

LAS DIFICULTADES DE LA ASOCIATIVIDAD EN MUJERES RURALES; CUÁL ES EL ROL DE LAS UNIVERSIDADES?

Gabriela Isabel Araujo Ochoa, Universidad Politécnica Salesiana
Jorge Luis García Bacuilima, Universidad Politécnica Salesiana
Javier Bernardo Cabrera Mejía, Universidad Católica de Cuenca

RESUMEN

La mujer rural latinoamericana se ha caracterizado por realizar crianza de animales y la siembra de cultivos, para ayudar en el sustento de su hogar. Este artículo presenta los resultados de una investigación sobre la motivación que tuvieron las mujeres rurales para asociarse y buscar un mejor estado de bienestar, también se analiza las dificultades de emprendimiento, la forma de organizarse, su perfil y la importancia de la vinculación universitaria en el desarrollo de sus capacidades. El estudio fue realizado en el 2016, utilizando tanto fuentes estadísticas como trabajo de campo cualitativo, demostrando en este caso que la agrupación de mujeres rurales necesita mayor apoyo del gobierno, para poder desarrollar sus emprendimientos. Las mujeres del sector rural se caracterizaron por tener responsabilidades familiares, formación no muy elevada, y que asumen la gestión de pequeños negocios (generalmente la confección de fáciles artículos, agricultura, reciclaje y alimentación) en los que han trabajado previamente como ayudas familiares.

PALABRAS CLAVE: Asociación, Emprendimiento, Bienestar, Mujer Rural, Vinculación Universitaria

THE DIFFICULTIES OF THE ASSOCIATIVITY IN RURAL WOMEN: WHAT IS THE ROLE OF UNIVERSITIES?

ABSTRACT

Latin American rural woman have been characterized as raising animals and sowing crops, to help support their households. This article presents the results of an investigation on the motivation of rural women to associate and seek a better state of well-being. It also analyzes the difficulties of entrepreneurship, the way of organizing themselves, their profile and the importance of university linkage in the Development of their capacities. The study was carried out in 2016, using both statistical sources and qualitative fieldwork. We demonstrate that women need more support from the government to develop their enterprises. Women in the rural sector were characterized as having family responsibilities, low training levels. They assume the management of small businesses (usually the making of easy articles, agriculture, recycling and food) in which they have previously worked for getting family grants.

JEL: L26, O18, P32, D71

KEYWORDS: Association, Entrepreneurship, Welfare, Rural Woman, University Linkage

INTRODUCCIÓN

Las mujeres a nivel mundial han tenido grandes dificultades para acceder a trabajos decentes, y el estudio de las dificultades, aciertos o problemas que tienen las mujeres, cada vez ha sido más evidente. Uno de los puntos que más ha preocupado a la comunidad científica, ha sido las dificultades que tienen las mujeres para acceder a un empleo, por ejemplo en África Subsahariana y Asia Meridional, un elevado porcentaje de mujeres son trabajadoras familiares auxiliares (34,9% y 31,8% respectivamente) o trabajadoras por cuenta propia (42,5% y 47,7%, respectivamente). En tres de cada seis regiones, el empleo informal es una mayor fuente de empleo no agrícola (África Subsahariana, América Latina y el Caribe, y Asia Meridional). A este respecto, la desigualdad de género en el empleo informal puede alcanzar hasta un 13%, como en el caso de África Subsahariana. (Organización Internacional del Trabajo, 2016). El Ecuador es considerado uno de los 10 países más biodiversos del mundo, no solo por su variedad de flora y fauna, si no también, por la gran cantidad de diversidad cultural presente en todo su territorio (Biocomercio del Ecuador, 2015).

La asociatividad en sí, juega cada vez más un rol importante y activo dentro de la sociedad (Valdez R. , 2006); así también hay que considerar que la asociatividad se encuentra inmersa con los proyectos de desarrollo económico que puedan darse en un sector específico (Albuquerque, Llorens, & del Castillo, 2002), esto porque el espacio en donde la asociatividad facilita los mejores resultados, es el territorio visto por encima de la óptica geográfica (Areque, 2013), pues no es únicamente una superficie física, sino que es el lugar en donde se tejen las redes de relaciones; sin embargo, para su consolidación necesariamente tienen que girar alrededor de una variable fundamental: el “territorio geográfico” en donde se desarrolla el agrupamiento social objeto del estudio (Narváez, Fernández, & Senior, 2008) En el Área Rural estos porcentajes se agravan, un 65% de las mujeres rurales son consideradas población inactiva, la inserción de la mujer en el mercado laboral es más baja que en áreas urbanas (Sanz, 2004). Un 13% de las mujeres migra temporalmente del área rural para conseguir trabajo. La edad de la mujer rural se sitúa en un 55% en edad intermedia, entre 25 y 44 años de edad, la mitad de las cuales son madres que están o estuvieron casadas o conviviendo. (Moffat, 2004).

Teniendo en cuenta lo anterior, en este estudio se plantean una serie de preguntas de Investigación, con el objetivo de analizar: ¿Qué motiva a las mujeres rurales a asociarse?, ¿Qué dificultades tienen las mujeres rurales para emprender y vender sus productos?, y ¿Cuál es el rol de las universidades para apoyarlas?; así también determinar el perfil característico de la mujer emprendedora en el área rural estudiada. Con el fin de responder a estas preguntas, se toma como caso de estudio a distintas asociaciones de la ciudad, con la característica de estar formadas en las zonas rurales del Cantón Cuenca, entre las que se puede mencionar a la agrupación de mujeres “Kallpa Warmi”, expresión quichua que en español significa “Fuerza Mujer”; está también Cruz del Despacho, Señor de los Milagros, Santa Martha, etc. Estas Asociaciones por lo general se dedican a la producción de hortalizas, papas, zanahorias, porotos, crianza de animales como: chanchos, reses, cuyes, pollos y huevos. Así también a la elaboración de artesanías, bisutería, y artículos para el hogar. La presente investigación está organizada de la siguiente manera: En la sección de revisión literaria se presenta una explicación de lo que son las asociaciones y su importancia en el desarrollo de las comunidades. En la sección de metodología, se da a conocer la manera en la que se trabajó para la realización de la presente investigación. Dentro de los resultados y discusión, se presenta los principales hallazgos de la investigación, así como la explicación del rol de las universidades en el campo de la vinculación con la sociedad, en este caso en particular con las Asociaciones productivas. Terminando con las conclusiones a las que se ha podido llegar luego de realizada la investigación.

