

# UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR

## -Sede Ecuador-

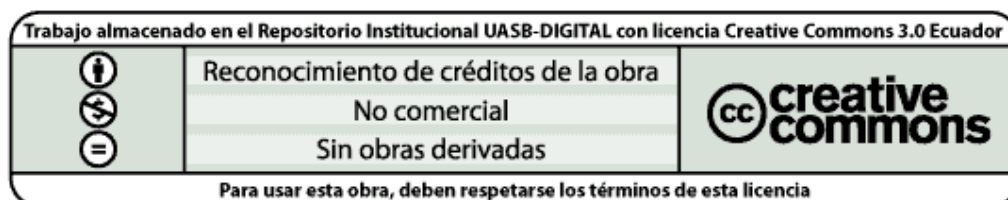
### Área de Gestión

## PROGRAMA DE DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

**“Factores determinantes de la asociatividad como alternativa para el fortalecimiento de pequeñas y medianas industrias”**

Wilson Enrique Araque Jaramillo

2013



Yo, Wilson Enrique Araque Jaramillo, autor de la tesis intitulada “Factores determinantes de asociatividad como alternativa para el fortalecimiento de pequeñas y medianas industrias” mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Doctor en Administración en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha: 8 de abril de 2013

Firma: .....

**UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR**  
**-Sede Ecuador-**

**Área de Gestión**

**PROGRAMA DE DOCTORADO EN**  
**ADMINISTRACIÓN**

**“Factores determinantes de la asociatividad como alternativa  
para el fortalecimiento de pequeñas y medianas industrias”**

Wilson Enrique Araque Jaramillo

Tutor:  
Joaquim Rubens Fontes Filho, PhD

**2013**

## Resumen

En este estudio se explica la forma como se relacionan los factores económicos y extraeconómicos que se encuentran detrás de un proceso asociativo empresarial, enfocado al sector de las pequeñas y medianas industrias –PYMI–. Este ejercicio de relacionamiento se hizo con el objetivo de proponer las directrices claves que debería considerar un modelo de asociatividad dirigido al fortalecimiento de las PYMI.

Una vez obtenidas estas directrices, consideramos que, a partir de esta investigación, se contribuye a la construcción de aquel conocimiento teórico que se ha venido generando durante algunos años sobre la problemática de la asociatividad empresarial.

Para llegar a establecer las relaciones entre factores económicos y extraeconómicos antes mencionadas, se llevó a cabo una investigación que combinó, en los diferentes momentos del proceso investigativo, la captura y análisis de datos, tanto de carácter cualitativo como cuantitativo.

El principal hallazgo de este estudio se enfoca en concluir que a la hora de lograr un fortalecimiento efectivo del sector empresarial a través de prácticas asociativas, específicamente el de las pequeñas y medianas empresas, se debe trabajar en el accionar “equilibrado”, tanto de factores económicos como extraeconómicos.

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios, a la Patria y a todos mis familiares más cercanos; de manera especial a mi señora madre, quien, con sus consejos y apoyo permanente, contribuyó a que llegara a la culminación del presente trabajo investigativo.

Quiero agradecer también, de manera sincera, los consejos y apoyo profesional que nos brindó el Dr. Joaquim Rubens Fontes Filho –Director de esta tesis de grado–; quien con su sabia guía permitió que la elaboración de este estudio se convirtiera en un excelente espacio para conocer y poner en práctica cómo llevar a cabo un verdadero trabajo de investigación científica.

Finalmente, quiero dejar sentado mi agradecimiento a todos quienes hacen la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador; en especial al Dr. Enrique Ayala Mora –Rector–, al Dr. Fernando López Parra –Coordinador del Programa de Doctorado en Administración–, a María Elena Vargas –Secretaria del Programa de Doctorado en Administración– y a todos mis compañeros y compañeras del Área de Gestión de la UASB, que supieron motivarme para concluir con esta tesis de grado doctoral. También agradezco, aunque físicamente ya no está, pero siempre está en nuestra mente y en nuestros corazones, a Alfonso Troya –Director fundador del Área de Gestión de Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador–.

## CONTENIDO

<b>Lista de gráficos.</b>	<b>10</b>
<b>Lista de tablas.</b>	<b>13</b>
<b>1. PRESENTACIÓN GENERAL.</b>	<b>14</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO.</b>	<b>22</b>
2.1. Cómo es entendido el concepto de asociatividad a nivel del ámbito empresarial.	
2.1.1. Entendiendo el concepto de asociatividad.	
2.1.2. La asociatividad vista desde la óptica de los distritos industriales, los <i>clusters</i> , las redes empresariales, las cadenas productivas y la capacidad de emprendimiento.	
2.1.3. La asociatividad empresarial y su relación con el enfoque de sistemas.	
2.2. Factores económicos que inciden en la asociatividad empresarial.	
2.3. Factores extraeconómicos que inciden en la asociatividad empresarial.	
2.3.1. El capital social y su relación con la asociatividad empresarial.	
2.3.2. La institucionalización de los procesos asociativos.	
<b>3. METODOLOGÍA.</b>	<b>59</b>
3.1. Hipótesis de trabajo.	
3.2. Pasos del proceso metodológico.	
<b>4. ANÁLISIS DE LOS DATOS.</b>	<b>73</b>
4.1. Análisis de datos cualitativos.	

- 4.1.1. Evolución y estado situacional actual de la asociatividad empresarial.
  - 4.1.2. Rol de los factores económicos dentro del proceso de creación y consolidación de un proceso asociativo.
  - 4.1.3. Rol de los factores extraeconómicos dentro del proceso de creación y consolidación de un proceso asociativo.
  - 4.1.4. El territorio como espacio de la práctica sistémica de la asociatividad empresarial.
- 4.2. Análisis univariado de los datos cuantitativos.
- 4.2.1. Los procesos asociativos y sus efectos en el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas.
  - 4.2.2. Factores económicos claves relacionados con un proceso de asociatividad vinculado con el sector de la PYMI.
  - 4.2.3. Factores extraeconómicos involucrados en la ejecución de estrategias asociativas para las PYMI.
  - 4.2.4. Análisis de la relación que se da entre los factores económicos y extraeconómicos que giran alrededor de la asociatividad empresarial aplicada a nivel de pequeñas y medianas empresas.
- 4.3. Análisis multivariado de los datos cuantitativos.
- 4.3.1. Análisis de interdependencias entre las variables, basado en el análisis factorial.
  - 4.3.2. Identificación de factores extraeconómicos y la facilitación de procesos asociativos.
  - 4.3.3. Relación entre la capacidad asociativa de la población territorial y la existencia de capital social.

4.3.4. Interacción de factores económicos y extraeconómicos y su incidencia, a través de la asociatividad, en el fortalecimiento de las PYMI.

4.4. Verificación de las hipótesis a partir del análisis multivariado realizado.

4.4.1. Verificación de la hipótesis No.1.

4.4.2. Verificación de la hipótesis No.2.

4.4.3. Verificación de la hipótesis No.3.

**5. CONCLUSIONES. 195**

**BIBLIOGRAFÍA. 208**

**APÉNDICES. 220**

**Apéndice No. 1:** Actores invitados al foro sobre asociatividad que se organizó como parte de esta investigación.

**Apéndice No. 2:** Metodología usada en la captura y análisis de los datos correspondientes a los talleres de discusión que se organizaron como parte de esta investigación.

**Apéndice No. 3:** Cuestionario utilizado en la realización de entrevistas a informantes calificados.

**Apéndice No. 4:** Listado de informantes calificados entrevistados.

**Apéndice No. 5:** Metodología usada para análisis de datos cualitativos levantados para la presente investigación.

**Apéndice No. 6:** Cuestionario utilizado en la aplicación de encuestas.

**Apéndice No. 7:** Listados de empresas encuestadas.

**Apéndice No. 8:** Información general sobre empresas estudiadas.



**Apéndice No. 9:** Análisis univariado de datos cuantitativos –exposición de la media y la desviación estándar–.

**Apéndice No. 10:** Listado de variables originales.

**Apéndice 11.1:** Análisis factorial –análisis de componentes principales–. Procesos asociativos empresariales y existencia de cultura asociativa territorial.

**Apéndice 11.2:** Análisis factorial –análisis de componentes principales–. Relación entre la capacidad asociativa de la población territorial y la existencia de capital social

**Apéndice 11.3:** Análisis factorial –análisis de componentes principales–. Interacción de factores económicos y extraeconómicos y su incidencia, a través de la asociatividad, en el fortalecimiento de las PYMI.

## **Lista de gráficos**

**Gráfico No. 1:** Factores en donde son evidenciados los efectos de la asociatividad empresarial.

**Gráfico No. 2:** Percepción sobre la importancia de los procesos asociativos como una alternativa para mejorar la competitividad.

**Gráfico No. 3:** Inclusión de todas las empresas, independientemente de su tamaño.

**Gráfico No. 4:** Políticas públicas orientadas al mejoramiento de la competitividad empresarial.

**Gráfico No. 5:** Factores en donde son evidenciados los efectos de la asociatividad empresarial.

**Gráfico No. 6:** El momento de iniciar un proceso asociativo, cómo evalúa la importancia de los siguientes elementos.

**Gráfico No. 7:** Competencias para obtener buenos resultados en un proceso de asociatividad.

**Gráfico No. 8:** Existencia de un empresario promotor de la asociatividad.

**Gráfico No. 9:** Existencia de un gremio empresarial promotor de la asociatividad.

**Gráfico No. 10:** Existencia de una institución externa al gremio empresarial promotora de la asociatividad.

**Gráfico No. 11:** Creencia en el territorio sobre la trascendencia del trabajo colectivo como medio para lograr soluciones.

**Gráfico No. 12:** Existencia de antecedentes históricos exitosos en el territorio.

**Gráfico No. 13:** Presencia en el territorio de buenas prácticas sobre ayuda mutua.

**Gráfico No. 14:** Preocupación por incluir a todos los actores de la cadena productiva.

**Gráfico No. 15:** Accionar del territorio basado en el nosotros.

**Gráfico No. 16:** Presencia en el territorio de espacios de diálogo.

**Gráfico No. 17:** Preocupación del gobierno territorial por la construcción de un clima de confianza jurídica, política y económica.

**Gráfico No. 18:** Preocupación de los empresarios por construir confianza.

**Gráfico No. 19:** Los habitantes del territorio tienden a compartir con las demás personas sus conocimientos y experiencias positivas.

**Gráfico No. 20:** Predominio de relaciones contractuales entre habitantes del territorio, sin la necesidad de documentos escritos.

**Gráfico No. 21:** Cooperación entre empresas competidoras, basada en la consecución de objetivos comunes.

**Gráfico No. 22:** Acuerdo con empresas proveedoras y/o comercializadoras, basado en la consecución de objetivos comunes.

**Gráfico No. 23:** Competencia entre empresas basada en los principios del trabajo colectivo.

**Gráfico No. 24:** La confianza entre asociados construida con base en hechos tangibles.

**Gráfico No. 25:** Predominio del respeto a las relaciones contractuales.

**Gráfico No. 26:** Cumplimiento de los compromisos y obligaciones adquiridos.

**Gráfico No. 27:** Facilidad de acceso a la información de todos los miembros del gremio empresarial.

**Gráfico No. 28:** Pertenencia a un gremio para generar conexiones de contacto.

**Gráfico No. 29:** Construcción de relaciones de amistad con los miembros del gremio empresarial.

**Gráfico No. 30:** Empresarios del gremio como medio de contacto para hacer negocios con proveedores y/o compradores.

## **Lista de tablas**

**Tabla No. 1:** Factores que apoyan el trabajo bajo un enfoque del nosotros.

**Tabla No. 2:** Determinación de medidas preventivas como facilitadoras de los procesos asociativos.

**Tabla No. 3:** Factores explicativos del compromiso con el gremio empresarial y el desarrollo de una actitud asociativa.

**Tabla No. 4:** Contribución de cada variable a la definición de factores retenidos.

**Tabla No. 5:** Contribución de cada variable a la definición de factores retenidos.

**Tabla No. 6:** Contribución de cada variable a la definición de factores retenidos.

## 1. Presentación general.

Este trabajo de investigación, intitulado “Factores determinantes de la asociatividad como alternativa para el fortalecimiento de pequeñas y medianas industrias”, ha sido realizado como actividad final dentro del proceso de graduación del Programa de Doctorado en Administración, llevado a cabo por la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

Con este estudio se buscó entender cómo actúan los factores económicos y extraeconómicos que están detrás de un proceso asociativo, generándose así insumos referenciales que tanto actores relacionados con el sector empresarial como actores vinculados al sector público podrían considerar a la hora de definir y ejecutar estrategias y/o políticas públicas, según sea el caso, dirigidas al impulso de prácticas cuyo fin último sea la agrupación de personas y/o organizaciones interesadas en potenciar de forma colectiva sus capacidades productivas, humanas, financieras, tecnológicas, administrativas y/o comerciales.

Los factores determinantes de la asociatividad fueron divididos en económicos y extraeconómicos, tomando como referencia el planteamiento realizado por Bernardo Kliksberg en el libro escrito junto a Amartya Sen, *Primero la gente*, en donde el autor procede a resaltar, bajo el nombre de “factores extraeconómicos”, a todos aquellos factores que tienen relación con el capital social. Estos factores extraeconómicos, a criterio del mismo Kliksberg, se caracterizan porque, en primer lugar, tienen mucho que ver con la variable cultura y, en segundo lugar, inciden fuertemente en el dinamismo del progreso económico y tecnológico de los diferentes países del mundo (Kliksberg y Sen 2007, 263-266). Cabe señalar que esta forma de división de

los factores determinantes de la asociatividad fue muy útil durante todo el proceso investigativo, desde el análisis comparativo sobre las distintas corrientes del pensamiento que se hizo en el referencial teórico, hasta el momento relacionado con la verificación de las hipótesis que guiaron a la presente investigación.

A pesar de que el tema de la tesis resalta como objeto de estudio a las pequeñas y medianas industrias –PYMI–, vistas estas como unidades económicas de producción, nos queda claro que al llevar a cabo el proceso investigativo, este giró, en su mayor parte, alrededor de las percepciones humanas que los propietarios de las PYMI tienen sobre la asociatividad como una alternativa estratégica orientada al fortalecimiento del sector empresarial –especialmente el de la pequeña y mediana empresa–, a la hora de afrontar los cada día mayores retos que impone el mercado nacional e internacional.

Cuando vinculamos la percepción humana a la problemática de la asociatividad, estamos reconociendo que, al final de cuentas, son las personas quienes deciden sobre la posibilidad o no de unirse con otros seres humanos al iniciar y consolidar algún tipo de aventura empresarial con enfoque colectivo. Esta decisión generalmente se toma dependiendo del estado situacional de los factores económicos y extraeconómicos existentes en el territorio en donde se está pensando impulsar determinada variedad de práctica asociativa.

Para la realización de este trabajo investigativo, el objetivo general planteado fue el siguiente: proponer las directrices fundamentales, de carácter económico y

extraeconómico, de un modelo de asociatividad dirigido al fortalecimiento de pequeñas y medianas industrias –PYMI–.

Las hipótesis de trabajo que guiaron la ejecución de este estudio son las siguientes:

- *Hipótesis 1:* los procesos asociativos empresariales están asociados a la existencia en el territorio local, de una cultura asociativa.
- *Hipótesis 2:* el nivel de capital social presente en un determinado territorio se relaciona con la capacidad de asociación de su población.
- *Hipótesis 3:* el fortalecimiento de las PYMI, a través de prácticas asociativas, está influenciado tanto por factores económicos como extraeconómicos.

En lo que tiene que ver con la relevancia del tema escogido para la realización de esta investigación, debemos señalar que está vinculada con algunos ámbitos.

Por ejemplo, en lo relacionado con la motivación personal y profesional que impulsó la realización de este estudio, debemos resaltar aspectos como la vinculación del autor, desde hace 15 años, con el sector de la micro, pequeña y mediana empresa en calidad de investigador especializado. Lo anterior, debemos relatar, facilitó el acceso a las diferentes fuentes de información que se requerían para cumplir con las directrices metodológicas de la presente investigación.

También debemos resaltar, como otro punto clave que sirvió de impulso para realizar este trabajo investigativo, a la posibilidad de generar una investigación con un enfoque distinto al que típicamente se ha venido llevando a cabo en el sector de la pequeña y mediana empresa ecuatoriana.



Cuando hablamos de enfoque distinto, nos estamos refiriendo a una investigación, cuyo producto final, aparte de que se interese de forma principal en qué sucede con la situación asociativa de las pequeñas y medianas industrias localizadas en la provincia de Pichincha, se enfoque, más bien, en dar respuesta a cuál es el aporte que podemos hacer al conocimiento teórico que se ha venido generando durante muchos años sobre la problemática de la asociatividad empresarial.

Consideramos que los resultados generados en este estudio, desde el lado de los beneficios para el sector empresarial y los diseñadores de políticas públicas, como dijimos al inicio de esta presentación, están vinculados con la posibilidad de acceder a planteamientos teóricos que puedan ser muy útiles a la hora de tomar como referencia, en el proceso de diseño e impulso de procesos asociativos, directrices claves, tanto de carácter económico como de carácter extraeconómico.

Ahora se explicará el enfoque metodológico general que sirvió de soporte para el desarrollo de este estudio. En primer lugar, se realizó un recorrido sobre las diferentes teorías que de forma directa e indirecta han venido estudiando a la asociatividad y su relación con el fortalecimiento del sector empresarial, enfatizando, eso sí, en el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

En este recorrido teórico pudimos identificar dos hallazgos: el primero relacionado con el hecho de que sobre asociatividad no hay una “teoría específica”. Lo que se han encontrado son “definiciones, clasificaciones de tipos y características de la asociatividad”, expuestas a partir de los postulados de autores y organizaciones

promotoras del desarrollo productivo; incluso la Real Academia Española, en su diccionario, no expone una definición sobre el concepto asociatividad.

De ahí que con el aporte de los elementos comunes identificados en las definiciones dadas por Narváz (2008), Romero (2002), Rosales (1997), Liendo y Martínez (2001), Centro de Productividad de Tolima (2003) y Ministerio de Comercio, Industrias y Turismo de Colombia (2009), llegamos a plantear la siguiente definición sobre el concepto “asociatividad”: es aquella alternativa estratégica a través de la cual un grupo de personas y/o empresas pueden alcanzar un objetivo común; manteniendo al mismo tiempo, por un lado, su independencia individual en ciertos aspectos y, por otro lado, optimizando al máximo los recursos con que cuentan los miembros del grupo asociativo.

El otro hallazgo, producto del recorrido teórico realizado, está vinculado con la identificación de la existencia de dos vertientes del pensamiento que, a partir de sus distintos postulados, han venido tratando de explicar la problemática que se presenta cuando las empresas deciden trabajar de manera asociativa. Una de estas vertientes es la iniciada por Alfred Marshall a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, con su propuesta de los distritos industriales como una práctica de asociatividad empresarial. Luego Michael Porter, con un enfoque mejorado a partir de los postulados presentes en el enfoque de los *clusters*, trata de explicar los procesos asociativos de carácter empresarial.

