad tanto en educación, salud, alimentación, vestimenta se ven en la necesidad de emprender, con el fin de mejorar la calidad de vida, mientras que el 24,1% de los socios son solteros/as, esto por motivos de baja economía en el hogar, tienden a buscar trabajo hombres y mujeres jóvenes, adultos/as, o en casos son emprendedores que buscan dinamizar la economía del país contribuyendo con su experiencia, y fomentando el desarrollo local.

Pregunta 3

Edad

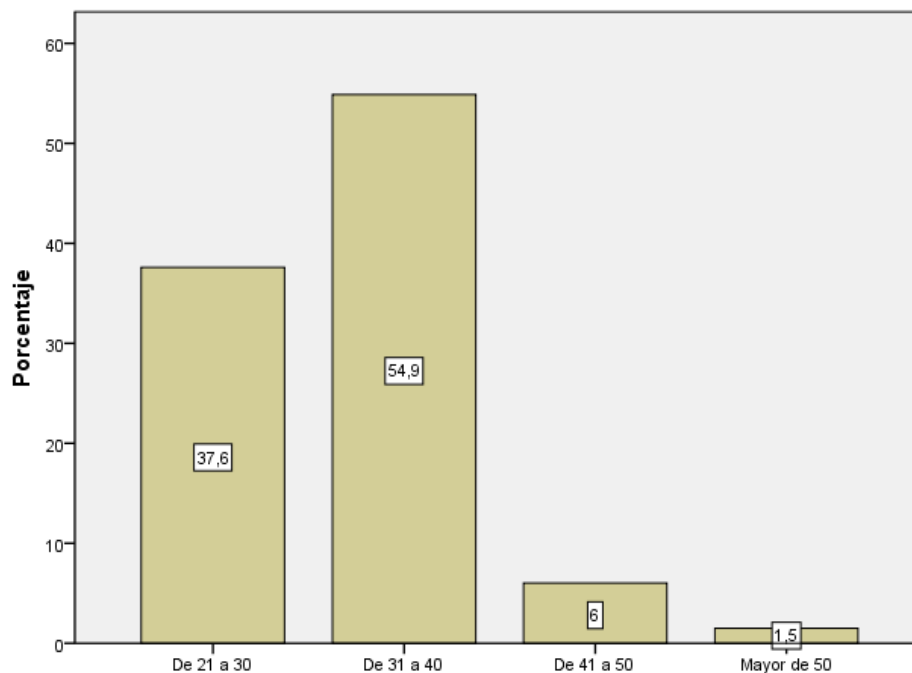


Figura 27. Edad

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

Se evidencia que el 54,9% de los socios tienen de 31 a 40 años, siendo el porcentaje más alto se concluye que las asociaciones se encuentran fortalecidas con el talento humano, experiencia que sin duda alguna es el pilar del éxito de cada una de las asociaciones, el 37,6% tienen de 21 a 30 años, es decir las asociaciones han incorporado en su grupo de trabajo a personal más joven, lo cual sirve como estrategia de desarrollo, crecimiento y actualización, siendo parte esencial para adaptarse a los cambios, con la ayuda del conocimiento profesional de algunos de los socios, mientras que el 1,5% tienen más de 50 años, es decir son los fundadores de cada una de las asociaciones quienes contribuyen en el control de los procesos gracias a su grado de experiencia.

Pregunta 4

Nivel de instrucción

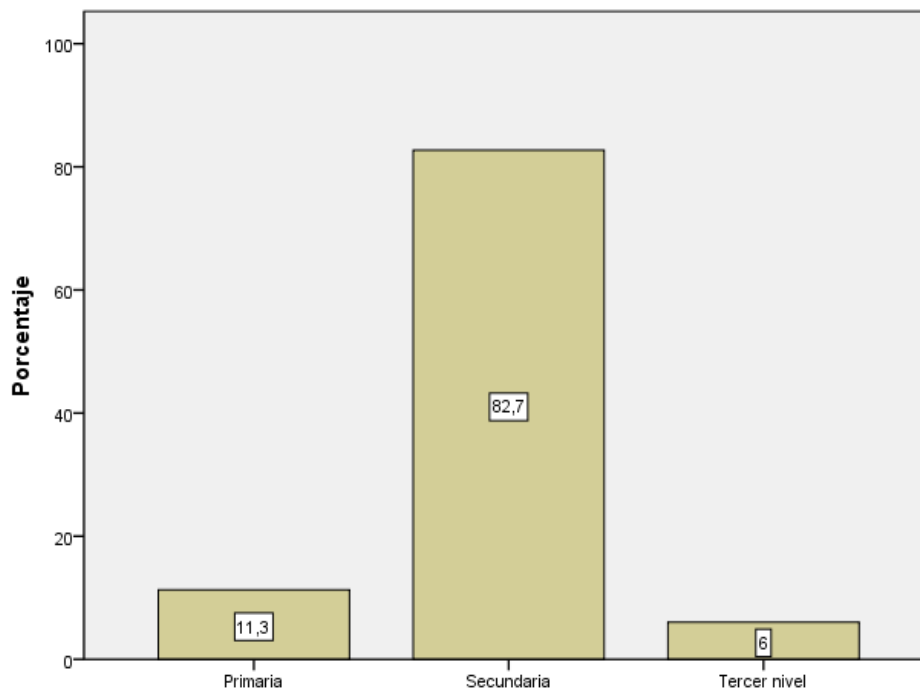


Figura 28. Nivel de instrucción

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

La mayor parte de los socios tienen un nivel de instrucción de secundaria con el 82,7% , lo cual hay que considerar como un ejemplo ya que a pesar de su grado de escolaridad los valores se mantienen siendo uno de ellos la responsabilidad con la que trabajan día a día, el riesgo que toman para emprender estos tipos de emprendimientos los hacen merecedores de crecimiento humano y económico , tal vez por falta de recursos no continuaron estudiando, pero ello no ha sido un obstáculo para demostrar que el mundo está lleno de oportunidades y se las puede aprovechar, también depende de la formación de cada hogar y la Provincia de Tungurahua se ha caracterizado por su gente trabajadora e innovadora, el 6% de los socios tienen una instrucción de tercer nivel, este grupo de personas son quienes tecnifican aportan con sus conocimientos para ser más competitivos en el mercado.

Pregunta 5

¿Cuál de los siguientes beneficios cree usted que es más importante para la asociación?
Señale uno.

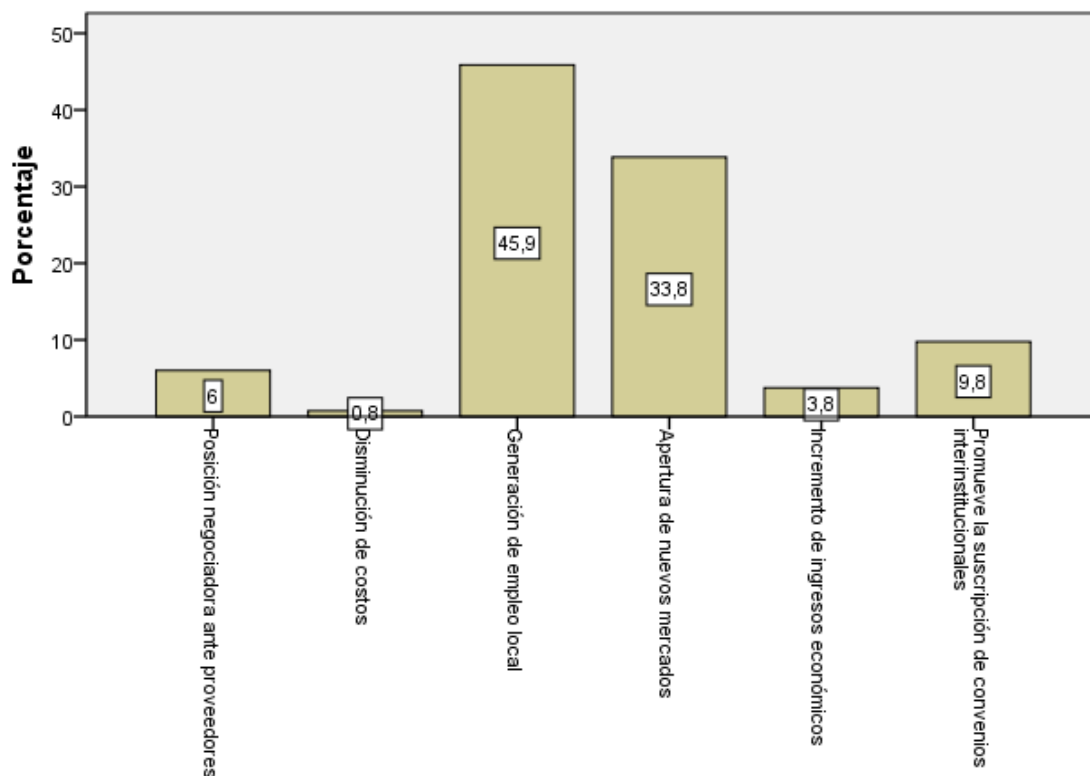


Figura 29. Beneficios

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

El beneficio más importante que consideran las asociaciones es la generación de empleo local con el 45,9% ya que es uno de los beneficios que se ve reflejado en los resultados, es por ello que en los últimos años si aumentado la participación de las asociaciones textiles en el mercado, conforme van creciendo incrementan personal, el 33,8% dice que es la apertura nuevos mercados, siendo un punto clave para el desarrollo de las asociaciones, de ahí en adelante se promueve la suscripción de convenios interinstitucionales quienes fomentan y apoyan a las asociaciones formando parte de la cadena de valor en la cual están inmersas instituciones públicas y privadas, siendo los clientes y dinamizadores de la economía .

Pregunta 6

¿Cuál de los siguientes valores organizacionales es más practicado dentro de la asociación?

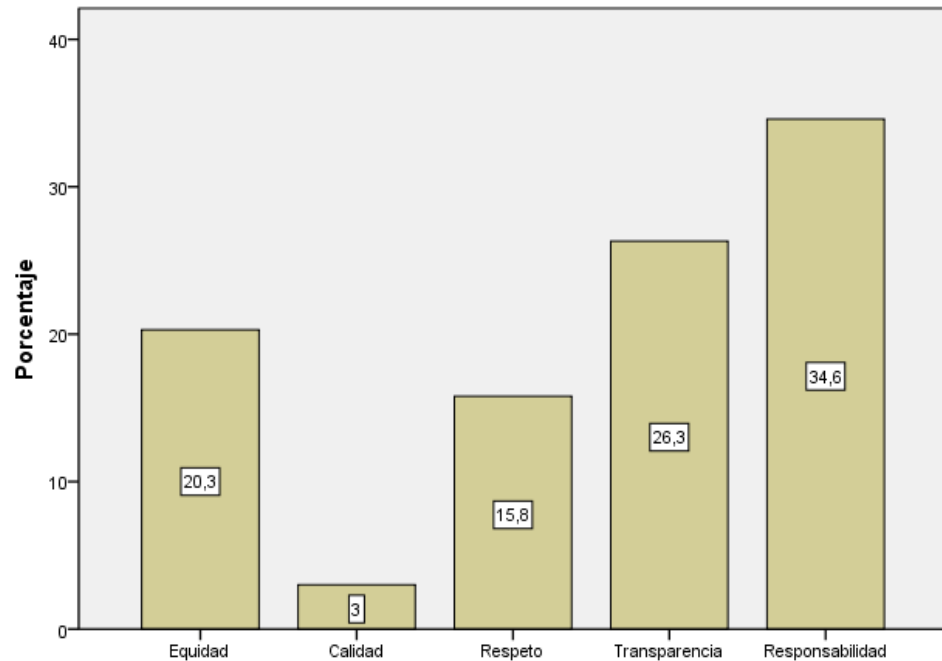


Figura 30. Valores de la Economía Popular y Solidaria

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

El valor más importante que practican los socios es la responsabilidad con el 34,6%, siendo fundamental para el éxito de las asociaciones, el 26% corresponde a la transparencia, ya que para que una asociación funcione adecuadamente es importante hablar con la verdad, ser críticos y pensar no en uno solo sino en todo el grupo de trabajo, el 20,3% responde que la equidad es el valor más importante para las asociaciones, partiendo de que todos tienen derechos y obligaciones, tienen las mismas oportunidades, no debe haber discriminación, la equidad hace que las personas se dirijan a un mismo objetivo sin generar problemas por color, raza, situación económica, todos son capaces de triunfar, y cumplir las metas propuestas.

Pregunta 7

¿Con qué institución o instituciones ha recibido capacitación/es el último año?

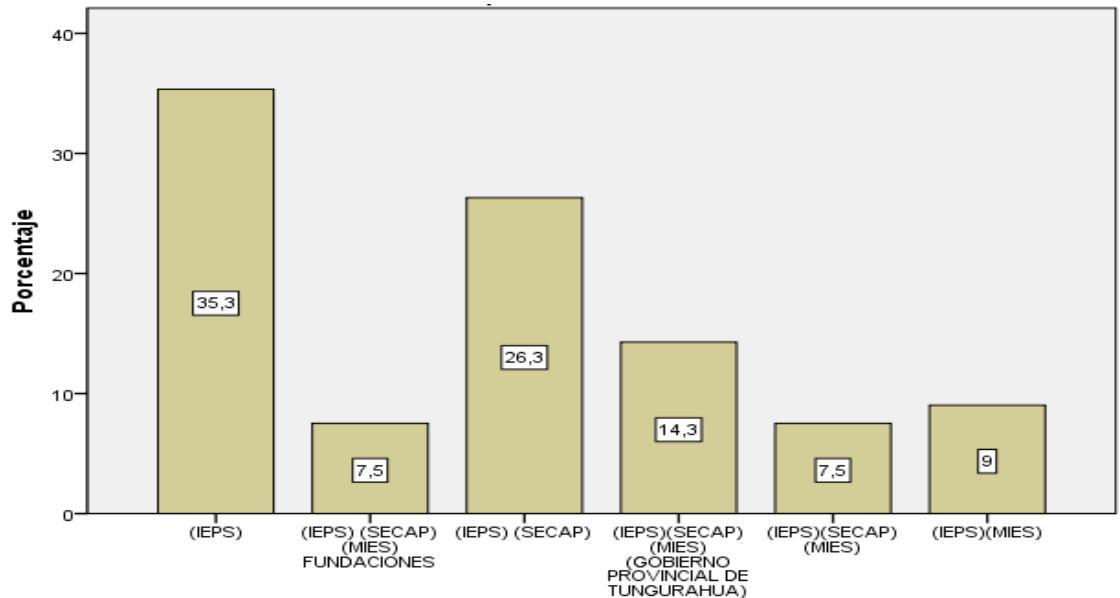


Figura 31. Instituciones que ha brindado capacitaciones

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

La institución con la que han recibido más capacitaciones es con el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) con el 35,3% siendo el porcentaje más alto considerando que esta institución es quien direcciona, instruye a las asociaciones y son quienes mediante el apoyo del gobierno brindan la facilidad de trabajar en programas, proyectos destinados a cada sector ya sea manufacturero, servicios, es por ello que son quienes capacitan con mayor frecuencia, el 26,3% dicen que han recibido capacitaciones con el IEPS y el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) dependiendo de los requerimientos de cada asociación en este caso el SECAP también apoya con capacitaciones que sirven para el mejoramiento continuo de los procesos.

Pregunta 8

¿Con qué frecuencia ha recibido capacitación?

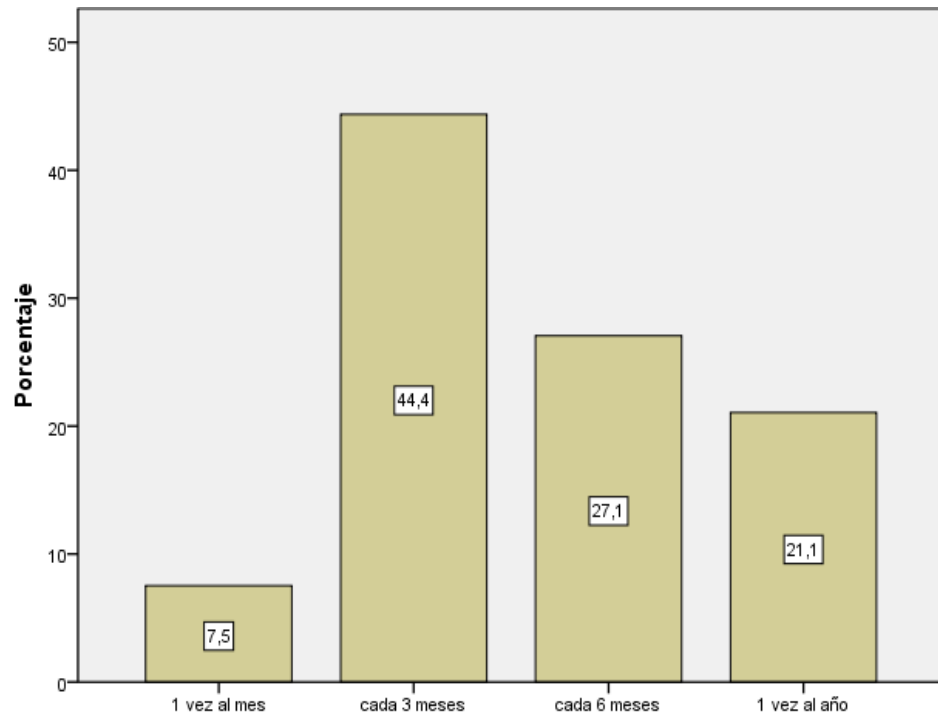


Figura 32. Período de capacitaciones

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

Las capacitaciones que reciben las asociaciones con más frecuencia es cada tres meses, estas capacitaciones se las realizan en coordinación con el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) ya que es la institución que apoya a los emprendimientos del país trabajando en conjunto con el gobierno nacional, diagnosticando las necesidades de cada asociación para planificar las capacitaciones conjuntamente con el apoyo de cada representante legal de cada asociación, el 27,1% dice que han recibido las capacitaciones cada seis meses.

Pregunta 9

¿Cómo es la comunicación entre directivos y miembros de la asociación?

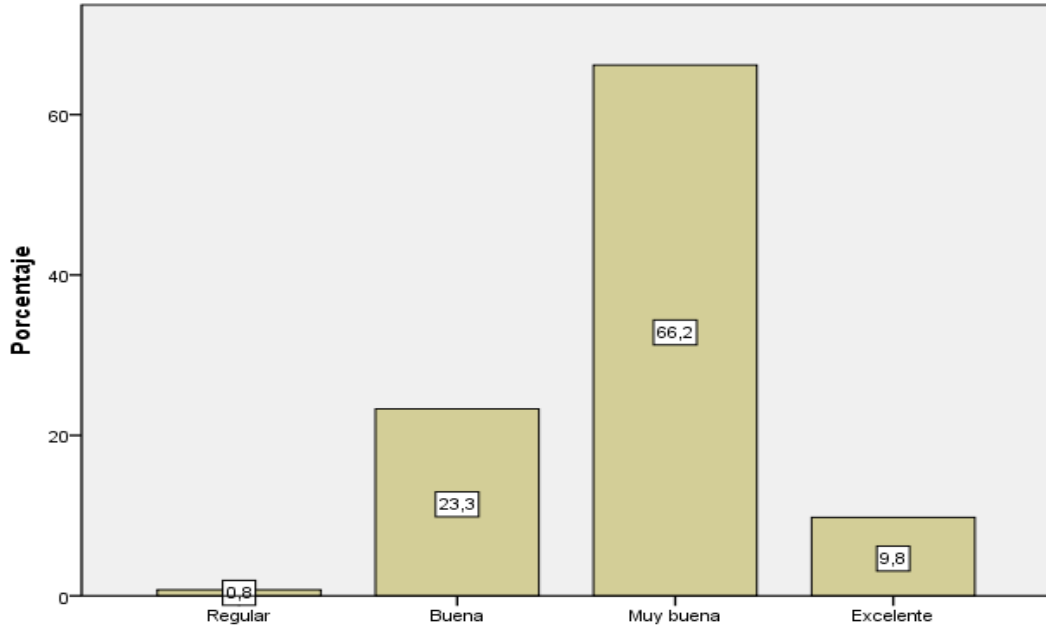


Figura 33. Comunicación en la asociación

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

El nivel de comunicación entre directivos y miembros de la asociación es muy bueno con el 66,2%, debido a que los socios se encuentran en constante interacción, desempeñando actividades similares como grupo de trabajo, generando un buen ambiente laboral, siendo estos aspectos necesarios para mantener una comunicación efectiva, de tal forma que se vea reflejada en el crecimiento de las asociaciones, permaneciendo estables internamente.