REVISIÓN LITERARIA

Las asociaciones se crean principalmente para cubrir zonas más amplias del mercado, y solventar problemas que de manera aislada serían más difíciles de solucionar. La asociatividad como estrategia para

competir, se diferencian por el abordaje de las empresas, en las opciones estratégicas seleccionadas básicamente en los tipos de articulaciones que se pretenden construir en el proceso asociativo. (Valdez, 2007). Es importante mencionar que la Real Academia de la Lengua Española (RAE) en su 23ava edición, emitida en octubre del 2014, no ha incluido la palabra “asociatividad” como tal dentro de sus definiciones. Este más bien constituye un concepto que se ha venido posicionando en los ámbitos investigativos, empresariales y académicos y que en los últimos años ha ganado más auge, relacionado especialmente con la búsqueda de diferentes alternativas enfocadas al mejoramiento y desarrollo empresarial de diversas naciones. Y es por este motivo que no resulta extraña esa tendencia actual de reconocer a la “Asociatividad” como una estrategia que se incorpora como requisito clave para que las empresas, no solo sobrevivan, si no que tengan la posibilidad de desarrollar ventajas competitivas, diferenciadoras y sostenibles en el tiempo (Narváez, Fernández, & Senior, 2008).

Como menciona Narváez (2009), desde finales del siglo XX e inicios del siglo XXI, la experiencia asociativa a nivel de las pequeñas y medianas empresas, se ha convertido a nivel mundial en el rasgo distintivo de sobrevivencia y crecimiento de este tipo de organizaciones. (Narváez, Fernández, Gutierrez, Revilla, & Pérez, 2009). Tal como muestra la literatura, varios estudiosos e instituciones relacionadas con la Asociatividad en general, entienden a esta de la siguiente manera: Primero, asociatividad “es un proceso orientado a la búsqueda de la cooperación interpersonal con el propósito de mejorar la gestión y la productividad en la época de la globalización” (Ministerio de Comercio, Industrias y Turismo de Colombia, 2009). Segundo, otro punto de vista presenta que la asociatividad es un medio que facilita la creación de ventajas competitivas gracias al trabajo conjunto de cooperación de empresas, durante las etapas que conforman la cadena de valor de un determinado producto, con la finalidad de obtener una mayor participación en los diferentes mercados donde existan oportunidades de nuevos negocios. (Romero, 2002). Tercero, según la Gobernación de Antioquia, Colombia, (2015) “La asociatividad, proceso que conduce en forma directa a la generación de sinergias, que permiten alcanzar las condiciones mínimas de mejoramiento de la calidad de vida.”. Cuarto, la asociatividad “es un mecanismo de cooperación mediante el cual las pequeñas y medianas empresas unen sus esfuerzos para enfrentar las dificultades derivadas del proceso de globalización” (Liendo & Martínez, 2001).

La asociatividad rural no queda fuera de estos escenarios, puesto que las personas, se reúnen para trabajar juntas en actividades artesanales, agro productivas, etc. De esta forma, la nueva idea de desarrollo rural busca la construcción de sociedades más justas, libres y creativas. [...] Este reconocimiento del territorio como el espacio vital y más cercano al desarrollo de las sociedades rurales conduce a una nueva forma de mirar a los microempresarios rurales. (Lizarazo Beltrán, 2009). Desde el punto de vista expuesto por Montagna, los productores más pequeños verán siempre una mejoría en mayor grado, en lo que respecta a su competitividad, pues el impulso de prácticas asociativas les permite dar frente de mejor manera a las debilidades relacionadas con las pequeñas escalas de producción y con las dificultades para acceder a nuevas y mejores tecnologías. (Montagna, 2004). Algunos de los beneficios de los que podrían gozar las empresas que buscan asociarse, sabiendo que la asociatividad genera mayores índices de desempeño en las empresas objeto de procesos asociativos, son: mayor posibilidad de ingresar a nuevos mercados o consolidarse en los existentes; diversificación de la demanda; posibilidad de exportar aprovechando el cambio estacional; menores costos de producción, nuevos conocimientos. Lo expuesto, hace referencia a la característica de la asociatividad que la convierte en una posibilidad estratégica, con la que un grupo de personas o empresas pueden alcanzar un objetivo común, y se pueden permitir mantener su independencia en varios aspectos, optimizando por su puesto el uso de los recursos con los que cuentan los miembros del grupo asociativo.

Asociatividad Comunitaria

El espacio en que la asociatividad logra tener mejores resultados es donde se desenvuelven las redes de relaciones interpersonales; razón por la cual cada vez más “es entendido como un espacio social que juega

un papel activo” (Valdez R. , 2006). Y partiendo de esto es que varios autores han planteado que la asociatividad está vinculada con los procesos de desarrollo económico local, los mismos que para su consolidación deben de tener lugar en la variable fundamental, el territorio geográfico, en que se desenvuelve un agrupamiento social específico. Para poder llegar a obtener cambios considerables y permanentes en sus diferentes ámbitos que conforman a la sociedad, se requiere de la aplicación de prácticas sistemáticas y persistentes de interacción social, así se logra vincular el desarrollo económico local y el trabajo asociativo entre pobladores de un territorio específico.

Estos procesos asociativos que toman como punto de referencia el lugar geográfico alrededor del cual se agrupan las personas y empresas con el propósito de generar un objetivo común, son denominados como estrategias colectivas, basadas en los principios generales de la asociatividad. Este proceso asociativo se ve influenciado de forma directa en la actitud de las personas por trabajar de forma colectiva. (Albuquerque, F.; Llorens, J; del Castillo, J, 2002) Esta actitud a la que se hace referencia, en el marco territorial, es una influencia importante donde existe un crecimiento o desarrollo del territorio de forma paralela, pues es bien sabido que el crecimiento económico, puede servir a la comunidad si se mantiene la vitalidad y el carácter distintivo de la comunidad y la calidad de vida de los residentes de la comunidad (Urban, 2015). Los beneficios que viven las comunidades que atraviesan un crecimiento territorial, urbano y/o económico incluyen algunos de los siguientes puntos (Urban, 2015), lo que fomenta y promueve la asociatividad comunitaria:

Un aumento de las oportunidades de vivienda para todos.

El fomento de la participación ciudadana en el proceso de toma de decisiones comunitarias.

El desarrollo de las características comunitarias que son distintivas y únicas.

La integración de una variedad de tipos de uso del suelo en la comunidad.

La preservación de espacios abiertos, zonas agrícolas, estructuras históricas y sitios, y los recursos ambientales que proporcionan servicios críticos a la zona.

Un aumento de las opciones de transporte.

El apoyo del desarrollo urbano que incluye, más que excluye, barrios existentes.

Otra visión importante a exponer dentro de esta investigación, es la relación entre asociatividad y la capacidad de emprendimiento, pues este es un factor determinante a la hora de hablar de desarrollo y progreso colectivo.