También, muy pegada a la propuesta de Marshall y Porter, está la de los “eslabonamientos” hacia delante y hacia atrás de una cadena productiva,

desarrollada por Albert Hirschman. Esta vertiente de pensamiento tiene como característica principal que sus postulados se tienden a centrar en la explicación de la asociatividad, principalmente desde el accionar de factores netamente de carácter económico.

La otra vertiente del pensamiento que también logramos identificar es aquella que, en cambio, tiende a focalizar su explicación de la asociatividad desde el accionamiento de factores extraeconómicos, dejando en segundo plano el accionar de factores económicos. Dentro de este grupo de pensadores están, desde la teoría del capital social, Robert Putnam, James Coleman, Francis Fukuyama, John Durston, Bernardo Kliskberg; entre los más relevantes desde la teoría de la lógica de la acción colectiva está Mancur Olson, y desde la teoría del cambio institucional está Douglass North.

Una vez construido el marco teórico referencial, se procedió a definir las hipótesis preliminares de trabajo. Estas hipótesis fueron afinadas luego de que, como tercer momento metodológico, se procedió a capturar y luego a analizar datos cualitativos obtenidos mediante la realización de un foro internacional sobre asociatividad; de dos talleres de discusión con actores vinculados a proyectos representativos de experiencias asociativas locales, y, finalmente, de la aplicación de 16 entrevistas personales a informantes seleccionados como calificados para dar su opinión sobre la problemática de la asociatividad empresarial, con énfasis en la pequeña y mediana empresa. También los datos cualitativos, una vez analizados, sirvieron de referencia el momento en que se procedió a diseñar la encuesta como instrumento para la captura de datos de índole cuantitativo.

En el caso de la encuesta, esta fue aplicada, luego del respectivo cálculo estadístico, a 251 propietarios de pequeñas y medianas empresas afiliadas a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha –CAPEIPI–, los cuales fueron seleccionados de forma aleatoria de la base total de empresas afiliadas a la CAPEIPI, considerando los principios del muestreo probabilístico estratificado según el producto que fabrican las empresas.

Luego, los datos obtenidos a través de la encuesta fueron analizados tanto desde la óptica univariada como de la multivariada. En el caso del análisis multivariado se usó como método de análisis al análisis factorial, con el propósito de hacer un ejercicio de reducción de datos, de tal forma que al final se pueda identificar un grupo homogéneo de variables llamadas factores. Con el análisis de datos ejecutado, como paso final se realizó el ejercicio estadístico de prueba de hipótesis, el cual nos sirvió como soporte del proceso de identificación y descripción de las principales conclusiones a las que hemos llegado con este estudio.

La primera conclusión obtenida con esta investigación tiene que ver con la confirmación que se genera sobre el hecho de que “sí” existe una relación entre la facilitación de procesos asociativos y la presencia, en un determinado territorio, de una cultura asociativa previa. Esta confirmación coincide con lo que diferentes autores, que fueron señalados anteriormente, han venido proponiendo a través de los postulados de las teorías a las cuales representan y respaldan.

La segunda conclusión tiene que ver, en cambio, con la confirmación de la relación que existe entre la capacidad asociativa de las personas y la presencia, en un

determinado lugar geográfico, de capital social. Esta confirmación, de igual manera que la anterior, coincide con los postulados teóricos de los autores que han venido explicando la problemática de la asociatividad empresarial desde el lado del accionar de factores extraeconómicos.

Ahora, vayamos a la explicación de la tercera conclusión, que consideramos uno de los aportes más significativos de esta investigación. Según el análisis de datos realizado y la aplicación de la respectiva prueba estadística de hipótesis, se concluye que a la hora de lograr un fortalecimiento efectivo del sector empresarial, específicamente el de las pequeñas y medianas empresas, a través de prácticas asociativas, se debe trabajar en el accionar “equilibrado” tanto de factores económicos como extraeconómicos. Esta conclusión ayuda a romper las posiciones, que en diferentes extremos –énfasis en factores económicos o énfasis en factores extraeconómicos– han tendido a mantener los autores de las dos líneas de pensamiento relacionadas con la explicación de la problemática de la asociatividad empresarial, y que fueron explicadas en líneas anteriores.

Lo que se acaba de presentar aparece en el capítulo No. 2, sobre el referencial teórico. La metodología utilizada se describe en el capítulo No.3. El capítulo No.4, en cambio, se enfoca en describir los resultados obtenidos en el análisis de datos cualitativos y cuantitativos levantados a través de la presente investigación. Finalmente, en el capítulo No.5, se expone el detalle de las principales conclusiones a las que hemos llegado con este estudio investigativo.

## **2. Referencial teórico.**

### **2.1. Cómo es entendido el concepto de asociatividad a nivel del ámbito empresarial.**

Para explicar cómo es entendido y puesto en práctica el concepto de asociatividad empresarial, vamos a realizar un recorrido sobre los fundamentos teóricos que se encuentran detrás, en primer lugar, de la asociatividad como concepto, y, en segundo lugar, de los factores económicos y extraeconómicos que deben ser tomados en cuenta a la hora de plantear un modelo asociativo, orientado al mejoramiento situacional de pequeñas y medianas industrias.

#### **2.1.1. Entendiendo el concepto de asociatividad.**

En primer lugar, debemos señalar que el término “asociatividad” aún no ha sido incorporado como parte de las palabras reconocidas por la Real Academia Española. Más bien es un concepto que se ha ido difundiendo y posicionando en el entorno de los investigadores, académicos, empresarios y organismos nacionales e internacionales preocupados por la búsqueda de alternativas dirigidas al mejoramiento situacional del tejido empresarial de las distintas naciones.

De ahí que no resulta rara la tendencia a reconocer a la asociatividad como una estrategia que se ha ido constituyendo en un requisito clave para que las empresas, por un lado, sobrevivan, y, por otro, tengan la posibilidad de crear ventajas competitivas sostenibles en el tiempo (Narváez y otros 2008, 78).

Lo que sí encontramos en el Diccionario de la Real Academia Española es la definición del concepto “asociar”: “juntarse, reunirse para algún fin”<sup>1</sup>, el cual, como lo vamos a ver enseguida, se ha ido convirtiendo en la base del planteamiento de diferentes definiciones sobre el concepto clave de este estudio, “la asociatividad con fines empresariales”.

De acuerdo con varios estudiosos e instituciones relacionadas con la asociatividad empresarial, esta es entendida de la siguiente manera:

- Asociatividad empresarial “es un proceso orientado a la búsqueda de la cooperación interempresarial con el propósito de mejorar la gestión y la productividad en la época de la globalización”<sup>2</sup>.
- La asociatividad debe verse como un medio que ayuda a la creación de ventajas competitivas empresariales gracias al trabajo cooperativo que hacen las empresas a lo largo de las distintas etapas que conforman la cadena de valor de un determinado producto, con el propósito de lograr una mayor participación en los diferentes mercados en donde se presentan oportunidades para hacer negocios (Romero 2002, 3).
- Según el Centro de Productividad de Tolima, “la asociatividad es la capacidad de una cadena productiva para trabajar juntos, mediante el desarrollo de esquemas de trabajo que permitan obtener beneficios en cuanto a la disminución de costos y sincronización de la cadena para el incremento de la competitividad”<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Real Academia Española. [www.rae.es](http://www.rae.es). Visita realizada el 16 de agosto de 2009.

<sup>2</sup> Ministerio de Comercio, Industrias y Turismo de Colombia. [www.mipymes.gov.co](http://www.mipymes.gov.co). Visita realizada 15 de agosto de 2009.

<sup>3</sup> Ministerio de Comercio, Industrias y Turismo de Colombia. [www.mipymes.gov.co](http://www.mipymes.gov.co). Visita realizada 15 de agosto de 2009.

- 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 y Martínez 2001, 312).
- Asociatividad es un espacio en donde las empresas, sobre todo las de tamaño pequeño y mediano, de forma independiente –jurídica y gerencial– llevan a cabo una acción en equipo; eso sí, sobre la base de un fin compartido por todos los actores participantes (Rosales 1997, 97).

En todas estas definiciones existe una coincidencia principal relacionada con el hecho de que el trabajo en conjunto al final genera un efecto positivo directo en el fortalecimiento empresarial<sup>4</sup>, resumido a través de un concepto que casi todos los autores mencionan: “la competitividad”<sup>5</sup>. Sin mencionar, por cierto, las causas que están detrás de ese efecto, considerado netamente de carácter económico.

De ahí la importancia de llevar a cabo un estudio como este, que, ante todo desde la óptica teórica, busque demostrar la influencia que genera el comportamiento de variables extraeconómicas en un proceso asociativo. Así se contribuye, quizá, a eliminar muchos de los obstáculos que han impedido una mayor utilización de la asociatividad, como estrategia de cooperación colectiva.

Otro aspecto que se resalta en algunas de las definiciones expuestas es que la asociatividad tiene una alta aplicabilidad exclusivamente para el sector de la

---

<sup>4</sup> El fortalecimiento empresarial viene a ser el objetivo común que por lo general está detrás de un proceso asociativo.

<sup>5</sup> Competitividad es “la capacidad que tienen las empresas de un país de ofertar productos y servicios de una manera sostenible e incremental” (Consejo Nacional de Competitividad 2004, 6).



pequeña y mediana industria –PYMI–. Pero, ante esta tendencia, se debe tener claro que para que funcione un proceso asociativo en un territorio necesariamente se requiere también de la participación de las grandes empresas. De ahí que toda iniciativa de asociatividad empresarial debe ver al tejido empresarial como un conjunto interconectado de empresas de todo tamaño: grande, mediano, pequeño y micro<sup>6</sup>.

En lo que sí estamos de acuerdo es en que, por las características de los componentes que conforman un determinado tejido empresarial, como lo plantea Montagna, los pequeños productores ven mejorada, en mayor grado, su competitividad, gracias al impulso de prácticas asociativas, ya que les permite afrontar de mejor manera aquellas debilidades relacionadas con las reducidas escalas de producción y con las dificultades para acceder a nuevas tecnologías (Montagna 2004, 1).

Entre los principales beneficios que obtienen las PYMI cuando deciden asociarse están los siguientes: a) mayor posibilidad de ingresar a nuevos mercados o consolidarse en los existentes, b) diversificación de la demanda, c) posibilidad de exportar aprovechando el cambio estacional, d) menores costos de producción, e) efecto remolque sobre el conjunto, f) beneficios derivados de la información, g) nuevos conocimientos, h) imagen (Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional 2003, 5-7).

---

<sup>6</sup> En términos generales, cada vez, la competitividad de las economías depende de que las empresas grandes tiendan a interactuar y cooperar de forma eficaz con el resto de empresas que forman el tejido empresarial de un país o región, independientemente de su tamaño ( Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional 2003, 1)

Ahora, una vez entendida la definición de asociatividad como aquella alternativa estratégica a través de la cual un grupo de personas y/o empresas pueden alcanzar un objetivo común, manteniendo al mismo tiempo, por un lado, su independencia individual en ciertos aspectos y, por otro lado, optimizando al máximo los recursos con que cuentan los miembros del grupo asociativo, pasemos a analizar el espacio<sup>7</sup> en el cual la asociatividad, desde el punto de vista empresarial, según algunos tratadistas y organizaciones promotores del desarrollo económico de las naciones, tiende a generar los mayores impactos en el desempeño de las empresas objeto del proceso asociativo.

El espacio en donde la asociatividad obtiene mejores resultados es el territorio visto más allá de la óptica geográfica, ya que este no es solo una superficie, es el lugar en donde se tejen las redes de relaciones; razón por la cual cada vez “es entendido como un espacio social que juega un papel activo” (Valdez 2006, 92).

De ahí que autores como Albuquerque<sup>8</sup> plantean que la asociatividad está vinculada con los procesos de desarrollo económico local (Albuquerque y otros 2002, 12), los cuales, como sabemos, para su consolidación necesariamente tienen que girar alrededor de una variable fundamental: el territorio geográfico en donde se desenvuelve un determinado agrupamiento social<sup>9</sup>. Este agrupamiento social para lograr cambios trascendentales en los diferentes ámbitos del quehacer de una sociedad requiere de prácticas sistemáticas y persistentes de interacción social; de

---

<sup>7</sup> De acuerdo con Milano y Constant: “Espacio es siempre el que se crea, sea un cuerpo cósmico, un ambiente natural, un acuerdo económico, una reunión social, una exposición de artes” (Milano y Constant 2005, 105).

<sup>8</sup> Francisco Albuquerque es uno de los principales investigadores expertos en el estudio y mejoramiento de procesos de desarrollo económico local para América Latina.

<sup>9</sup> En la práctica, el concepto de asociatividad ha servido de base para el surgimiento de estrategias colectivas que utilizan las empresas desde lo local para enfrentar los desafíos de la globalización. (Narváz y otros 2008, 76).

esta manera se encuentra el nexo entre desarrollo económico local y trabajo asociativo entre los pobladores de un determinado territorio (Gallicchio 2010, 21).

A los procesos asociativos que toman como punto de referencia el lugar geográfico alrededor del cual se agrupan las personas y empresas con el propósito de lograr un objetivo común, los tratadistas han dado nombres como distritos industriales<sup>10</sup> y *cluster*<sup>11</sup>. Estos, en último término, son estrategias colectivas, como dijimos anteriormente, basadas en los principios generales de la asociatividad.

Dentro de las definiciones que vimos sobre asociatividad, un elemento que también se resalta es el efecto de la presencia de un objetivo común alrededor de los procesos asociativos. Sobre este aspecto, Mancur Olson, principal exponente de la teoría de la lógica de la acción colectiva, señala que los objetivos e intereses comunes inciden de forma directa en la actitud de las personas por trabajar de forma colectiva (Olson 1992, 16-17).

Antes de finalizar, es importante resaltar que, desde el punto de vista de los tipos de asociatividad, la asociatividad de carácter territorial es solamente uno de ellos, ya que un proceso asociativo, según Montagna, puede tener los siguientes enfoques: a) asociación por territorios, b) asociación por tipo de actividad, c) asociación de acuerdo con la demanda de mercado, d) asociación para proyectos de inversión, e) asociatividad vertical u horizontal (Montagna 2004, 2-3). Ahora, lo que sí debemos señalar es que la asociatividad territorial tiene un carácter abarcativo; pues dentro de esta es totalmente viable la práctica de los otros tipos de asociatividad.

---

<sup>10</sup> Alfred Marshall fue quien acuñó este término a finales del siglo XIX.

<sup>11</sup> Michael Porter es el tratadista que por primera vez habló de *clusters* a finales de la década de los ochenta del siglo anterior.

### **2.1.2. La asociatividad vista desde la óptica de los distritos industriales, los *clusters*, las redes empresariales, las cadenas productivas y la capacidad de emprendimiento.**

Desde finales del siglo XIX, cuando Alfred Marshall hizo su propuesta de “distritos industriales”, hasta la década de los ochenta del siglo XX, cuando Michael Porter propone a los *clusters* como fuente de ventaja competitiva para las empresas que se unen alrededor de un fin común, la asociatividad en aglomeraciones empresariales ha sido tratada y practicada básicamente como un medio para el logro de objetivos económicos y, también, como una consecuencia o efecto del comportamiento de variables, principalmente de carácter económico.

En ese escenario teórico, muy vinculados a las teorías de los distritos industriales y de los *clusters*, aparecen también los planteamientos teóricos y prácticos sobre las redes y cadenas empresariales, ya que, justamente, el lugar en donde mejor se observa el funcionamiento de una red o de una cadena productiva es el territorio tratado como espacio de una acción colectiva determinada.

#### **2.1.2.1. La asociatividad vista desde la óptica de los distritos industriales.**

Si partimos de la premisa explicada en líneas anteriores, de que el espacio en el cual de mejor manera funciona un proceso asociativo es el territorio geográfico, necesariamente debemos analizar y así entender el alcance de la asociatividad, como alternativa de mejoramiento de un sector productivo, a través del estudio, en

primer lugar, de los denominados distritos industriales<sup>12</sup>, para luego analizar, bajo el mismo enfoque, a los *clusters*.

El concepto de distrito industrial introducido por Marshall en 1890<sup>13</sup> adquiere importancia a finales de los setenta, según Piñeres, “cuando el éxito económico obtenido en algunas regiones de Italia contribuyó a validarlo, pues se encontró que el buen desempeño de las empresas italianas estaba vinculado, en alto grado, con el postulado planteado por Marshall de que el crecimiento económico de un distrito estaba determinado por: la proximidad geográfica de las empresas, la especialización industrial, la fuerte y cercana colaboración interempresarial, la competencia interempresarial basada en la innovación, la identidad sociocultural, la activa capacidad organizacional para mejorar y un apoyo importante de parte de los gobiernos municipales y regionales” (Piñeres 2004, 36).

De acuerdo con Giacomo Becattini, “los distritos industriales se definen como una entidad socio-territorial caracterizada por la participación activa, en un territorio delimitado, natural e históricamente determinado, de una comunidad de personas y de un grupo de empresas industriales” (Becattini 1989, 113).

Otra definición es la que se obtiene a partir del trabajo de Fabio Sforzi; en donde se resalta que los distritos industriales sirven para explicar la eficiencia de las pequeñas empresas y el cómo los lugares, vistos como identificadores geográficos de los distritos industriales, son una especie de máquinas sociales generadoras de

---

<sup>12</sup> Término acuñado por Alfred Marshall en su obra *Principios de Economía* y definido como “una industria concentrada en ciertas localidades” (Marshall 2005, 315-316).

<sup>13</sup> En las propuestas de Marshall sobre los distritos industriales pesa mucho la forma como este concebía a la vida que los seres humanos llevan a cabo dentro de una sociedad. Pues, según Marshall, “la vida de una sociedad es algo más que la suma de las vidas de sus miembros individuales” (Marshall 2005, 29).

sistemas de valores e instituciones, orientadas a satisfacer la necesidad de integración social (Sforzi 2006, 39).

Finalmente, tenemos la definición de Valdez en donde se resalta que un distrito industrial puede ser considerado como un lugar productivo, en donde el elemento territorial no solo se plantea como proximidad geográfica, sino también como el escenario en donde están inmersos los procesos sociales locales, constituyéndose así en el nexo que articula a toda la colectividad (Valdez 2006, 17). Ese nexo se caracteriza por la existencia de una articulación entre empresas y de una forma de organización productiva en donde el tejido social y sus interrelaciones juegan un rol clave (Valdez 2006, 26-27).

En estas definiciones se relievan tres aspectos claves: el factor territorial, la alta participación de pequeñas y medianas empresas,<sup>14</sup> y el hecho de que en un distrito industrial existe una propensión a la generación de una fuerte cohesión socioeconómica y de unas intensas relaciones de cooperación interempresarial.