Pregunta 10

El uso de tecnologías de información y comunicación en las áreas de la asociación, la han vuelto:



Figura 34. *Uso tecnologías de información y comunicación*

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

Las tecnologías de información y comunicación en las áreas de la asociación las vuelven más competitivas que antes, ya que mediante estos medios se logra actualizarse, desarrollar nuevos conocimientos, optimizar tiempo, factores que son esenciales para trabajar continuamente sin interrupciones, utilizando responsablemente los recursos con el fin de ser más productivos y competitivos mientras que el 12% dice que las vuelven igual que antes, esto debido a que no toman importancia son conformistas por tal razón no se ven en la obligación de crecer.

Pregunta 11

¿Con qué frecuencia los directivos entregan informes sobre las actividades de la asociación?

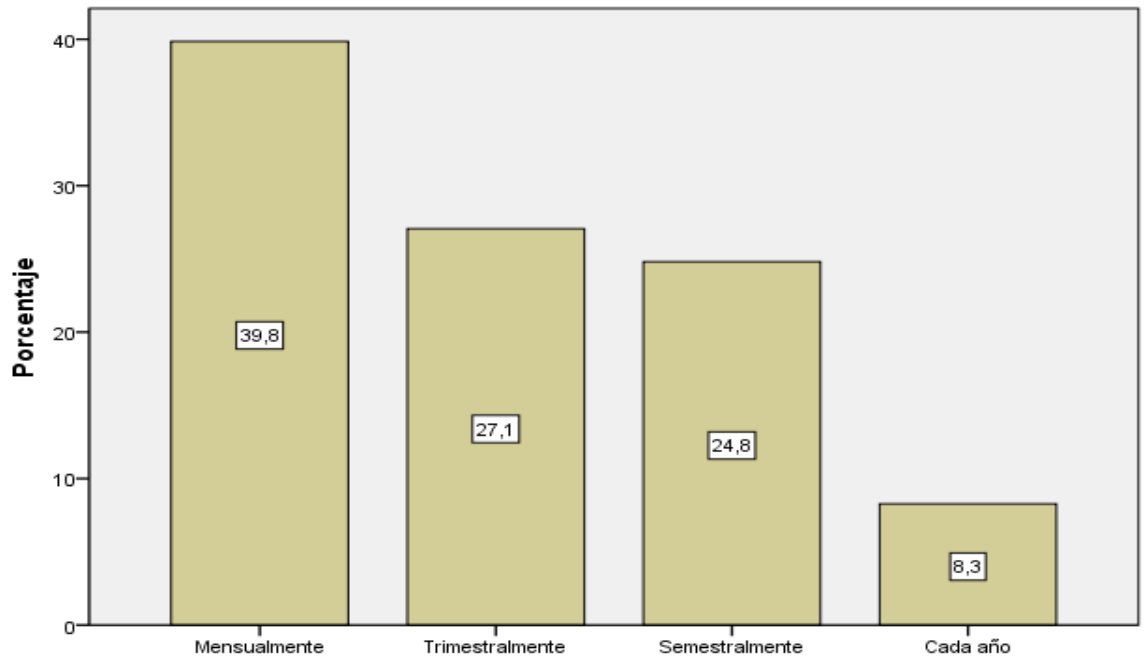


Figura 35. Entrega de informes

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

Existe una gran responsabilidad por parte de los directivos en la entrega de informes y en la mayor parte de las asociaciones se las realiza mensualmente es decir en el 39,8%, lo que determina que son más delicados, organizados al entregar los informes, el 27,1% entregan los informes trimestralmente, mientras que el 8,3% entregan los informes cada año, es decir dejan acumular la información para ser entregada al fin de cada año.

Pregunta 12

¿Cómo califica el grado de involucramiento de los asociados?

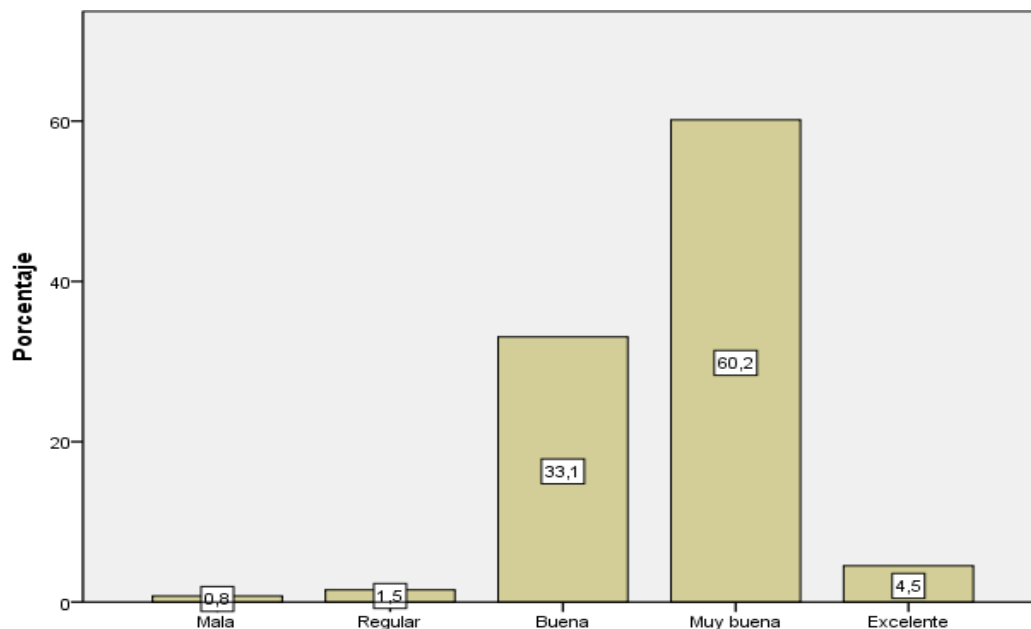


Figura 36. Grado de involucramiento de los socios

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

El grado de involucramiento de los socios es muy bueno con el 60,2%, por lo general las asociaciones dependen en gran parte del factor humano quienes tienen el compromiso, responsabilidad del éxito o fracaso de la asociación, el 0,8% dice que el grado de involucramiento de los socios es malo, partiendo de que hay casos en los que nace un grado de desinterés por parte de los socios ya sea por problemas internos, económicos.

Pregunta 13

¿Cómo considera usted que la asociación contribuiría al desarrollo local?

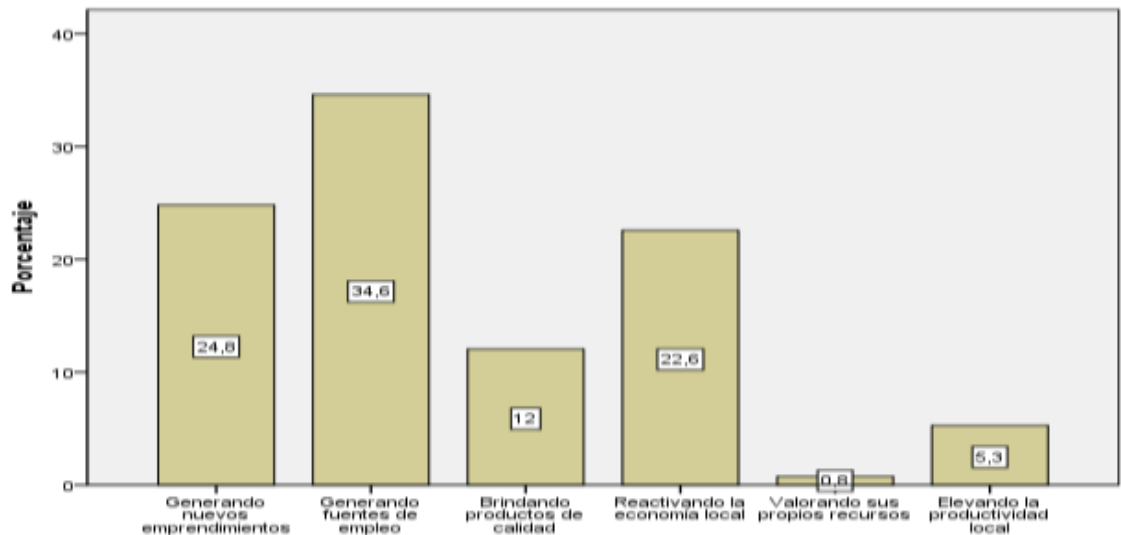


Figura 37. Contribución de la asociación al desarrollo local

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

Las asociaciones contribuyen al desarrollo local de la siguiente forma el 34,6% generando fuentes de empleo, el 24,8% generando nuevos emprendimientos, el 0,8% valorando sus propios recursos. Los emprendimientos asociativos están aportados en la generación de empleo, ya que con el apoyo del gobierno nacional han logrado adquirir maquinaria para abastecer la demanda en el sector textil, misma maquinaria que necesita de personal capacitado para que las maneje, con el fin de aportar a la generación de empleo y nuevos emprendimientos, utilizando recursos endógenos que identifiquen al sector textil nacional dinamizando la economía de las familias.

Pregunta 14

¿Del conjunto de factores seleccione el que considere que tiene mayor influencia en la productividad de la asociación?

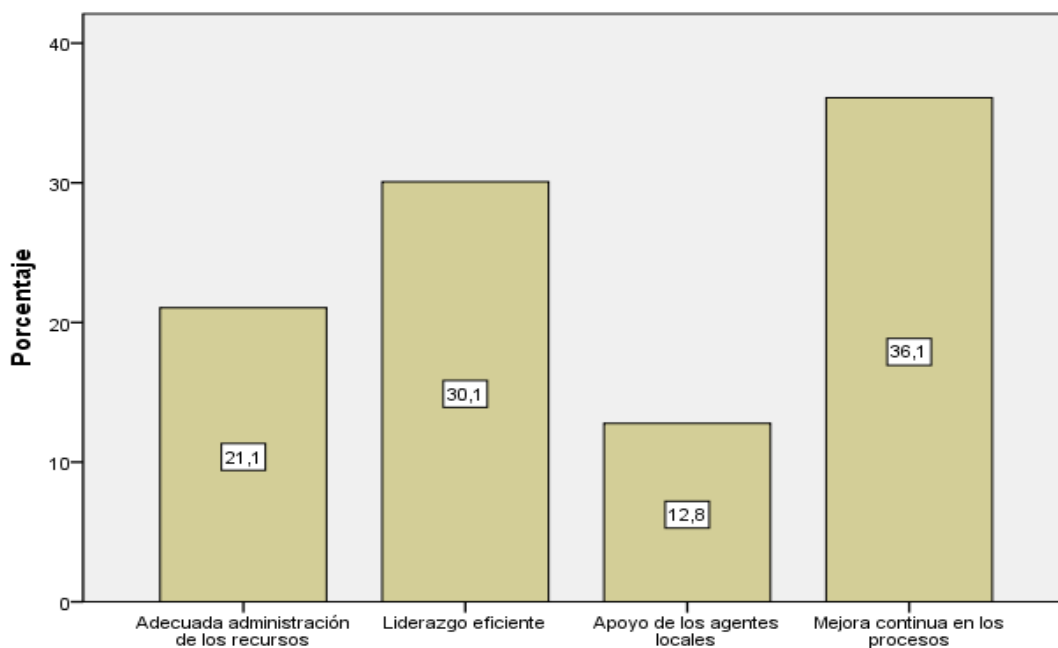


Figura 38. Productividad de la asociación

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

El factor que tiene mayor influencia en la productividad de las asociaciones es la mejora continua en los procesos con el 36,1%, esto quiere decir: para que una asociación sea productiva debe estar en constante innovación, control de los procesos de esta forma evitar cuellos de botella, esta seguido del liderazgo eficiente con el 30,1% demostrando que en una asociación es fundamental tener un líder idóneo para que represente y dirija la asociación hacia el éxito, con una adecuada administración de los recursos para evitar desperdicios.

Pregunta 15

¿A su parecer cuál es el criterio clave para seleccionar proveedores?

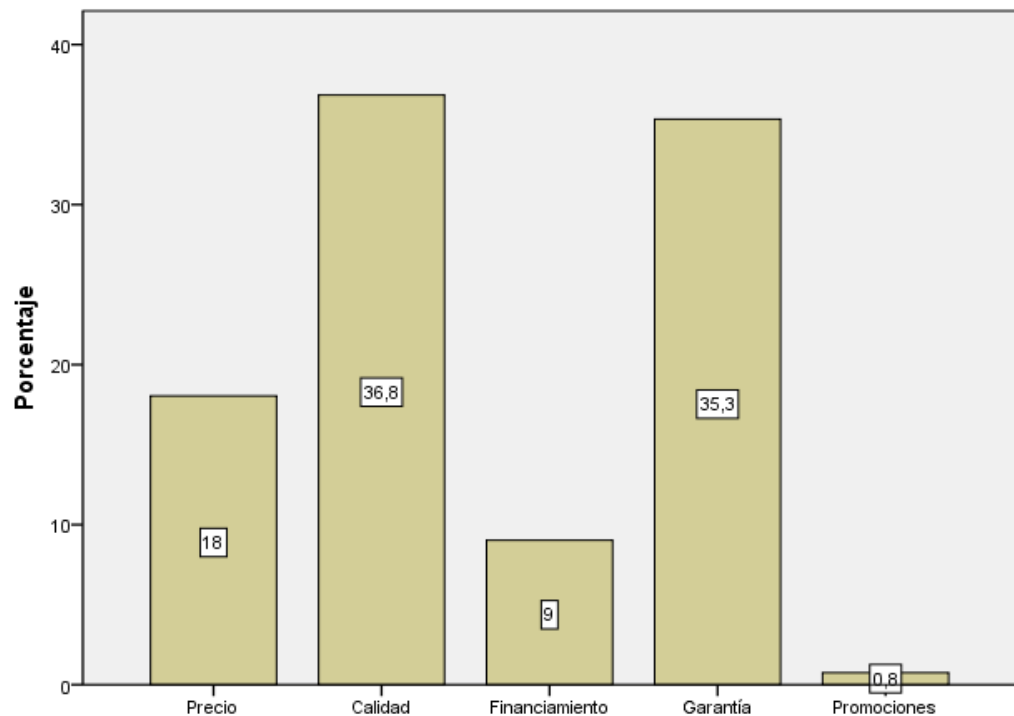


Figura 39. Criterio clave para seleccionar proveedores

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

El criterio clave para seleccionar proveedores dentro de las asociaciones textiles de Tungurahua es la calidad con el 36,8%, haciendo referencia a la calidad de la materia prima que proveen, mientras que el 35,3% corresponde a la garantía por parte del proveedor, debido al riesgo que corren las asociaciones al momento de transformar la materia prima por fallas, por tal motivo es importante que los proveedores generen seguridad, confianza en sus productos también está ligado al compromiso del proveedor y la seriedad con la que trabaje, ya que tanto la asociación como los proveedores se ven beneficiados con lo que hacen, dicho de otro modo se aplica el ganar ganar.

Pregunta 16

¿Cómo calificaría la mano de obra en el área de producción?

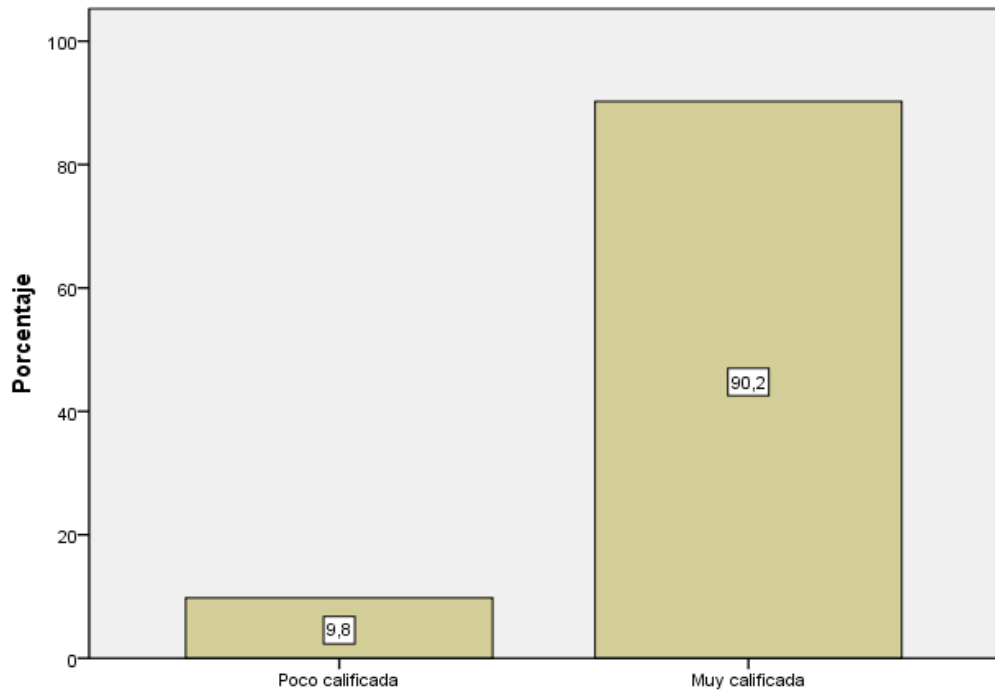


Figura 40. Mano de obra

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

La mano de obra en el área de producción es muy calificada con el 90,2% , de tal forma que el personal que labora en la asociación tiene conocimiento del desarrollo de los productos que ofertan las asociaciones textiles y si no tienen experiencia se las capacita hasta llegar a un mismo nivel en el cual los colaboradores mantienen un alto grado de confianza en lo que hacen es por ello que se ve reflejado en un producto de calidad, el 9,8% dice que la mano de obra en el área de producción es poco calificada, hay casos en ,los que el personal entra en un proceso de inducción en donde van desarrollando sus habilidades y destrezas.

Pregunta 17

La infraestructura de la asociación es:

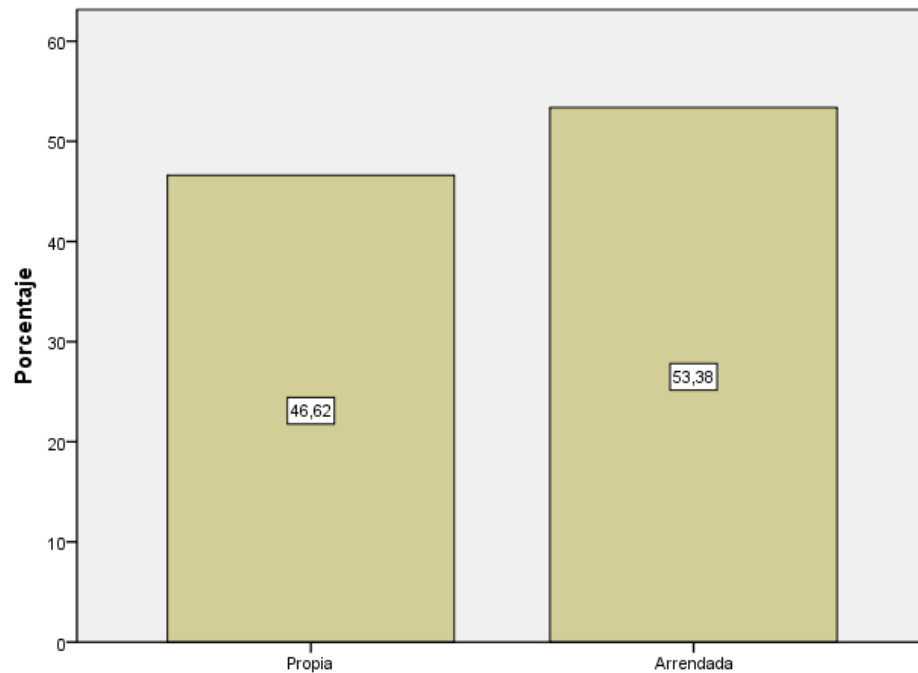


Figura 41. Infraestructura

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

Las infraestructuras de las asociaciones en el mayor de los casos son arrendadas con el 53,38%, ya que al iniciar las actividades la mayoría de las asociaciones no cuentan con una infraestructura propia así es que toman la decisión de arrendar o instalarse en una casa de las socias, el 46,62% dice que la infraestructura de las asociaciones son propias algunas de ellas son familiares, por lo que se les hace más fácil reunir un capital para construir una infraestructura propia, el resto son particulares pero con mejores situaciones económicas.

Pregunta 18

¿Se ha realizado algún mejoramiento en la infraestructura de la asociación?