Emprendimiento

El término emprendimiento hace referencia a aquellas personas que organizan, administran y sobre todo asumen los riesgos de un negocio o empresa (Entrepreneur, 2015). Esta capacidad de emprendimiento aterrizada al ámbito empresarial, de acuerdo a lo propuesto por Joseph A. Schumpeter en su libro Teoría del desenvolvimiento económico, está directa y estrechamente relacionada con el trabajo innovador y creativo que realiza todo emprendedor (Schumpeter, 1976). Enfocando esto en el marco social comunitario, se debe considerar que dependiendo de la actitud individual y/o asociativa de cada miembro, se puede realizar un emprendimiento individual o asociativo. Un punto clave para el desarrollo de emprendimientos asociativos es que los emprendedores en sí, presentan la tendencia a tener claro quiénes son, qué saben y quiénes saben (Sarasvathy, 2001). Este último punto, es el que facilita y motiva el desarrollo de emprendimientos asociativos. Un ejemplo claro donde se ha desarrollado un proyecto de carácter asociativo, en el cual participan diferentes actores tanto productivos, gubernamentales, educativos, es el proyecto de “Silicon Valley”, en los Estados Unidos de América. En este proyecto se puede evidenciar que la asociatividad impulsada entre distintas personas relacionadas a una actividad económica específica logra producir un crecimiento económico para las comunidades asentadas en el territorio local específico (Venkataraman, 2004), de tal manera que el emprendimiento asociativo representa un factor clave a la hora de lograr una transformación regional (Venkataraman, 2004).

Con este ejemplo toma fuerza la afirmación que, desde el enfoque del estudio de “la calidad de las relaciones humanas”, se debe analizar con detenimiento el comportamiento de todas las variables que intervienen debajo de la mesa, por ejemplo, el capital social, pues son las personas las que determinan el funcionamiento o fracaso del emprendimiento sea individual o asociativo, de acuerdo con los objetivos definidos como meta a alcanzar.

Factores Económicos Que Inciden en la Asociatividad Comunitaria

Tal como ha demostrado la literatura en los temas anteriormente expuestos, se puede apreciar un marco de relación entre variables de tipo económicas, donde se ha buscado siempre el mejoramiento de la competitividad y el crecimiento económico, por lo que se evalúan los principales factores económicos que intervienen alrededor de un proceso asociativo. Para iniciar, se analiza un concepto básico que engloba en su mayoría a todos estos factores, este es el concepto de “competitividad”. Ésta, ha sido definida como la capacidad de esforzarse, consciente o inconscientemente para lograr cumplir un objetivo, de aquí que se entiende a la competitividad como parte de los pilares del fortalecimiento económico y empresarial. (Porter, 2003) Desde el marco económico, la competitividad, es definida como la capacidad que tiene la economía en un país, para competir con la oferta de bienes y/o servicios, tanto en el mercado interno y externo. (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática., 1995) Michael Porter, relacionando a la competitividad directamente con la definición de productividad en una relación de “causa-efecto”, señala: “El único concepto significativo de la competitividad a nivel nacional es la productividad. El objetivo principal de una nación es conseguir un alto y creciente nivel de vida para sus ciudadanos. La actitud para hacerlo depende de la productividad con la que se emplee la mano de obra y el capital” (Porter, 2003); proponiendo como desafío, que, para obtener un mayor desarrollo debe existir incremento de la productividad en los sectores industriales, y una serie de capacidades necesarias para competir en mercados globalizados con niveles de complejidad aún mayores. (Porter, 2003).

Así también el desarrollo económico, visto en su conjunto, es un factor económico que influye a los procesos de asociatividad comunitaria, acoge a la especificación del sector que se analice, y su crecimiento y desenvolvimiento dentro de una economía productiva en busca de mejoras, es decir, que para que esta tenga efecto alguno sobre los procesos asociativos, se deberá analizar el desarrollo y los factores económicos antes mencionados pero dentro de un sector de la industria en específico, con la finalidad de poder evaluar al sector, y poder aplicar adecuadamente las estrategias asociativas. Orientando lo que se ha resumido sobre competitividad y desarrollo económico, se puede relacionarlo con los factores económicos que están inmersos en la asociatividad estrategia de cooperación colectiva, y se afirma que se coincide con varias de las propuestas que hacen algunos autores sobre el efecto económico que genera un proceso asociativo. (Altenburg, 1999), propusieron los siguientes efectos positivos al hablar de asociatividad, en el ámbito de la asociatividad industrial:

Posibilidad de acceder a un grupo local de mano de obra calificada;

Atracción generada hacia los compradores de los productos ofrecidos; posibilidad de intercambiar información entre las empresas, instituciones e individuos, con el propósito de promover la creatividad y la innovación del sector industrial asociado.

Así también, los efectos económicos que muchos otros autores repiten, tratan de explicar los beneficios ejecutar un proceso asociativo en un determinado sector (Liendo M. &., 2001): reducción de costos, acceso a tecnología y capacitación, mejor posicionamiento de mercado, acceso a grandes mercados, incremento de la productividad, acceso a recursos materiales humanos y materiales especializados, práctica de economías de escala, disponibilidad de información, captación de recursos financieros, optimización de estándares de calidad, desarrollo de nuevos productos, ventajas competitivas y mejor negociación con clientes y proveedores.

Factores No Económicos Que Inciden en la Asociatividad Comunitaria

Durante la elaboración de los procesos asociativos integrales, se debe mencionar que existen factores no económicos que intervienen; por ejemplo, la confianza, transparencia, autogestión, cooperación, solidaridad, respeto, democracia, relaciones de poder, institucionalización, identidad cultural, compromiso con metas comunes, trabajo en equipo, etc. (Areque, 2013). Se define “Confianza” como la dependencia sobre la seguridad del carácter, habilidades, fuerza o verdad de algo o alguien, esperanza firme que se tiene de alguien o algo (RAE., 2014), lo que representa un pilar fundamental de las relaciones interpersonales de forma general, en todos los aspectos y ámbitos de la vida en relación a la sociedad. Esta investigación incluye “cultura” la misma que en antropología, geografía y otras ciencias sociales, se ve definida como, el patrón integrado del conocimiento humano, creencia y comportamiento que depende de la capacidad de aprendizaje y el conocimiento se transmite a las generaciones venideras (Culture area., 2015), esto dentro de un área geográfica contigua dentro de la cual la mayoría de las sociedades comparten muchos rasgos en común (Culture area., 2015) e influye en el desempeño de las personas. Con la finalidad de que una sociedad, o comunidad de carácter económico se pueda convertir en una ventaja competitiva, además de, aspectos técnicos y económicos, deben considerarse factores como el capital social y las relaciones interpersonales que se dan dentro de la sociedad como parte del proceso de integración. Este capital social es inherente a la estructura de las relaciones entre dos o más personas (Coleman. J., 2011). Es importante mencionar que el capital social está conformado por tres dimensiones: Dimensión estructural, Dimensión de Relaciones y la Dimensión Cognitiva.