#### **2.1.2.1.1. Los distritos industriales y el factor territorial.**

Con respecto a la dimensión territorial, la existencia de esta es de gran importancia a la hora de promover distritos industriales, ya que el sistema de las relaciones que se dan entre los diversos actores está altamente influenciado por el dinamismo en

---

<sup>14</sup> Las micro, pequeñas y medianas empresas, en la perspectiva de Marshall, de acuerdo a Piñeres, “tendrían mayores habilidades para competir si se aglomeran en una región en torno a una industria específica, generando una serie de ventajas que incluyen talento humano capacitado, acceso a materias primas especializadas, una difusión constante de conocimiento para innovar y una serie de servicios de apoyo que facilitarían un ambiente de negocios favorables” (Piñeres 2004, 35).

que opera una serie de factores económicos y extraeconómicos dentro de un determinado lugar geográfico.

Cuando un grupo de empresas dedicadas a una determinada actividad económica escogen situarse en cierta localidad –territorio–, por lo general tienden a permanecer por largo tiempo, ya que son muy grandes las ventajas que obtienen gracias a los beneficios generados por el predominio de la mutua proximidad entre industrias agrupadas (Marshall 2005, 318).

Otra ventaja de la mayor concentración geográfica de agentes económicos y de la mayor difusión de relaciones horizontales y cooperativas entre los diferentes sujetos sociales es el fortalecimiento de la sociedad civil (Vetturini y otros 2007, 337), que aumenta así su capacidad de participación ciudadana. Además, la existencia de experiencias organizativas en un territorio se convierte en facilitadora de todo tipo de emprendimiento local (Pintos 2008, 219).

Como podemos observar, el interés del trabajo de Marshall, por resaltar las ventajas que ofrece la localización de industrias en ámbitos espaciales reducidos, es totalmente válida y efectiva, ya que a través de esta se logra el aprendizaje compartido, gracias a que el conocimiento y experiencias tienden a fluir, en forma de información, dentro de la localidad; el compartimiento de los beneficios –costos unitarios inferiores– por el uso de maquinaria altamente especializada y costosa, que es usada por industrias subsidiarias dedicadas a una determinada rama del proceso de producción, y el surgimiento de un mercado constante de mano de obra especializada, entre las más importantes (Marshall 2005, 318-319).

Ahora, lo que sí debemos añadir, junto a estas explicaciones economicistas del territorio como variable clave del estudio de una aglomeración empresarial, es que las empresas asentadas en una determinada localidad ven al territorio como una base cultural, ya que el desarrollo de sus capacidades competitivas se produce en colaboración con las características del entorno que las rodea (Silva 2005, 84), compartiendo así, de forma interrelacionada, costumbres y tradiciones propias de la región geográfica en donde operan. De ahí la importancia de estudiar a profundidad dentro de la problemática de la asociatividad empresarial esos factores que hemos llamado “extraeconómicos”.

#### **2.1.2.1.2. Los distritos industriales y las empresas de distinto tamaño.**

En lo que tiene que ver a la presencia de empresas según su tamaño en un distrito industrial, debemos señalar que esta se puede caracterizar por la existencia de una o más empresas grandes junto a un tejido inmenso de pequeñas empresas o por la ausencia de grandes empresas (Poma 2000, 44).

Según Longás, “en el caso de que exista el predominio de una o más grandes empresas en un distrito estas pueden crear sus propias economías de aglomeración y en la misma medida prescindir de características espaciales que a priori pudieran parecer necesarias para atraer nuevas empresas. Así hay ensambladoras finales que inducen a sus proveedores a localizarse en las proximidades de sus nuevas plantas. En la medida en que las grandes empresas consigan la localización de sus



entramados de proveedores, se puede generar un proceso de crecimiento acumulativo ampliado a otras actividades económicas” (Longás 1997, 174).

Cuando las PYMI, en cambio, predominan en un distrito, de acuerdo con la Dirección General de Política de España, estas podrían beneficiarse de la ejecución de proyectos asociativos orientados a la búsqueda de mercados internacionales por las siguientes razones: el mercado local se ha quedado pequeño, permite aprovechar al máximo la capacidad de producción instalada a través del acceso a mercados de mayor volumen, existe escasez de ciertos productos en el exterior, oportunidad para ganar prestigio en el mercado interno al salir fuera y la posibilidad de contrarrestar la dura competencia interna o el ataque de un competidor internacional presente en el propio territorio (Dirección General de Política de la PYME de España 2003, 5-6).

#### **2.1.2.1.3. Los distritos industriales y la cooperación interempresarial.**

El otro aspecto clave de la conformación de los distritos industriales es la cooperación interempresarial que se da en su interior. Para comprender este concepto, primero expliquemos lo que se entiende por cooperación: “es un proceso a través del cual se unen esfuerzos, recursos y talento para reducir gastos y riesgos en la ejecución de un proyecto común, constituyéndose, así, en una vía eficaz para acceder, por ejemplo en el caso de las PYME, a los mercados internacionales” (Dirección General de Política de la PYME de España 2003,14).

Entre los principales beneficios que pueden obtener las PYME a la hora de cooperar están: acceso más fácil, rápido y barato a los mercados, a la información y a la tecnología; obtención de economías de escala al ampliar el volumen de ventas gracias a la incursión en nuevos mercados; acceso a recursos y al aprendizaje de las habilidades del otro, y la posibilidad de compartir riesgos (Dirección General de Política de la PYME de España 2003, 15-16)

Dentro del análisis de la cooperación interempresarial, es importante que subrayemos la relación que tiene esta con los postulados teóricos del denominado capital social, que estudiaremos detenidamente en un capítulo posterior, ya que las empresas en los distritos industriales, al compartir recursos, una cultura productiva y un entorno social y cultural, estimulan las relaciones y la cooperación. Una cooperación, eso sí, no desarticulada del proceso social e histórico que se vive en el territorio<sup>15</sup> (Valdez 2006, 27).

#### **2.1.2.2. La asociatividad empresarial vista desde la óptica de los *clusters*.**

El concepto original “marshalliano” sobre distritos industriales, llamado también “modelo italiano de asociatividad”, que se acaba de analizar ha sufrido cambios, principalmente desde la perspectiva económica (Valdez 2006, 20). Quizá un buen ejemplo de esa evolución es el planteamiento que Michael Porter hace sobre los *clusters* como estrategia colectiva basada en la asociatividad empresarial.

---

<sup>15</sup> Las relaciones entre los grupos sociales de un territorio son consecuencia de una evolución histórica. Por esa razón es que al territorio se lo debe ver como producto de la sedimentación histórica de un conjunto de relaciones sociales (Valdez 2006, 93).

El concepto de *clusters*<sup>16</sup> fue identificado por Porter en su obra *La ventaja competitiva de las naciones*, en donde resalta que “la presencia de los *clusters* significa que buena parte de la ventaja competitiva se encuentra fuera de la empresa” (Porter 2003, 204), es decir, en los elementos del denominado diamante<sup>17</sup> explicativo de la ventaja competitiva nacional y/o regional. De ahí que según este diamante competitivo las empresas no existen en una especie de vacío social, sino que operan en entornos geográficos, económicos, sociales y culturales específicos (Perego 2003, 23).

Ahora, partamos exponiendo la definición del mismo Porter: los *clusters* “son concentraciones geográficas de empresas interconectadas, suministradores especializados, proveedores de servicios, empresas de sectores afines e instituciones conexas –por ejemplo universidades, institutos de normalización, asociaciones comerciales– que compiten pero que cooperan también” (Porter 2003, 203).

En esta definición podemos observar, como se señaló en líneas anteriores, la gran influencia proveniente de una de las más antiguas herramientas de análisis competitivo desarrolladas por el mismo Porter, denominada “diamante competitivo”. Quizá el avance que incorpora el autor a la propuesta de este “diamante” es el análisis de las variables: concentraciones geográficas y empresas interconectadas, las cuales, como lo vimos al estudiar los fundamentos básicos de los distritos industriales, están directamente relacionadas con los postulados dados por parte de Alfred Marshall.

---

<sup>16</sup> La traducción en español es la de “cúmulos”.

<sup>17</sup> Los componentes del diamante competitivo son: estrategia, estructura y rivalidad de la empresa, condiciones de la demanda, condiciones de los factores, y sectores conexos y de apoyo (Porter 1991,111).

La gran diferencia entre el planteamiento de Marshall y el de Porter es que este último, en su análisis, pone un gran énfasis en variables económicas como innovación, productividad y alto grado de competencia entre empresas<sup>18</sup>, las cuales, a través de este estudio, trataremos de demostrar que no son las únicas generadoras de los efectos positivos de un proceso de asociatividad empresarial<sup>19</sup>.

Otras definiciones sobre el concepto *clusters* dadas por otros autores y organizaciones que apoyan al sector productivo, y que se alinean bastante bien al postulado inicial dado por Porter, son las siguientes:

- *Cluster* es entendido como aquel espacio en donde, como producto de la interacción de diversos actores, de forma vertical, en la cadena de valor sectorial, se tiende a incluir a proveedores de insumos principales y a empresas relacionadas con industrias auxiliares. En lo que respecta a la extensión lateral –horizontal o transversalmente–, estos tienden a considerar la participación de actores que tienen vinculación directa con la tecnología y otros sectores relacionados. También, muchos de los *clusters* tienden a incluir a diversas organizaciones relacionadas con el sector público, el sector educativo, el sector de parques tecnológicos y de servicios de información, reciclaje y apoyo técnico (Molina y otros 2004, 57).

---

<sup>18</sup> En la propuesta de Porter la cooperación está subordinada a la regulación que una empresa puede ejercer sobre otras del conjunto. Por otro lado, desde la óptica estratégica, esta se basa en la competencia originada en la intensificación de la rivalidad empresarial, en donde la cooperación está supeditada a las aspiraciones individuales de los sujetos (Valdez 2006, 24). De ahí que el planteamiento porteriano resalta a la calidad del entorno económico presente en un territorio como la que incide directamente en el refinamiento y la productividad con que compiten las empresas (Porter 2003, 216).

<sup>19</sup> Ahora, lo que sí debemos reconocer cuando se revisa la teoría de los *clusters* desarrollada por Porter es que, a pesar de concentrar su propuesta en el afinamiento de los efectos económicos provenientes de los elementos que conforman el diamante competitivo de una región o nación, al menos deja planteada la sugerencia de que teorías como la de redes, de capital social y del compromiso cívico pueden ayudar a entender el origen de la prosperidad económica (Porter 2003, 232-233).

- Un *cluster* es aquel que agrupa, en un mismo lugar geográfico, a varias empresas especializadas en determinada actividad económica y, sobre todo, que funcionan bajo un enfoque de interacción elevada (Altenburg 2001, 8).
- *Cluster* o cadena productiva “es una concentración geográfica de empresas que tienen relaciones entre sí y al hacerlo, crean un proceso dinámico donde todas ellas pueden mejorar su desempeño, competitividad y sostenibilidad a largo plazo” (Consejo Nacional de Competitividad 2004, 5).

### **2.1.2.3. La asociatividad empresarial vista desde la óptica de las redes y cadenas productivas.**

Tanto en la propuesta de los distritos industriales como en la de los *clusters*, la presencia de las redes y cadenas productivas es un aspecto que está presente de manera permanente, razón por la cual es necesario que también lo analicemos, con el propósito de disponer de mayores elementos a la hora de estudiar los factores económicos y extraeconómicos que se encuentran detrás de un proceso asociativo.

De lo que hemos podido observar, uno de los elementos básicos de la asociatividad generada dentro de distritos industriales o *clusters* es la intensa presencia de relaciones entre empresas y otros actores vinculados directamente al proceso asociativo. Cuando hablamos de relaciones interempresariales, obligadamente estamos hablando sobre la constitución de redes, entendiéndose por una red con enfoque empresarial al conjunto de relaciones que las empresas establecen, para mejorar su competitividad, con actores diferentes vinculados al entorno productivo e institucional en el que se desenvuelven (Dini 2010, 20).

Montoro, por su parte, cuando habla de redes resalta que estas son nuevas formas de organización en donde se unen, bajo un enfoque de relaciones de largo plazo, dos o más organizaciones con el propósito de lograr o mantener una ventaja competitiva determinada (Montoro 2000, 191).

En las definiciones que acabamos de exponer, el elemento común que se halla presente es el de las relaciones, interconexiones o lazos<sup>20</sup> que se construyen entre los actores que forman parte de una aglomeración empresarial. De ahí que en este punto vale la pena analizar los planteamientos que hace Albert Hirschman sobre un concepto que él acuñó, “los eslabonamientos<sup>21</sup>”, y que, vamos a ver, tiene directa relación con esas relaciones “en cadena” que surgen en las redes distritales.

Para Hirschman, tal como lo empleó en *La estrategia del desarrollo económico*, los eslabonamientos tenían un significado más específico y concreto: eran un ejemplo de mecanismo de inducción o incentivación operante dentro del sector de las actividades directamente productivas (BID 1995, 114). Los principales tipos de eslabonamientos que fueron identificados por Hirschman son: hacia atrás, aquellos que estimulan a los sectores que suministran los insumos para dichas actividades, y hacia adelante, los eslabonamientos que buscan promover nuevas actividades que utilicen el producto de aquellas (BID 1995, 115).

---

<sup>20</sup> Una característica del distrito industrial es la existencia de fuertes interconexiones locales en la producción, lo cual da origen a la creación de una red de transacciones, como producto de la división territorial del trabajo (Longás 1997, 183).

<sup>21</sup> El concepto de eslabonamiento fue acuñado por Hirschman, de ahí él mismo señala que este se ha vuelto hasta tal punto parte integral del vocabulario de la economía del desarrollo que ya tiene el carácter de un término genérico, y cuando se invoca no siempre se menciona a su creador (BID 1995, 114).

Este enfoque de los eslabonamientos, en términos más generales, tiene que ver con las denominadas cadenas productivas, las cuales son espacios en donde se da una interacción entre las empresas productoras de un determinado bien y/o servicio con las empresas proveedoras de insumos y aquellas dedicadas a la distribución y venta de los productos (Dini 2010, 77).

Como podemos ver, la teoría de redes está directamente relacionada con la cooperación interempresarial, requisito clave del funcionamiento de la asociatividad a través de aglomeraciones empresariales, ya que, al final de cuentas, “las redes son formas de cooperación caracterizadas por la existencia de una multitud de acuerdos, llevados a cabo entre un gran número de participantes y que puede relacionar no solo a empresas de distintos países, sino a estas con otro tipo de organizaciones públicas o privadas, entidades financieras, etc.” (Dirección General de Política de la PYME de España 2003, 36).

Cuando las industrias asentadas en cierta localidad trabajan de forma cooperada, tienden a beneficiarse de un flujo dinámico de transferencias de inventos y de maneras mejoradas de los procesos de organización productiva, es decir, esa forma de actuar se convierte en fuente de otras nuevas ideas (Marshall 2005, 318). A este comportamiento también lo podríamos denominar “efecto derrame”.

#### **2.1.2.4. La asociatividad empresarial vista desde la óptica de la capacidad de emprendimiento.**

En el funcionamiento de los distritos industriales, los *clusters*, las redes empresariales y las cadenas productivas existe un elemento clave directamente relacionado con el comportamiento humano, al cual vamos a denominar “capacidad de emprendimiento”.

Cuando hablamos de emprendimiento, según la Real Academia Española –RAE–, nos referimos a la “acción y efecto de emprender”<sup>22</sup>, entendiéndose emprender, de acuerdo con la misma RAE, como “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o riesgo”<sup>23</sup>. Es decir que cuando se habla de capacidad emprendedora, nos referimos a aquella forma de actuar orientada hacia la consecución de algún propósito a base del trabajo y esfuerzo de ser humano; eso sí, acompañada de la presencia de determinadas dosis de la posibilidad de que factores externos al proyecto del emprendedor se activen y afecten su curso normal.

De ahí que “el concepto de asunción de riesgos es una cualidad que se utiliza con frecuencia, para describir el espíritu emprendedor” (Lumpkin y Dess 1996, 144).

Esta capacidad de emprendimiento aplicada al campo empresarial, de acuerdo con lo que propone Joseph A. Schumpeter en su libro *Teoría del desenvolvimiento económico*, está directamente vinculada con el trabajo creativo e innovador que

---

<sup>22</sup> Real Academia Española. [www.rae.es](http://www.rae.es). Visita realizada el 25 de noviembre de 2012.

<sup>23</sup> Real Academia Española. [www.rae.es](http://www.rae.es). Visita realizada el 25 de noviembre de 2012.



realiza el emprendedor. De ahí que, en pocas palabras, el emprendedor es definido como aquella persona capaz de “llevar efectivamente a la práctica nuevas combinaciones” (Schumpeter 1976, 88). Cuando se habla de combinaciones, se refiere a la forma como los factores de la producción son combinados con el objetivo principal de obtener un determinado bien y/o servicio.

Ahora, lo que sí debemos aclarar es que ese trabajo, dependiendo de la actitud individualista y/o asociativa de cada persona, se puede llevar a cabo bajo el enfoque de un emprendimiento individual o asociativo; un aspecto que ayuda a que se den emprendimientos asociativos es que las personas consideradas con características emprendedoras tienden a tener claro quiénes son, qué saben y quiénes –otras personas- saben (Sarasvathy 2001, 250), siendo el último punto el que ayudaría al impulso de emprendimientos con enfoque asociativo.

En el caso de la promoción de *clusters* y/o de distritos industriales que se explicó en los puntos anteriores, justamente es la actitud hacia el trabajo asociativo de las personas que habitan un determinado lugar geográfico lo que hace que el trabajo en equipo de las diferentes empresas que los integran se convierta en el gran impulsor de una serie de acciones dirigidas hacia la consecución del objetivo productivo que, normalmente, tiende a perseguir. También influirá, como es obvio, la forma en que se tienden a organizar las industrias de la localidad objeto de asociatividad productiva.

Un buen ejemplo de proyecto asociativo en donde se observa la interacción de diferentes actores productivos, gubernamentales y educativos es Silicon Valley, en

Estados Unidos de Norteamérica, en donde se palpa que la asociatividad impulsada entre varias personas u organizaciones vinculadas a determinada actividad económica tiende a generar un crecimiento económico para los miembros de las comunidades ubicadas en ese lugar geográfico (Venkataraman 2004, 155), de modo que la forma de emprendimiento asociativo se convierte en un factor clave a la hora de lograr una transformación regional (Venkataraman 2004, 156).

De ahí toma fuerza el hecho de que, desde el punto de vista del estudio de la calidad de las relaciones que se dan entre los seres humanos, se analice con detenimiento el comportamiento de aquellas variables que se encuentran detrás de conceptos como el capital social, que analizaremos en puntos posteriores dentro de este trabajo investigativo, ya que son las personas las que harán que el emprendimiento individual y/o asociativo funcione de acuerdo con los fines que han sido definidos como norte del proyecto que se piensa ejecutar.