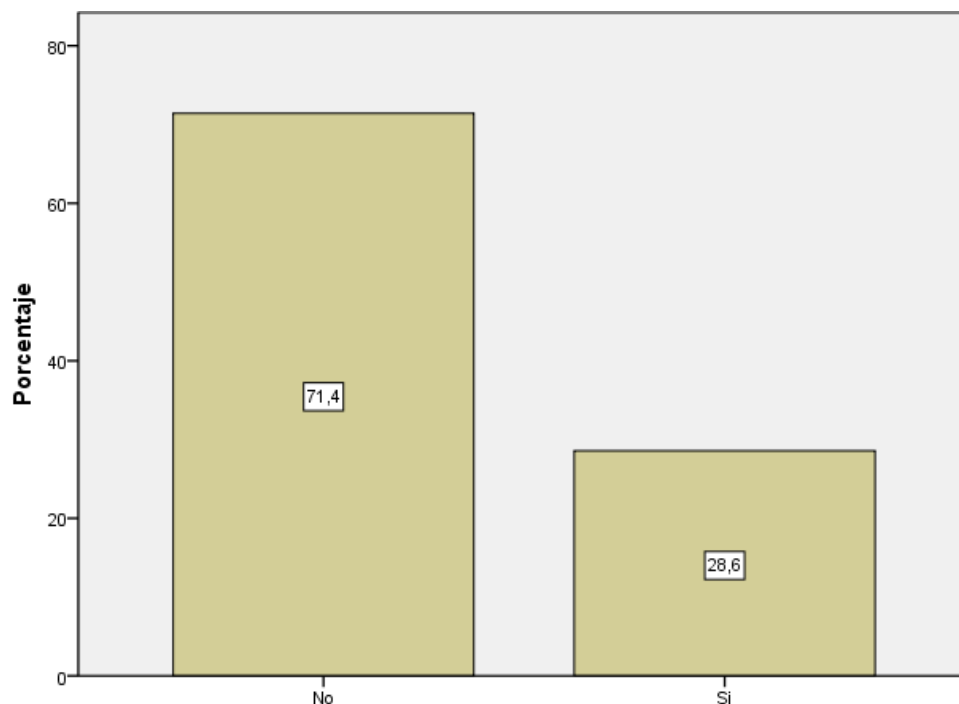


Figura 42. Mejoramiento en la infraestructura

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

La mayor parte de las asociaciones no han realizado un mejoramiento en la infraestructura es decir el 71, 4%, debido a que un gran porcentaje de las infraestructuras no son propias y no disponen de recursos para realizarlo, ya que la mayoría de asociaciones son nuevas y aun no tienen un capital para invertir, el 28,6% dice que si han realizado un mejoramiento en la infraestructura, esto es debido a que un porcentaje de asociaciones ya tienen más de tres años en funcionamiento y se han visto en la necesidad de mejorar la infraestructura con el fin presentar una buena imagen de la asociación y tener más espacio para desempeñar mejor las actividades en los diferentes procesos.

Pregunta 19

¿Por qué considera usted que es fundamental tener una buena infraestructura para la asociación? Señale uno.

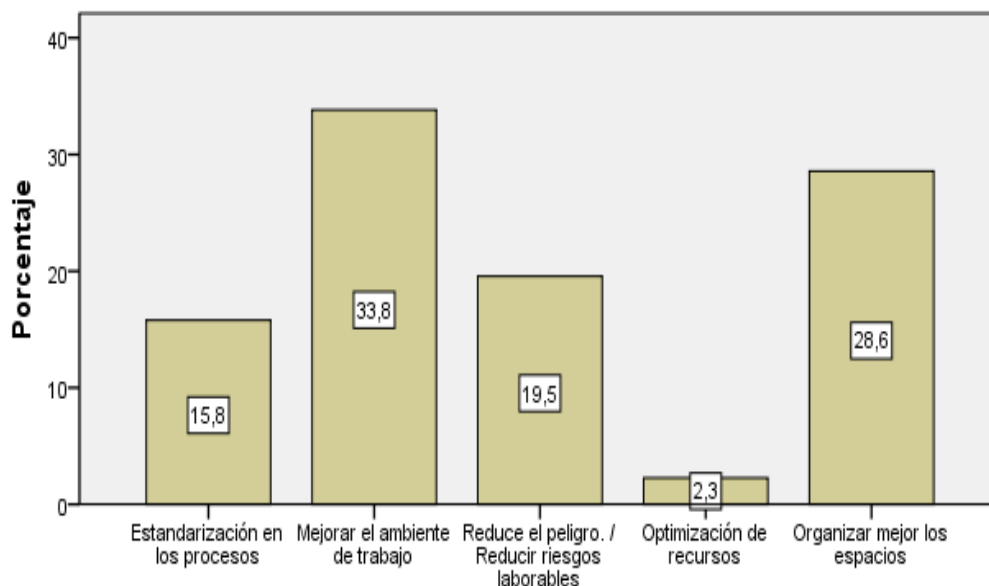


Figura 43. Buena infraestructura

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

Del total de encuestados el 33,8% respondió que es fundamental tener una buena infraestructura ya que mejora el ambiente de trabajo, el 28,6% dice que organiza mejor los espacios, el 19,5% dice que reduce el peligro, reduce los riesgos laborables ya que con una mejor distribución de los espacios se logra trabajar sin dificultades y sin contratiempos.

Pregunta 20

¿Cómo calificaría la calidad de los bienes confeccionados por la asociación?

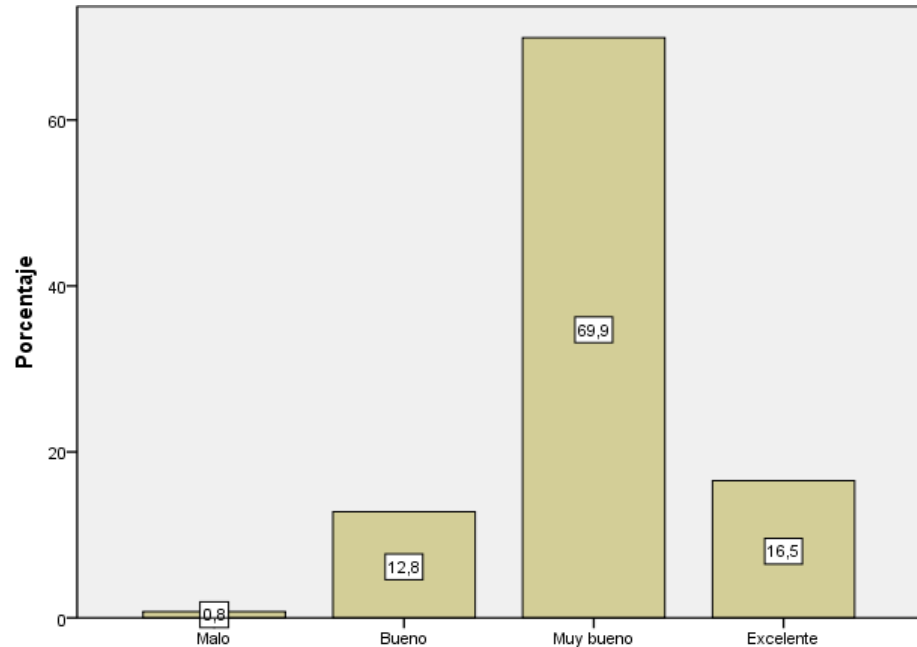


Figura 44. Calidad de los bienes confeccionados

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

La calidad de los bienes confeccionados por las asociaciones textiles es muy bueno con el 69.9 %, tratando de satisfacer el gusto de los clientes ofertando sus productos mediante un catálogo virtual, por otro lado, también se manifiesta que el 16.5 % expresan que es excelente la calidad de los bienes confeccionados, debido a que las asociaciones utilizan correctamente los recursos trabajan con una excelente materia prima y un buen desempeño laboral, confeccionando prendas de calidad.

Pregunta 21

¿Cómo calificaría la selección de proveedores por parte de la asociación?

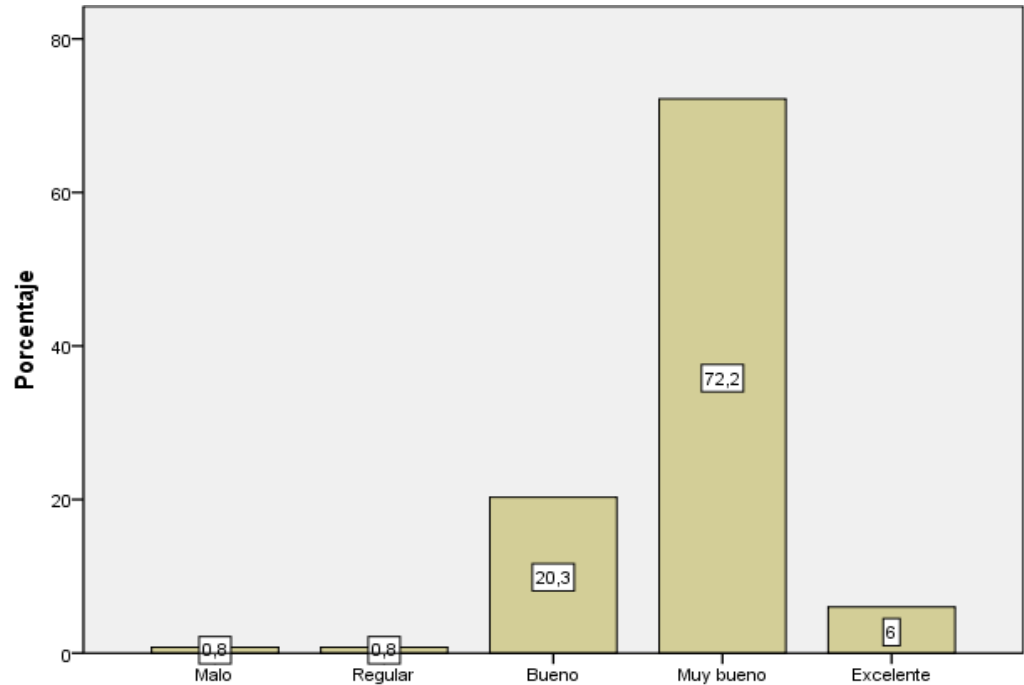


Figura 45. Selección de proveedores

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

La selección de proveedores que realiza las asociaciones es muy bueno con un 72.2 % ya que se procede a identificar, contactar a proveedores con buenas referencias y si es posible que sean conocidos en el mercado textil con el fin de estar seguros con quienes se va a trabajar, el 20.3 % dicen que es bueno la selección de proveedores, el objetivo es que provean de materiales, materia prima de calidad.

Pregunta 22

¿Considera que la asociatividad ha permitido reducir los costos de producción?

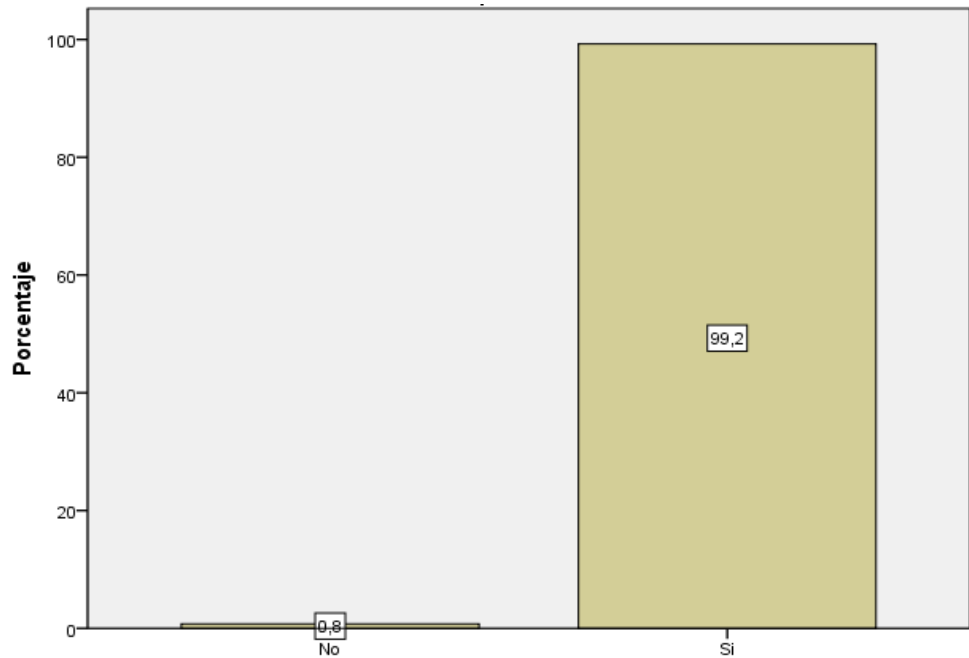


Figura 46. Costos de producción

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

La asociatividad ha permitido reducir costos de producción, debido a que las asociaciones necesitan materiales (hilos maquinarias materia prima) en cantidades al por mayor aquí se inicia un proceso de negociación con los proveedores en donde se busca realizar un descuento por la adquisición, al trabajar en equipo se optimiza tiempo logrando ser más productivos, en el transporte también se reduce costos ya que los productos se retiran de un solo lugar.

Pregunta 23

¿Cómo calificaría el nivel alcanzado de productividad de la asociación?

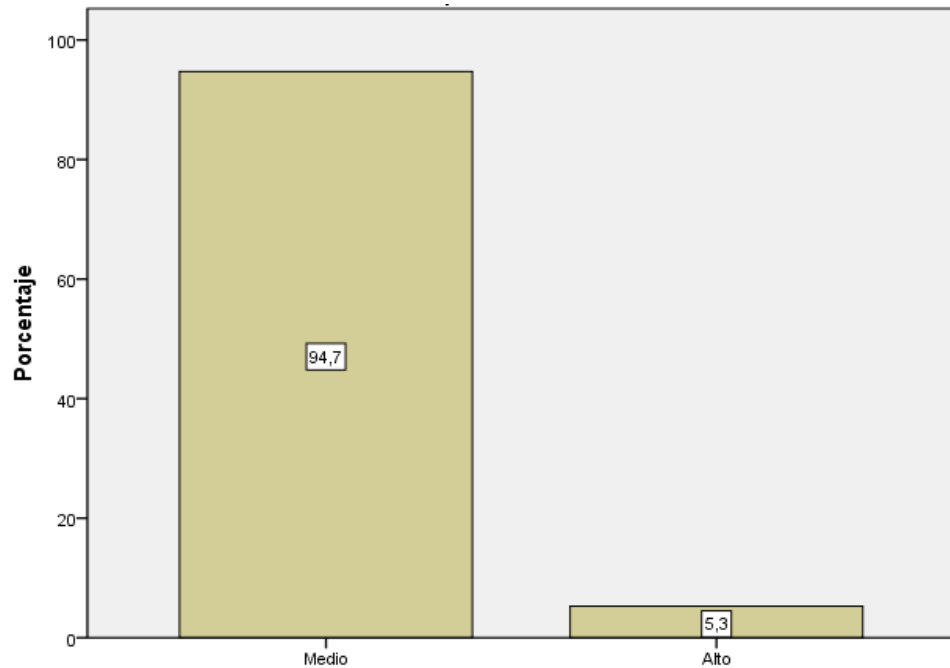


Figura 47. Nivel de productividad

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

La mayoría de las asociaciones textiles han empezado ejercer sus actividades en los últimos años permitiendo crecer cada día más, ganando experiencia en el mercado estableciendo un nivel de productividad medio debido a las exigencias del mercado, con el apoyo de instituciones como el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) es que se logra posicionarse en mercados más globales, teniendo como clientes al sector público municipios escuelas, a quienes se ha logrado abastecer de las prendas al gusto de los clientes, mientras que el 5.3 % manifiestan que el nivel de productividad alcanzado es alto esto parte del grado de involucramiento que tienen los socios por crecer y ser más productivos que de hecho está presente el compromiso de los socios y se representa en el éxito que tienen las asociaciones.

Pregunta 24

¿Cuáles son sus potenciales clientes?

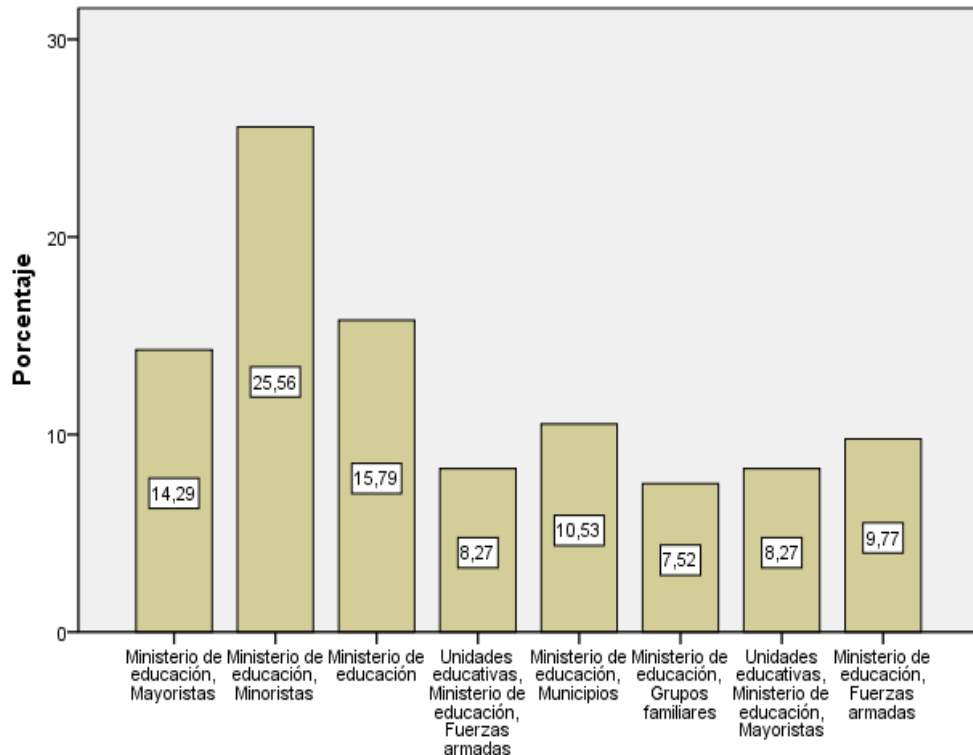


Figura 48. Potenciales clientes

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

Los potenciales clientes de las asociaciones textiles que tienen más participación son el Ministerio de Educación y Minoristas con 25,56 %, siendo estos los clientes más habituales quienes realizan pedidos, contratos con las asociaciones cabe mencionar que la mayoría de los contratos se lo realiza al sector público, es por ello que las asociaciones tendrían un punto a favor al tener el apoyo de Instituciones como el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) quienes organizan ferias, para dar a conocer los productos nativos y producidos con manos ecuatorianas, promocionando el valor de consumir lo hecho en Ecuador, receptando nuevos clientes y escuchando consejos, gustos y preferencias de cada cliente.

Pregunta 25

¿Cuál de los siguientes canales de distribución es utilizado por la asociación?

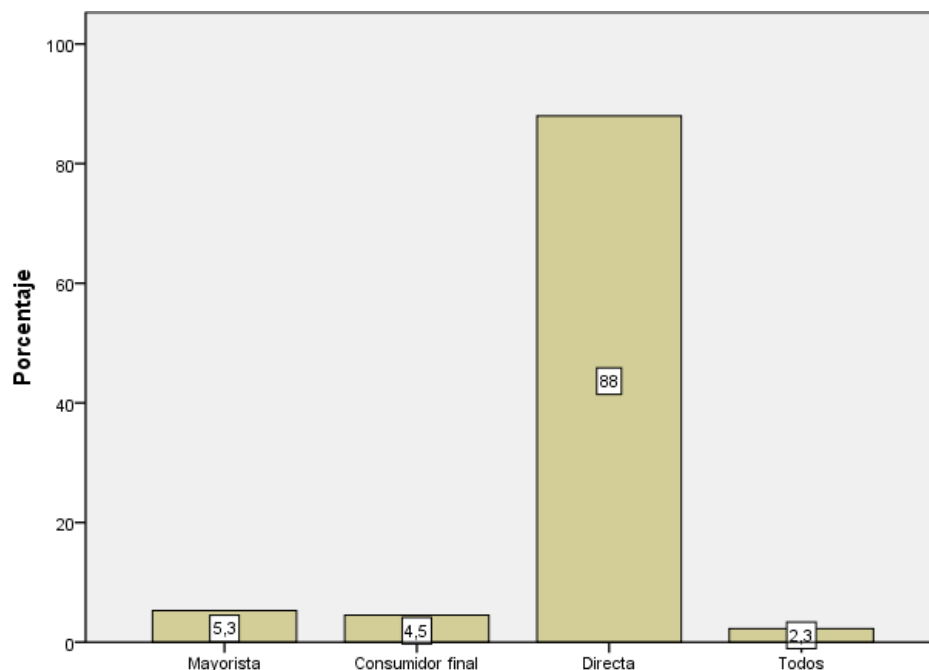


Figura 49. Canales de distribución

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

El canal de distribución más utilizado es de forma directa esto quiere decir que no lo hacen mediante intermediarios, puesto que es más fácil realizarlo de productor a consumidor evitando posibles conflictos e incluso es más efectiva la entrega del producto, mientras que el 5.3 % lo realiza a mayoristas debido a que la entrega del producto lo hacen en mayores cantidades hay ocasiones en los que los clientes son quienes se acercan a la asociación y se llevan los productos pero la mayoría de los casos el representante de la asociación es quien deja los pedidos en su destino.