La Dimensión estructural se refiere al patrón de conexiones entre los miembros de la comunidad. Los aspectos importantes de esta dimensión son los vínculos entre los miembros de una red social; la estructura de la sociedad se basa en la densidad, la conectividad y la jerarquía; (Aslam, H., Syed, Raza, & Ramish, 2013). Así también la Dimensión de las Relaciones del capital social, se genera a través de relaciones activas. Se basa en las relaciones que mantienen las personas, lo que puede afectar su comportamiento, por ejemplo, el respeto y la amistad, el compromiso, etc. estas relaciones son la fuente de la satisfacción de las necesidades sociales como la sociabilidad, la aprobación y el prestigio (Nahapiet & Ghoshal, 1998) y llevan al desarrollo de la confianza e identificación con los demás miembros de un grupo social. Es imperativo mencionar además que dentro esta dimensión, dos de las cuatro dimensiones básicas del capital social definidas son el clima de confianza en las relaciones interpersonales, y capacidad de asociatividad como base de la construcción de diversas formas de cooperación entre actores. De aquí, que la dimensión cognitiva hace referencia a la forma de interpretar y dar significado de forma compartida a las situaciones dentro de un grupo. Esta dimensión, está integrada por el lenguaje común o la visión que apoya al entendimiento grupal, para cumplir objetivos y comportamientos en el entorno social (Aslam, H., Syed, Raza, & Ramish, 2013). La dimensión cognitiva del social capital, no es otra cosa que resultado de interacciones frecuentes que comparten las personas que realizan las mismas prácticas, y que llevan a los individuos a aprender habilidades, y conocimientos. A este concepto se adiciona lo expuesto por Kliksberg y Sen (2007) donde la conciencia cívica está relacionada, en cómo la gente actúa frente a lo considerado de interés colectivo y los valores éticos, como dimensión decisiva predominante en una sociedad, los mismos que forman parte importante del interés público y son bases para las dimensiones del capital social (Kliksberg & Sen, 2007).

Cuando en una sociedad existe un alto nivel de capital social, se generan condiciones propicias para permitir que las comunidades y otras organizaciones se auto-organicen. Kenneth Newton, realza la importancia de lo que representa el capital social para una sociedad, “Un buen stock de capital social es prerrequisito para un efectivo sistema político” (Newton, 2001). Se habla de capital social, cuando se habla de “aquel conjunto de normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza y la cooperación entre las personas, en las comunidades y en la sociedad en su conjunto” (Durstun, 1999). Putnam (1993) se refiere al capital social como “ciertas características de la organización social confianza, normas y relaciones, que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad facilitando la

coordinación de acciones” esto en su obra *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy* (Encyclopaedia Britannica Academic Online, 2015). Otro aspecto que menciona Putnam es que “la cooperación espontánea es facilitada por el capital social”, lo mismo que representa un elemento muy importante, donde se explica la relación entre capital social y asociatividad.

Se puede incluir elementos intangibles, relacionados íntimamente con el comportamiento humano, uno de los elementos intangibles del capital social más importantes a la hora promover y consolidar un proceso asociativo es la confianza entre actores, de ahí que es considerada como el principal facilitador de la cooperación (Putnam, 1993). La confianza es la mejor garantía sobre la cual se tejen las relaciones interpersonales de los individuos de una comunidad, por lo que se aumenta espontáneamente la predisposición a compartir los recursos sin temor perjuicio. De acuerdo con Adler y Kwon, las relaciones de capital social pueden ser de tres tipos (Adler & Kwon, 2002):

Relaciones cuyo origen son los intercambios de mercado, en cómo los bienes y servicios son intercambiados con dinero o a través del trueque;

Relaciones que se originan como producto de la relación jerárquica entre actores que tienen diferentes niveles de autoridad,

Relaciones sociales originadas en los intercambios de favores y regalos entre familiares y amigos.

METODOLOGÍA

Fase 1. Evaluación Preliminar

Esta investigación se la desarrolló mediante el método cuantitativo, utilizando encuestas descriptivas, con preguntas abiertas y cerradas como instrumento de levantamiento de información, lo que permite describir las problemáticas de las asociaciones. Las encuestas se las realizaron de forma personal a cada persona de forma estructurada. La primera parte de la metodología comprendió la selección de los grupos que permita responder a las preguntas de investigación. Los grupos de estudio seleccionados para la investigación se caracterizan por la producción agroecológica, elaboración de pequeñas artesanías en productos reciclados y tejidos con palillos y crochet. Dentro de la actividad agroecológica cabe recalcar que la producción es más para consumo y el sobrante es para comercializar, es por esto que no se puede hacer una producción a gran escala para la comercialización masiva en los mercados de la zona. La mayoría de las mujeres que forman parte de las asociaciones, trabajan en sus campos o artesanías, para apoyar a la economía familiar, puesto que el mayor responsable sería el padre de familia. Son mujeres emprendedoras que decidieron unirse para mejorar su situación económica. Así mismo, se definió las características esperadas y las restricciones de diseño particulares al caso, con la finalidad de realizar el instrumento de encuesta. La Tabla 1 muestra un resumen con la operacionalización de las variables utilizadas en la investigación,

Tabla 1: Operacionalización de las Variables

Variable	Tipo	Escala	Indicador
Edad	Cuantitativa	Intervalo	Menos de 18 años Entre 18 y 25 años Entre 26 y 32 años Entre 33 y 39 años De 40 años en adelante
Nivel de Educación	Cualitativa	Ordinal	Primaria Secundaria Superior
Estado Civil	Cualitativa	Nominal	Soltera Casada Divorciada Unión Libre Viuda
Número de Hijos	Cuantitativa	Intervalo	Hijos vivos
Sustento en el hogar	Cualitativa	Nominal	Por completo
Dificultades de emprender	Cualitativa	Nominal	Apoyo económico en su hogar Falta de Recursos económicos Falta de apoyo de Instituciones Financieras (Bancos, Cooperativas, CFN) Falta de apoyo familiar Falta de conocimiento Temor o miedo al fracaso Otros
Reducción de riesgos	Cualitativa Cuantitativa	Nominal Razón	SI NO Porqué
Ventaja trabajo en asociación	Cualitativa	Nominal	Mayor cobertura de mercado Trabajo en equipo para conseguir mejores beneficios grupales Apoyo mutuo en momentos difíciles Mayor oportunidad de desarrollo económico Disminuye los niveles de estrés, mediante las reuniones de la Asociación Otro
Comercialización productos	Cualitativa Cuantitativa	Nominal Razón	SI NO Porqué
Actividad económica previa	Cualitativa	Nominal	Crianza de animales Especifique Siembra de cultivos Especifique Actividades domésticas Trabajo en empresas privadas Trabajo en empresas públicas Otros
Actividad económica actual	Cualitativa	Nominal	Especifique Tejido Comida Artesanías Varios
Forma de Comercialización	Cualitativa Cuantitativa	Nominal Intervalo	Por pedidos - ¿Con qué frecuencia? Va al mercado - ¿Con qué frecuencia? Asiste a ferias - ¿Cuáles? Otros - ¿Con qué frecuencia?
Dificultad de Comercialización	Cualitativa	Nominal	Local Propio Publicidad Dinero Clientes Otros
Iniciativa	Cualitativa	Nominal	Aprender Otra fuente de ingreso Varios
Problemas de organización	Cualitativa	Nominal	Apoyo Organización Ninguno
Toma de decisiones	Cuantitativa	Razón	Individual En conjunto
Apoyo Gubernamental	Cualitativa	Nominal	Nada de apoyo Poco apoyo Apoyo considerable
Dificultades de apoyo gubernamental	Cualitativa Cuantitativa	Nominal Razón	SI NO ¿Por qué?