### **2.1.3. La asociatividad empresarial y su relación con el enfoque de sistemas.**

Todo el análisis realizado hasta ahora sobre la asociatividad y su relación con las teorías de distritos industriales, *clusters*, redes y cadenas productivas tiene un fuerte vínculo con la teoría de sistemas, ya que, por ejemplo, el enfoque de los distritos industriales a través del concepto de atmósfera industrial<sup>24</sup>, también acuñado por Marshall, como el de los *clusters* por medio de los principios de las eficiencias

---

<sup>24</sup> El distrito industrial “se contrapone al estudio de la empresa como una unidad organizacional individual al plantear un análisis de alcance mayor que considera las relaciones entre las empresas y su ambiente productivo – atmósfera industrial–, definido como el conjunto de relaciones, tangibles e intangibles con las demás unidades productivas e instituciones. En el distrito industrial la producción, entendida como capacidad, conocimiento y valor social, se respira en el aire” (Poma 2000, 41).

colectivas pasivas y activas parten del supuesto de que el territorio en donde se desenvuelven las empresas es un sistema<sup>25</sup>, que viene a ser un conjunto de componentes que interactúan entre sí para el logro de un cierto objetivo.

La teoría de los sistemas surge con los trabajos iniciales del biólogo alemán Ludwig Von Bertalanffy, publicados entre 1950 y 1968. Uno de sus postulados básicos tiene que ver con la afirmación de que se dificulta el análisis y la descripción de un problema el momento que son estudiadas, de forma aislada, las partes y procesos que lo componen. De ahí que un sistema para ser comprendido de forma efectiva debe ser estudiado de manera integrada, es decir, analizando la interacción dinámica de las partes que lo componen (Bertalanffy 1986, 31).

De acuerdo con Bertalanffy, las premisas básicas en que se fundamenta la teoría general de sistemas son las siguientes: los sistemas existen dentro de otros sistemas<sup>26</sup>; los sistemas son abiertos, ya que reciben<sup>27</sup> y descargan efectos en los otros sistemas contiguos, y las funciones de un sistema dependen de su estructura. En lo que se refiere a la composición de un sistema, los elementos básicos de cualquier sistema son el entorno o medio circundante de un sistema<sup>28</sup>, los límites o

---

<sup>25</sup> “La teoría de la organización tradicional utilizaba un enfoque de sistema cerrado altamente estructurado. La teoría moderna ha avanzado hacia el enfoque de sistema abierto” (Freemont y Rosenzweig 1993, 114).

<sup>26</sup> Esta premisa tiene que ver con el concepto de holística: “todos los sistemas, físicos, biológicos y sociales, están compuestos por subsistemas interrelacionados. El todo no es solamente la suma de las partes, sino que el sistema puede ser explicado solamente como una totalidad. La holística es lo contrario del elementalismo, que considera al total como la suma de las partes individuales. El punto de vista holístico es básico para el enfoque de sistemas” (Freemont y Rosenzweig, 1993,110).

<sup>27</sup> Esta premisa se relaciona, según Freemont y Rosenzweig, “al concepto de límites que ayuda a entender la distinción entre sistemas abiertos y cerrados. Los límites fijan el ámbito de las actividades de la organización. En un sistema físico, mecánico o biológico los límites pueden identificarse. En una organización social, estos límites no son fácilmente definibles y están determinados primordialmente por las funciones y actividades de la organización” (Freemont y Rosenzweig 1993, 111).

<sup>28</sup> Es el medioambiente que rodea al sistema, afectándolo y siendo afectado por él.

fronteras que separan al entorno de un sistema, las entradas y salidas,<sup>29</sup> y los componentes<sup>30</sup> (Senn 1990, 55-60).

El origen del pensamiento de sistemas vinculado con la organización y la administración se ubica, según Freemont y Rosenzweig, muchos años atrás. Chester Barnard, en 1938, fue uno de los primeros escritores sobre administración en usar el enfoque de sistemas como un medio para explicar la relación de las organizaciones con su medioambiente interno y externo. Luego han seguido apareciendo otros más, como Mary Parker Follet, en la década de los cuarenta, quien, por ejemplo, ya escribió sobre la administración como un proceso social y la consideró por tanto como un sistema social. Herber Simon y sus colaboradores, en los sesenta, plantearon a la organización como un sistema complejo de toma de decisiones. De ahí en adelante, la tendencia ha sido a una intensificación en el uso del enfoque de sistemas a la hora de analizar a las organizaciones (Freemont y Rosenzweig 1993,114-117).

---

<sup>29</sup> Son los medios a través de los cuales el sistema interactúa con su entorno. De ahí, una entrada es cualquier elemento que ingresa al sistema proveniente del entorno, y una salida es cualquier cosa que egresa del sistema, cruzando los límites hacia el medio circundante.

<sup>30</sup> Constituyen los elementos que trabajan entre sí, dentro del sistema, para lograr un fin específico.

## 2.2. Factores económicos que inciden en la asociatividad empresarial.

Como hemos podido observar a lo largo de este recorrido teórico que acabamos de hacer sobre la asociatividad y sus diversas expresiones como estrategia colectiva, esta es abordada a través de una relación causa-efecto de variables, principalmente de carácter económico, cuyo objetivo último y común es el mejoramiento de la competitividad de las empresas asociadas. Por esta razón, para identificar de una manera más específica a los principales factores económicos que se encuentran alrededor del funcionamiento de un proceso asociativo<sup>31</sup>, vamos a explicar lo que se entiende por fortalecimiento empresarial a través del concepto “competitividad”.

La competitividad es uno de los conceptos más pronunciados en los últimos tiempos. De manera sencilla, significa ser capaz de mantenerse y luego crecer con éxito, en el mediano y largo plazo, en la ejecución de una determinada actividad. De ahí que este concepto es aplicable tanto a nivel empresarial como a nivel personal. Relacionada con esta definición está la posición expresada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática –INEGI- de México, en la cual se resalta a la competitividad como la capacidad que tiene la economía de un país –en donde están todas sus empresas– para competir con la oferta de bienes y servicios, tanto en el mercado interno como en el mercado del exterior (INEGI 1995, 1).

Por su parte, Michael Porter, relaciona a la competitividad directamente con el concepto de productividad bajo una relación de causa-efecto, al señalar: “El único concepto significativo de la competitividad a nivel nacional es la productividad. El

---

<sup>31</sup> En este capítulo no profundizaremos sobre el análisis de los factores económicos vinculados a la problemática de la asociatividad empresarial, ya que estos fueron ya tratados de forma reiterada cuando se analizó a: los distritos industriales, los *clusters*, las redes empresariales y las cadenas productivas.

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, 168), quedando como desafío, para el incremento de la productividad el desarrollo, por parte de los sectores industriales, de una serie de capacidades necesarias para competir en mercados cada vez más complicados (Porter 2003, 168).

De una manera más completa<sup>32</sup>, podemos ver a la competitividad como aquella situación favorable en donde interactúan de forma positiva, en la ejecución de las actividades llevadas a cabo por las personas y/o las empresas, una serie de “capacidades internas” con un conjunto variado de “factores externos”.

Es por esa razón que el mejoramiento de la competitividad empresarial tiene como fuentes directas dos espacios<sup>33</sup>:

- Interno<sup>34</sup>: está relacionado con aquellas acciones de mejoramiento llevadas a cabo por iniciativa de la propia empresa; pudiendo estas acciones de mejora competitiva ser aplicadas en los ámbitos de la producción, la administración, la comercialización y/o el manejo de los recursos financieros.

---

<sup>33</sup> Este enfoque está directamente relacionado con lo que se entiende por competitividad sistémica: “la competitividad sistémica es un modelo para promover un crecimiento pleno y sostenido de la producción per cápita, que implica promover la eficiencia y la modernización de la empresa como el actor fundamental del juego de la hipercompetencia global. Comprende un entorno micro, meso y macro, y promueve diez capitales o factores de la competitividad: empresarial, laboral, organizacional, logístico, tecnológico, macroeconómico, apertura comercial, institucional, gubernamental y social” (Consejo Nacional de Competitividad 2004, 6).

<sup>34</sup> Esta explicación la haremos sobre la base de la discusión llevada a cabo en el curso de Gestión de la Competitividad llevado a cabo por la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, como parte de la Maestría en Dirección de Empresas. Y que luego fue plasmada en el artículo de opinión “¿Qué es competitividad?”, de autoría del investigador, publicado el 11 de diciembre de 2003 en el diario *La Verdad*, de la ciudad de Ibarra.

- Externo: tiene que ver con los esfuerzos de mejora competitiva realizados por aquellas personas y/u organizaciones que operan desde el ámbito externo a la empresa, pero que están relacionadas de manera directa con su actividad principal o giro del negocio. Muchos de estos esfuerzos de mejoramiento de la competitividad empresarial pueden tener su origen, de forma específica, en el accionar positivo de los proveedores de los diferentes tipos de factores de la producción –materias primas, máquinas y equipos, capital, información, mano de obra, capacidad gerencial, etc.–, los compradores –canales de distribución y/o consumidores finales–, los competidores, las organizaciones pertenecientes al gobierno central y/o a los gobiernos locales, y otros actores interesados en la mejora competitiva de determinada actividad económica local, regional y/o nacional.

Al relacionar lo que acabamos de explicar sobre lo que es la competitividad con los factores económicos que están detrás de la asociatividad como estrategia de cooperación colectiva, podemos llegar a señalar que coincidimos con la propuesta<sup>35</sup> que hacen algunos autores sobre el efecto económico que genera un proceso asociativo<sup>36</sup>:

- Entre las principales ventajas que genera la asociatividad a partir de prácticas asociativas como los *clusters*, explicadas a lo largo del trabajo de Altenburg y Meyer-Stamer, se pueden identificar las siguientes: a) posibilidad de acceder a un grupo local de mano de obra calificada; b) atracción generada hacia los compradores de los productos ofrecidos por

---

<sup>35</sup> Justamente, este tipo de propuestas nos pueden ayudar a identificar los factores económicos que están detrás de un proceso asociativo.

<sup>36</sup> Estos efectos económicos pueden servirnos en el momento en que se analicen a profundidad los factores económicos que giran alrededor de un proceso de asociatividad empresarial.

el *cluster*, y c) posibilidad de intercambiar información entre las empresas, instituciones e individuos, con el propósito de promover la creatividad y la innovación del *cluster* (Altenburg y Meyer-Stamer 1999, 1694).

- Algunos de los beneficios de la asociatividad empresarial están relacionados con los siguientes aspectos: a) ampliación de las economías de escala, b) aceleración del proceso de aprendizaje, c) aumento del poder de negociación con clientes y proveedores, d) alcance de objetivos comunes orientados al desarrollo de la competitividad, e) respuesta inmediata a las señales del mercado, f) acceso a servicios inaccesibles de forma individual –financieros, capacitación, estudios de mercado y logística<sup>37</sup>.
- En esta cita se resumen, quizá de buena manera, los efectos económicos que muchos otros autores repiten cuando tratan de explicar los beneficios de la implementación de un modelo asociativo en un determinado sector de actividad empresarial: a) reducción de costos, b) acceso a tecnología y capacitación, c) mejor posicionamiento de mercado, d) acceso a grandes mercados, e) incremento de la productividad, f) acceso a recursos materiales humanos y materiales especializados, g) práctica de economías de escala, h) disponibilidad de información, i) captación de recursos financieros, j) optimización de estándares de calidad, k) desarrollo de nuevos productos, l) ventajas competitivas, m) mejor negociación con clientes y proveedores (Liendo y Martínez 2001, 313).

---

<sup>37</sup> Ministerio de Comercio, Industrias y Turismo de Colombia. [www.mipymes.gov.co](http://www.mipymes.gov.co). Visita realizada 15 de agosto de 2009.



### **2.3. Factores extraeconómicos que inciden en la asociatividad empresarial.**

En el proceso de construcción integrada de procesos asociativos, factores extraeconómicos como confianza, transparencia, autogestión, cooperación, solidaridad, respeto, democracia, relaciones de poder, institucionalización, identidad cultural, compromiso con metas comunes, trabajo en equipo, cambio de la cultura empresarial, etc. pueden ser considerados como algunas de las principales causas cuyo efecto, al final, se ve reflejado en el comportamiento de aspectos económicos como los analizados en el capítulo anterior<sup>38</sup>.

Esto que acabamos de aseverar es, quizá, uno de los aportes de este estudio al mundo académico de la administración<sup>39</sup>, razón por la cual a continuación vamos a explicar brevemente algunos elementos teóricos de esas variables extraeconómicas, que están muy cerca de un proceso de asociatividad empresarial<sup>40</sup>.

#### **2.3.1. El capital social y su relación con la asociatividad empresarial.**

Para que una aglomeración empresarial se pueda convertir en una verdadera fuente de ventaja competitiva, además de aspectos técnico-económicos deben considerarse factores como el capital social y las relaciones simbólicas que se dan

---

<sup>38</sup> No debemos desconocer la importancia de las relaciones económicas entre las empresas y su entorno a la hora de promover asociatividad a través de aglomeraciones empresariales, pero es clave que reconozcamos la importancia de analizar el efecto de las relaciones sociales y culturales que se dan en su alrededor (López y Calderón 2005, 186).

<sup>39</sup> La mayoría de propuestas que se han hecho para mejorar la competitividad utilizando a la asociatividad como medio están enfocadas en aspectos vinculados al ámbito económico, en donde se relleva, básicamente, la importancia de la existencia de recursos físicos, materiales y financieros.

<sup>40</sup> El escaso análisis de la asociatividad en conglomerados empresariales vinculando a factores socioculturales, ha conducido a evitar que se tenga una mejor explicación sobre la dinámica y funcionamiento de estas agrupaciones de empresas (López y Calderón 2005, 167).

dentro de la aglomeración (López y Calderón 2005, 186). Este capital social normalmente se produce, y por lo tanto es identificado, el momento en que se generan cambios en las relaciones entre las personas (Coleman 1988, 100), por esa razón se reconoce que “el capital social es inherente a la estructura de relaciones entre dos o más personas” (Coleman 2011, 386).

Cuando en una sociedad existe un nivel lo bastante alto de capital social, inmediatamente se crean las condiciones propicias “para permitir que las empresas, las corporaciones, las redes y otras organizaciones similares se auto organicen” (Fukuyama 1996, 384). En la misma línea, Kenneth Newton, para relieves la importancia del capital social para una sociedad, señala: “Un buen stock de capital social es prerequisite para un efectivo sistema político” (Newton 2001, 212).

Cuando se habla de capital social, se está hablando 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, 103). Putnam, a su vez, se refiere al capital social como “ciertas características de la organización social como confianza, normas y redes, que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad facilitando la coordinación de acciones” (Putnam 1993, 167). Otro aspecto que también enfatiza Putnam es que “la cooperación espontánea es facilitada por el capital social”, lo cual es un elemento importante a la hora de explicar la relación entre capital social y la asociatividad (Putnam 1993, 167)

Fukuyama, dentro de la misma línea de los anteriores, percibe al capital social como un elemento que para su surgimiento requiere de individuos que actúan de forma

asociativa, es decir, este tipo de capital se basa en la presencia sobresaliente de virtudes de carácter social más que de carácter individual, en donde, predomina una forma de asociarse y de cooperar alrededor de un marco de referencia, establecido por las mismas asociaciones, del cual nace la confianza como elemento clave de la formación del capital social (Fukuyama 2006, 45-46).

Otro autor que da una explicación sobre qué es capital social es Pierre Bourdieu, de la siguiente manera: “Capital social es la unión de los recursos actuales o potenciales que tienen relación con la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizada de conocimientos y de reconocimiento mutuo” (Bourdieu 1980, 2). Y, finalmente, de acuerdo con James Coleman, el capital social se debe entender como el conjunto de recursos que está presente en las diferentes relaciones de autoridad, relaciones de confianza y de asignaciones consensuadas, de derechos, que se producen el momento en que se generan las relaciones sociales (Coleman 2011, 383).

De ahí nos queda claro que el capital social se ve expresado el momento en que tienen lugar las relaciones sociales entre las personas, lo cual, más que lo expusimos en párrafos anteriores, nos lleva a definir al capital social como aquel conjunto de características del comportamiento humano que son evidenciadas el momento en que se generan relaciones entre al menos dos seres humanos.

Al analizar las definiciones que acabaron de ser expuestas, podemos afirmar que el concepto capital social ayuda de manera efectiva a explicar el aspecto intangible de las relaciones que se dan dentro de aglomeraciones empresariales tipo distritos

industriales o *clusters*, ya que incluye conceptos de diversos campos como la reciprocidad, las redes sociales, el desarrollo participativo y la gobernabilidad (Durston 1999,104), sin los cuales las inversiones en capital físico y las inversiones en capital humano serían ineficaces (Licha 2003,127).

Cuando se habla de los aspectos intangibles que se encuentran detrás del capital social, se está hablando de forma directa de variables que, en última instancia, están vinculadas al ámbito cultural de un territorio<sup>41</sup>, las cuales aparecen resumidas a través de lo que se ha denominado las cuatro dimensiones básicas del capital social<sup>42</sup>: a) clima de confianza en las relaciones interpersonales, b) capacidad de asociatividad como base de la construcción de diversas formas de cooperación entre actores, c) conciencia cívica relacionada con cómo la gente actúa frente a lo considerado de interés colectivo y d) los valores éticos, como dimensión decisiva predominante en una sociedad (Kliksberg y Sen 2007, 265-266).

El momento en que incorporamos al análisis de la problemática de la asociatividad empresarial los postulados del capital social que acabamos de analizar, estamos incluyendo elementos intangibles íntimamente vinculados al ámbito del comportamiento humano<sup>43</sup>, los cuales difieren mucho, en su composición y funcionamiento, de los elementos tangibles, tradicionalmente estudiados, como recursos, básicamente económicos, y expresados a través de cosas como máquinas, equipos, infraestructura física, productos, dinero, etc. De ahí que se

---

<sup>41</sup> En las investigaciones de Robert Putnam y James Coleman se muestra, como, factores extraeconómicos pesan fuertemente en desempeño económico y en la sustentabilidad del desarrollo de los países. Esta demostración lo hacen a través del concepto de capital social, el cual tiene que ver de forma directa con la cultura (Kliksberg y Sen 2007, 265).

<sup>42</sup> Estas cuatro dimensiones, debemos resaltar, están cruzadas por la variable cultura (Kliksberg 1999, 90).

<sup>43</sup> Muchas veces el progreso económico y social puede ser explicado a través de variables intangibles como es la cultura, la cual está íntimamente relacionada con el capital social (Kliksberg 1999, 98).

tiende a aseverar que la “capacidad de cooperar socialmente depende de hábitos precedentes, tradiciones y normas” (Fukuyama 1996, 384), lo cual tiene que ver con aspectos relacionados con el ámbito cultural.