Pregunta 26

¿Cuál es aproximadamente el nivel de ventas que la asociación percibe en promedio cada mes?

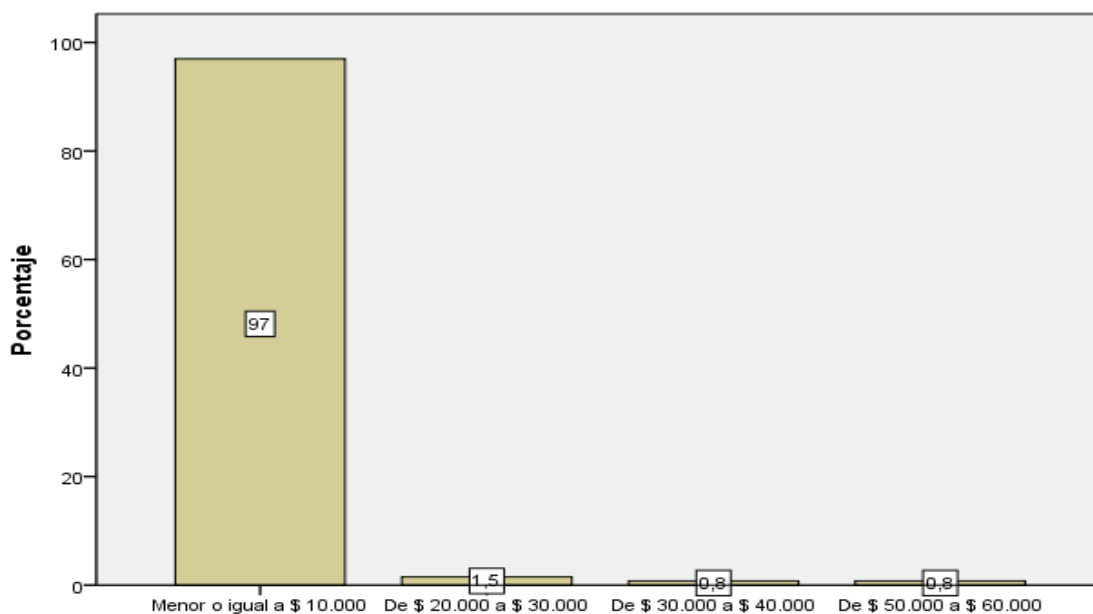


Figura 50. Nivel de ventas

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

El nivel de ventas de las asociaciones es menor o igual a \$ 10.000 mensual, dándonos a entender que los ingresos percibidos por cada asociación es rentable, considerando que no todos los meses son estables, en el sentido de que hay temporadas en las que se producen más por ejemplo en temporada de clases hay una alta demanda, es por ello que se ha realizado un estimado de ventas mensuales tomando en cuenta que hay temporadas buenas y regulares.

Pregunta 27

La estrategia de ventas se sustenta en:

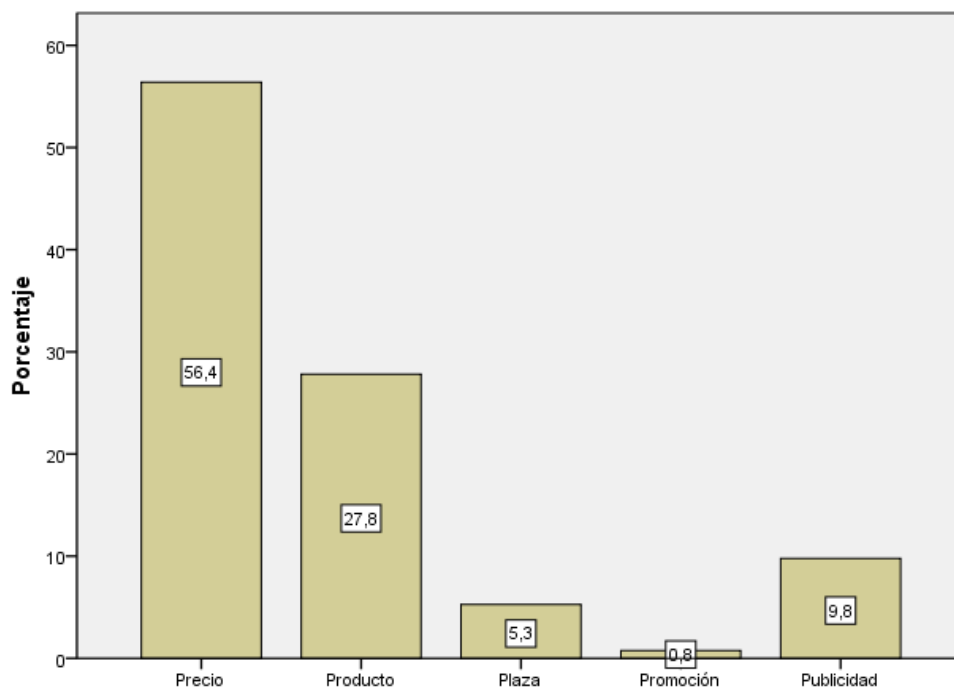


Figura 51. Estrategia de ventas

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

La estrategia de ventas que las asociaciones utilizan se sustenta en el precio con el 56.4 %, debido a que la mayoría de los clientes compran el producto al por mayor buscando el precio más convenientes debido a estos escenarios las asociaciones textiles elaboran prendas con diferentes precios al gusto y preferencia de los clientes para ello realizan presupuestos para reducir costos, por otra parte, tenemos un 27.8 % que se basan en el producto como estrategia de ventas, para aquellos buscan la calidad, la durabilidad y el buen uso del producto es por ello que se basan en el producto.

Pregunta 28

¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar el poder de negociación con los proveedores?

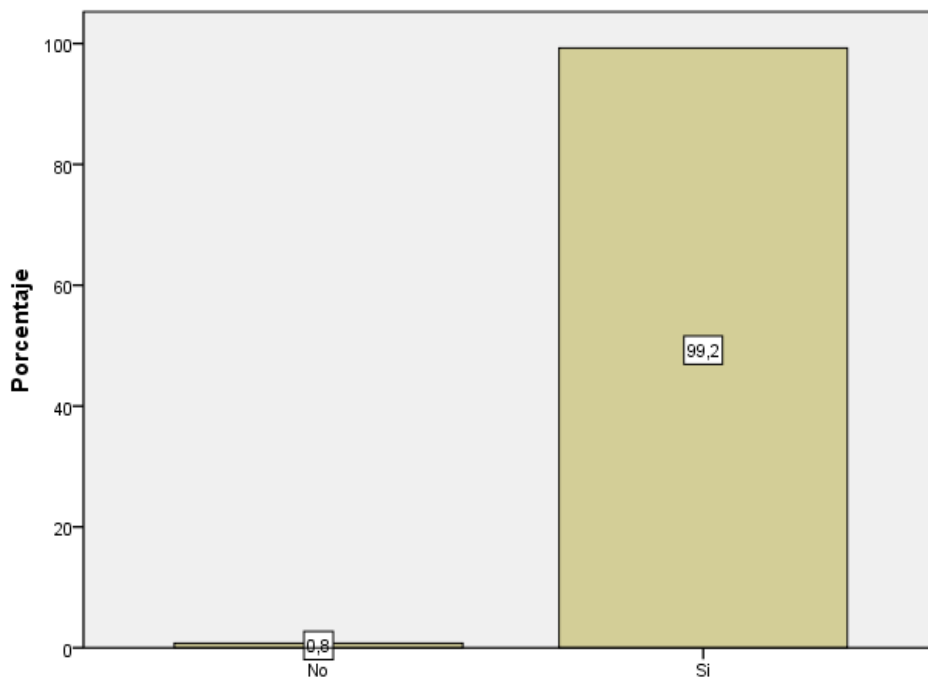


Figura 52. Poder de negociación

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

La asociatividad ha permitido mejorar las negociaciones con los proveedores ya que como un equipo de trabajo se logra tener mejores beneficios aprovechando oportunidades. En este caso los socios reciben capacitaciones en donde desarrollan habilidades y mejoran su forma de expresarse siguen lineamientos importantes para llegar acuerdos y lograr establecer un contrato. La actualización continua de los representantes de cada asociación brinda seguridad en el momento de la negociación, estableciendo una buena relación con los proveedores.

Pregunta 29

¿Cuáles fueron los medios de financiamiento que utilizó la asociación para su funcionamiento?

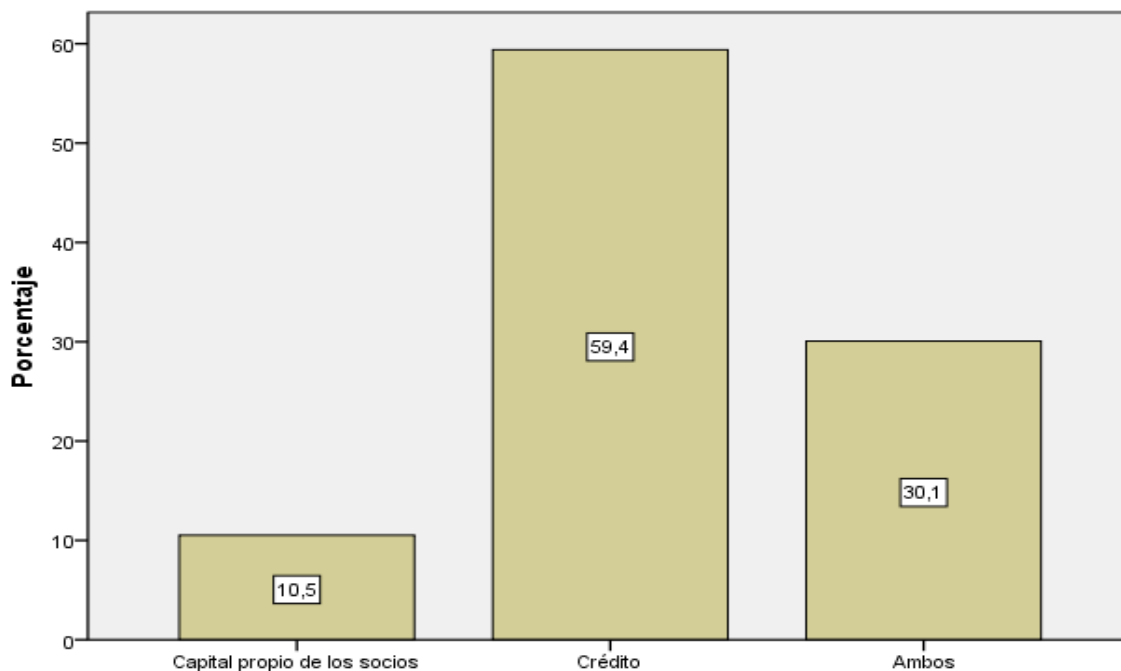


Figura 53. Medios de financiamiento

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

Las asociaciones del sector textil se enfocan en los créditos como medio de financiamiento con el 59.4 %, considerando que para iniciar una actividad no todos están en la condiciones de aportar con el dinero necesario para el funcionamiento de la asociación es por ello que acuden a los créditos, de la misma manera se manifiesta que un 30.1 % de los encuestados hicieron uso de créditos y del capital propio es decir accedieron a los dos medios de financiamiento para con ello poner en funcionamiento la asociación.

Pregunta 30

¿Cómo califica la gestión administrativa y financiera de la asociación?

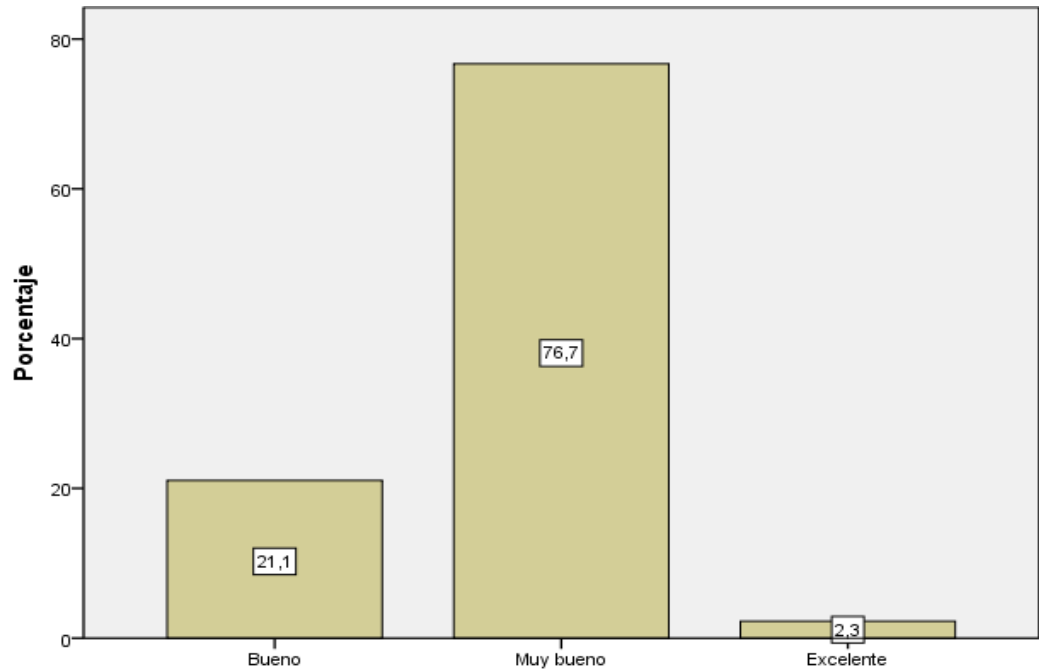


Figura 54. Gestión administrativa y financiera

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

La gestión administrativa y financiera en las asociaciones se las considera como muy buenas, es decir que el manejo de los recursos se los realiza responsablemente, esto genera transparencia por parte de los encargados de estas áreas así mismo son factores que han hecho que las asociaciones trabajen con normalidad siempre estando pendiente de los cambios internos que se pudieren presentar.

Pregunta 31

La forma de pago a los proveedores lo realiza en:

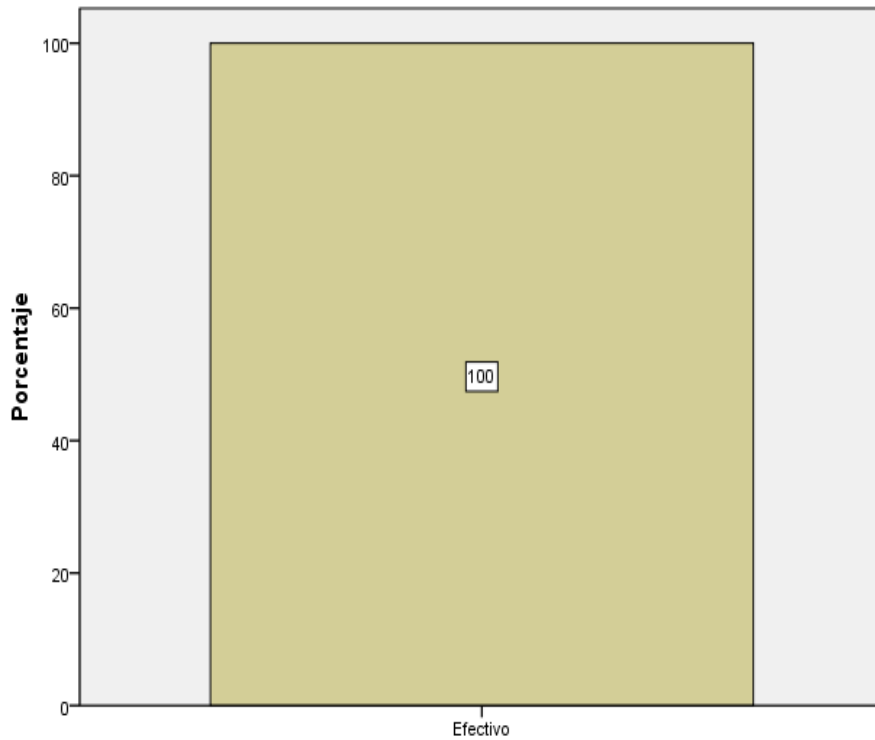


Figura 55. Forma de pago a los proveedores

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

El pago a los proveedores se lo realiza en efectivo, con el fin de prevenir cualquier conflicto y siempre estar al día con los pagos, de esta forma se genera el compromiso de ambas partes con el cumplimiento de sus actividades, entrega de materiales, materia prima puntualmente.

Pregunta 32

El capital que posee la asociación es:

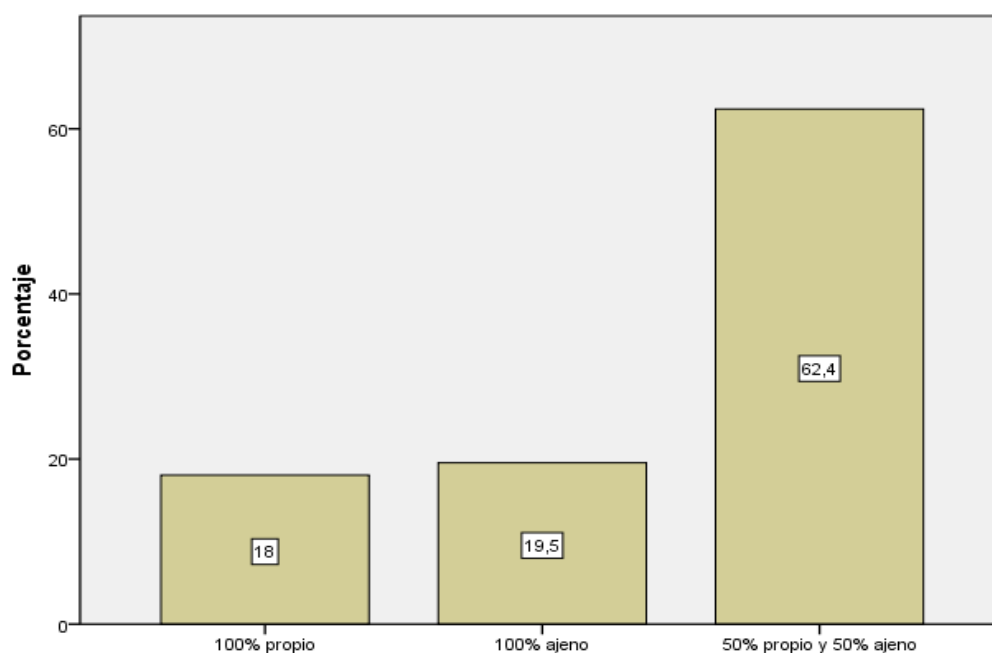


Figura 56. Capital de la asociación

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

El 18 % de las asociaciones tiene un capital propio en su totalidad, mientras que el 19.5 % tiene un capital ajeno en su totalidad, por otro lado, el 62.4 % es mediado esto quiere decir que el capital que poseen las asociaciones es 50 % propio y 50 % ajeno. La mayoría de asociaciones han empezado sus actividades con capital ajeno y propio, determinando el grado de complejidad para iniciar un negocio, no todos los socios tienen las mismas posibilidades económicas es por ello que buscan medios de financiamiento para aportar al desarrollo del grupo, en este sentido el gobierno apoyado dando la facilidad de créditos para que vayan pagando conforme crezca la asociación y a un tiempo establecido por la entidad financiera.

Pregunta 33

¿Se encuentra satisfecho con los ingresos-beneficios generados en la asociación?