Esta tabla indica de manera clara y resumida las variables, tipo, escala e indicador, utilizados para el levantamiento de la información en la investigación realizada en las distintas Asociaciones. Como se puede apreciar existen diferentes variables como edad, nivel de educación, estado civil, así como distintas variables que indican la situación de los miembros dentro de las asociaciones. Dentro de los tipos, se manifiestan los tipos cuantitativos y cualitativos. Dentro de los intervalos, dependiendo la variable a analizar, se tiene los de intervalo, ordinales, nominales, de razón. Y se detallan los diferentes tipos de indicadores utilizados.

Fase 2. Aplicación de la Encuesta

Para la realización del presente artículo existió la colaboración del Grupo de Investigación de Gestión de Medianas y Pequeñas Empresas (GIGMP) de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca – Ecuador, mismo que dispone de datos obtenidos a distintas Asociaciones. Así también los autores, una vez definidos las especificaciones de las variables complementarias para el estudio, procedió a diseñar la encuesta, y levantar información. El estudio fue realizado en el 2016.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Perfil de los Miembros de las Asociaciones Rurales

Terminadas las encuestas a las integrantes de la asociación, se tabularon los datos, con el objetivo de ver la variación de respuestas de cada una de ellas, de las cuales, el 92.24% de los miembros de las asociaciones son mujeres y solamente el 7.77%, restante lo conforman hombres. Siguiendo con el análisis del perfil de los miembros de las asociaciones rurales el 91% de las mujeres que conforman la Asociación, tiene una edad comprendida entre los 26 y 65 años, el 5% oscila entre los 18 y 25, y el 4%, está en una edad igual o superior a los 66 años. El nivel de instrucción predominante en las asociaciones es el nivel primario, con un 67%, aclarando que la mayoría de los miembros, ha cursado únicamente los primeros años de educación inicial, por lo que su labor ha ido encaminada al cultivo, crianza de animales o trabajos domésticos. Así también en lo referente al estado civil, el 58% son casados, el 21% son madres solteras, existe un 5% que son viudas y el mismo porcentaje en unión libre; el 12% de los encuestados son divorciados.

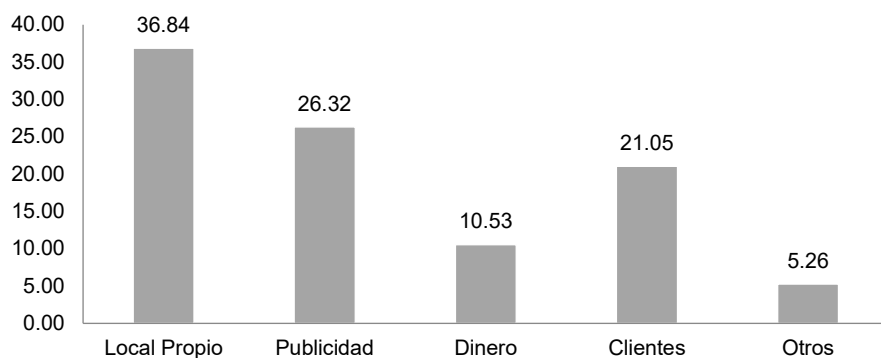
Dificultades y Motivaciones de los Miembros de Asociaciones Rurales

Los miembros de las distintas asociaciones, han buscado diferentes mecanismos para apoyar económicamente en su hogar, puesto que más de la mitad de las mujeres (63.69%), ayudan a su conyugue para poder solventar sus hogares; pero esta no es la realidad del 35.19%, de los miembros de las asociaciones, puesto que el trabajo de las mujeres representa el sustento diario de sus familias, si bien algunas están viudas o divorciadas, tiene que mantener aún a sus hijos; incluso en este aspecto cabe señalar que el 2.25%, restante corresponde a los hijos que les toca ser la manutención de los hogares. Al querer emprender de manera individual, las personas encuentran diferentes tipos de problemas, entre ellos tenemos como principal la falta de recursos económicos, obviamente si se desea un negocio o actividad propia, se necesita de capital inicial y es justamente lo que hace falta. El escaso apoyo de las instituciones financieras ha sido perjudicial para el emprendimiento doméstico, puesto que al momento de exigir garantías, estas no son posibles de otorgar. Pero más allá, se tiene también como dificultad, el temor o miedo a fracasar con sus emprendimientos, puesto que las ideas no faltan, pero el temor a perder lo poco que se tiene dificulta el iniciar, y esto va de la mano, con el hecho de que no existe el suficiente apoyo familiar, tanto del conyugue como de los hijos. Es por esto que los integrantes de las distintas asociaciones, consideran de manera unánime que al asociarse se reducen las dificultades que tienen para emprender. Existen diferentes motivos por los cuales las personas emprendedoras deciden trabajar en conjunto, es decir, en una asociación, entre ellas incluso la disminución de los niveles de estrés, ya que en las reuniones pueden conversar de muchos temas y realizar diferentes actividades, y de esto sobresale el trabajo en equipo que realizan y el apoyo mutuo que se tienen entre las integrantes de la asociación. Logrando con todo esto incluso las mayores oportunidades de desarrollo económico para cada una de las integrantes, así como el aumento de la cobertura del mercado al que aspiran llegar.