Uno de los elementos intangibles del capital social más importantes a la hora promover y consolidar un proceso asociativo es la confianza entre actores<sup>44</sup>, de ahí que es considerada como el principal facilitador de la cooperación (Putnam 1993, 170-171). Esta consideración es totalmente válida, ya que en definitiva la confianza es la mejor garantía sobre la cual se tejen las interacciones de los individuos de una comunidad, pues “donde hay confianza hay aumento de posibilidades para la experiencia y la acción” (Luhmann 2005, 14). De esta manera aumenta, como es obvio, la predisposición a compartir recursos sin miedo a que alguna empresa vaya a sacar ventaja de forma individual (Galán y Castro 2004, 108).

Cuando se habla de confianza entre organizaciones, nos referimos a la seguridad que tiene una empresa de que un compañero no va a explotar las debilidades de otros. Para que sea tangible esa seguridad percibida por los demás, es importante que se vaya construyendo la confianza día a día con actos visibles, por ejemplo, hacer las cosas bien, cumplir con la palabra y los compromisos, hablar claro –transparencia–, ser coherente –consistencia–, moverse rápido –agilidad–, etc..

Finalmente, vamos a explicar la variable a través de la cual se puede palpar o medir, de alguna manera, la presencia, generación y/o crecimiento del capital social. Esta variable tiene que ver con el espacio en donde se dan las relaciones establecidas

---

<sup>44</sup> La confianza es la base sobre la cual se levanta la asociatividad (Rodríguez 2007, 70).

por los individuos entre sí (Forni y otros 2004, 10). Estas relaciones que se entablan y se mantienen entre los diversos actores que forman parte de una red es el origen del capital social (Galán y Castro 2004, 109).

De acuerdo con Adler y Kwon, las mencionadas relaciones pueden ser de tres tipos: a) relaciones cuyo origen son los intercambios de mercado, en donde los bienes y servicios son intercambiados con dinero o a través del trueque; b) relaciones que se originan como producto de la relación jerárquica entre actores que tienen diferentes niveles de autoridad, y c) relaciones sociales originadas en los intercambios de favores y regalos entre familiares y amigos (Adler y Kwon 2002, 18). De ahí que la asociatividad desarrollada en aglomeraciones empresariales es el terreno propicio para medir y mejorar el capital social ya existente en un determinado lugar geográfico.

Ahora, lo que sí es obvio es que la asociatividad y el proceso de consolidación del capital social serán más fáciles en aquellos territorios en donde existe un buen stock de las dimensiones características del capital social anotadas anteriormente<sup>45</sup>. En el caso de que una o varias de estas dimensiones sean una debilidad para el sitio en donde se está llevando a cabo el proceso asociativo, es deber del Estado atenderla a través de las políticas públicas<sup>46</sup>, y/o del sector privado y la sociedad civil.

---

<sup>45</sup> Para que el capital social se active o se genere, es necesario que, de acuerdo con Adler y Kwon, estén presentes tres factores: a) oportunidad: gracias a la red de nexos sociales se generan oportunidades para las transacciones de capital social, b) motivación: se refiere a conocer los motivos que impulsan a ayudar a los donantes a los destinatarios en ausencia de retornos inmediatos o ciertos, c) habilidad: tiene que ver con las competencias y los recursos de los actores de la red (Adler y Kwon 2002, 23-27)

<sup>46</sup> Las políticas públicas se pueden convertir en el vehículo perfecto para promover una mayor acción colectiva y coordinación dentro de las aglomeraciones empresariales (Corporación Andina de Fomento 2006, 100).

### 2.3.2. La institucionalización de los procesos asociativos.

Luego de analizar algunos de los principios fundamentales del capital social y su relación con los procesos de asociatividad empresarial, nos queda claro que para que este tipo de capital crezca es necesaria también la existencia de un marco institucional<sup>47</sup>, sobre todo en las etapas nacientes de un proceso asociativo, llevado a cabo en un lugar en donde las dimensiones del capital social son, todavía, muy débiles<sup>48</sup>.

La institucionalización de un proceso asociativo, como vemos, ayuda a disminuir la incertidumbre en las relaciones entre actores, aumentando así la confianza<sup>49</sup>; requisito clave para el éxito de cualquier tipo de iniciativa relacionada con la asociatividad empresarial. El momento en que localizamos el punto de encuentro, entre confianza e institucionalización estamos obligadamente entrando al espacio de capital social, concepto que fue explicado ampliamente en párrafos anteriores. Esa institucionalización, según North, está basada en la existencia de instituciones<sup>50</sup> que están directamente relacionadas con “reglas formales e informales y a características de cumplimiento obligatorio<sup>51</sup>” (North 1993, 100). Uno de los papeles

---

<sup>47</sup> De acuerdo con North, “las instituciones reducen la incertidumbre por el hecho de que proporcionan una estructura a la vida diaria” (North 1993, 14).

<sup>48</sup> El valor del capital social será mayor o menor, dependiendo de los recursos y capacidades que poseen los compañeros de la red y de la habilidad para acceder y usar esos recursos (Galán y Castro, 2004, 112).

<sup>49</sup> La confianza se construye gracias al conocimiento, acercamiento y relaciones de doble vía entre personas, empresarios, empresarios y colaboradores, empresarios y familia, empresarios e instituciones, empresarios, instituciones y Estado.

<sup>50</sup> Las instituciones, de acuerdo con North, son “las reglas del juego en una sociedad o, más formalmente, son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana” (North 1993, 13).

<sup>51</sup> Las características de cumplimiento obligatorio están relacionadas, principalmente, con la presencia y acción del Estado para monitorear derechos de propiedad y exigir el cumplimiento de contratos (North 1993, 82).

principales que cumplen estas instituciones es el de regular la actuación de los actores que, en la propuesta de North, se denominan organizaciones<sup>52</sup>.

Cuando hablamos de reglas informales nos referimos a aquellas limitaciones informales que “provienen de información transmitida socialmente y son parte de la herencia que llamamos cultura” (North 1993, 55). En cambio, las reglas formales son aquellas que son diseñadas por el hombre en un momento determinado para cumplir un propósito específico. Estas reglas tienen relación con constituciones, estatutos, leyes comunes, disposiciones especiales y contratos individuales (North 1993, 67)

En el caso de las restricciones informales, como acabamos de observar, al tener su origen en la información socialmente transmitida y por ende ser parte de la herencia cultural (Prado 1998, 24), estas tienden a surgir espontáneamente de las relaciones que se han venido dando entre los miembros de una determinada sociedad. De ahí que en aquellos territorios en donde existe una fuerte presencia de capital social las restricciones informales tendrán un fuerte predominio a la hora de regular la actuación de los actores participantes del proceso asociativo. Esta situación es resaltada incluso por el mismo North, a través de la mayor importancia que este, tiende a dar en sus últimos trabajos a las instituciones informales como factores determinantes del comportamiento (Parada 2003, 96).

---

<sup>52</sup> De acuerdo con North, “las organizaciones son grupos de individuos enlazados por alguna identidad común hacia ciertos objetivos” (North 1993, 15). Entre los principales tipos de organizaciones están, según el mismo North, las siguientes: “Cuerpos políticos (partidos políticos, el Senado, el cabildo, una agencia reguladora), cuerpos económicos (empresas, sindicatos, ranchos familiares, cooperativas), cuerpos sociales (iglesias, clubes, asociaciones deportivas) y cuerpos educativos (colegios, universidades, centros vocacionales de capacitación)” (North 1993, 15).



Otro beneficio que se lograría con la institucionalización de un proceso asociativo, además del mejoramiento del clima de confianza, es que ayudaría también a regular las relaciones de poder<sup>53</sup> que se pueden dar dentro de una aglomeración empresarial, ya que cuando no están claras las reglas del juego, como diría Douglass North las instituciones, los actores del aglomerado, denominados “organizaciones” por parte del mismo North, tenderían a actuar con base en abusos que podrían provenir de aquellos actores que se consideran más poderosos que los demás<sup>54</sup>. Esta situación tiende a ser más recurrente, sobre todo, en aquellos territorios en donde, al existir bajos niveles de “stock” de capital social, por lo general también existe la ausencia de restricciones informales, tan necesarias para la convivencia espontánea de un colectivo social.

Por esa razón es importante una fuerte “institucionalización” de una aglomeración empresarial, principalmente en aquellas primeras etapas en las que el capital social territorial se está fortaleciendo, ya que una vez que las cuatro dimensiones básicas del capital social se han consolidado, es probable que ya no sean necesarias aquellas instituciones rígidas y formales que se establecieron cuando recién empezaba el proceso asociativo de una determinada aglomeración empresarial. Afirmamos esto basados en que, una vez que se construyen relaciones estrechas entre los actores, se consigue con facilidad el surgimiento de un sistema de normas

---

<sup>53</sup> Las relaciones de poder que se generan dentro de una aglomeración empresarial también pueden convertirse en facilitadoras u obstaculizadoras del proceso asociativo, ya que es muy común que dentro de un conglomerado se den relaciones de poder y de dominio entre sus miembros.

<sup>54</sup> Los abusos de poder podrían venir de aquellas empresas consideradas de mayor tamaño o que poseen algún otro valor simbólico que les hace sentir superiores.

y sanciones<sup>55</sup> que ayudarían a la consolidación de las relaciones basadas en la confianza y la reciprocidad (Forni y otros 2004, 7).

Finalmente, luego de este análisis sobre la institucionalización y su relación con la asociatividad, es importante que resaltemos la importancia de que para generar procesos asociativos a través de aglomeraciones empresariales localizadas en un determinado territorio es necesaria la presencia no solo de organizaciones sino también de instituciones<sup>56</sup> formales y/o informales, pues solo así se conseguirá sentar las bases de una confianza sólida, como factor clave de un proceso asociativo exitoso. Además, se podrán lograr efectos positivos en el ámbito económico del proceso asociativo, ya que, al final de cuentas, los costos de las transacciones están determinados por la estructura institucional existente en una sociedad (Villagómez 1994, 296).

Cuando existe un marco institucional efectivo se tienden a cumplir los contratos, disminuyendo así el clima de incertidumbre, lo cual genera una estructura estable, no necesariamente eficiente, de la interacción entre los seres humanos que forman parte de una determinada sociedad. Cuando decimos que estas instituciones producen estabilidad, no significa que permanecen estáticas, pues normalmente se encuentran en permanente cambio (North 1993, 16).

---

<sup>55</sup> Este sistema de normas y sanciones cuando se tiene una buena base de capital social, en muchos de los casos, surge de forma espontánea gracias al “saber convivir en comunidad” que se ha desarrollado en el territorio objeto del proceso asociativo.

<sup>56</sup> Las instituciones son las reglas del juego y las organizaciones son los jugadores, de ahí que los equipos – organizaciones- para ganar deberán tomar en cuenta, además del diseño e implantación de una buena estrategia, la forma –instituciones- en que se desarrollará el juego (North 1993, 15). Por esta y otras razones, sobre las organizaciones al mando de sus respectivos directivos recae el papel de agentes del cambio institucional (North 1993, 15)

### **3. Metodología.**

Para explicar el enfoque metodológico utilizado, vamos a empezar con una breve exposición sobre cómo se construyeron las hipótesis de trabajo, para luego exponer los pasos que se siguieron, desde el diseño y aplicación de las técnicas de recolección de datos hasta cuando se procedió a realizar el respectivo análisis de los datos obtenidos en el trabajo de campo realizado.

#### **3.1. Hipótesis de trabajo.**

El proceso de elaboración de las 3 hipótesis de trabajo que guiaron esta investigación tuvo dos momentos:

- en primer lugar, luego de hacer el recorrido teórico que soporta este trabajo investigativo, se definieron las hipótesis preliminares;
- y, en segundo lugar, una vez que se realizaron el Foro Internacional sobre Asociatividad, los 2 talleres de discusión y las entrevistas a los 16 informantes calificados seleccionados, se procedió a determinar, de forma definitiva, las siguientes 3 hipótesis:

1) Los procesos asociativos empresariales están asociados a la existencia en el territorio local de una cultura asociativa.

2) El nivel de capital social presente en un determinado territorio se relaciona con la capacidad de asociación de su población.

3) El fortalecimiento de las PYMI, a través de prácticas asociativas, está influenciado tanto por factores económicos como extraeconómicos.

En el caso de la primera hipótesis, los constructos que se encuentran dentro de esta son: facilitación de los procesos asociativos empresariales (variable dependiente) y cultura asociativa previa (variable independiente). En cambio, dentro de la segunda hipótesis tenemos como constructos los siguientes: capacidad asociativa de la población (variable dependiente) y nivel de acumulación de capital social territorial (variable independiente). En lo que respecta a los constructos de la tercera hipótesis, tenemos los que siguen: fortalecimiento de las PYMI (variable dependiente), accionar de factores económicos (variable independiente) y accionar de factores extraeconómicos (variable independiente)

A continuación, vamos a explicar cómo se construyeron las hipótesis a partir de las principales ideas “fuertes”, presentes en el marco teórico referencial, más los planteamientos que también surgieron cuando, como fase preliminar-exploratoria, se levantaron datos cualitativos a partir del foro, talleres y entrevistas, mencionados en un párrafo anterior.

Según las definiciones expuestas en el marco teórico referencial de esta investigación y también las expresadas por parte de los actores invitados al foro que se organizó sobre asociatividad, esta es producto de un acto del comportamiento humano dirigido a lograr un propósito común, a partir del trabajo cooperativo que realizan las diferentes personas<sup>57</sup> que intervienen en el proceso asociativo.

---

<sup>57</sup> La asociatividad empresarial se da entre empresas, pero son las personas que están al frente de ellas las que incidirán, en última instancia, en que, por una parte, el proceso asociativo se dé o no y, por otra parte, si se da el proceso, en la calidad de este.

Muy cerca a este enfoque de definición hay planteamientos que señalan que el mejor espacio para impulsar procesos asociativos con enfoque empresarial es la variable denominada “territorio”; entendida esta más allá de la óptica geográfica, ya que cuando se habla de territorio no es solo una superficie, es el lugar en donde se tejen las redes de relaciones, razón por la cual cada vez es entendido como un espacio social que juega un papel activo (Valdez 2006, 92), en donde la construcción de relaciones de cooperación entre las empresas, comandadas por sus propietarios, tiene vinculación directa con la cercanía física de estas. También influyen aspectos relacionados con los rasgos propios de la sociedad y las características institucionales vigentes (López y Calderón 2005, 169).

La incidencia de la variable territorio ha sido resaltada como espacio para la construcción de relaciones asociativas empresariales, desde finales del siglo XIX, por autores como Alfred Marshall, quien en esa época ya hizo una propuesta asociativa empresarial alrededor de lo que él denominó los distritos industriales – término acuñado por Alfred Marshall (1890) en su obra *Principios de Economía* – los cuales en la década de los ochenta sufren una actualización con la propuesta realizada por Michael Porter bajo el nombre de *clusters*.

La propuesta de distritos industriales y de *clusters* gira alrededor del trabajo sistémico de cadenas productivas, el cual, si ya es practicado por las empresas del territorio desde hace mucho tiempo, facilita el impulso de los procesos de asociatividad empresarial territorial, que se piensa desarrollar.

Si hablamos de que el territorio es el espacio en donde se expresa el tejido de relaciones que se dan entre los seres humanos que lo habitan; entonces los rasgos culturales de las diversas personas incidirán en el éxito o el fracaso del proceso asociativo que se busque impulsar. De ahí que dentro de un distrito industrial el componente cultural y social cumple un rol clave a la hora de explicar las relaciones productivas que se generan (Valdez 2006, 22).

Este contexto que acabamos de resaltar nos permite generar, la siguiente hipótesis:

*H1: Los procesos asociativos empresariales están asociados a la existencia en el territorio local de una cultura asociativa.*

Ahora, para que las personas que habitan un territorio puedan desarrollar una tendencia a realizar trabajos con enfoque asociativo, es importante la presencia de ciertas características que cualifican al tipo de relaciones que se tejen entre esas personas. Estas características ahora son explicadas mediante un concepto llamado “capital social”, el cual, a través de sus cuatro características básicas –confianza, cooperación, conciencia cívica, valores éticos–, explica bastante bien el perfil asociativo de las personas que habitan un determinado territorio. Este concepto de “capital social” y el de capital humano, es resaltado por Kliksberg, como de elevada incidencia a finales del siglo XX dentro del proceso de desarrollo de las naciones (Kliksberg 1999, 87).

Cuando hablamos de relaciones humanas de calidad, inmediatamente estamos entrando al campo de la existencia, en cierto territorio, de un buen nivel de capital

social desde cuando se inicia el proceso asociativo, ya que debemos recordar, como lo señala Patrick Hollestein –actor entrevistado como parte de la investigación–, “es el interés humano, inicial o de partida, por conseguir un fortalecimiento a través de una acción colectiva lo que incide de forma significativa en el éxito de un proceso de asociatividad empresarial”.

Ahora, la capacidad de asociación de los seres humanos también tiene relación con la presencia o no de normas que regulen los procesos asociativos; estas normas, de acuerdo Douglass North, son las instituciones, cuya presencia depende mucho de la confianza y otros factores relacionales que están presentes en los grupos de personas que están pensando asociarse.

*H2: El nivel de capital social presente en un determinado territorio se relaciona con la capacidad de asociación de su población.*

Para que mejore la situación competitiva de las empresas localizadas en un determinado territorio en donde se piensa o se está impulsando un proceso de asociatividad empresarial, además de que las relaciones entre personas sean de elevada calidad, también se requieren de capacidades, recursos empresariales y de estímulos que provienen del clima de negocios que reina en el entorno territorial. De esta manera, queda planteada la alta relación entre factores económicos y extraeconómicos.

Esta relación también se observa cuando autores como Porter, cuyo trabajo ha estado concentrado en el ámbito del comportamiento de variables principalmente económicas, reconocen la necesidad para la mejora empresarial y prosperidad económica en general del accionar de variables vinculadas al ámbito de las relaciones sociales expresadas en teorías como la de redes, de capital social y del compromiso cívico (Porter 2003, 232-233). Otro autor, Francis Fukuyama, en su libro *Confianza*, también reconoce esta relación de dependencia entre factores económicos y extraeconómicos, cuando resalta que el desempeño de la economía de un país está, en gran medida, condicionado por el nivel de confianza existente en esa sociedad (Fukuyama 1996, 25).

Frente a este panorama relacional de factores económicos y extraeconómicos surge la siguiente hipótesis:

*H3: El fortalecimiento de las PYMI, a través de prácticas asociativas, está influenciado tanto por factores económicos como extraeconómicos.*



### **3.2. Pasos del proceso metodológico.**

En este subcapítulo se hace una descripción de las técnicas para la recolección de datos y de los métodos que se escogieron como medios para hacer el respectivo análisis de los datos capturados. En términos generales, este trabajo investigativo fue planteado como una combinación de técnicas y métodos de análisis de datos de carácter tanto cuantitativo como cualitativo.

A continuación, para entender la interrelación entre técnicas y métodos para la captura y análisis de datos, vamos a realizar una exposición secuencial del conjunto de actividades que se llevaron a cabo como parte del proceso metodológico que respalda los resultados obtenidos en la presente investigación.