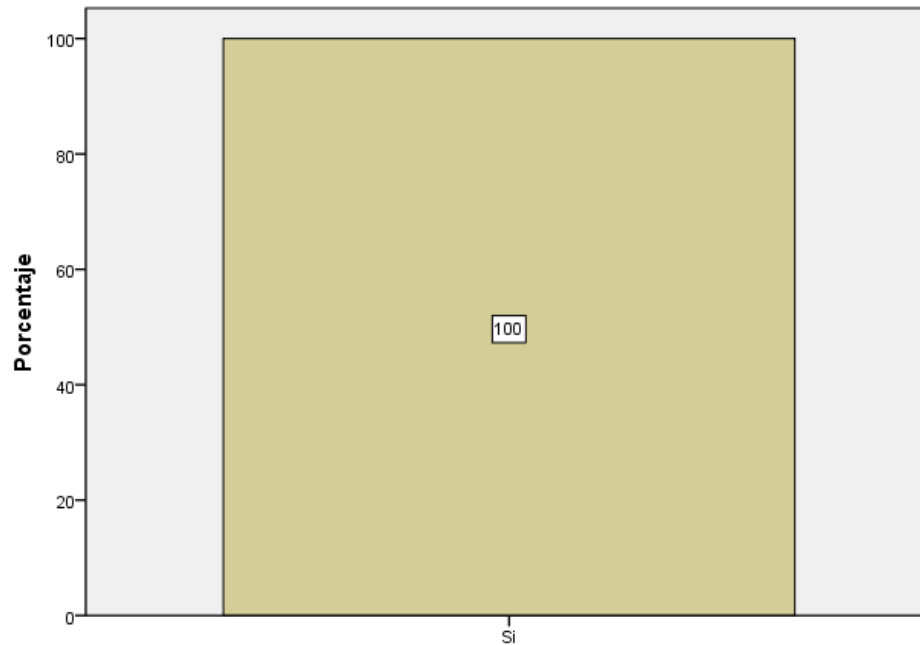


Figura 57. Ingresos-beneficios

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

Los ingresos-beneficios generados por la asociación son satisfactorios determinando que al trabajar conscientemente en equipo siempre se obtiene resultados positivos y cuando todos los integrantes desempeñen bien sus actividades, esto se resume en el crecimiento tanto humano como económico de cada socio y sobre todo el posicionamiento de la marca de sus productos en el mercado, de ello depende el continuo mejoramiento de sus productos ya que la globalización es un medio de oportunidades y en el cual se invierte en tecnología, capacitaciones, para ser más competitivos.

Pregunta 34

¿Ha tenido utilidades en el último año respecto al anterior?

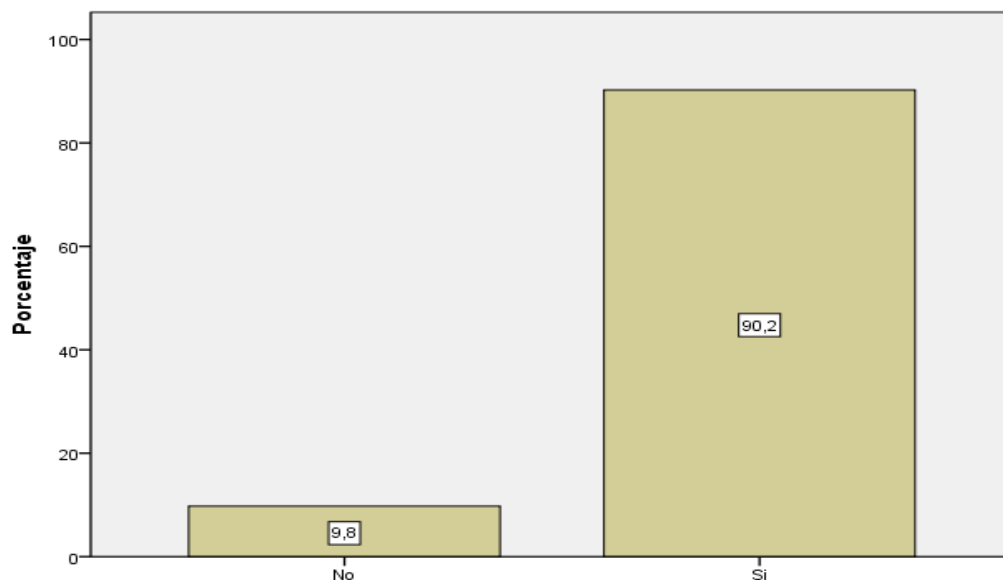


Figura 58. Utilidades

Fuente: Encuesta a los socios de las asociaciones textiles de Tungurahua

La mayor parte de las asociaciones textiles si han percibido utilidades en los últimos años, considerando que el sector textil ha tenido apoyo por parte del gobierno nacional, determinando un alto crecimiento en la demanda de prendas de vestir para el sector público, lo cual ha generado oportunidades de crecimiento para las asociaciones textiles, mientras que un 9.8 % respondieron que no han recibido utilidades por motivo de inversión en la misma fábrica, infraestructura debido a estos factores no perciben utilidades pero están invirtiendo para en un futuro recuperar.

5.2 MEDICIÓN DEL IMPACTO

Los impactos son resultados que se presentan a nivel de propósito o fin del programa, esto implica un mejoramiento significativo y en algunos casos perdurable o sustentable en el tiempo, estos suelen expresarse como un beneficio a mediano y largo plazo obtenido por la población atendida. (Bonilla, 2007)

La evaluación de impacto social se concibe como el proceso de identificación y gestión de temas sociales de los proyectos de desarrollo, incluyendo el involucramiento de las comunidades afectadas a través de procesos participativos de caracterización, evaluación y gestión. Dicho lo anterior ayuda a visualizar temas claves desde la perspectiva de aquellos proyectos con potencial para predecir y anticipar cambios, e ingresar este entendimiento a sistemas y estrategias en curso para responder de manera proactiva a las consecuencias del desarrollo. Se debe agregar que los impactos sociales son cambios producidos por varios ámbitos tales como: la forma de vida de las personas, su cultura, su comunidad, sus sistemas políticos, su entorno, su salud y bienestar, sus temores y aspiraciones. Además, que los modelos de evaluación permiten analizar las diferencias o cambios en determinadas variables de una población, los métodos observacionales son los más utilizados en este tipo de análisis. (Vanclay, 2015, pág. 4); (Franks, 2012, pág. 6); (García, 2011)

Vanclay (2015); Franks (2012) manifiestan que:

La evaluación de impacto social (EIS) es considerado como los procesos de análisis, monitoreo y gestión de las consecuencias sociales voluntarias e involuntarias de intervenciones planeadas (políticas, programas, planes, proyectos) y todo proceso de cambio social invocado por dichas intervenciones, siendo el efecto de una acción o falta de acción y pueden ser tanto positivos como negativos.

Un elemento importante es la construcción a través de métodos estadísticos, el cual se refiere al tipo de variable sobre la que se mide, para aquellas variables correlacionadas son de estimación cuantitativa, por consiguiente, los análisis de los

elementos son importantes ya que proporcionan información relativa tanto al valor que le asignan sus beneficiarios a los programas como de los procesos que afectan, lo que permite al analista obtener una mayor comprensión de los resultados. (Aedo, 2005)

5.2.1 Matriz de Priorización de Holmes

La matriz de priorización es una herramienta que permite la selección de opciones sobre la base de la ponderación y aplicación de criterios. Hace posible, determinar alternativas para adoptar una decisión y clarificar problemas, oportunidades de mejora y en general, establecer primacías entre un conjunto de elementos para facilitar la toma de decisiones.

Las variables a considerar para realizar la matriz de priorización por el método Holmes son:

Conformación de la asociación	Cultura
Participación de los socios	Ventajas competitivas del territorio
Gestión democrática	Sistemas productivos locales
Gestión administrativa	Acompañamiento institucional
Comunicación entre directivos	Calidad de vida
Capacitaciones	Fuentes de empleo
Relación laboral	Normas ambientales
Principios	Pobreza
Identidad	Desarrollo local

Respecto a la valoración de la matriz Holmes se ha considerado la siguiente escala:

Tabla 5. Escala de referencias

Escala	Valoración
Ampliamente importante	0,9
Muy importante	0,7
Importante	0,5
Poco importante	0,3
Nada importante	0,1

Elaborado por: Investigaciones

Tabla 6. Matriz de priorización de Holmes: emprendimiento asociativo y desarrollo local

MATRIZ DE PRIORIZACIÓN (HOLMES VARIABLES)- EMPRENDIMIENTO ASOCIATIVO Y DESARROLLO LOCAL																					
VARIABLES	CONFORMACIÓN DE LA ASOCIACIÓN	CLIENTES	PARTICIPACIÓN DE SOCIOS	GESTIÓN DEMOCRÁTICA	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	COMUNICACIÓN ENTRE DEIRECTIVOS	CAPACITACIONES	RELACIÓN LABORAL	PRINCIPIOS	IDENTIDAD	CULTURA	VENTAJAS COMPETITIVAS DEL TERRITORIO	SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES	ACOMPANAMIENTO INSTITUCIONAL	CALIDAD DE VIDA	FUENTES DE EMPLEO	NORMAS AMBIENTALES	POBREZA	DESARROLLO LOCAL	SUMATORIA	
CONFORMACIÓN DE LA ASOCIACIÓN	1.0	0.5	0.5	0.5	0.3	0.3	0.5	0.5	0.5	0.3	0.5	0.7	0.7	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.7	9.2	
CLIENTES	0.5	1.0	0.5	0.3	0.5	0.3	0.3	0.5	0.3	0.3	0.5	0.3	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.3	0.5	0.5	7.4
PARTICIPACIÓN DE LOS SOCIOS	0.5	0.5	1.0	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	0.3	0.5	0.9	0.5	0.5	0.5	0.5	0.3	0.5	0.3	0.7	0.7	8.6
GESTIÓN DEMOCRÁTICA	0.5	0.3	0.5	1.0	0.3	0.5	0.5	0.5	0.3	0.3	0.5	0.5	0.5	0.3	0.3	0.3	0.5	0.5	0.5	0.7	8.4
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	0.3	0.3	0.5	0.5	1.0	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.3	0.3	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	7.6
COMUNICACIÓN ENTRE DEIRECTIVOS	0.3	0.5	0.7	0.5	0.5	1.0	0.7	0.7	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.5	0.3	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	9.2
CAPACITACIONES	0.5	0.3	0.5	0.5	0.5	0.3	1.0	0.7	0.3	0.3	0.3	0.5	0.5	0.5	0.7	0.7	0.5	0.5	0.5	0.5	7.8
RELACIÓN LABORAL	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.7	0.5	1.0	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.3	0.5	0.5	0.5	8.8
PRINCIPIOS	0.5	0.5	0.5	0.3	0.3	0.3	0.3	0.5	1.0	0.5	0.7	0.5	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	8.6
IDENTIDAD	0.3	0.3	0.5	0.3	0.3	0.3	0.3	0.5	0.3	1.0	0.7	0.5	0.5	0.5	0.3	0.3	0.5	0.3	0.3	0.7	7.4
CULTURA	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	1.0	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	0.5	0.9	0.9	8.4
VENTAJAS COMPETITIVAS DEL TERRITORIO	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.3	0.3	0.5	1.0	0.7	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	8.6
SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES	0.5	0.5	0.5	0.3	0.3	0.5	0.5	0.5	0.3	0.3	0.5	0.7	1.0	0.5	0.7	0.5	0.5	0.5	0.7	0.7	8.6
ACOMPANAMIENTO INSTITUCIONAL	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	1.0	0.7	0.7	0.5	0.5	0.7	0.7	9.4
CALIDAD DE VIDA	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.3	0.5	0.5	0.5	0.5	1.0	0.7	0.5	0.5	0.7	0.7	9.4
FUENTES DE EMPLEO	0.5	0.7	0.7	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.3	0.3	0.3	0.5	0.5	0.5	0.5	1.0	0.5	0.5	0.7	0.7	8.8
NORMAS AMBIENTALES	0.5	0.5	0.5	0.3	0.3	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	1.0	0.5	0.5	0.5	8
POBREZA	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.3	0.3	0.5	0.3	0.3	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	0.7	0.5	1.0	0.5	0.5	8.2
DESARROLLO LOCAL	0.5	0.7	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	0.5	0.7	0.9	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.5	0.5	0.5	0.5	10.4
SUMA TOTAL	0	7.8	9.2	7	7.4	8.8	8.4	9	7.2	8	10.4	8.6	8	9.4	9.4	9.4	8.8	9.2	8	10	

Elaborado

por:

Investigadores

En la matriz de priorización se detalla las variables de la investigación y sus calificaciones en función al cuadro de referencia cuya escala es: ampliamente importante (0,9); muy importante (0,7); importante (0,5); poco importante (0,3); nada importante (0,1). En base a esta puntuación se ha priorizado las siguientes variables:

- Cultura 10.6
- Desarrollo local 12
- Calidad de vida 9.6
- Fuentes de empleo 9.6

Así mismo se ha constatado que siendo la cultura, el emprendimiento asociativo, el desarrollo local, la calidad de vida y la creación de fuentes de empleo, las variables que se relacionan mejor se ha concluido que la cultura asociativa influye considerablemente en los emprendimientos asociativos direccionadas a fomentar el trabajo en equipo, generando ambientes positivos de trabajo, aportando con ideas para la superación, crecimiento de las asociaciones características que se direccionan al desarrollo local.

5.2.2 Instrumentos de medición correlacional

Seguidamente se detalla los instrumentos que se utilizó para la medición del impacto del emprendimiento asociativo en el desarrollo local para ello se priorizaron variables. En un primer momento se presentan definiciones respecto al método Spearman a fin de conocer sus elementos y su utilidad.

Método de Spearman

El coeficiente de correlación de rangos ordenados de Spearman fue el primer estadístico basado en rangos que se desarrolló. Se lo emplea para determinar la existencia de asociación entre dos variables de tipo ordinal (Torre, 2015). Dicho de otro modo, este coeficiente es una medida de asociación lineal que utiliza los rangos, números de orden, de cada grupo de sujetos y compara dichos rangos (Cabrera, 2009).

El coeficiente de correlación no debe utilizarse para comparar dos métodos que intentan el mismo evento. El coeficiente de correlación mide el grado de asociación entre dos cantidades, pero no mira el nivel de acuerdo o concordancia. Si los instrumentos de medida miden sistemáticamente cantidades diferentes uno del otro, la correlación puede ser 1 y su concordancia ser nula. El coeficiente de correlación de Spearman es recomendable utilizarlo cuando los datos presentan valores extremos, ya que dichos valores afectan mucho el coeficiente de correlación de Pearson, o ante distribuciones no normales. No está afectada por los cambios en las unidades de medida.

Tabla 7. Escalas de interpretación de Spearman

Descripción	Valores
Correlación negativa perfecta	-1
Correlación negativa fuerte moderada débil	-0,5
Ninguna correlación	0
Correlación positiva moderada fuerte	0,5
Correlación positiva perfecta	1

Fuente: (Cabrera, 2009)

Elaborado por: Investigadores

La interpretación del coeficiente rho de Spearman concuerda en valores próximos a 1; indican una correlación fuerte y positiva. Valores próximos a -1 indican una correlación fuerte y negativa. Valores próximos a cero indican que no hay correlación lineal. Puede que exista otro tipo de correlación, pero no lineal. Los signos positivos o negativos solo indican la dirección de la relación; un signo negativo indica que una variable aumenta a medida que la otra disminuye o viceversa, y uno positivo que una variable aumenta conforme la otra también lo haga disminuye, si la otra también lo hace.

Es importante mencionar que cuando el coeficiente r_s de Spearman es igual a 0 las variables son independientes, si r_s es mayor que cero nos indica que existe una relación directa; si está más próximo a 1 quiere decir que hay más relación, mientras

que si r_s está más cercano al 0 hay menos relación. En el caso de que r_s de Spearman sea menor que 0, quiere decir que tiene una relación inversa.

Aplicación del método Spearman

PASO 1. Plantear las hipótesis estadísticas

Tabla 8. Hipótesis estadística

Hipótesis estadística nula: $H_0: r_s = 0$ (cero)	Hipótesis estadística alterna: $H_a: r_s \neq 0$
H_0 : El emprendimiento asociativo no tiene impacto significativo en el desarrollo local.	H_1 : El emprendimiento asociativo tiene impacto significativo en el desarrollo local.

Elaborado por: Investigadores

PASO 2. Determinar un nivel de significancia

El nivel de significancia (alfa) α es el 5% = 0.05

PASO 3. Seleccionar el estadístico de prueba

Correlación de Spearman

PASO 4. Compara el valor calculado con el que puede ocurrir por azar

Valor de la Tabla 1.00

Valor calculado 0.695

PASO 5. Interpretar. - El emprendimiento asociativo tiene impacto significativo en el desarrollo local

Valor de $P = 0.018$

Con una probabilidad menor a 5%, determinamos que el emprendimiento asociativo tiene impacto significativo en el desarrollo local.

Método Spearman

Tabla 9. Correlación de variables: emprendimiento asociativo y desarrollo local

			Desarrollo local
Rho de Spearman	Emprendimiento asociativo	Coefficiente de correlación	,695*
		Sig. (bilateral)	,018
		N	11

Elaborado por: Investigadores

Dado que el valor calculado de r_s es menor que el valor crítico para Rho de Spearman, en un nivel de significancia de 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, dando como resultado que **el emprendimiento asociativo tiene impacto significativo en el desarrollo local**. Con respecto a la correlación entre el emprendimiento asociativo y el desarrollo local se demuestra que tienen una correlación positiva moderada fuerte ya que el cálculo nos da como resultado el 0,695 sobre 1, esto aclara que el impacto del emprendimiento asociativo en el desarrollo local es transcendental, dinamiza la economía, fomenta la cultura asociativa, genera nuevas fuentes de empleo y mejora la calidad de vida de las personas.

Grado de relación entre impacto de emprendimiento asociativo en el desarrollo local con las variables que caracterizan el emprendimiento asociativo.



Figura 59. Variables que caracterizan el emprendimiento asociativo

Elaborado por: Investigadores

Mediante la aplicación de la correlación Rho de Spearman se representa los resultados en la gráfica de líneas, demostrando que la cultura es la variable que tiene más relación con el emprendimiento asociativo, seguido de los principios que aplican las asociaciones y la comunicación entre directivos, dicho de otra manera los emprendimientos asociativos fomentan una cultura asociativa direccionada a contribuir en el desarrollo de nuevas ideas, con el apoyo de un grupo de personas quienes están destinadas a brindar sus conocimientos y voluntad de trabajo, generando un adecuado ambiente de trabajo con una buena comunicación entre directivos (socios), de tal forma que se vea reflejado en la productividad de las asociaciones.

Grado de relación entre impacto de emprendimiento asociativo en el desarrollo local con las variables que caracterizan el desarrollo local.

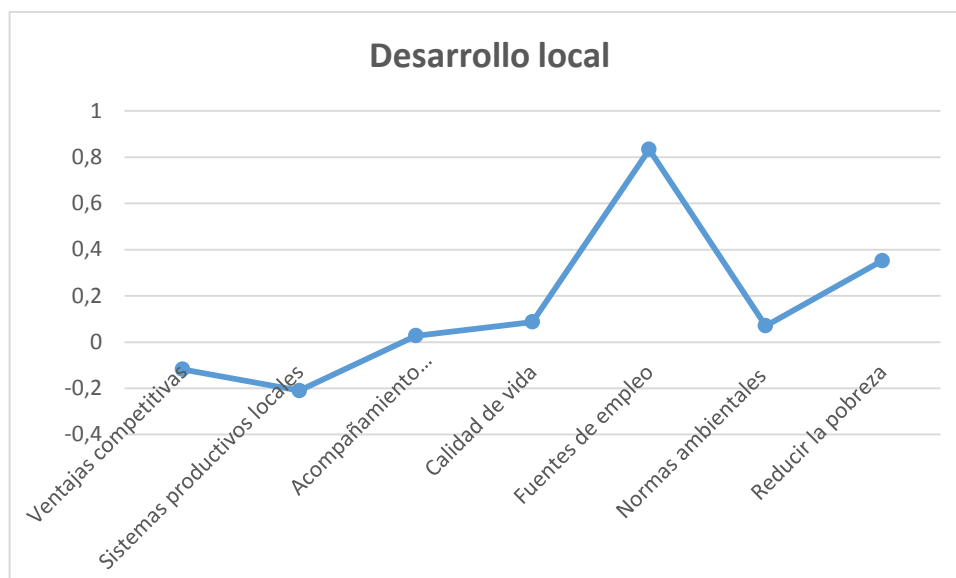


Figura 60. Variables que caracterizan el desarrollo local
Elaborado por: Investigadores

De acuerdo con la gráfica se concluye que el desarrollo local tiene una fuerte relación positiva con la generación de nuevas fuentes de empleo, de ello depende el reducir la pobreza, es decir el desarrollo local depende en gran parte de una serie de recursos tanto como humanos, materiales y económicos los mismos que se unen para trabajar en equipo y generar movimiento económico, ser más productivos ubicándose mejor en el mercado.

Aplicación de la correlación Rho Spearman en la encuesta de los socios

Tabla 10. Correlaciones aspecto socio organizacional

			Comunicación entre directivos y miembros
Rho de Spearman	Grado de involucramiento o asociados	Coeficiente de correlación	,462**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	133

Elaborado por: Investigadores

Grado de relación entre impacto de emprendimiento asociativo en el desarrollo local con las variables que caracterizan el aspecto socio organizacional.