Al formar parte de una Asociación, incluso el vender sus productos se vuelve más fácil, puesto que si se está solo, tiene menos clientes, no se vende, falta los espacios; en cambio en asociación entre todas se apoyan, las ventas aumentan, se ofrecen productos similares pero también complementarios, las

negociaciones fluyen y los clientes aumentan. Justamente de esto se han dado cuenta el 100% de los integrantes de las distintas asociaciones, y por eso siguen trabajando y mejorando cada vez más. Existen muchos aspectos por los cuales las mujeres emprendedoras decidieron formar una asociación, entre los que se destacan: apoyo mutuo para tener un trabajo, ayuda económica para sus hogares, aprendizaje en equipo e incluso es una buena manera de distracción ante los problemas cotidianos que se presentan. Las mujeres han compartido sus vivencias, sus conocimientos, su tiempo, y entre todas han ganado: experiencia, ingresos e incluso amistad. En toda Asociación o emprendimiento también existen dificultades para la venta o comercialización de sus productos. Uno de los principales, es la falta de un local propio para poder exhibir sus productos o tomar contratos. La publicidad o marketing, es otro aspecto que mucha falta les hace, puesto que son conocidas en su zona, por algunos clientes, pero no pueden darse a conocer a nivel de todo el Cantón, a pesar de la calidad de sus productos. Esto va ligado a la falta de clientes que necesitan para que consuman sus productos y por ende la falta de dinero para invertir en esta publicidad. Como se puede dar cuenta es un círculo que afecta a las Asociaciones (Figura 1).

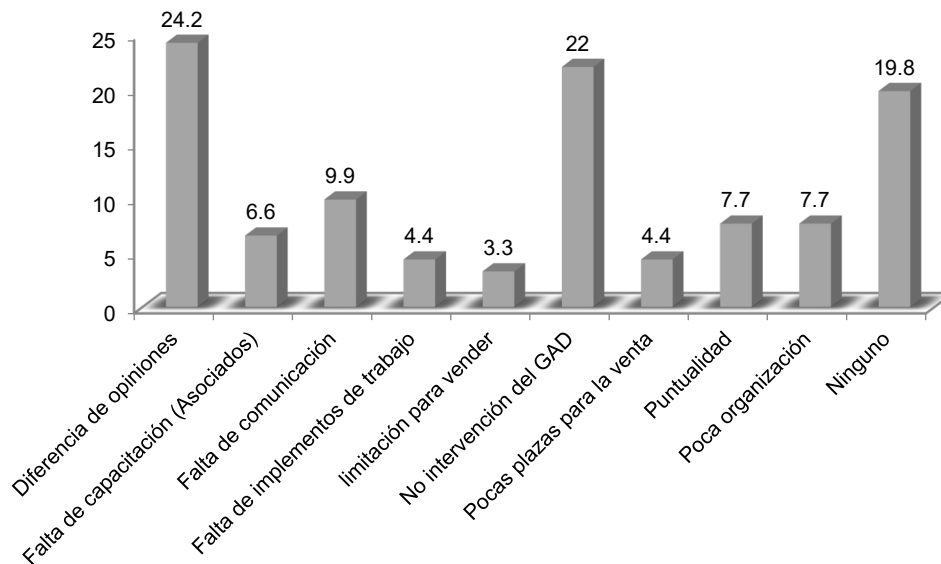
Figura 1: Dificultades de las Asociaciones Para Vender Sus Productos



En esta figura se muestra las principales dificultades mencionadas por las mujeres pertenecientes a las asociaciones, para vender sus productos. En la que podemos apreciar que en su mayoría opinan que la principal dificultad es la falta de un local propio para vender sus productos. La falta de publicidad, es decir, hacerse conocer a las distintas zonas, puesto que no cuentan con el dinero suficiente, y justamente este es otro, problema la falta de clientes, por ende la falta de dinero. Como podemos apreciar es un círculo que afecta a las Asociaciones.

Cabe señalar, que, a pesar de tener muchas fortalezas al estar asociados, también se tienen debilidades, como por ejemplo: Diferencia de opiniones (24.2%), Falta de comunicación (9.9%), poca organización (7.7%), falta de capacitación (6.6%), limitaciones para vender (3.3%), entre otras, que se puede observar en la Figura 2. En esta figura se muestran los resultados sobre los principales problemas que se presentan en las Asociaciones. Podemos ver que la Diferencia de opiniones que se tienen entre los diferentes socios, sería el principal inconveniente que se debería solucionar. Puesto que las Asociaciones son apoyadas en su conformación por los GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) Parroquiales, algunos consideran que el apoyo no es suficiente. Se destaca la respuesta del “ninguno”, refiriéndose a que no se posee problemas, es decir, están satisfechos por las actividades realizadas dentro de las Asociaciones. Se consideran también aspectos relacionados con la falta o mala comunicación, la puntualidad, la poca organización, falta de capacitaciones, incluso la falta de implementos de trabajo, y las limitaciones para vender.

Figura 2: Problemas Que Se Presentan en las Asociaciones



Forma de Organizarse

Este tipo de asociaciones se pudiera considerar como democrática, puesto que tienen un “LIDER”, que por lo general es una mujer, que las representa, les organiza, les comunica, pero al mismo tiempo les consulta. Las Asociaciones legalmente constituidas, tienen una estructura formal, elegida democráticamente por todos sus integrantes; esta estructura por lo general se manifiesta como: Presidente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero y Vocales. Las integrantes de las diferentes asociaciones, en su totalidad manifestaron que a pesar de los inconvenientes que se suscitan, las decisiones se toman en conjunto, con la participación y acuerdo de todos los integrantes, siendo esto un aspecto motivacional para formar parte de una asociación.

Rol de las Universidades

Las universidades ecuatorianas tienen que registrarse bajo la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) (Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano), la cual manifiesta literalmente:

“Art. 13.- Funciones del Sistema de Educación Superior.- Son funciones del Sistema de Educación Superior:

Garantizar el derecho a la educación superior mediante la docencia, la investigación y su vinculación con la sociedad, y asegurar crecientes niveles de calidad, excelencia académica y pertinencia.”

Esto quiere decir que las universidades debe mantener una vinculación con el entorno en el que se labora; a su vez: “Art. 24 Distribución de los recursos.- (...) Se considerará como parámetro adicional, la vinculación de su oferta al desarrollo nacional o regional, a la creación de sinergias, asociaciones y/o fusiones con otras instituciones de educación superior de su región, y a la promoción de potencialidades territoriales.” (Ministerio de Comercio, Industrias y Turismo de Colombia, 2009) En un contexto de propuestas de cambios de la educación superior dirigidos hacia el desarrollo sostenible, la LOES se constituye en la referencia que viene a fortalecer el ámbito institucional de la universidad que queremos, ya que los cambios propuestos en ella coinciden con los cambios y transformaciones vinculadas al

desarrollo en cuanto a las demandas de la sociedad, para que la institución recupere su papel de agente de desarrollo y de transformación de la realidad nacional. La citada basa sus postulados en la práctica del pluralismo ideológico, libertad de cátedra, estudio de investigación y, de la vinculación de la universidad con la sociedad y un modelo educativo que se operativiza a través del desarrollo curricular como un proceso de construcción dinámico y permanente en el que se conjugan diversas relaciones entre actores, lo que da como resultado la conformación de profesionales capaces de contribuir a la transformación de la sociedad. Manifestando que como universidad se debe propiciar al desarrollo de la región e incluso del país. Es por esto que el rol de las universidades es fundamental para potenciar el crecimiento de las capacidades de las personas consideradas dentro de los diferentes proyectos de vinculación con la sociedad. Tomando en cuenta estas consideraciones, se presenta como caso de estudio a la Universidad Politécnica Salesiana, quien en su Plan Integrado de Vinculación con la Sociedad 2016 – 2018 (Universidad Politécnica Salesiana, 2016), abarca diferentes líneas de intervención, y cada uno con su conjunto de programas, entre los que se tiene la investigación social y productiva, así como la atención a población en estado de vulnerabilidad, etc.