#### **1) Construcción del marco teórico referencial.**

La revisión y construcción del marco teórico fue la primera actividad que se llevó a cabo, con el propósito de tener el punto de partida y la guía posterior de este trabajo investigativo. Era fundamental llevar a cabo esta actividad al inicio, ya que al ser el método hipotético-deductivo el método general escogido para el desarrollo de esta investigación, necesariamente debemos partir de la teoría existente, sobre el tema objeto de estudio, para luego ir bajando hacia el ámbito empírico de la investigación y, ahí sí, proceder a verificar empíricamente las hipótesis planteadas para este trabajo.

Esta última explicación se alinea con un planteamiento que hace Babbie en su libro *Fundamentos de la investigación social*: “La teoría no garantiza ninguna de las

predicciones. La función de la investigación es ponerlas empíricamente a prueba para determinar que lo que tiene sentido (teoría) ocurre en la práctica (investigación)” (Babbie 2000, 47).

## **2) Definición de hipótesis preliminares.**

Basados en el marco teórico levantado, se procedió a definir las hipótesis preliminares. El mecanismo usado para esta definición es el mismo explicado en el punto 3.1.

## **3) Análisis cualitativo de información capturada en el foro, talleres y entrevistas realizadas.**

La captura y análisis de datos cualitativos, como tercer momento metodológico de esta investigación, sirvió, en primer lugar, para contribuir al proceso de afinamiento y ajuste de las hipótesis preliminares planteadas en el punto 2; luego fue usado como un insumo, adicional al marco teórico referencial, para el diseño del instrumento de captura de datos cuantitativos –encuesta–. Finalmente, en el capítulo de conclusiones también ayudó esta sección a complementar la explicación realizada a partir de los hallazgos obtenidos con la captura y análisis de datos cuantitativos.

Dentro de la captura y análisis de datos cualitativos, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- a. Realización del foro<sup>58</sup> –ver Apéndice No. 1– y dos talleres guiados de discusión sobre la problemática de la asociatividad<sup>59</sup> –ver Apéndice No. 2–.

En el caso de los talleres, se analizaron las experiencias de dos proyectos que en la provincia de Pichincha, específicamente en la ciudad de Quito, a lo largo de la primera década del 2.000 sonaron como espacios en donde se podían desarrollar buenas prácticas asociativas entre micro, pequeñas y medianas empresas.

El objetivo alrededor del cual se llevaron a cabo estos talleres fue el de conocer las percepciones que los empresarios asistentes tienen sobre la asociatividad, a partir de la experiencia vivida por ellos en proyectos asociativos reales.

Desde el punto de vista metodológico, estos talleres fueron guiados a partir del planteamiento de 3 preguntas “disparadoras” a los participantes: 1) ¿cuáles han sido sus motivaciones para asociarse?, 2) ¿qué obstáculos han encontrado al momento de asociarse? y 3) ¿cuáles son los impactos positivos que han sentido como producto de una práctica asociativa?

---

<sup>58</sup> El foro fue organizado, durante dos días, con la participación de 6 expertos de Ecuador, Perú y Colombia; las ponencias giraron alrededor de la asociatividad como alternativa estratégica para emprendedores y/o pequeñas y medianas empresas que se hallan en funcionamiento.

<sup>59</sup> Uno de los talleres se realizó con la presencia de actores asociados a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha –CAPEIPI– y el otro, con la asistencia de actores agremiados al proyecto asociativo Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos.

Una vez capturados los datos obtenidos en los mencionados talleres, se procedió a analizarlos. Para ello se siguieron tres pasos: construcción de matrices comparativas de opinión; luego, con base en las matrices, se identificaron ideas relacionadas a una categoría abarcativa, para, finalmente, basados en la guía de las categorías abarcativas, proceder con la realización del resumen de los principales hallazgos considerados útiles para fines de esta investigación.

- b. Diseño del cuestionario para la realización de entrevistas (ver Apéndice No. 3). Este diseño se realizó tomando como referencia los puntos 1, 2 y 3.a.
  
- c. Aplicación de entrevistas a 16 informantes calificados (ver Apéndice No. 4). Estos actores calificados como expertos en el ámbito de la asociatividad empresarial, con énfasis en la pequeña y mediana empresa, fueron seleccionados basados en el juicio del investigador<sup>60</sup>, el criterio de otros pares académicos-investigadores y los criterios dados por actores invitados al foro sobre asociatividad que se organizó previamente a la aplicación de las entrevistas.
  
- d. Análisis de los datos cualitativos levantados (ver Apéndice No. 5).

---

<sup>60</sup> El autor de este trabajo investigativo viene actuando como investigador en el ámbito de la pequeña y mediana empresa desde el año de 1997.

#### **4) Afinamiento y definición de las hipótesis de trabajo definitivas.**

Este proceso de afinamiento y definición final de hipótesis se hizo considerando el marco teórico referencial, más los hallazgos del análisis cualitativo de datos realizado en el punto anterior.

El proceso específico de definición se describió en el punto 3.1 de esta sección.

#### **5) Diseño del cuestionario de encuesta.**

El cuestionario de encuesta (ver Apéndice No. 6), diseñado como instrumento para la captura de datos cuantitativos, se preparó basándonos en la información obtenida en los puntos 1 al 4.

#### **6) Aplicación de encuestas.**

En el caso del levantamiento de los datos cuantitativos, el proceso de captura estuvo soportado en la aplicación de 251 encuestas, aplicadas a través de visitas físicas directas, a propietarios de pequeñas y medianas empresas afiliadas a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha –ver en el Apéndice No. 7 el listado de empresas encuestadas–.

Para aplicar la encuesta, el tamaño de muestra calculado –251<sup>61</sup> propietarios de PYMI– fue obtenido a partir de una población compuesta por 1 091 PYMI afiliadas a

---

<sup>61</sup> El peso de la muestra en relación con el total de la población representa el 23%.

la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha, con un 5,43% de error máximo probable y un 95% de confianza, aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z^2) * NP(1-P)}{(N-1) * K^2 + (Z^2) * P(1-P)}$$

N= población

n= tamaño de la muestra

p= probabilidad de ocurrencia del 50%

z= Nivel de confianza

k= error máximo probable

Una vez definido el tamaño de la muestra, se procedió a seleccionar de forma aleatoria a las empresas objeto de investigación; siendo el muestreo probabilístico estratificado el que permitió extraer la muestra según “el producto que fabrican las PYMI” afiliadas a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha.

## **7) Análisis de datos cuantitativos levantados.**

El análisis cuantitativo de los datos ha sido realizado a dos niveles: uno descriptivo univariado y otro incorporando el enfoque de análisis multivariado.

En el caso del análisis descriptivo univariado, para analizar de forma separada a cada una de las diferentes variables estudiadas, básicamente se utilizaron instrumentos estadísticos como la distribución de frecuencia y el comportamiento de

medidas estadísticas de tendencia central –la media– y de dispersión –la desviación estándar–.

En lo que tiene que ver al análisis multivariado, como “método para analizar relaciones simultáneas entre diversas variables” (Babbie 2000, 366) se procedió a realizar un análisis factorial con el propósito de hacer un ejercicio de reducción de datos, de tal forma que al final se pudo identificar un grupo homogéneo de variables llamadas factores. Estos factores luego fueron agrupados alrededor de los constructos que forman parte de las hipótesis guía de esta investigación, para finalmente proceder a realizar la respectiva prueba de hipótesis.

En el caso de la hipótesis No. 1, por un lado, el constructo “facilitación de los procesos asociativos empresariales” quedó conformado por 3 factores y, por otro lado, el constructo “cultura asociativa previa” quedó expresado por 5 factores. El agrupamiento de los factores, en relación con los constructos señalados, fue realizado de acuerdo con el juicio del investigador y los resultados obtenidos con el análisis factorial efectuado.

Con los constructos de las otras dos hipótesis se operó de la misma manera, quedando su estructuración, basada en los factores retenidos, explicada de la siguiente manera:

- En relación con la hipótesis No.2, el constructo “capacidad asociativa” quedó expresado con la participación de 3 factores; de igual manera, el constructo “nivel de existencia de capital social territorial” también ha quedado explicado mediante 3 factores.

- Con respecto a la hipótesis No.3, los constructos quedaron estructurados de la siguiente forma: “fortalecimiento de las PYMI a través de prácticas asociativas” –con 5 factores–, “accionar de factores económicos” –con 6 factores– y “accionar de factores extraeconómicos” –con 2 factores–.



#### **4. Análisis de los datos.**

Considerando que en esta investigación, en diferentes momentos y para distintos fines, se capturaron datos de carácter tanto cualitativo como cuantitativo<sup>62</sup>, de la misma forma, procederemos a exponer el análisis de estos en dos instantes distintos.

En el primer subcapítulo aparecerá la exposición del resultado del procesamiento y análisis de los datos cualitativos, realizado según el enfoque metodológico expuesto en el capítulo anterior. Luego aparecerá una exposición detallada de los resultados encontrados a partir del análisis de datos cuantitativos realizado a nivel univariado como multivariado.

##### **4.1. Análisis de datos cualitativos.**

En este capítulo explicaremos los principales hallazgos obtenidos en el momento en que, como parte de este trabajo investigativo se procedió a realizar, como se detalló en un punto anterior, 16 entrevistas a informantes considerados calificados dentro del ámbito de la asociatividad empresarial, un foro de análisis y dos talleres de discusión sobre la problemática que gira alrededor de los procesos asociativos que se dan en el espacio de la pequeña y mediana empresa.

Este levantamiento previo de información, básicamente de carácter “cualitativo”, tuvo como propósito central generar insumos que contribuyan de forma positiva,

---

<sup>62</sup> La combinación de planteamientos a partir del análisis cuantitativo y cualitativo en ciencias sociales se vuelve una práctica que tiende a fortalecer los procesos investigativos (Babbie 2000, 358).

primero, a la definición final de las hipótesis preliminares de trabajo y, segundo, al buen diseño de los instrumentos que sirvieron de base para la captura de datos considerados de índole “cuantitativo”. También estos datos cualitativos recogidos en la primera fase de la presente investigación servirán como elementos complementarios que ayudarán a reforzar la explicación del análisis cuantitativo – univariado y multivariado– de los datos y de las conclusiones finales de esta investigación.

A continuación, vamos a realizar una “descripción analítica”, basada en la metodología expuesta en el capítulo anterior, de los principales hallazgos obtenidos cuando se procedió a aplicar el conjunto de instrumentos para la captura de datos cualitativos antes citados.

Esta “descripción analítica” empezará con un análisis de la evolución y del estado situacional actual de la asociatividad en el Ecuador, se expondrán algunas definiciones, desafíos y buenas prácticas asociativas. El rol de los factores económicos y extraeconómicos dentro de un proceso asociativo se describe en las secciones segunda y tercera. La cuarta sección está destinada para el análisis del territorio como espacio de la práctica sistémica de la asociatividad empresarial.

#### **4.1.1. Evolución y estado situacional actual de la asociatividad empresarial.**

En primer lugar, partamos exponiendo algunas definiciones sobre cómo algunos actores relacionados con la problemática de la asociatividad empresarial entienden el concepto de asociatividad.

José Tonello<sup>63</sup> indica: “La asociatividad es la voluntad que tienen varias personas, familias o comunidades por unirse con el propósito de enfrentar juntos problemas comunes y construir soluciones ventajosas para todos”. Para llegar a este escenario positivo de trabajo asociativo, según el mismo Tonello, aún hace mucha falta trabajar en la producción de ideas y modelos efectivos de asociatividad.

Por su parte, Jaime Cárdenas<sup>64</sup> también dio una definición sobre asociatividad: “Es un mecanismo de cooperación, en donde alrededor de un objetivo común se establecen relaciones y/o articulaciones entre individuos y/o grupos de individuos”. Esta forma de actuación permite afrontar y resolver los distintos problemas en equipo de forma compartida, esto gracias a la existencia de ese objetivo cuyo alcance es compartido por todos.

Ahora veamos cómo, desde el lado gubernamental, es percibida la asociatividad con fines productivos. Según Fernando Landázuri, representante del Programa de

---

<sup>63</sup> José Tonello es el Presidente del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio –FEPP–; una organización no gubernamental cuya acción ha sido clave a la hora de consolidar uno de los proyectos asociativos referentes del cual Ecuador, como es el de Salinas de la provincia de Bolívar. Para esta investigación fue invitado al foro sobre asociatividad y además fue seleccionado para que integre, como parte de la aplicación de entrevistas, el grupo de informantes calificados expertos en asociatividad.

<sup>64</sup> Jaime Cárdenas es el Coordinador Regional del Proyecto “Facilitación de financiamiento para negocios de biodiversidad y apoyo al desarrollo de actividades de mercado en la Región Andina”, de la Corporación Andina de Fomento –CAF–. Para esta investigación fue invitado, al foro sobre asociatividad, como actor internacional relacionado al tema.

desarrollo de cadenas y redes productivas de la Dirección Nacional de Desarrollo de Emprendimientos del Ministerio de Industrias y Productividad –MIPRO–, la asociatividad está enmarcada dentro del concepto de “asociatividad competitiva”, que se define así: “Dos o mas empresarios se unen para solucionar problemas comunes y lograr beneficios colectivos, que les permitan mejorar la productividad, competitividad y posicionamiento de las empresas en el mercado”.

Otro elemento que también debemos resaltar en el discurso emitido desde la percepción gubernamental es la definición, muy alineada a la emitida sobre asociatividad, que se hace sobre lo que se entiende por “red empresarial”: “Es un mecanismo de cooperación entre productores, en donde cada participante mantiene independencia jurídica y autonomía gerencial, con afiliación voluntaria y los beneficios individuales son obtenidos mediante la acción conjunta de los integrantes de la red”.

Finalmente, en el caso de Duván Ramírez<sup>65</sup> se observa en su discurso a la hora de definir a la asociatividad empresarial una serie de postulados que giran alrededor de la relación existente entre la “confianza”, como una de las principales manifestaciones del capital social, con la “asociatividad empresarial”, la generación de “economías de aglomeración” y la creación de “redes empresariales”.

Una vez revisadas algunas percepciones sobre la definición del concepto asociatividad vinculado al ámbito empresarial, presentadas por actores relacionados con el campo académico, las organizaciones no gubernamentales, los organismos

---

<sup>65</sup> Duván Ramírez es miembro de la Comisión Nacional para el Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior de Colombia y Director de la Maestría en Mercadeo de la Universidad de Manizales-Colombia. Para esta investigación fue invitado al foro sobre asociatividad, como actor internacional relacionado con el tema.

internacionales de cooperación y al sector gubernamental, veamos cómo ha evolucionado la asociatividad en el país, en los últimos años.

Las comunidades indígenas son el sector que desde hace muchas décadas ha usado la asociatividad como medio para comprar terrenos y/o ganado, y/o para desarrollar obras de infraestructura de carácter comunal, y también ahora para el turismo con enfoque comunitario. De ahí que una buena parte de la experiencia asociativa ecuatoriana está localizada en el ámbito rural.

En el caso de la acumulación histórica nacional de capital social, la minga es una expresión ancestral en donde se tiene claro para qué y cómo trabajar de forma colectiva. Ahora, lo que sí debemos decir es que, con la intensificación del proceso de urbanización, se han ido perdiendo esos indicios de una cultura solidaria y comunitaria existente desde nuestros antepasados.

Adentrándonos a tiempos más cercanos, debemos señalar que, a lo largo y principalmente a finales de la primera década del 2000, hubo un *boom* por el fomento de la asociatividad empresarial como medio para mejorar la competitividad sobre todo de las pequeñas empresas<sup>66</sup>; muchas experiencias se basaron en la asociatividad entre actores pertenecientes a los diferentes eslabones de una cadena productiva, bajo la denominada estrategia de la empresa ancla<sup>67</sup>. Lamentablemente

---

<sup>66</sup> Las organizaciones no gubernamentales –ONG– y la cooperación internacional han sido los principales estimuladores de una asociatividad alejada de los principios de la economía popular y solidaria; ya que su preocupación ha estado centrada, más bien, en el mercado y la productividad.

<sup>67</sup> La estrategia de la empresa ancla se basa en el hecho que una empresa grande, basada en su capacidad, conocimiento y experiencia productiva y de mercado, jala a las empresas más pequeñas participantes de una determinada cadena productiva.

la experiencia vivida con malas prácticas incidió en la desaceleración de la promoción de esta forma alternativa de trabajo colectivo.

Ahora, se debe resaltar que en los primeros 10 años del 2000 existen dos proyectos asociativos empresariales que han tenido una relevancia significativa en el Ecuador, los cuales fueron destacados por la mayoría de informantes calificados entrevistados. Uno de estos proyectos, localizado en la provincia de Bolívar, específicamente en la parroquia Salinas del cantón Guaranda, dedicado básicamente a la producción y comercialización de productos derivados de la leche<sup>68</sup>. Este proyecto, según Raúl Arias, “es un referente para la asociatividad, pues nos da luces para responder preguntas relacionadas con ¿cómo se organiza la producción?, ¿cómo se organizan las personas? y ¿cómo se orientan para mejorar las condiciones generales del territorio?”.

El otro proyecto, en cambio, está localizado en la cabecera –Atuntaqui–, del cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura, dedicado a la confección de prendas de vestir en tejido de punto. Este caso asociativo, de acuerdo con Marcelo Hurtado, “es una buena práctica para ser estudiada, en donde el trabajo conjunto del gobierno local, los textileros y los confeccionistas han logrado posicionar a Atuntaqui como uno de los principales polos de desarrollo económico dedicado a la confección textil”.

Otros proyectos relacionados con el accionar del sector privado que fueron identificados por lo informantes calificados son los siguientes:

---

<sup>68</sup> En el proyecto asociativo de Bolívar ha jugado un rol importante el impulso dado por una organización no gubernamental llamada Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio –FEPP–.

- La agremiación activa desarrollada a nivel nacional alrededor del negocio de exportación de las flores.
- La asociatividad, con fines de exportación, impulsada en el sector del cuero de Cuenca<sup>69</sup>.
- Los proyectos promovidos por la Agencia Suiza para la Cooperación y Desarrollo –COSUDE–, sobre comercialización de pequeños productores agrícolas.
- En la ciudad de Quito, el Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos es un proyecto que asocia a cerca de 2000 micro y pequeñas empresas dedicadas, en la mayoría de casos, a la producción y/o comercialización de prendas de vestir.
- A mediados del 2000, la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha, como una iniciativa de sector textil, llevó a cabo un proyecto asociativo que agrupaba a alrededor de 10 empresas; al inicio funcionó bien pero luego tuvo problemas y dejó de funcionar.
- Los proyectos con enfoque de negocios inclusivos, impulsados por el Servicio de Cooperación Holandés a través de la promoción de la asociatividad como estrategia de desarrollo territorial.
- Red Productiva, proyecto financiado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional –USAID–, es un buen caso de programa que impulsó alrededor de 10 proyectos asociativos en diferentes cadenas productivas<sup>70</sup>.