Figura 61. Aspecto socio organizacional
Elaborado por: Investigadores

Se ha seleccionado a las variables con mayor peso, puntaje que resulta de la aplicación de la correlación Rho Spearman en el programa SSPS, siendo las variables de estudio involucramiento de los socios y comunicación entre los miembros de la asociación. Dando como resultado una correlación moderada fuerte positiva con 0,462 sobre 1, determinando que los emprendimientos asociativos en el aspecto socio organizacional va a depender de que haya un alto grado de compromiso por parte de los socios para sobrevivir en el mercado, así mismo generando una óptima comunicación entre socios que sin duda alguna nace del compromiso de cada persona.

Tabla 11. Correlaciones aspecto productivo

			Calidad de los bienes confeccionados
Rho de Spearman	Selección de proveedores	Coefficiente de correlación	,514**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	133

Elaborado por: Investigadores

Grado de relación entre impacto de emprendimiento asociativo en el desarrollo local con las variables que caracterizan el aspecto productivo.

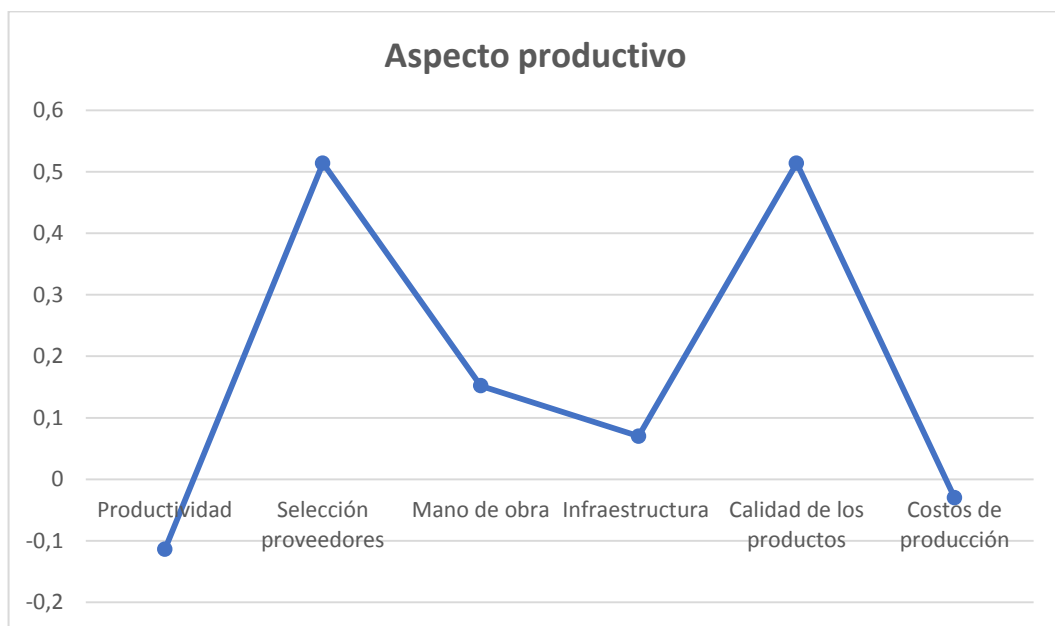


Figura 62. Aspecto productivo
Elaborado por: Investigadores

Se ha seleccionado a las variables con mayor peso, puntaje que resulta de la aplicación de la correlación Rho Spearman en el programa SSPS, siendo las variables de estudio selección de proveedores y calidad de los productos, resultando una correlación moderada fuerte positiva con 0,514 sobre 1, determinando que los emprendimientos asociativos en el aspecto productivo va a estar en constante innovación, actualización tanto en maquinaria como en capacitaciones, para obtener un producto de calidad siempre va a influir la calidad de materia prima que se receipta

por parte de los proveedores, la responsabilidad con la que entregan la materia prima, es por ello que se evidencia una gran relación entre estas dos variables, dependiendo de estas la seguridad y confianza hacia los consumidores.

Tabla 12. Correlaciones aspecto comercial

			Potenciales clientes
Rho de Spearman	Canales de distribución	Coefficiente de correlación	,277**
		Sig. (bilateral)	,001
		N	133

Elaborado por: Investigadores

Grado de relación entre impacto de emprendimiento asociativo en el desarrollo local con las variables que caracterizan el aspecto comercial.

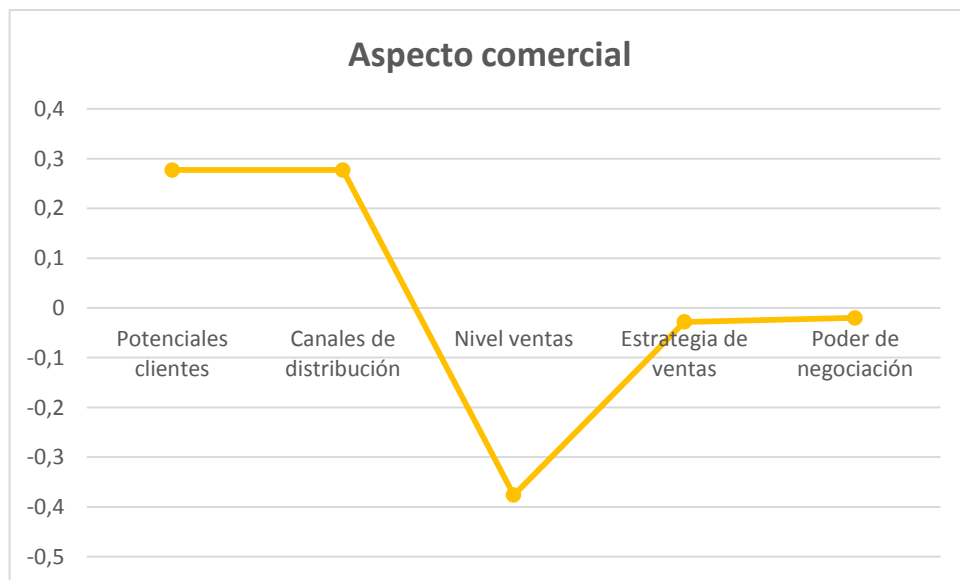


Figura 63. Aspecto comercial

Elaborado por: Investigadores

Se ha seleccionado a las variables con mayor peso, puntaje que resulta de la aplicación de la correlación Rho Spearman en el programa SSPS, siendo las variables

de estudio clientes y canales de distribución. Dando como resultado una correlación moderada fuerte positiva con 0,277 sobre 1, determinando que los emprendimientos asociativos en el aspecto comercial van a estar inmersos en la toma de decisiones, en receptar nuevos clientes , generando confianza en la asociación, acercándose a nuevos nichos de mercados, considerando que en el estudio realizado se detectó una buena relación con los clientes la mayor parte de ellos del sector público entregando los productos directamente, al por mayor logrando satisfacer las necesidades, gustos de cada cliente.

Tabla 13. Correlaciones aspecto financiero

			Medios de financiamiento
Rho de Spearman	Capital	Coefficiente de correlación	,636**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	133

Elaborado por: Investigadores

Grado de relación entre impacto de emprendimiento asociativo en el desarrollo local con las variables que caracterizan el aspecto financiero.

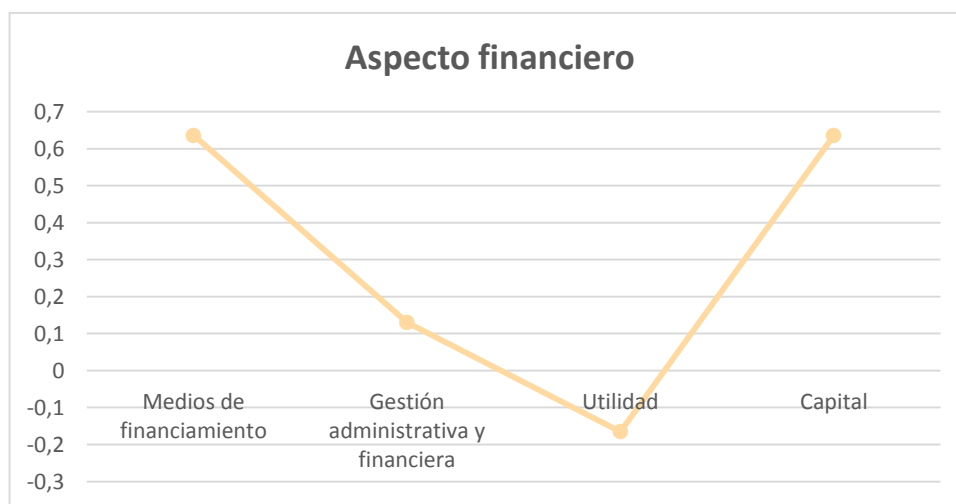


Figura 64. Aspecto financiera
Elaborado por: Investigadores

Se ha seleccionado a las variables con mayor peso, puntaje que nos resulta de la aplicación de la correlación Rho Spearman en el programa SSPS, siendo las variables de estudio medios de financiamiento y capital. Dando como resultado una correlación moderada fuerte positiva con 0,636 sobre 1, determinando que los emprendimientos asociativos en el aspecto financiero va a depender de que haya correcto manejo de los recursos económicos, lanzando presupuestos para cada año, realizando nuevas inversiones dentro de la asociación, generando fidelidad con las instituciones financieras que son un pilar fundamental para seguir creciendo, se ha evidenciado que las asociaciones textiles tienen una gran aceptación en las instituciones financieras para realizar créditos, es por ello que las asociaciones han aprovechado esa oportunidad conjuntamente con instituciones públicas que han apoyado al sector textil.

5.2.3 Medición del impacto mediante el método descriptivo

Cuadro 10. Matriz de macro criterios y criterios para la evaluación del impacto

MACROCRITERIOS	CRITERIOS	Impacto		
		Alto	Medio	Bajo
<i>Conformación familiar o grupal</i>	• Trabajo en equipo		+	
	• Reducción de costos		+	
<i>Participación de los socios</i>	• Desarrollan ideas para el mejoramiento, crecimiento del sector textil.	+		
	• Aportan con la mano de obra para acelerar el proceso de producción.		+	
<i>Gestión democrática</i>	• Libertad de expresión		+	
	• Transparencia en las actividades realizadas.		+	
<i>Gestión administrativa</i>	• Uso adecuado de los recursos.	+		
	• Generan confianza	+		

<i>Comunicación entre directivos</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de negociación. 		+	
	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación en la toma de decisiones. 	+		
<i>Capacitación</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento en la productividad. 	+		
	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de los productos. 	+		
	<ul style="list-style-type: none"> • Talento humano con mentalidad positiva. 		+	
<i>Relación laboral</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Solidaridad, cooperación en el desarrollo de estrategias, nuevos productos. 		+	
<i>Principios</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentan la buena práctica de principios en las asociaciones. 		+	
	<ul style="list-style-type: none"> • Generan un alto grado de confianza. 	+		
<i>Identidad</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad en la utilización de recursos endógenos. 		+	
	<ul style="list-style-type: none"> • Crea valor agregado en los productos. 	+		
<i>Cultura</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla cualidades significativas para el ser humano. 	+		
	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora en la toma de decisiones. 		+	
	<ul style="list-style-type: none"> • Permite crear ambientes positivos en el trabajo. 		+	
<i>Ventajas competitivas del territorio</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Fácil acceso a la localización de las asociaciones. 		+	

	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas vías. 		+	
	<ul style="list-style-type: none"> • Zonas comerciales. 		+	
<i>Sistemas productivos locales</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Producción de productos de calidad. 	+		
	<ul style="list-style-type: none"> • Lineamientos de mejora en los procesos. 	+		
	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento en la demanda. 		+	
	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad de posicionarse en mercados más globales. 	+		
<i>Acompañamiento institucional</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a créditos. 	+		
	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de nuevos clientes. 	+		
	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de pedidos seguros, confiables. 		+	
<i>Calidad de vida</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Buena educación, alimentación, vestimenta. 	+		
<i>Fuentes de empleo</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Articula nuevos emprendimientos. 	+		
<i>Normas ambientales</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Protección del medio ambiente. 		+	
	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad social empresarial. 		+	
<i>Reducir la pobreza</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mejores ingresos económicos. 	+		
<i>Desarrollo local</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dinamiza la economía del país. 	+		
	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de tecnologías de información para ser más competitivos. 	+		

Elaborado por: Investigadores

Previo a la evaluación del impacto del emprendimiento asociativo del sector textil en el desarrollo local de la provincia de Tungurahua se definió el marco teórico sobre las variables en estudio: emprendimiento asociativo y desarrollo local, utilizando diferentes enfoques, definiciones, estructuras que son fundamentales en estos tipos de investigaciones, seguido de una caracterización de las variables para determinar sus ventajas y desventajas de cada variable. Así mismo se ha realizado las encuestas previas que nos permiten recolectar información para realizar el análisis e interpretación de cada una de las preguntas, sin menoscabar la importancia de la encuesta aplicada, ya que de ahí en adelante logramos determinar aspectos positivos y negativos para posterior evaluación del impacto del emprendimiento asociativo en el desarrollo local.

Los resultados obtenidos de la investigación han permitido evaluar el impacto de los emprendimientos asociativos del sector textil de la provincia de Tungurahua, gracias a uno de los instrumentos utilizados para recolectar información (encuesta), considerando los macro criterios y criterios que han resultado de la investigación aplicada ,además con la utilización del método estadístico no paramétrico, coeficiente de correlación Rho Spearman, se ha establecido la relación entre variables, permitiéndonos realizar el análisis de los criterios más relevantes para la evaluación del impacto del emprendimiento asociativo.

Uno de los criterios que nos permiten evaluar el impacto de los emprendimientos asociativos es la mejora en calidad de vida de las personas que están inmersas en el sector textil considerando que la asociatividad ha sido fundamental para progresar, viéndola como una fuente de crecimiento y de hecho se la considera importante, ya que la sociedad está consciente del aporte incondicional que brindan los emprendimientos asociativos.

La participación de los socios ha sido sumamente importante para el crecimiento, desarrollo de los emprendimientos asociativos, ya que se ha constatado que hay compromiso, responsabilidad por ser más productivos día a día, lo cual ha generado confianza para sus clientes y más aún estas asociaciones se ven respaldadas por el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) institución que apoya a los emprendimientos asociativos del sector textil, conjuntamente con el aporte del Gobierno Nacional, quienes brindan capacitaciones a los socios en cualquier área que

sea necesaria para fortalecer sus conocimientos, es por ello que el impacto de los emprendimientos asociativos del sector textil ha sido positivo en los últimos años, demostrando a continuación los siguientes resultados:

- Personal capacitado.
- Mejora en los procesos productivos.
- Adquisición de nuevas maquinarias.
- Acceso a créditos.
- Estabilidad en el mercado.
- Mejores ingresos económicos.
- Trabajo en equipo.
- Óptimo manejo de recursos.
- Manejo de herramientas informáticas para dar a conocer sus productos (publicidad)

Dicho de otro modo, el impacto de los emprendimientos asociativos del sector textil en el desarrollo local está inmerso en desarrollar una cultura asociativa positiva, en la cual se vea reflejado la cooperación, la unión. Determinando que la cultura asociativa en el estudio realizado no ha sido cien por ciento eficiente, lo cual ha generado algunos inconvenientes como, por ejemplo: problemas en la comunicación entre socios, pero con las capacitaciones brindadas por parte de las instituciones que participan en el programa Hilando al desarrollo se ha logrado mejorar estos inconvenientes ya que dichas capacitaciones aparte de fortalecer los conocimientos, integra a los socios. Considerando estos sucesos se ha creído pertinente mencionar la importancia de la cultura asociativa en los emprendimientos asociativos, ya que de ello ha dependido el permanecer en el mercado, como asociaciones sólidas, ricas en valores y sobre todo con una mentalidad abierta, creativa, capaz de adaptarse a los cambios.

5. CONCLUSIONES

- El emprendedor asociativo se configura como una persona innovadora y creativa enfocada al valor social y a la transformación socio productiva, por cuanto es capaz de asumir riesgos y generar oportunidades de crecimiento

económico que contribuyen al desarrollo local, revalorizando los recursos endógenos humanos de la asociación. Además, se concluye destacando que el emprendedor posee grandes atributos como la solidaridad, cooperación, reciprocidad, responsabilidad y compromiso social los cuales actúan en relación con los preceptos de la Economía Popular y Solidaria.

- El emprendimiento asociativo es valorado por su naturaleza como articulador de iniciativas sociales, económicas y políticas, que tiene la finalidad de satisfacer las necesidades de las personas. Con el apoyo de instituciones públicas y privadas se ha logrado generar una mancomunidad sectorial que evoluciona en función de la dinámica del mercado y de las políticas públicas de promoción y fomento del sector de la Economía Popular y Solidaria.
- El sector textil se caracteriza por su capacidad de innovación, creatividad y actualización para satisfacer las necesidades de los clientes, por lo tanto, este sector ha generado empleo para 133 socios, artesanos incentivando al buen vivir de las familias quienes han decidido emprender su negocio. El sector textil de Tungurahua conformado por asociaciones direccionadas por el Instituto de Economía Popular y Solidaria denota un alto grado de participación en el mercado local siendo así uno de los principales factores que dinamizan la economía de la provincia.
- Los emprendimientos asociativos han contribuido en la generación de empleo lo que ha permitido mejorar las condiciones de vida. Las nuevas fuentes de empleo han involucrado principalmente a sus familiares y también a técnicos quienes con su oficio han asegurado un ingreso para sus familias.
- La asociatividad ha permitido crear encadenamientos productivos con empresas proveedoras de la materia prima, materiales e insumos, en algunos casos la gente a suscrito convenios de cooperación técnica dado que el sector textil en Tungurahua es uno de los sectores que genera mayores fuentes de empleo.

- Concluyendo con las encuestas se manifiesta que los principales clientes de las asociaciones son instituciones ministeriales, también los gobiernos autónomos descentralizados municipales como: Ambato, Píllaro, Baños, quienes en sus programas o proyectos demandan servicios de confección textil.
- Las relaciones laborales en las asociaciones han sido muy buenas debido a que los responsables de la gestión administrativa vienen actuando con valores como la comunicación, compromiso, cooperación, esto ha permitido generar espacios y reuniones de trabajo para exponer inquietudes y presentar los resultados obtenidos.
- Las capacitaciones recibidas en cada una de las asociaciones textiles de la provincia de Tungurahua han tenido un alto grado de importancia, debido a que han sido uno de los factores clave de las asociaciones, lo cual permite realizar especializaciones técnicas. Las instituciones que han facilitado estos espacios de capacitación y asistencia técnica han sido principalmente el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) y los Ministerios.

6. RECOMENDACIONES

- Las asociaciones deben conservar los principios, valores que se han aplicado desde el inicio de las actividades, llevando a cabo los objetivos propuestos por los socios con constancia, compromiso y el esfuerzo de cada socio será necesario para el crecimiento de las asociaciones. Sin embargo, precisamente el factor dinero también va a ser indispensable para solventar gastos, inversiones, es por ello que se recomienda administrar correctamente los recursos, con el fin de no tener conflictos y no dar origen a cuellos de botella, mismos que perjudicarán a la asociación.
- Las asociaciones deben estar en constantes capacitaciones para que estén preparados a los cambios que se pudieren dar en el transcurso del funcionamiento de las asociaciones. El contar con instituciones públicas que apoyan a los emprendimientos asociativos es fundamental para que las

asociaciones sobrevivan en el mercado, de tal forma que los socios deben valorar el apoyo que les proporcionan, siendo recíprocos con la puntualidad en el entrega de pedidos que se los realizan a instituciones públicas, generando confianza y seguridad en lo que hacen, brindando una imagen positiva del sector textil de la provincia de Tungurahua.