Poniendo en práctica los diferentes programas, se ha desarrollado capacitaciones en temas que se han visto necesarios para elevar las habilidades de las diferentes Asociaciones. El caso específico de las carreras de Administración de Empresas y de Contabilidad y Auditoría, se ha realizado capacitaciones de: Planificación, organización, dirección y control de las actividades de las asociaciones, atención al cliente, innovación, marketing, contabilidad básica, y a su vez se les ha puesto en contacto con otras carreras, para capacitaciones específicas de crianza y cuidado de animales (Carrera de Veterinaria), plantaciones y cuidado de la tierra en general (Carrera de Ingeniería Ambiental). Las universidades, con los conocimientos técnicos obtenidos en base al análisis e investigaciones, logran obtener mucha experiencia, que es transmitida a los diferentes integrantes de las Asociaciones. Los proyectos inician como vinculación, pero al darles el seguimiento necesario para su aplicación y control, se extienden a proyectos de investigación. La universidad dirige sus esfuerzos y acción transformadora en las dimensiones personales, políticas, culturales, tecnológicas, económicas y productivas. De lo que se trata es de potencializar las capacidades personales y sociales de los miembros de las asociaciones para asumir la rápida evolución de la tecnología, la producción y la cultura.

En aras de fortalecer lo anterior dicho, debemos estar de acuerdo en que la educación se constituye en el instrumento decisivo para la comprensión de los problemas y proporcionar la solución de los mismos. Es así que, las Universidades como catalizadoras del conocimiento y la encargada de proporcionar el cambio de actitudes con la finalidad de hacer frente a los retos del desarrollo humano sostenible, focaliza sus esfuerzos hacia una formulación integral que debe traspasar el periodo reservado a una generación determinada. Uno de los aportes iniciales se centra en demostrar que la educación dirigida hacia el desarrollo sostenible debe partir desde el desarrollo regional visto integralmente. Como resultado se plantea una propuesta curricular o carreras, que obliguen a la formación de profesionales capacitados de forma directa con las tendencias de desarrollo y a los requerimientos y características naturales de una región que basa su desarrollo en la agroindustria (potencializando las características, competencias y riquezas de la región).

CONCLUSIONES

El principal motivo para que la mujer rural busque asociarse, es el aportar económicamente en su hogar, e incluso en algunos de los casos sostener solas la economía familiar. Con la asociación las mujeres consiguen tener una fuente de trabajo, en actividades que les gusta realizar, y aprender, puesto que no es un requisito el saber hacerlo, sino el tener ganas de aprender; entre las integrantes se ayudan, se motivan, se enseñan y se comparte. Las mujeres rurales que buscan emprender en pequeños negocios tienen distintas dificultades, entre las cuales están la falta de recursos económicos, que impide que un negocio se realice, conllevando con esto la falta de apoyo de las distintas instituciones financieras, que exigen

garantías que las mujeres o sus familias no pueden cubrir. Acompañado a estas dificultades, las mujeres sienten miedo o temor a fracasar con sus negocios, ya sea por falta de conocimiento de los diferentes aspectos del negocio o incluso por falta del apoyo de su familia.

Las diferentes asociaciones, mantienen una organización democrática, puesto que cuentan con su Líder o Presidente que las representa, pero las decisiones de productos que van a realizar, de ferias a las que se van a presentar, productos que van a comercializar, entre otros aspectos, son tomadas por todas las miembros de la misma, escuchando cada una de las opiniones y sugerencias. De esta manera han conseguido organizarse. Les falta un local propio donde los clientes las puedan encontrar, les falta dinero para invertir en publicidad, pero no les falta las ganas de luchar y seguir saliendo adelante como asociación. Dentro de la investigación se determina que existe un bajo apoyo del gobierno para emprender, pero analizando más a profundidad, se puede llegar a la conclusión de que los trámites administrativos son complejos de entender, en especial para la mayoría de las personas emprendedoras que no tienen una educación adecuada, y por eso, para dar solución a la problemática, se debe dar un mejor soporte de parte de los gobiernos provinciales, cantonales y parroquiales, e inclusive ver la posibilidad de que esos trámites puedan ser solventados por las mismas universidades como la vinculación con la sociedad.

Es deber de las Instituciones de Educación Superior, mantener vinculación con la Sociedad, caracterizada por las intervenciones de acuerdo a las características propias de cada carrera, controlando los resultados en base a un seguimiento que puede ser considerado como proyecto de investigación. En la presente investigación existieron algunas limitaciones, entre las que se puede nombrar las siguientes: en algunos lugares lejanos es no fácil el acceso; la falta de colaboración de las personas, o incluso su nivel de escolaridad, que les dificultaba leer las preguntas o escribir las respuestas de la encuesta, la movilización, el tiempo para encuestar a los miembros de las asociaciones que son personas que trabajan, etc. Los problemas inherentes a trámites que deben realizar las asociaciones para constituirse o mantenerse como tal, representa una futura investigación, la que puede llegar a detectar la mejor manera de dar el soporte necesario en este aspecto. Así también, una investigación profunda de cómo mejorar la motivación de los miembros de asociaciones productivas, para que estos trabajen como un grupo organizado en beneficio de todos sus miembros. La parte de gestión administrativa de las asociaciones, involucra una investigación más profunda, puesto que depende de su organización el crecimiento que puedan tener como asociación.

BIBLIOGRAFIA

INEC, (2010). Censo de Población y Vivienda Ecuador.

Adler, P., & Kwon, S.-W. (2002). Social capital: prospects for a new concept. *The Academy of Management Review*, 17-40.

Albuquerque, F., Llorens, J., & del Castillo, J. (2002). Estudios de casos de desarrollo económico. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.

Albuquerque, F.; Llorens, J; del Castillo, J. (2002). Estudios de casos de desarrollo económico local en América Latina. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo, (BID).

Altenburg, T. & -S. (1999). How to promote clusters: policy experiences from Latin America. *World Development*, 1693-1713.

Areque, W. (2013). Factores determinantes de la asociatividad como alternativa para el fortalecimiento de pequeñas y medianas industrias. Quito: Universidad Andina Simon Bolivar - Sede Ecuador.