---

<sup>69</sup> En el caso del sector del cuero de Cuenca se ve cómo la construcción de confianza es el primer paso para luego llevar a cabo acciones colectivas, como desarrollo de proveedores a partir de una empresa ancla y el compartimiento de una marca de manera conjunta.

<sup>70</sup> Los casos promovidos por la Red Productiva están relacionados con productos como ají, paja toquilla, calzado, cuero, lácteos, cerámica, palmito, hongos, hierbas aromáticas y medicinales, y joyería.

En muchos proyectos asociativos, como lo señala Nancy Medina, “el problema no está en el lado del mercado; más bien está localizado en la forma de entender a los productores desde la óptica de su comportamiento individual y de la forma de relacionarse en conjunto”. Por esa razón, para que funcionen los procesos asociativos es clave el trabajo que se haga de forma directa con los productores –en los territorios en donde trabajan– y no desde el escritorio. Esta forma de actuar nos permitirá, precisamente, conocer el perfil de comportamiento de las personas a quienes se piensa invitar como participantes del proyecto asociativo

En este proceso evolutivo de la asociatividad debemos reconocer que, como lo señala José Tonello, “ahora la asociatividad más se enfoca al comercializar juntos, dejando de lado el solo producir juntos; siendo una de las causas la necesidad por ubicar productos en mercados más amplios”. Por esa razón muchos de los procesos asociativos tienden a enfocar sus esfuerzos hacia dar respuesta a la pregunta: ¿cómo internacionalizar la producción del tejido empresarial nacional?

Entre los obstáculos más relevantes que han frenado el mayor desarrollo de la asociatividad empresarial ecuatoriana están los siguientes:

- La tendencia a márgenes de ganancia muy altos hace que no se quiera compartir con otros, de forma voluntaria, esos márgenes, surgiendo así un obstáculo para la consolidación de la asociatividad empresarial, resumido como egoísmo<sup>71</sup>.

---

<sup>71</sup> Según Wilson Hidalgo: “El imperio del egoísmo, la envidia y los celos se convierten en obstaculizadores de la asociatividad”.



- Ha faltado entender que el fomento del trabajo con enfoque colectivo es un proceso que, para lograr buenos resultados, necesita de una perspectiva en el tiempo, ubicada entre el mediano y largo plazo.
- La forma como funciona el sistema económico, en donde hay un predominio del poder de grandes empresas<sup>72</sup>, tiende a impulsar a que predomine el trabajo individual sobre el trabajo con enfoque asociativo.
- El predominio en el sector empresarial de un espíritu de trabajo de tipo familiar a la hora de hacer negocios, pues no han pasado a un nivel de asociación que se extienda fuera de los límites familiares.
- El diferente nivel de desarrollo de las empresas es otro obstáculo que tiende a complicar la asociatividad, pues ese desnivel dificulta, por ejemplo, la estandarización de procesos y productos.
- Las malas experiencias anteriores vividas por las personas se convierten en un serio obstáculo a la hora de promover la asociatividad.
- La escasa información sobre las bondades asociativas se convierte también en otro obstáculo.
- Empresarios sin conocimiento ni experiencia en materia de asociatividad obstaculizan el desarrollo de efectivos procesos asociativos.
- El miedo a perder autonomía en el momento de la toma de decisiones.
- El miedo a compartir conocimientos e información con los demás miembros de grupo asociativo.
- El miedo a lo nuevo, en este caso relacionado con el paso del trabajo individualista al trabajo en equipo.

---

<sup>72</sup> En el caso ecuatoriano, en la mayoría de sectores de actividad económica existe el predominio de grandes empresas que tienden a imponer las condiciones de mercado; por esa razón, la nueva Ley de Control del Poder de Mercado, que está ya en vigencia, se convierte en un buen instrumento para lograr relaciones más equitativas entre las empresas, independientemente de su tamaño.

- El temor de que aparezca alguien que se aproveche y gane más que los demás, sin un justificativo de equidad basado en el mayor esfuerzo.
- La presencia de la negación por la asociatividad en la mente de las personas; en muchos casos por mensajes recibidos desde el ámbito familiar como “más vale solo que mal acompañado”, por ejemplo.

En lo que respecta a la acción del gobierno en el campo de la asociatividad con fines productivos, esta se encuentra cobijada por el enfoque de “negocios inclusivos”, el cual está muy alineado, primero, con lo que dice la Constitución de la República y, luego, con los principios y normas que se expresan en la denominada Ley de Economía Popular y Solidaria; convirtiéndose así la asociatividad en uno de los sectores prioritarios de intervención del gobierno en la actualidad. Por esta y otras razones, esta Ley ha sido caracterizada como “asociativista”, ya que muchos de sus postulados giran alrededor de los principios de la asociatividad con fines productivos, aplicados al sector de las empresas más pequeñas.

Como podemos observar, la promoción de la economía popular y solidaria, desde el gobierno, se convierte en su brazo promotor y ejecutor de una política pública dirigida al fomento del trabajo colectivo. Ahora lo que debe quedar claro, como lo señala Luciano Martínez, es que “más que leyes y políticas se requiere del aprendizaje de iniciativas locales anteriores y actuales”.

Entre los principales proyectos asociativos impulsados desde el Gobierno central ecuatoriano están:

- Programa de Provisión de Alimentos, creado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social –MIES–.
- Impulso a talleres de mujeres para hacer uniformes escolares.
- Los programas alineados con las finanzas populares y solidarias.
- El Ministerio de Industrias y Productividad –MIPRO<sup>73</sup>, el Ministerio Coordinador de la Producción y el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca –MAGAP– también han venido desarrollando acciones orientadas a lo asociativo<sup>74</sup>.
- El proyecto “Fondo Japón para emprendedores” tiene como condición que las empresas participantes necesariamente requieren estar asociadas.
- Las finanzas populares y solidarias a través de los proyectos de cajas comunales también son una forma de estimulación y puesta en práctica de la asociatividad.
- En Manabí, el Instituto de Economía Popular y Solidaria, adscrito al Ministerio de Inclusión Económica y Social –MIES–, en la cadena productiva del cacao ha promovido un proyecto asociativo orientado a producir cacao fino de aroma.
- El MIES ha impulsado un proyecto asociativo con el sector de los panaderos, aunque no es una práctica formal, pero se usaron las bases de la asociatividad como alternativa estratégica para contrarrestar las amenazas

---

<sup>73</sup> Entre los principales sectores de actividad económica que han recibido apoyo, están en Tungurahua –carroceros y calzado–, en Azuay –textil, cuero y joyas–, en Pichincha –textil–, en Imbabura –textil de Atuntaqui–.

<sup>74</sup> El Gobierno actual impulsa la asociatividad desde dos frentes: el uno, desde el Ministerio de Inclusión Económica y Social –MIES–, basándose en los principios de la economía popular y solidaria –reciprocidad, redistribución y equidad– para garantizar, ante todo, mayores oportunidades de empleo y, el otro, desde el MIPRO y el Ministerio Coordinador de la Producción, buscando mejora de la productividad y el acceso a nuevos mercados.

del entorno internacional relacionadas con el incremento en el precio del trigo y la harina, principalmente.

En estos proyectos gubernamentales se debe tener claro que los resultados no serán inmediatos, éstos se percibirán en el mediano y largo plazo; de ahí que los tiempos políticos difícilmente coincidirán con procesos más responsables de una verdadera asociatividad empresarial.

Otro aspecto relevante en el ámbito de la acción gubernamental dirigida a promover la asociatividad empresarial es que esta no se quede en el discurso y en los ofrecimientos de las altas autoridades pertenecientes a los diferentes ministerios; lo más importante es pasar a la acción. Cuando se hagan proyectos asociativos se estará generando un “efecto demostración” que, al final de cuentas, será un buen estimulador para la construcción de una sólida cultura asociativa nacional.

Por último, sobre el trabajo estimulador de la asociatividad como una forma de vida, por parte de los actores gubernamentales, es importante que se tenga en cuenta que a pesar del registro permanente de asociaciones, en los ministerios u otros organismos competentes, no podemos decir que los niveles de una cultura asociativa están en aumento, ya que no debemos confundir entre lo que es “asociación como figura jurídico-organizacional” y lo que es “asociatividad como un proceso vinculado al comportamiento humano relacional”.

Como podemos apreciar, en el Ecuador sí ha habido experiencia en materia de asociatividad empresarial<sup>75</sup>, desde lo público y lo privado, quizá no al mismo nivel de otros países de la región cercana, como es el caso de Perú por citar un ejemplo, en el campo textil<sup>76</sup>. De ahí que para incrementar la tendencia al uso de esta alternativa de trabajo colectivo se deben sistematizar y difundir, de forma permanente, las experiencias consideradas como buenas prácticas asociativas.

De lo que acabamos de ver sobre la experiencia asociativa ecuatoriana, toma fuerza el comentario dado por Patrick Hollestein: “Cuando se dice que en el país prevalece el individualismo sobre el trabajo colectivo, debemos tener mucho cuidado al afirmarlo, pues esa afirmación es peligrosa, ya que se estaría responsabilizando, incluyendo a los más débiles, que son los culpables de la escasa tendencia a trabajar en equipo. Cuando realmente lo que ha sucedido es que no se han creado espacios para estimular la creación de una verdadera cultura de trabajo asociativo”. A pesar de esto, ha venido emergiendo, sobre todo, a nivel de las micro, pequeñas y medianas empresas –MIPyME– una fuerte necesidad por la asociatividad empresarial, impulsada por las presiones competitivas del mercado internacional y nacional<sup>77</sup>.

En lo que respecta a los desafíos sobre la práctica asociativa en el Ecuador, podemos señalar los siguientes:

---

<sup>75</sup> De acuerdo con Luciano Martínez, “se debe trabajar la asociatividad más desde un enfoque de solidaridad y reciprocidad y no economicista; lamentablemente bajo el último enfoque es como se ha venido trabajando en Ecuador”.

<sup>76</sup> Según Wilson Hidalgo, “muchos de los procesos asociativos que se han dado en el país han surgido presionados por una necesidad; de ahí que muchos carecen de una planificación formal, incidiendo como es lógico en la esperanza de vida de esos emprendimientos asociativos”.

<sup>77</sup> A nivel nacional, una buena presión ha venido desde el sistema nacional de compras públicas; ya que en muchas oportunidades para hacer negocios con el Estado, tienen prioridad las MIPyME.

- Fomento en el país de un sentido de cooperación, resaltando que la práctica de la sinergia genera un efecto multiplicador muy superior a cuando el trabajo se realiza de forma individual.
- También factores externos, como la política fiscal, podrían convertirse en dinamizadores de la asociatividad empresarial; por ejemplo, se puede pensar en que los grupos asociativos al inicio no paguen o paguen menos impuestos, eso sí, de forma temporal.
- Existe un trabajo significativo, pero falta alguien que se encargue de articular los esfuerzos que en materia de asociatividad realizan el sector público y el privado<sup>78</sup>.
- El trabajo de la promoción de la asociatividad debe encargarse a profesionales que conozcan de forma teórica y además hayan estado involucrados en la práctica<sup>79</sup>.
- Se requiere de un paquete articulado de políticas públicas promotoras de la asociatividad empresarial, sobre todo en aquellos sectores y territorios que muestren mayores potenciales para emprender proyectos asociativos. Los gremios, a pesar de que ya son considerados como una práctica de asociatividad general, también deben pensar en la promoción de procesos asociativos dirigidos a áreas específicas de quehacer de sus agremiados.
- Promoción de un diálogo y consenso nacional sobre la importancia de la asociatividad empresarial como mecanismo para el mejoramiento sistémico del desarrollo productivo del país.

---

<sup>78</sup> Se han llevado a cabo esfuerzos dispersos en materia de asociatividad; no hay un inventario de experiencias asociativas, lo que existe es el registro de asociaciones en aquellas instituciones gubernamentales consideradas competentes para avalar la existencia de una organización considerada asociación.

<sup>79</sup> Un punto clave de la promoción es la difusión de prácticas asociativas hechas en el propio país.

- La estimulación del involucramiento de otros actores, como es el caso de las universidades, a través de estudios y propuestas más científicas, que deberán ser difundidas a la sociedad en general.

#### **4.1.2. Rol de los factores económicos dentro del proceso de creación y consolidación de un proceso asociativo.**

Para la explicación de los factores económicos, basados en el análisis de la información receptada, vamos a dividir, por un lado, en aquellos que se explican como capacidades previas o construidas<sup>80</sup> que existen dentro del grupo asociado o como condiciones presentes en el entorno en que se desenvuelven los agrupados y, por otro lado, en los factores económicos que aparecen como resultados intermedios y finales de un proceso asociativo.

Esta división la hacemos basados en la premisa<sup>81</sup> de que los factores económicos influyen en los resultados de un proceso asociativo, desde su constitución hasta su finalización.

- **En relación con los factores económicos reconocidos como capacidades previas o construidas.**

Sobre los factores económicos que aparecen como condiciones del entorno<sup>82</sup> en que se desarrolla la vida de los asociados, debemos señalar que existe una

---

<sup>80</sup> Al hablar de capacidades construidas, nos referimos a aquellas que se van consolidando una vez que el proceso asociativo arrancó.

<sup>81</sup> Esta premisa la planteamos basados en las coincidencias encontradas al procesar y analizar los datos cualitativos levantados.

significativa incidencia de estos en ámbitos como acceso a fuentes de financiamiento, exenciones tributarias, incentivos a la reconversión industrial, incentivos para la investigación y desarrollo, acceso a la información como elemento para la disminución de los costos de las transacciones,

De este grupo de factores económicos externos al ambiente interno del grupo asociado, el acceso al financiamiento fue el que en mayor grado fue resaltado por los informantes calificados como clave a la hora de iniciar un emprendimiento de carácter asociativo<sup>83</sup>. Incluso, se ha planteado la posibilidad de que el acceso sea orientado hacia un “financiamiento especializado en proyectos con fines asociativos”.

En lo que respecta a los factores económicos considerados como capacidades internas del grupo asociado, se hace referencia, principalmente, a la calidad de los productos, la tendencia hacia la innovación permanente, y la presencia de procesos y productos con alto grado de estandarización.

- **En relación con los factores económicos reconocidos como resultados intermedios y finales de un procesos asociativo.**

Ahora, al centrarnos en los factores económicos reconocidos como referentes a la hora de medir los resultados intermedios de la ejecución de un proceso asociativo, debemos mencionar a los siguientes:

---

<sup>82</sup> Los factores económicos, pensando en los externos a las empresas, están vinculados con la existencia de un clima de negocios que, dependiendo de sus condiciones, puede ser un facilitador o un obstaculizador de los procesos asociativos.

<sup>83</sup> Al financiamiento hay que reconocerlo como un medio para iniciar y consolidar un emprendimiento asociativo.



- La práctica de “economías de escala” en el espacio de lo productivo, lo comercial e incluso en lo administrativo. Con respecto a lo comercial, al mejorar la posición en términos cuantitativos permite, de forma directa, aumentar la capacidad de negociación del grupo asociado.
- El incremento de la “productividad”, gracias al esfuerzo colectivo realizado en las diferentes actividades que conforman la cadena de valor de las empresas.
- El aumento de la “cobertura de mercado”, gracias al acceso a nuevos mercados y/o a la ampliación de los ya existentes.

El factor relacionado con la problemática de la asociatividad que más fue resaltado por los actores tiene que ver con el acceso a mercados nuevos y/o a la ampliación de los ya existentes.

En lo que tiene que ver con los factores económicos reconocidos como resultados finales de un proceso de asociatividad empresarial, estos se concentran en tres factores: la disminución de costos y gastos, el aumento de los ingresos y el incremento de las ganancias, este último como consecuencia de los dos anteriores. Algo que caracteriza a este grupo de factores económicos es que son los logros a través de los cuales se va midiendo el resultado que va alcanzando el proceso de asociatividad empresarial. Estos logros, en última instancia, están alineados con el objetivo común que tiende a guiar a una aventura empresarial asociativa.

En lo relativo al peso o importancia que tienen los factores económicos en el proceso de creación y consolidación de un proceso asociativo, según casi todos los actores participantes en este momento de la presente investigación, estos deben ser

vistos, junto a los factores extraeconómicos, bajo un enfoque de “acción complementaria mutua”. Ahora, lo que sí debe quedar claro es que en algunos momentos de la aventura asociativa se pueden dar situaciones que obliguen a la concentración, con mayor énfasis, en alguno de los dos tipos de factores. Este último escenario dependerá mucho de la situación de los posibles asociados y/o del entorno en que se desenvolverá el proyecto asociativo.

#### **4.1.3. Rol de los factores extraeconómicos dentro del proceso de creación y consolidación de un proceso asociativo.**

Además de la presencia de factores económicos, con las características resaltadas en el punto anterior, un proceso asociativo necesita también de la presencia, en el territorio objeto de la asociatividad, de un tejido social de calidad; es decir, de una buena forma de relacionamiento humano entre los actores que pertenecen a un determinado grupo social.

Cuando hablamos de relaciones humanas de calidad, inmediatamente estamos entrando al campo de la existencia, en cierto territorio, de un buen nivel de “capital social” desde cuando inicia el proceso asociativo, ya que debemos recordar, como lo señala Patrick Hollestein, que “es el interés humano, inicial o de partida, por conseguir un fortalecimiento a través de una acción colectiva, lo que incide, de forma significativa, en el éxito de un proceso de asociatividad empresarial”.

Entre los factores extraeconómicos más mencionados, como elementos vitales de la creación y mantenimiento de un proyecto asociativo con fines productivos, están los siguientes<sup>84</sup>:

- Confianza.
- Compromiso entre las partes.
- La estructura de poder que está vigente en el grupo asociativo; en definitiva, saber quién manda, quién toma las decisiones y/o quién incide, de forma directa, en la toma de decisiones, a pesar de no estar identificado en la estructura formal de la organización.
- Práctica de valores: estos deben incorporar aspectos sobre honestidad, honorabilidad y lealtad; siendo la lealtad un valor clave a la hora de construir confianza dentro del grupo objeto de asociatividad.
- Predominio de relaciones horizontales, acompañadas de altas dosis de reciprocidad y solidaridad.
- Transparencia.
- Honestidad.
- Promoción del diálogo y la comunicación permanente entre asociados<sup>85</sup>.

La mayoría de estos factores, como podemos observar, tienen que ver directamente con los elementos integrantes del capital social<sup>86</sup>. De los factores extraeconómicos

---

<sup>84</sup> Si nos basamos en los principios de la economía popular y solidaria, como enfoque de promoción asociativa del actual gobierno, los factores extraeconómicos que se deben considerar en un proceso asociativo se resumen en reciprocidad y redistribución.

<sup>85</sup> El esparcimiento de esa sensación de que el proceso asociativo va por buen camino ayuda a consolidar la confianza entre asociados.