- Para mantener el grado de participación en el mercado local se recomienda a las asociaciones textiles de Tungurahua conservar una buena relación laboral promoviendo así un buen enlace de encadenamientos productivos los cuales nos permiten interactuar entre si y aumentar la competitividad, de tal manera que la creatividad basada en la innovación permitan llenar las expectativas de los clientes, siendo así ejes fundamentales para que la asociación crezca, genere empleo y conquiste nuevos mercados.
- Al tener una cantidad considerable de clientes, la participación de los socios va a ser cada vez más necesaria, el compromiso que debe haber desde el inicio de la asociación es fundamental para abastecer la demanda, conjuntamente con la interacción de redes locales de trabajo se obtendrá un relacionamiento óptimo con los clientes, partiendo de la puntualidad y responsabilidad de la asociación. El profesionalismo en la calidad del servicio por parte de los socios es un aspecto clave para que se recepte más clientes, ya que la asociación se mantiene en el mercado gracias a los mismos, debido a ello es importante ganarse la fidelidad del cliente.
- Es recomendable tener una buena gestión administrativa dentro de las asociaciones, mediante aquello se puede hacer un buen uso de todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos.
- Es importante que las asociaciones mejoren su infraestructura, ya que de ello depende el brindar una buena imagen hacia los clientes, generando un ambiente positivo, amigable, dando a conocer el grado de organización de los socios y de los procesos a realizar para obtener el producto final, así mismo es primordial el incorporar un rótulo en donde se pueda apreciar el nombre, logotipo de la asociación para tener una mayor visibilidad, con el fin de que los clientes no tengan problema al momento de ubicarlas.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Aedo, C. (2005). Evaluación del impacto . *CEPAL-GTZ*, 8.
- Aguilar, J. (2014). *Diario Emprendedor*. España: Grupo Editorial España.
- Aguirre, F. J. (2009). Desarrollo local en contextos metropolitanos. *Polis*, 12.
- Alberláz, L. M. (2011). Emprendimiento Social. *Manizales-Colombia*, pág. 21.
- Albuquerque, F. (2007). Desarrollo local en América Latina: Oportunidades y desafíos . *Copyright*,
- Albuquerque, F., Dini, M., & Pérez, R. (2008). *Guía de aprendizaje sobre integración productiva y desarrollo económico territorial*. Sevilla: Instituto de Desarrollo Regional, Fundación Universitaria. Universidad de Sevilla.
- Alonso, G. J. (2013). Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial. *Líder*, 28.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas-Venezuela: Episteme.
- Barcelona, M. A. (1999). *Manual del agente del desarrollo local*. Santiago de Chile: Colección de Manuales Ediciones SUR.
- Barrezueta, H. d. (2011). Ley organica de economia popular y solidaria del sistema financiero . *LEXIS*, 39.
- Blomer, B. V. (2010). *Empresa y Administración*. Madrid-España: Ediciones Paraninfo Ciclos Formativos.
- Bonilla, B. L. (2007). Impact. Social Impact and Impact Assessment. *ACIMED*, pág. 3.
- Burbano, A. C. (2011). *Desarrollo local: Manual Básico para Agentes de Desarrollo Local y otros actores*. Málaga: eumed.net.
- Cabrera, E. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de spearman caracterización. *SCIELO*, 19.
- Casanova, F. (2004). *Desarrollo local, tejidos productivos y formación. Abordajes alternativos para la formación y el trabajo de los jóvenes* . Montevideo: CINTERFOR.
- Castellanos, J. G. (2010). La asociatividad como fenómeno evolutivo, análisis de casos Colombianos. *EAN*, pág. 3-4.

- Chávez, D. (06 de Septiembre de 2016). El sector manufacturero mundial se mantendrá a la baja en 2016. *Centro de Noticias ONU*, pág. 2.
- Coraggio, J. L. (2009). Universidad y Desarrollo Local. *UNYDESA*, 21.
- Coraggio, J. L., Arancibia, M. I., & Deux, M. V. (2010). Guía para el mapeo y relevamiento de la Economía Popular y Solidaria en Latinoamérica y el Caribe. *GRESA_Grupa red de economía del Perú*, 35-36.
- Coronado, F., & Farias, A. (2011). Antecedentes y resultados de emprendimientos dinámicos en Chile. *Revista INNOVAR JOURNAL*, pág. 2.
- Corral, Y. (2010). Diseño de cuestionarios para la recolección de datos . *Revista Ciencias de la Educación* , pag. 5 .
- Delgado, A. O. (2010). El desarrollo local en su laberinto. *Visión de Futuro*, 13.
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (2012). Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones. *PROECUADOR*, 27.
- Duarte, J. E. (2010). *Empresarismo. Espíritu Emprendedor* . Bogotá : Alfaomega.
- Emprendimiento. (Enero de 2014). *Significados.com*. Obtenido de <http://www.significados.com/emprendimiento/>
- Estrella, J., & Ruiz. (2013). El sector económico popular y solidario en el Ecuador. *Diagnóstico y modelo de supervisión*, 83.
- Fernández, & Narváez. (2011). Aproximación a la asociatividad y la estructuración de redes basada en confianza. En M. A. Pérez, *Asociatividad* (pág. pag. 18). Bogotá: Escuela de Administración.
- Fernández, J., & Liñán, F. (2014). Culture and Entrepreneurship: The Case of Latin America. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 3-4.
- Fischer, R. M. (2012). Sustainable development: from responsibility to entrepreneurship. *Revista de Administração - RAUSP*, 4.
- Florsheim, R. (2015). Global Entrepreneurship Monitor. *ESPAE*, 27-33.
- Franks, D. (2012). Evaluación del impacto social de los proyectos de recursos . *Australian AID*, 6.
- García, L. (2011). Evaluación de impacto aplicada a un proyecto de mercadeo social . *Dialnet*, 9.
- Goedhuys, M., & Sleuwaegen, L. (2010). Entrepreneurship, Growth, and Job Creation . *Springer* , pág. 11.

- Gómez, J. H. (2013). La economía popular y solidaria. Una práctica mas que un concepto. *Revista RETOS*, 1-8.
- Grueso Hinestroza, M. P. (2011). Redes empresariales e innovación: el caso de una red del sector cosmético en Bogotá (Colombia). *Estudios Gerenciales*, 16.
- Henandez, A. (2012). La consultoría de organizaciones cubanas, experiencias y aprendizajes. *AVANCES*, 4.
- Herrera, M., & Ayuso, L. (2009). Las asociaciones sociales, una realidad a la búsqueda de conceptualización y visualización . *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, Pág. 4-5.
- Ibáñez, C. L., & Ainhoa, M. E. (2008). Metodologías de la investigación en las ciencias sociales . *EAN-Escuela de Administración de Negocios*, pag. 6.
- IEPS; MIES. (2015). *Ecuador ama la vida*. Obtenido de Aprendamos mas sobre la EPS: <http://apps.ieps.gob.ec/eps/>
- Instituto Nacional de Economía y Censos. (2012). *Análisis Sectorial* . Quito : Dirección de Comunicación Social INEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas* . Quito: Unidad de Análisis de Síntesis .
- Jácome, V. (2014). *Introducción a la Economía Social y Solidaria* . Quito: 1era Edición.IAEN .
- José Moyano Fuentes, S. B. (2011). *Administración de empresas un enfoque práctico*. Madrid : Pearson.
- Juárez, A. G. (2013). Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial. *Líder*, 20.
- Kreibing, U., & Vollmer, M. (2013). *Optical Properties of Metal Custers* . Germany : Spriger .
- León Segura, C. M., & Peñate López, O. (2011). Territorio y Desarrollo local. *Redalyc*, 15.
- Lisboa, A. d. (2010). Desafíos de Economía Popular y Solidaria . *Economía- UFSC*, 8.
- López, E. (2011). *Metodología de la Investigación: Guía Instruccional*. Caracas-Venezuela : Universidad Nacional Abierta.
- Lozano. (2010). Modelos de asociatividad:estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes. *EAN*, 175-178.

- Lozano, M. A. (2010). Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes. *EAN-Escuela de Administración de Negocios* , pag. 5.
- Lozano, M., & Félix, D. (2010). La asociatividad como modelo de gestión para las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia . *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 10.
- Maceratesi Vega, G. (2011). El papel del emprendimiento y la economía social en el desarrollo local. *Diss. Universidad Internacional de Andalucía*, 1-119.
- Maldovan, J., & Dzembrowski, N. (2009). Asociatividad para el trabajo: una conceptualización de sus dimensiones. *margen55*, 9.
- Marco Dini, C. F. (2007). Pymes y articulación productiva. Resultados y lecciones a partir de experiencias en América Latina. *GTZ*.
- Marques, C. B., & Santos, C. H. (2014). Tourist routes strategies of local development. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7.
- Marzi, D., & Vásquez. (2009). Emprendimientos Asociativos, empresas recuperadas y economía social en Argentina . *Íconos- Revista de Ciencias Sociales* , pág. 94.
- Maximiano, A. C. (2009). *Fundamentos de Administración Teoría general y proceso administrativo*. México: Pearson.
- Maya, M. (2011). Ley de la Economía Popular y Solidaria . *MIES*, pag. 1.
- Ministerio de Coordinación de la Producción Empleo y Competitividad. (2011). Agenda para la Transformación Productiva Territorial: Provincia de Tungurahua. *OCE*, 89.
- Ministerio de Cordinación de la Producción, Empleo y Competitividad . (2011). *Agendas para la Trnformación Productiva Territorial* . Quito : Observatorio de Comercio Exterior (OCE).
- Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona . *Revista Opera* , pag. 3-6.
- Moncayo, J. F. (2010). Asociatividad y Cadenas de Valor en le Ecuador. *Revista de la Universidad del Azuay*, pág.86.
- Narváez, M., Fernández, G., & Senior, A. (2008). El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: una propuesta estratégica. *Revista de Ciencias Humanas y sociales ISSN 1012-1587*, 74-92.

- Nicaragua, M. (2010). Asociatividad. (CEI) *Centro de Exportaciones e Inversiones*, pag. 2.
- Noboa, M. H. (2012). Análisis de los sectores estratégicos de la Economía Popular y Solidaria. *Universidad Internacional del Ecuador* , pag. 12.
- Orrego, C. I. (2008). La dimensión humana del emprendimiento . *Revista Ciencias Estratégicas* , 11.
- Ortíz Arellano, E. (2013). Epistemología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa: Paradigmas y Objetivos. *Revista de Claseshistoria*, 8.
- Páez, C. C. (2012). "La administración pública y el desarrollo local en Cuba.". *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 1-10.
- Peña, I., & Guerrero, M. (2013). Global Entrepreneurshio Monitor. *Red española de equipos regionales GEM*, pág. 40.
- Pérez, L. Y. (2010). Elementos sustanciales del desarrollo local. *Observatorio iberoamericano del desarrollo local y la economía social* , 14.
- Peroni, A. (2009). El desarrollo local a escala humana: experiencias de desarrollo comunitario en el sector salud. Chile. *POLIS*, 16.
- Pirazán, J. H. (2010). Importancia de la gestión del conocimiento en la preomoción del emprendimiento y la capacidad empresarial para enfrentar los retos de la globalización . *Emprendimiento, pymes y gestión del conocimiento* , pag. 1-11.
- PRO ECUADOR . (2012). Análisis sectorial de textiles y confecciones . *Inteligencia Comercial e Inversiones*, Pág. 3.
- Rabolini, N. M. (2009). Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigación cuantitativa. *Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales*, pag. 5.
- Ramírez, L. E. (2013). *Paradigmas y modelos de investigación* . Bogotá: Adventure Works .
- Ramos, F. S., & Bayter, L. O. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación . *CIRIEC - ESPAÑA*, 25.
- Reyes, J. A. (2013). LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA. UNA RESPUESTA A LAS POLÍTICAS NEOLIBERALES. *Economía Solidaria* , 11.

- Riascos, K. T. (2016). DESARROLLO LOCAL COMO HERRAMIENTA DE POSTCONFLICTO EN COLOMBIA. *Geographos*, 35.
- Rodríguez, C., & Jiménez, M. (2005). Emprenderismo: Acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. *JSTOR Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales* , pág. 14.
- Rodríguez, L., & González, L. (2005). Modelo dinámico de emprendimiento y asociatividad como herramienta de desarrollo social para la Educación Media. *Dialnet*, 6.
- Rodríguez, M. (2002). El mercadeo en los Emprendimientos Asociativos de pequeños productores rurales . Buenos Aires - Argentina : IICA.
- Rodríguez, R. A. (2011). *Emprendedor Éxito*. México: McGraw-Hill.
- Rodríguez, S. J. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias*. México: Mc Graw Hill.
- Ronstadt, R. C. (Mayo de 2011). *Emprendurismo* . Obtenido de <http://emprendurismoo.blogspot.com/2011/05/emprendimiento.html>
- Rosales, L. A. (2014). *Diccionario Financiero y de Economía Popular y Solidaria* . Quito-Ecuador : Imprefepp.
- Salinas, F. &. (2012). "Emprendimiento y Economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación". *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública*,, 129-151.
- Sampieri, R. H. (2013). *Metodología de la Investigación* . México : Mc-Graw Hill.
- Sánchez, J. C. (2011). Entrepreneurship Introduction. *Psicothema*, 2-3.
- Sánchez, M. (2014). Microemprendimientos asociatividad y gestión de organizaciones sociales. *sotaVENTO MBA*, pág. 44.
- Sandoval, E. (2010). Asociatividad Empresarial. *Emprendedor Peruano*, pag. 13.
- Santiago, D., Blasa, C., & Acevedo, J. (2015). Asociatividad para la competitividad en la agroindustria de Oaxaca, México. *Redalyc- Revista mexicana de agronegocios*, pág. 8.
- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento Exitos: cómo mejorar su proceso y gestión* . Bogotá: Ediciones ECOE.
- Segura, C. M., & López, O. P. (2011). Territorio y Desarrollo Local. *Economía y Desarrollo*, 5-18.

- Sen, A. (2013). La cultura como base del desarrollo contemporáneo . *Diálogos UNESCO. Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura* , 5.
- Silva, S. B. (Martes 13 de Septiembre de 2016). El Emprendimiento. *Diario El Comercio*, pág. pag. 2.
- Solanilla, O. L. (Julio de 2011). *Área de ciencias naturales y control. Conceptos básicos de emprendimiento*. Obtenido de <http://area-ciencias-coltol.blogspot.com/2011/07/algunos-conceptos-basicos-de.html>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2012). *El sector económico popular y solidario en Ecuador* . Quito: Boletín de Conyuntura número 1.
- Tamayo, V. (2013). Estrategia e Internacionalización en las Pymes . *Comunidad Andina*, 1-10.
- Tello, M. D. (2010). Del desarrollo económico nacional al desarrollo local. *CEPAL*, 17.
- Toledano, N. (2011). Social entrepreneurship: the new narrative for the practice of the social economy. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 6.
- Torre, E. G. (2015). *Estadística Método y Aplicaciones*. Quito: Prociencia.
- Torres, A. G. (2014). Los sistemas productivos locales en la gestión del desarrollo local en Cuba. *Ciencias Holguín* , 1-12.
- Vallaey, F. (2014). La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización. *Revista iberoamericana de educación superior*, 5(12), 105-117, 13.
- Vanclay, F. (2015). Social impact assessment: Guidelines for the evaluation and management of social impacts of projects. *IAIA Asociación Internacional para la Evaluación de Impactos* , 4.
- Vásquez, G. (2016). La viabilidad y sostenibilidad de las experiencias de trabajo asociativo y autogestionado desde una perspectiva plural. *Revista de la Academia ISSN 0719-6318*, 3-9.
- Vásquez, J. A. (2015). *El Emprendimiento Empresarial: la importancia de ser emprendedor*. España: IT Campus Academy.

8. ANEXOS

ANEXO 1.

Lista de las asociaciones textiles con sus respectivos socios de la provincia de Tungurahua.

ASOCIACION DE PRODUCCION ALTERNATIVA SEÑOR DE LOS REMEDIOS (Píllaro)				
N°	APELLIDOS	NOMBRES	CÉDULA	TELÉFONO
1	ALVAREZCALERO	ROSA TARGELIA	1802145985	
2	ACOSTA CHICAIZA	MARICELA ELIZABETH	1804499083	
3	ALVAREZ MOSQUERA	IRMA GRIMANEZA	1802860062	
4	AMORES ARCOS	RUTH LILIANA	1802295558	
5	ARCOS FIGUEROA	MONICA HERMINIA	1803118338	
6	AROYO CARRILLO	CINTYA GABRIELA	1804491106	
7	BORJA ALVAREZ	JUANA ALEXANDRA	1801978972	
8	BALSECA CALVA	SHIRLEY LISSETTE	2100587274	
9	CALVA CUEVA	GUILLERMINA NARCISA	1500356801	
10	SUPE LLAMUCA	ZOILA BEATRIZ	1801933688	03-3066032 0982121751

ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN TEXTIL HILANDO EL FUTURO "ASOHILFUT" (Ambato)				
N°	APELLIDOS	NOMBRES	CÉDULA	TELÉFONO
1	AGUALONGO LIMACHE	NORMA NATALIA	1804645586	
2	ANCHUNDIA ALAVA	LUCY CLEOPATRA	1712887171	
3	CHILQUINGA MOPOSITA	GLADYS PIEDAD	1803766870	
4	CUJI MOPOSITA	VERONICA PATRICIA	1803998473	
5	GUANGASI MUZO	ANGEL VINICIO	1804041901	
6	LESCANO GAMBOA	BLANACA VICTORIA	1802052249	
7	LIMACHE AGUALONGO	SERGIO ENRIQUE	1804046355	
8	MALIZA ANALUISA	SILVIA LUCIA	1804216875	
9	MOPOSITA TELENCHANA	VICTOR ALFONSO	1804392692	
10	PILAPANTA TONATO	WILSON RENE	1805137617	
11	UQUILLAS ABRIL	FERNANDO JOSELITO	1801712470	03-2434208 0992198057
ASOCIACION DE PRODUCCION TEXTIL VIRGEN DE NAZARETH "ASOPROTEXVIN" (Ambato)				

N°	APELLIDOS	NOMBRES	CÉDULA	TELÉFONO
1	CULQUI VACA	MARIA TERESA	1801966696	03-2405168
2	VARGAS YANZAPANTA	OLGA HERMINIA	1802041622	
3	VARGAS YANZAPANTA	GLORIA MARINA	1710188093	
4	RIVERA SILVA	MACLOVIA MARGOTH	602811150	
5	ORTIZ MOREIRA	LILIANA SELENE	1803983384	
6	YANZAPANTA SUPE	MARCIA JACQUELINE	1803004934	
7	SUPE SUAREZ	LOURDES LEONELA	1803957065	
8	GUASTAY GUINGLA	JANNETH ISAMAR	1600176463	
9	SANCHEZ YANZAPANTA	EULANDIA ESTELA	1801243690	
10	PAREDES PAREDES	ALBA VIRGINIA	1803883477	

ASOCIACION DE CONFECCIONISTAS HIDALGO HERMANOS "ASOCONHIHER
(Huambaló)

N°	APELLIDOS	NOMBRES	CÉDULA	TELÉFONO
1	RODRIGUEZ GORDON	EDISON EDUARDO	1600694069	
2	HIDALGO SILVA	GRACIELA MARIBEL	1804787131	0992796412
3	SILVA VARGAS	ALICIA BEATRIZ	1801513019	
4	HIDALGO SILVA	NELLY ELIZABETH	1803857000	0984675335
5	HIDALGO SILVA	DIEGO MARCELO	1804787115	0984675335
6	HIDALGO SILVA	GLADYS MARISOL	1803881711	0987405244
7	HIDALGO SILVA	OSCAR DANILO	1804779575	03-2864630
8	HIDALGO SILVA	EDISON ENRIQUE	1804779559	
9	HIDALGO SILVA	ALICIA MARIELA	1804307237	03-2864630
10	LLERENA VILLARROEL	JAVIER ALEJANDRO	1804308896	
11	HIDALGO OÑATE	JOSE RAUL	1801328376	0987405244

ASOCIACION DE PRODUCCION TEXTIL NUESTRO SEÑOR DE LA JUSTICIA (Ambato)

N°	APELLIDOS	NOMBRES	CÉDULA	TELÉFONO
1	ZUMBANA QUISHPE	ALICIA VERONICA	1805093950	03-2588416 0997107112
2	ZUMBANA QUISHPE	SILVIA JIMENA	1804696530	
3	POAQUIZA COCHA	MARIA ETELVINA	1804546974	
4	DE LA CRUZ ICHAPANTA	ELSA HERLINDA	1726171588	
5	CHALAN VILLA	CLARA ESMERALDA	1803495330	

6	PUNINA CAIZABANDA	OLGA NOEMI	1804222154	
7	QUISHPE SISALEMA	MARIA DOLORES	1802463644	
8	ZUMBANA SISALEMA	SEGUNDO JULIO	1710727353	
9	GUANANGA QUISPI	SEGUNDO GEOVANNI	1850079755	
10	ZUMBANA QUISHPE	EDISSON RUBEN	1850270081	
11	DE LA CRUZ QUISPI	ANGEL EDGAR	1805132006	
12	SUMBANA QUISHPI	ROSA AURORA	1803692159	

ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN TEXTIL CONFECCIONANDO FUTURO "ASOTCOFUT" (Ambato)				
N°	APELLIDOS	NOMBRES	CÉDULA	TELÉFONO
1	ALBAN VILLA	MERCY GEOVANA	1804272563	
2	CRUZ CASABAMBA	SEGUNDO PEDRO	1803369287	
3	FLORES GARCES	CECILIA FABIOLA	1803088879	
4	LESCANO PROAÑO	LIZBETH MARIA	1804992434	
5	MIRANDA ROSERO	AIDA FABIOLA	1800632968	
6	PILLIGUA SOLANO	ALEXANDRA ISABEL	912991965	
7	PROAÑO INFANTE	GUADALUPE ELIZABETH	1802588028	
8	QUILLIGANA JACOME	LUIS FAUSTO	1802527190	
9	TIMBELA CARRASCO	MIRIAN CECILIA	1803729159	
10	VIERA MIRANDA	DAVID ALEJANDRO	1802356111	2843958 0984264645
11	VILLACIS GAMBOA	EUGENIA PAULINA	1803515798	
12	VILLALBA URRUTIA	LIDIA CARMEN	1802572121	