Aslam, M., H., S., Syed, K., Raza, A., & Ramish, A. (2013). Social Capital and Knowledge Sharing as Determinants of Academic Performance. *Journal of Behavioral & Applied Management*.

Biocomercio del Ecuador. (20 de 08 de 2015). Biocomercio Andino. Obtenido de <http://www.biocomercioecuador.ec/biocomercio-en-el-ecuador/biodiversidad-en-ecuador>

Coleman, J. (2011). *Fundamentos de la teoría social*. Madrid: Centro de Investigaciones sociológicas.

Culture area. (2015). *Encyclopaedia Britannica Online Academic Edition*. Obtenido de <http://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2172/EBchecked/topic/146313/culturearea>

Durston, J. (1999). Construyendo capital social comunitario. *Revista de la comisión Económica para América Latina*, 103-118.

Encyclopaedia Britannica Academic Online. (2015). *Political Science*. Obtenido de <http://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2172/EBchecked/topic/467721/politicalscience>

Entrepreneur. (2015). mdconsult. Obtenido de <http://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2172/EBchecked/topic/189010/entrepreneur>

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (1995). *Indicadores de Competitividad de la Economía Mexicana*. México.

Kliksberg, B., & Sen, A. (2007). *Primero la gente*. España: DEUSTO.

Liendo, M. &. (2001). *Asociatividad, una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las PYME*. Rosario: Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas. Universidad de Rosario.

Liendo, M., & Martínez, A. (2001). *Asociatividad, una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las PYME*. Rosario: Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas.

Lizarazo Beltrán, M. O. (2009). *Jóvenes emprendedores Comprometidos con el desarrollo sostenible de los territorios rurales: Guía para identificar y planificar negocios rurales con visión de responsabilidad social*. Quito: IICA.

Lizarazo Beltrán, M. O. (2009). *Jóvenes emprendedores Comprometidos con el desarrollo sostenible de los territorios rurales: Guía para identificar y planificar negocios rurales con visión de responsabilidad social*. Quito: IICA.

Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano. (s.f.). *conocimiento*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2016, de <http://www.conocimiento.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/Ley-Organica-de-Educacion-Superior-LOES.pdf>

Ministerio de Comercio, Industrias y Turismo de Colombia. (01 de 06 de 2009). *MIPYMES COLOMBIA*. Obtenido de www.mipymes.gov.co

Moffat, V. G. (2004). Algunos Factores de riesgo en la salud mental de la Mujer rural temporera y su abordaje desde la terapia grupal. *Revista de psicología*, 13(1), 103.

Montagna, M. (2004). *Programa de Apoyo a la Microempresa Rural de America Latina y el Caribe*. Chile: Asociatividad empresarial y acceso a mercados.

Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, intellectual capital, and the organizational advantage. 242-266.

Narváez, M., Fernandez, G., & Senior, A. (2008). El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: una propuesta estratégica. *Competitividad*, 74-92.

Narváez, M., Fernández, G., Gutierrez, C., Revilla, J. G., & Pérez, C. (2009). Asociatividad Empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná. *Multiciencias*, 9 (2).

Newton, K. (2001). Trust, social capital, civil society and democracy. *International Political Science Review*, 201-214.

Organización Internacional del Trabajo. (2016). *Las Mujeres en el trabajo: Tendencias 2016*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

Porter, M. (2003). *Ventaja Competitiva: Creación y mantenimiento de un desempeño superior*. México: CECSA.

Putnam, R. (1993). *Making Democracy work: Civic Traditions in modern Italy*. New Jersey: Princeton University Press.

RAE. (05 de 28 de 2014). *Diccionario de la Real Academia de Lengua Española*. 2016. Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/>

Romero, C. (2002). *La Asociatividad Empresarial entre las PYME*. El Salvador: FUNDAPYME.

Sanz, B. G. (2004). La mujer rural en los procesos de desarrollo de los pueblos. *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración*, 107 - 120.

Sarasvathy, S. (2001). Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *The Academy of Management Review*, 243-263.

Schumpeter, J. (1976). *Teoría del desenvolvimiento económico*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica.

Universidad Politécnica Salesiana. (2016). *Plan Integrado de Vinculación con la Sociedad*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado el 10 de Noviembre de 2016, de http://www.ups.edu.ec/documents/10184/20838/Plan+Integrado+Vinculaci%C3%B3n+con+la+Sociedad+2016-2018_20abril16.pdf/c6c19ab2-7697-4d59-864a-ea8c7f6853e8?version=1.0

Urban, s. (2015). *Encyclopaedia Britannica Online Academic Edition*. Obtenido de <http://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2172/EBchecked/topic/962023/urbansprawl/>

Valdez, L. R. (2007). *COMUNIDADES PRODUCTIVAS: Asociatividad y Producción en el territorio*.

Valdez, R. (2006). *Comunidades productivas: asociatividad y producción en el territorio*. Instituto para el Desarrollo y Producción Organizada.

Valdez, R. (2006). *Comunidades productivas: asociatividad y producción en el territorio*. Instituto para el Desarrollo y Producción Organizada.

Venkataraman, S. (2004). Regional transformation through technological entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 153-167.

RECONOCIMIENTO

Los autores desean manifestar su agradecimiento a la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca – Ecuador, por el apoyo académico otorgado para la realización de este artículo.

BIOGRAFÍA

Gabriela Isabel Araujo Ochoa, Ingeniera Comercial (Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca - Ecuador), Magister en Gestión Empresarial (Universidad Técnica Particular de Loja, Loja – Ecuador). Profesora e investigadora de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca – Ecuador. Miembro del Grupo de Investigación de Gestión de Medianas y Pequeñas Empresas (GIGMP) de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca – Ecuador. Se puede contactar en la Calle Vieja y Elia Liut, Cuenca, Ecuador. Correo electrónico: garaujo@ups.edu.ec

Jorge Luis García Bacuilima, Ingeniero Comercial (Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca - Ecuador), Magister en Administración de Empresas (Universidad Politécnica Salesiana), Máster en Proyectos de Desarrollo Rural y Gestión Sostenible (Universidad Politécnica de Madrid). Profesor e investigador de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca – Ecuador. Se puede contactar en la Calle Vieja y Elia Liut, Cuenca, Ecuador. Correo electrónico: jgarciab@ups.edu.ec

Javier Bernardo Cabrera Mejía, Ingeniero Electrónico (Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca – Ecuador), Magister en Redes de Comunicaciones (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito – Ecuador). Estudiante del Doctorado en Tecnologías de la Información y comunicación (Universidad de Vigo, Vigo – España). Profesor e investigador de la Carrera de Ingeniería Eléctrica de la Universidad Católica de Cuenca – Ecuador. Correo electrónico: jcabreram@ucacue.edu.ec