ASOCIACIÓN DE CONFECCIONISTAS DE PELILEO "ASOCOPEL" (Pelileo)				
N°	APELLIDOS	NOMBRES	CÉDULA	TELÉFONO
1	AGUAGUIÑA ALVEAR	SANTIAGO MARCELO	1803700747	2830712
2	ALVEAR INCA	GLORIA PIEDAD	601061906	
3	ALVEAR INCA	TERESA DOLORES	600198808	
4	ANDALUZ SANCHEZ	DAVID GONZALO	1804617221	
5	BASTIDAS RUIZ	RODRIGO REMBERTO	1803485760	
6	CARRASCO CARRASCO	ANA REBECA	1805389416	

7	CARRASCO	JULIA ENRIQUETA	1801786060	
8	CASTRO MEDINA	SUSANA ELENA	1801844406	
9	CHATO CAIZA	LUIS ARTURO	502302615	
10	MORALES MEDINA	MARIANA DE JESUS	1801977412	03-2871444 0992338254
11	MORALES MEDINA	NORMA GRISELDA	1801977438	
12	MORETA QUILLIGANA	GISSELA CAROLINA	1805365366	
13	NUÑEZ GAIBOR	MIRIAM AMARILYS	1803145711	
14	OLIVO MORALES	CECILIA ALEXANDRA	1726270182	

ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS GATITOS "ASOTEXGAT" (Pelileo)

N°	APELLIDOS	NOMBRES	CÉDULA	TELÉFONO
1	ALDAZ CONDO	DIANA LUCIA	1803963444	
2	ALDAZ CONDO	WILSON MARCELO	1804839973	
3	CONDO MORALES	MARIA ALICIA	1801391713	
4	CONDO VELOZ	OSCAR RAMIRO	1850421288	03-2831782 0958776776
5	CONDO VELOZ	VALERIA MARIBEL	1804071387	
6	LEMA GUAMAN	ILDA PIEDAD	1804823456	
7	POAQUIZA GAVILANEZ	DARWIN ALVINO	1805090907	
8	POAQUIZA GAVILANEZ	EDISON LEONARDO	1850653633	
9	UCHUARI QUIZHPE	LEONARDO MELECIO	1103199301	
10	VELOZ MAYORGA	JORGE SEGUNDO	1202802078	

ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN TEXTILGAMA COLOR "ASOGACOTEX" (Píllaro)

N°	APELLIDOS	NOMBRES	CÉDULA	TELÉFONO
1	JAYA QUSHPE	FABIOLA	1802342202	0990430934
2	BAUTISTA TOAPANTA	ELSA MERIDA	1802736304	
3	TIPANTASIG ALULEMA	CARMEN SENAIIDA	1804539557	
4	JAYA QUSHPE	WILMA MERCEDES	1803127685	
5	TITUAÑA JAYA	KARINA DEL PILAR	1804414041	0990430934
6	JAYA QUSHPE	MARIA DE LOS ANGELES	1803470002	
7	TOAPANTA SAQUINGA	MARGOTH ALICIA	1803165875	
8	JAYA QUSHPE	LAURA GRIMANEZA	1803237443	
9	QUSHPE TOAPANTA	CLELIA JIMENA	1803888666	
10	QUSHPE TOAPANTA	NARCIZA YOLANDA	1803388840	
11	TOAPANTA BAUTISTA	CATERINE ALEXANDRA	1805055835	

ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN TEXTIL EL TESORO DE LOS LLANGANATES "ASOTEXTELLAN" (Píllaro)				
N°	APELLIDOS	NOMBRES	CÉDULA	TELÉFONO
1	BALSECA ROMERO	CARMEN LORENA	1804408126	
2	BORJA FIGUEROA	MARIA DEL CARMEN	1725957318	
3	CAMPAÑA FIGUEROA	DAMIAN VINICIO	1804482634	
4	CAMPAÑA FIGUEROA	GABRIEL ALEXANDER	1804482642	
5	CAMPAÑA FIGUEROA	DAVID ROLANDO	1804482584	03-2874176
6	CAMPAÑA SORIA	MILTON PATRICIO	1801853118	
7	FIGUEROA LOPEZ	GERARDO ALBERTO	1803586211	
8	FIGUEROA LOPEZ	MARIA MARGARITA	1802196046	03-2874176
9	FIGUEROA LOPEZ	MARIA MERCEDES	1801879238	
10	LUCERO FIGUEROA	ALICIA MERCEDES	502980253	
11	TORRES LOPEZ	BETTY MARIZOL	502218563	

ANEXO 2



ENCUESTA 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



ENCUESTA DIRIGIDA A LA JUNTA DIRECTIVA DE LAS ASOCIACIONES DEL SECTOR TEXTIL DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

OBJETIVO: Investigar el Emprendimiento Asociativo del Sector Textil y su impacto en el desarrollo local de la provincia de Tungurahua.

INSTRUCCIONES:

- Marque con una "X" la respuesta que le parezca correcta.
- Sus respuestas son fundamentales para alcanzar los objetivos.

1. DATOS GENERALES

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA ASOCIACIÓN

Nombre de la Asociación:

Fecha de comienzo de la Asociación:

Número de socios:

1.2 CARACTERÍSTICAS DEL ENCUESTADO

GÉNERO

- Masculino
- Femenino

EDAD

- Menor de 20
- De 21 a 30
- De 31 a 40
- De 41 a 50
- Mayor de 50

ESTADO CIVIL

- Soltero/ a
- Casado/ a
- Divorciado/ a
- Viudo/ a

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

- Primaria
- Secundaria
- Tercer Nivel
- Cuarto Nivel

2. ¿Cómo está conformada la asociación?

- a. Familiar
- b. Grupal
- c. Otros

3. ¿Actualmente cuántos clientes tiene la asociación?

- a. De 1 a 10
- b. De 11 a 20
- c. De 21 a 30
- d. De 31 a 40
- e. Más de 40

4. Señale con una x las siguientes preguntas, considerando la frecuencia establecida.

EMPRENDIMIENTO ASOCIATIVO

PREGUNTAS	1. Nada satisfac torio	2. Poco satisfac torio	3. Satis facto rio	4. Muy satisfac torio	5. Amplia mente satisfac torio
4.1 ¿Cómo califica el grado de participación de los socios?					
4.2 ¿Cómo califica la gestión democrática en el emprendimiento asociativo?					
4.3 ¿Cómo califica la gestión administrativa de la asociación?					
4.6 ¿Cómo es la comunicación entre directivos y miembros de la asociación?					
4.7 ¿Cómo califica usted las capacitaciones recibidas en la asociación?					
4.8 ¿Cómo califica la relación laboral entre socios?					

5. Señale con una x las siguientes preguntas, considerando la frecuencia establecida.

DESARROLLO LOCAL

Preguntas	1. Nunca	2. Rara vez	3. Algunas veces	4. Casi siempre	5. Siempre
5.1 La asociación cumple con los principios de solidaridad cooperación y reciprocidad.					
5.2 ¿Considera usted que la identidad influye en los emprendimientos asociativos?					
5.3 ¿Considera usted que la cultura influye en los emprendimientos asociativos?					
5.4 ¿Considera que las					

ventajas competitivas del territorio influyen en el desarrollo local?					
5.5 ¿Considera que al formar parte de los sistemas productivos locales aumentará la participación de las asociaciones en el mercado?					
5.6 ¿Considera que el acompañamiento institucional eleva la productividad del emprendimiento asociativo?					
5.7 ¿Considera usted que el desarrollo local fomenta la calidad de vida de los socios?					
5.8 ¿Considera que la asociatividad generará nuevas fuentes de empleo?					
5.9 ¿Considera que los emprendimientos asociativos aplica normas ambientales ?					
5.10 ¿Considera que el emprendimiento asociativo contribuye a reducir la pobreza ?					
5.11 ¿Considera que la asociatividad contribuye al desarrollo local ?					

OBSERVACIONES/ COMENTARIOS

Fecha:

Gracias por su colaboración

ANEXO 3



ENCUESTA 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LAS ASOCIACIONES DEL SECTOR TEXTIL DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

OBJETIVO: Investigar el Emprendimiento Asociativo del Sector Textil y su impacto en el desarrollo local de la provincia de Tungurahua.

INSTRUCCIONES:

- Marque con una "X" la respuesta que le parezca correcta.
- Sus respuestas son fundamentales para alcanzar los objetivos.

1. DATOS GENERALES

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA ASOCIACIÓN

Nombre de la Asociación:

1.2 CARACTERÍSTICAS DEL ENCUESTADO

GÉNERO

- Masculino
- Femenino

EDAD

- Menor de 20
- De 21 a 30
- De 31 a 40
- De 41 a 50
- Mayor de 50

ESTADO CIVIL

- Soltero/ a
- Casado/ a
- Divorciado/ a
- Viudo/ a

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

- Primaria
- Secundaria
- Tercer Nivel
- Cuarto Nivel

2. ASPECTO SOCIO ORGANIZACIONAL

2.1 ¿Cuál de los siguientes beneficios cree usted que es más importante para la asociación? Señale uno.

- a. Posición negociadora ante proveedores
- b. Disminución de costos
- c. Generación de empleo local
- d. Apertura de nuevos mercados
- e. Incremento de ingresos económicos
- f. Promueve la suscripción de convenios interinstitucionales

2.2 ¿Cuál de los siguientes valores organizacionales es más practicado dentro de la asociación?

- | | | |
|---------------------------------------|---|---|
| a. Reciproco <input type="checkbox"/> | d. Respeto <input type="checkbox"/> | g. Solidaridad <input type="checkbox"/> |
| b. Equidad <input type="checkbox"/> | e. Transparencia <input type="checkbox"/> | h. Responsabilidad <input type="checkbox"/> |
| c. Calidad <input type="checkbox"/> | f. Seguridad <input type="checkbox"/> | i. Otros <input type="checkbox"/> |

2.3 Con qué institución o instituciones ha recibido capacitación/es el último año.

- a. Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS)
- b. Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP)
- c. Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)
- d. Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)
- e. Gobierno Provincial de Tungurahua
- f. Gobierno Municipal
- g. Fundaciones
- h. Universidades
- i. Otro
- j. No ha recibido

2.4 ¿Con qué frecuencia ha recibido capacitación?

- a. 1 vez al mes
- b. cada 3 meses
- c. cada 6 meses
- d. 1 vez al año

2.5 ¿Cómo es la comunicación entre directivos y miembros de la asociación?

- a. Mala
- b. Regular
- c. Buena
- d. Muy buena
- e. Excelente

2.6 El uso de tecnologías de información y comunicación en las áreas de la asociación, la han vuelto:

- a. Menos competitiva que antes
- b. Igual que antes
- c. Más competitiva que antes

2.7 ¿Con qué frecuencia los directivos entregan informes sobre las actividades de la asociación?

- a. Mensualmente
- b. Trimestralmente
- c. Semestralmente
- d. Cada año

2.8 ¿Cómo califica el grado de involucramiento de los asociados?

- a. Mala
- b. Regular
- c. Buena
- d. Muy buena
- e. Excelente

2.9 ¿Cómo considera usted que la asociación contribuiría al desarrollo local?

- a. Generando nuevos emprendimientos
- b. Generando fuentes de empleo
- c. Brindando productos de calidad
- d. Reactivando la economía local
- e. Valorando sus propios recursos
- f. Elevando la productividad local

3. ASPECTO PRODUCTIVO

3.1 ¿Del conjunto de factores seleccione el que considere que tiene mayor influencia en la productividad de la asociación?

- a. Adecuada administración de los recursos
- b. Liderazgo eficiente
- c. Apoyo de los agentes locales
- d. Mejora continua en los procesos

3.2 ¿A su parecer cuáles son los criterios claves para seleccionar proveedores?

- a. Precio
- b. Calidad
- c. Financiamiento
- d. Garantía
- e. Promociones
- f. Otros

3.3 ¿Cómo calificaría la mano de obra en el área de producción?

- a. Nada calificada
- b. Poco calificada
- c. Muy calificada

3.4 La infraestructura de la asociación es:

- a. Propia
- b. Arrendada
- c. Otro.....

3.5 ¿Se ha realizado algún mejoramiento en la infraestructura de la asociación?

- a. No
- b. Si

¿Cuál?.....

3.6 ¿Por qué considera usted que es fundamental tener una buena infraestructura para la asociación? Señale uno.

- a. Estandarización en los procesos
- b. Mejorar el ambiente de trabajo
- c. Reduce el peligro. / Reducir riesgos laborables
- d. Optimización de recursos
- e. Organizar mejor los espacios

3.7 ¿Cómo calificaría la calidad de los bienes confeccionados por la asociación?

- a. Malo
- b. Regular
- c. Bueno
- d. Muy buena
- e. Excelente

3.8 ¿Cómo calificaría la selección de proveedores por parte de la asociación?

- a. Malo
- b. Regular
- c. Bueno
- d. Muy bueno
- e. Excelente

3.9 ¿Considera que la asociatividad ha permitido reducir los costos de producción?

- a. No
- b. Si

3.10 ¿Cómo calificaría el nivel alcanzado de productividad de la asociación?

- a. Bajo
- b. Medio
- c. Alto

4. ASPECTO COMERCIAL

4.1 ¿Cuáles son sus potenciales clientes?

SECTOR PÚBLICO		SECTOR PRIVADO	
Unidades Educativas		Centros Comerciales	
Ministerio de educación		Grupos familiares	
Fuerzas Armadas		Minoristas	
		Mayoristas	

4.2 ¿Cuál de los siguientes canales de distribución es utilizado por la asociación?

- a. Mayorista
- b. Minorista
- c. Consumidor final
- d. Directa
- e. Otro.....

4.3 ¿Cuál es aproximadamente el nivel de ventas que la asociación percibe en promedio cada mes?

- a. ≤ a \$ 10.000
- b. De \$ 20.000 a \$ 30.000
- c. De \$ 30.000 a \$ 40.000
- d. De \$ 40.000 a \$ 50.000
- e. De \$ 50.000 a \$ 60.000
- f. De \$ 60.000 a \$ 70.000
- g. ≥ a \$ 75.000

4.4 La estrategia de ventas se sustenta en:

- a. Precio
- b. Producto
- c. Plaza
- d. Promoción
- e. Publicidad
- f. Otros

4.5 ¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar el poder de negociación con los proveedores?

- a. No
- b. Si

5. ASPECTO FINANCIERO

5.1 ¿Cuáles fueron los medios de financiamiento que utilizó la asociación para su funcionamiento?

- a. Capital propio de los socios
- b. Créditos
- c. Ambos

5.2 ¿Cómo califica la gestión administrativa y financiera de la asociación?

- a. Malo
- b. Regular
- c. Bueno
- d. Muy bueno
- e. Excelente

5.3 La forma de pago a los proveedores lo realiza en:

- a. Efectivo
- b. Crédito
- c. Financiado
- d. Cheque
- e. Otro

5.4 El capital que posee la asociación es:

%	PROPIO	AJENO
50%		
100%		

5.5 ¿Se encuentra satisfecho con los ingresos-beneficios generados en la asociación?

- a. No
- b. Si

5.6 Ha tenido utilidades en el último año respecto al anterior.

- a. No
- b. Si

OBSERVACIONES/ COMENTARIOS

Fecha:
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 4

Lista de horario de visita a las asociaciones textiles para la aplicación de las encuestas

NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN
ASOCIACION DE PRODUCCION TEXTIL VIRGEN DE NAZARETH "ASOPROTEXVIN"	Culqui Vaca María Teresa	CARLOS AMABLE ORTIZ S/N Y CARLOTA JARAMILLO
ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN TEXTIL HILANDO EL FUTURO "ASOHILFUT"	Uquillas Abril Fernando Joselito	PALORA S/N Y 12 DE FEBRERO, CIUDADELA AMAZONAS.
ASOCIACION DE PRODUCCION TEXTIL NUESTRO SEÑOR DE LA JUSTICIA "ASOTEXNUJUS"	Zumbana Quishpe Alicia Verónica	SANTOS DE ALARCÓN Y MARIO GODOY
ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN TEXTIL CONFECCIONANDO FUTURO "ASOTCOFUT"	Viera Miranda David Alejandro	MAYTA 233 Y SARAGUROS
ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN TEXTIL EL TESORO DE LOS LLANGANATES "ASOTEXTELLAN"	Campaña Figueroa David Rolando	AV. WILSON GÓMEZ 027 Y AVENIDA RUMIÑAHUI
ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN TEXTIL GAMA COLOR "ASOGACOTEX"	Jaya Quishpe Fabiola	FLORES 117 URBINA , BARRIO SAN JUAN.
ASOCIACION DE PRODUCCION ALTERNATIVA SEÑOR DE LOS REMEDIOS	Supe Llamuca Zoila Beatriz	AV. WILSON GÓMEZ 025 Y AV. RUMIÑAHUI.
ASOCIACION DE CONFECCIONISTAS HIDALGO HERMANOS "ASOCONHIHER"	Hidalgo Silva Nelly Elizabeth	HUAMBALO CENTRO
ASOCIACIÓN DE CONFECCIONISTAS DE PELILEO "ASOCOPEL"	Morales Medina Mariana de Jesus	AV. CONFRATERNIDAD, SECTOR CUERPO DE LOS BOMBEROS
ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS GATITOS "ASOTEXGAT"	Condo Veloz Oscar Ramiro	PANAMERICANA SUR S/N VÍA A BAÑOS, CIUDADELA EL TAMBO
ASOPROTEPI	Diana Paredes	AV. PANAMERICANA S/N Y VIA A BAÑOS

CANTÓN	TELÉFONO	PARROQUIA	# DE SOCIOS	HORA DE VISITA	DÍA
Ambato	2405168	Huachi la Joya	10	11:00 a. m.	VIERNES 16 DE DICIEMBRE
Ambato	986539329/992198057	Izamba	11	12:00 a. m.	VIERNES 16 DE DICIEMBRE
Ambato	979905386	Huachi Progreso	15	10:00 a. m.	VIERNES 16 DE DICIEMBRE
Ambato	2843958	Huachi Loreto	11	9:00 a. m.	VIERNES 16 DE DICIEMBRE
Pillaro	2874176	Ciudad nueva	11	8:00 a. m.	JUEVES 15 DE DICIEMBRE
Pillaro	990430934		11	10:00 a. m.	JUEVES 15 DE DICIEMBRE
Pillaro	990901090		10	9:00 a. m.	JUEVES 15 DE DICIEMBRE
Pelileo	984673553	Huambaló	11	2:00 p. m.	JUEVES 15 DE DICIEMBRE
Pelileo	992338254		14	1:00 p. m.	JUEVES 15 DE DICIEMBRE
Pelileo	998776776		10	12:00 a. m.	JUEVES 15 DE DICIEMBRE
Pelileo	28301280/0969631182		19	11:00 a. m.	JUEVES 15 DE DICIEMBRE
			133		

ANEXO 5

Convenio Universidad Técnica de Ambato e Instituto de Economía Popular y Solidaria



Oficio IEPS-00130082016
Ambato 30 de agosto de 2016

Doctor
Patricio Carvajal
DECANO FACULTA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
Presente

De mi consideración

Reciba un cordial y respetuoso saludo de quienes hacemos el Instituto de Economía Popular y Solidaria Zona 3.

En el marco del convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria – IEPS- y la Universidad Técnica de Ambato, cuyo objeto es el fortalecer las capacidades organizativas, administrativas y técnicas de los actores de la economía popular y solidaria, y luego de conversación mantenida con el Ingeniero Danilo Altamirano, sobre aspectos relacionados a proceso de investigación en el sector de la economía popular y solidaria, expreso el interés y compromiso institucional para facilitar y apoyar en el desarrollo del trabajo investigativo cuyo tema de estudio es “El emprendimiento asociativo del sector textil y su impacto en el desarrollo local” cuyos investigadores son los estudiantes: Maritza Mariela Mayorga Guevara CI. 1804333894 y Wilson Daniel Mayorga Guevara con CI. 0604786145, egresados de la Carrera de Organización de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas.

Atentamente,


Ing. Medardo Olivo
DIRECTOR TÉCNICO ZONAL DEL INSTITUTO DE ECONOMÍA
POPULAR Y SOLIDARIA.



solista RCC
NANESSA

ANEXO 6

Fotos