<sup>86</sup> Antes de entregar recursos para un proceso asociativo, se debe evaluar el nivel de capital social que se ha acumulado en esa agrupación de personas, pues muchas veces la gente cuando escucha que están financiando actividades asociativas, motivada por el acceso a los recursos financieros, recién en ese momento empieza a trabajar en equipo, cuando todo el tiempo su forma de relacionarse ha sido bajo un enfoque de individualismo; surgiendo así la interrogante: ¿qué es primero: el financiamiento o las existencias acumuladas a lo largo del tiempo de capital social?

identificados, el factor que en mayor grado fue resaltado es la confianza, el cual, si es cuidado y/o construido desde el inicio, como lo señala Marcelo Hurtado, “tiende a aumentar la probabilidad de que las demás variables funcionen bien”, garantizando así la permanencia en el largo plazo del proceso asociativo<sup>87</sup>. Por esa razón, se propone que el orden de un proceso asociativo debe ser: construcción de confianza, como fase inicial; luego la etapa de mejoramiento productivo, comercial y administrativo, y, finalmente, el desarrollo de capacidades para conseguir que el proceso asociativo sea sostenible en el largo plazo.

Algo que caracteriza a la confianza, como lo señala Luciano Martínez, “es que es el resultado de la acción de algún otro factor”; es decir, con las buenas experiencias, esta tiende a crecer<sup>88</sup>. La confianza no surge porque sí. Por ejemplo, compartir información y las buenas prácticas llevadas a cabo por cada uno de los asociados ayuda a construir confianza.

Desde el ámbito de lo extraeconómico, además de la presencia de un buen nivel de capital social, también son necesarios ciertos requisitos, sobre todo en la fase preliminar de arranque del proceso asociativo.

Por ejemplo, definir y luego compartir un objetivo común<sup>89</sup> nos ayuda a responder la pregunta: ¿qué vamos a hacer? La presencia de este objetivo se convertirá en un buen estimulador de la construcción de confianza y de la vigencia de un sentido de

---

<sup>87</sup> La confianza se caracteriza porque genera un efecto orientado a consolidar los lazos de unión entre los asociados.

<sup>88</sup> La confianza está en la cuenta emocional de las personas, hay que trabajar en este ámbito a través de ejemplos tangibles basados en casos históricos, considerados exitosos; casos resaltados como buenas prácticas y con acciones actuales que demuestren que se está haciendo asociatividad y con buenos resultados.

<sup>89</sup> Los objetivos de la asociatividad empresarial deben ir más allá de los fines económicos, ya que si se centran únicamente en estos se vuelve muy frágil el proceso asociativo.

responsabilidad compartida. También es importante trabajar en el rompimiento del hielo relacional entre asociados, con el propósito de que se conozcan. Por ese motivo, se resalta el hecho de que las relaciones de amistad previas ayudan a la asociatividad, eso sí, acompañadas de actitudes basadas en la “sinceridad y la transparencia”.

Otro elemento que debe considerarse dentro de la creación y consolidación de un proceso de asociatividad empresarial es la capacidad de liderazgo existente a nivel de los asociados. Normalmente los asociados tienden a confiar el liderazgo del grupo asociativo a personas que han demostrado, con palabras y/o hechos, que pueden ser buenos depositarios de la confianza del resto de miembros. De ahí que al inicio del proceso asociativo no necesariamente se tiene al líder idóneo<sup>90</sup>, más bien este va surgiendo a través de las acciones que se van llevando a cabo.

Cuando el liderazgo es encargado al sector público, como ha sucedido en proyectos como el de Atuntaqui que se nombró en puntos anteriores, el problema viene dado en cómo garantizar la sostenibilidad del proceso asociativo en el largo plazo. De ahí que los llamados a tomar la posta luego del impulso gubernamental inicial son los propios empresarios, ya que el sentido de pertenencia les lleva a asumir con mayor responsabilidad ese gran desafío.

Por último, las reglas del juego constituyen también un requisito que se debe considerar a la hora de discutir la problemática de la asociatividad empresarial, ya que desde el inicio hay que hablar claramente sobre cuáles son las implicaciones

---

<sup>90</sup> Se dejan llevar, en algunos de los casos, por las personas que más hablan y que están preocupadas por la constitución del proyecto asociativo; cuando en realidad deberían elegir basados en otros atributos relacionados con conocimiento, experiencia, valores éticos y capacidad para relacionarse con las demás personas.

del proceso asociativo en el corto, mediano y largo plazo; definir roles, responsabilidades y verificar su cumplimiento. En ese marco, entonces, será necesaria la disponibilidad de unos estatutos de constitución del proceso asociativo, con el propósito de garantizar, en el futuro, el buen funcionamiento administrativo y sobre todo una sana y agradable convivencia social, evitando de esta manera que se creen espacios en donde cada cual trata de sacar provecho personal, rompiendo, así el espíritu que motivó la asociatividad.

Ahora debemos aclarar que muchas de esas reglas, considerando que la asociatividad es un producto del aprendizaje social, surgirán también, de forma consensuada, a partir de la experiencia que se vaya viviendo y acumulando conforme pasa el tiempo<sup>91</sup>. Una vez escritas, deben ser aceptadas y difundidas; convirtiéndose la comunicación en un medio fundamental para la buena relación entre asociados.

En este punto, que analiza la necesidad de la existencia de reglas del juego, debemos resaltar que, como lo señala Sergio Ochoa, “los procesos asociativos que mejor funcionan son aquellos en los cuales prevalece la palabra más que las normas escritas; lo que sí se requiere son acuerdos preliminares básicos de funcionamiento, siendo uno vital el que se definan por anticipado las formas orientadas a la resolución de conflictos que normalmente aparecen a lo largo de la vida del proyecto asociativo”. Este último criterio es compartido por José Tonello cuando señala que “más que normas se requiere de transparencia, todo debe

---

<sup>91</sup> También se pueden tomar como referencia las reglas vigentes en proyectos en donde ha habido logros positivos tangibles; luego esas reglas validarlas, aceptarlas y documentarlas entre los asociados, generando así las bases para que la aventura asociatividad se mantenga en el largo plazo.

decirse y hacerse a la vista de todos; solo así se construye confianza. Lo que vaya normado, para que funcione, debe ser aceptado por todos”.

Con respecto al peso o importancia de los factores extraeconómicos, como lo dijimos en el capítulo anterior, estos, junto a los factores económicos, deben ser tratados bajo un enfoque de complementariedad, ya que la ausencia de los unos puede generar problemas a los otros y viceversa.

#### **4.1.4. El territorio como espacio de la práctica sistémica de la asociatividad empresarial.**

Un aspecto también importante que está directamente relacionado con la problemática de la asociatividad es el “territorio” en el cual viven las personas y/o están localizadas las empresas objeto de la asociatividad. De ahí la necesidad de analizar a la variable territorial como ese espacio en el cual se vuelven evidentes las relaciones que se producen entre los seres humanos que, en algún momento, serán objetos de un proceso asociativo.

El instante en que se ata a la asociatividad empresarial con la variable territorio, en buena medida se está usando el enfoque y los principios vinculados al desarrollo económico local, como un medio a través del cual se busca desarrollar a nuestras regiones, desde nuestros propios recursos y factores, convirtiéndose así el territorio en una buena guía que ayuda a delimitar e identificar las potencialidades productivas por región y, así, soportados en esas potencialidades, impulsar la

asociatividad<sup>92</sup>. En este punto se debe recordar que lo territorial es bueno siempre y cuando no se pierda la perspectiva de lo global.

Un elemento importante que considerar cuando se promueven procesos asociativos alrededor de la perspectiva territorial es que se debe reconocer el carácter de la diversidad cultural<sup>93</sup> presente en ellos, la cual, como un efecto positivo de la asociatividad empresarial, tiende a ser disminuida gracias al fortalecimiento de la unidad que se da entre los miembros del grupo asociativo. Esa unidad, a su vez, genera de forma directa un estímulo de la identidad local, la cual, al final de cuentas, provoca una percepción de que el resultado es producto de una acción colectiva basada en el accionar del esfuerzo de personas que han venido compartiendo, a lo largo del tiempo, a través de un conjunto de relaciones, un mismo espacio geográfico.

Ahora, adentrándonos en las prácticas de relaciones sistémicas que se dan dentro de un territorio, necesariamente debemos analizar la problemática que gira alrededor de los procesos asociativos empresariales en donde las empresas a asociarse, por un lado, son de diferente tamaño y, por otro, podrían ser, si el enfoque que se quiere dar al proceso asociativo lo amerita, empresas que están localizadas en los diferentes eslabones –proveedores, productores y/o comercializadores– que componen una cadena productiva.

---

<sup>92</sup> Se debe hacer una buena lectura del territorio para identificar las potencialidades asociativas visibles y/u ocultas.

<sup>93</sup> Es importante analizar las características culturales presentes en un territorio, muy de la mano con el comportamiento de los factores extraeconómicos analizados en el punto anterior de este capítulo.



En cuanto a los efectos que pueden generar las relaciones entre empresas de diferente tamaño en un proceso asociativo, debemos partir señalando que usualmente la relación entre empresas grandes y pequeñas depende, en gran medida, del juego de intereses entre actores, en donde las grandes empresas, normalmente, tienden a poner el ritmo según sus conveniencias y sobre todo aprovechando el mayor poder de negociación que tiende a acompañarles.

Para combatir este comportamiento, contrario a lo que busca la asociatividad empresarial, la clave está en localizar el punto de encuentro de los intereses de las partes, hasta volverlos de interés común. También es importante añadir, como un insumo para el buen relacionamiento entre empresas de características diferentes, la práctica de acciones que giren alrededor de la equidad<sup>94</sup>. De ahí que no debe verse como algo negativo el hecho de que en un proceso asociativo participen grandes, medianas, pequeñas o microempresas; lo importante es que entre los que vayan a asociarse logren compartir principios y objetivos, ya que la asociatividad, como lo señaló José Tonello, “es una actitud”. Otro aspecto que puede ayudar a combatir las diferencias relacionales entre empresas de distinto tamaño es la posibilidad de ir definiendo consensos de forma permanente; estos acuerdos girarán alrededor de un escenario en donde los intereses diversos tenderán a convertirse en intereses comunes.

En lo que tiene que ver con la asociatividad que en un determinado territorio puede darse entre empresas, que además de su tamaño distinto pertenecen a eslabones

---

<sup>94</sup> La “equidad” debe prevalecer a la hora de repartir los beneficios de un proceso de asociatividad empresarial; ese reparto equitativo debe basarse en el peso de los recursos contribuidos por cada actor; es decir a mayor esfuerzo mayores beneficios obtenidos.

distintos de una cadena productiva<sup>95</sup>, la clave está en identificar a aquellas empresas líderes del territorio que generalmente tienden a ser de mayor tamaño, para convertirlas, luego del acercamiento directo con los demás actores que potencialmente podrían integrar la aventura asociativa, en los grandes articuladores del trabajo colectivo que realizarán empresas de menor tamaño y que se dedican a diferentes actividades relacionadas a un determinado sector de actividad económica.

A esta forma de enfocar la asociatividad, la mayoría de informantes entrevistados la denominó “estrategia de la empresa ancla”, la cual, en el momento que es ejecutada, tiende a contribuir al aprovechamiento del conocimiento y la experiencia de una empresa líder que, basada normalmente en su mayor capacidad, jala a las más pequeñas y de esta manera, transfiere el “saber cómo hacer las cosas”. Si se realiza esa transferencia de forma transparente y solidaria, al final contribuirá a incrementar la confianza entre los actores que intervienen en el proceso asociativo.

Además de actores relacionados de forma directa al sector productivo de un determinado “territorio”, es importante también la participación de otros entes relacionados con ámbitos como gobiernos locales, gobierno central, universidades y diversas organizaciones vinculadas al quehacer privado y público nacional e internacional. En el caso de los entes gubernamentales, la herramienta clave para incidir en los procesos asociativos es el diseño y puesta en marcha de políticas

---

<sup>95</sup> La asociatividad entre empresas, además de basarse en la inclusión de todas, independientemente de su tamaño, también debe considerar que para que el proceso asociativo sea más efectivo debe, sobre la base de las capacidades que poseen, tomar en cuenta a “empresas relacionadas con todos los eslabones de una cadena productiva –proveedores, productores y comercializadores–”. Y, sobre esta base, las empresas de mayor tamaño pueden convertirse en los impulsores, desde arriba, de la movilidad asociativa de todo el “encadenamiento productivo”.

públicas, más un conjunto de programas y proyectos con su respectivo financiamiento, si el caso lo amerita. Otro aspecto que ayuda a incrementar las posibilidades de llevar a cabo propuestas de asociatividad entre empresas pertenecientes a diferentes eslabones de una cadena productiva es la facilidad como fluya y se comparta información sobre las bondades, derechos y obligaciones del proceso asociativo que se piensa llevar a cabo.

Finalmente, cuando hablamos de territorio como espacio de la práctica sistémica de asociatividad empresarial, necesariamente estamos hablando sobre el entorno territorial al que la mayoría de informantes calificados resaltó y denominó, en sus discursos, como “clima de negocios” reinante e influyente en el tipo de acciones asociativas que se piensen promover. Por esa razón resulta importante la inclusión del clima de negocios territorial como parte significativa, que ante todo se caracteriza por ser un elemento agrupador de aquellos factores económicos, considerados de carácter externo al grupo asociativo, y que fueron analizados en un punto anterior de este capítulo.

Una variable clave que ronda de manera permanente al clima negocios de un territorio es la información que debe existir sobre qué es, para qué es y cómo implantar la asociatividad; siendo los llamados para generar y difundir dicha información explicativa los propios gremios empresariales, el gobierno, las universidades y los medios de comunicación pública especializados en temas productivos.

Luego de la exposición que acabamos de realizar, podemos observar que “el discurso” emitido por los diferentes actores invitados a expresar su conocimiento y experiencia dentro de esta investigación muestra muchos puntos de coincidencia y/o de complementariedad con las afirmaciones teóricas expuestas en el capítulo correspondiente al marco teórico referencial del presente estudio.

## **4.2. Análisis univariado de los datos cuantitativos.**

En este capítulo vamos a realizar una exposición de los resultados obtenidos a partir del análisis univariado que se hizo de los datos cuantitativos obtenidos a través de la aplicación de una “encuesta” al grupo de 251 empresarios afiliados a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha –CAPEIPI–, quienes fueron seleccionados de acuerdo con los criterios estadísticos explicados en un capítulo anterior<sup>96</sup>. La información que vamos a exponer a continuación será útil cuando se expongan, junto con el análisis multivariado de los datos cuantitativos, las conclusiones del presente trabajo de investigación.

El detalle de la información empieza con una explicación de la relación entre los procesos asociativos y sus efectos en el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas. Los factores económicos claves y su relación con un proceso de asociatividad se describen en la segunda sección. La tercera sección se orienta a la explicación de los factores extraeconómicos involucrados en la ejecución de estrategias asociativas para pequeñas y medianas empresas –PYME–. La última sección, en cambio, está dirigida a detallar el análisis de la relación que se da entre factores económicos y extraeconómicos que giran alrededor de una práctica de asociatividad empresarial, con énfasis en el sector de la PYME.

Antes de empezar el análisis univariado de datos cuantitativos, debemos señalar que en el Apéndice No. 9 se hace una exposición de la estimación de la media y

---

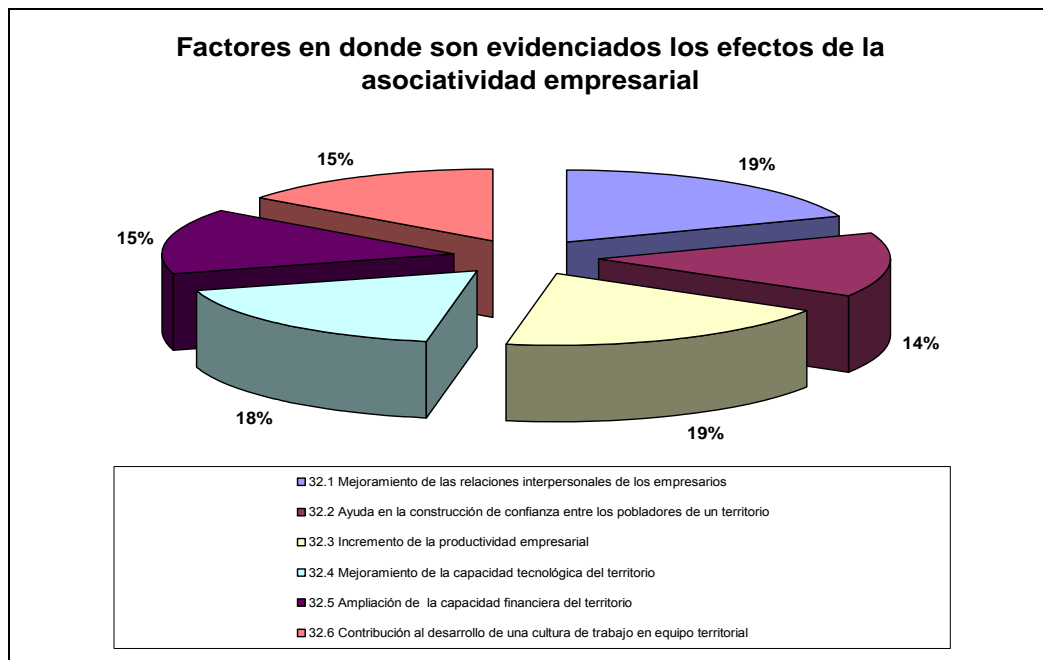
<sup>96</sup> En el Apéndice No.8 se muestran las características sobre el año de creación, el número de empleados y la actividad económica de las empresas que integraron la muestra de estudio, como información que nos ayude a entender su antigüedad, tamaño y orientación productiva.

desviación estándar que se hizo de cada una de las variables estudiadas, a partir de la encuesta aplicada como parte de este estudio.

#### 4.2.1. Los procesos asociativos y sus efectos en el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

Uno de los dos factores que en promedio ha sido escogido como más relevante a la hora de evaluar los impactos que genera un proceso asociativo es el incremento que se produce en la productividad empresarial, pues un 19%<sup>97</sup> de los efectos de la asociatividad, según los empresarios de las PYMI, es evidenciado a través del monitoreo que se haga al comportamiento de la productividad de las empresas.

**Gráfico No. 1**



**Fuente: investigación de campo**

<sup>97</sup> Ese 20% se refiere a que de los 20 puntos disponibles que tuvo cada empresario encuestado para repartir según su percepción de importancia de cada alternativa, en promedio 4 puntos fueron asignados hacia la productividad como indicador para medir los impactos de un proceso asociativo.

Para el caso específico de las pequeñas y medianas industrias –PYMI–, debido a su tamaño y menor poder individual de negociación en los mercados, la asociatividad toma mayor relevancia en cuanto a su uso, ya que aparece como una de las alternativas estratégicas idóneas para mejorar su situación competitiva, tanto a nivel del mercado nacional como internacional.

Los procesos asociativos más comunes que tienden a promoverse a nivel de la PYMI principalmente están enfocados a mejorar, en términos de calidad y/o cantidad, la capacidad de producción y/o comercialización empresarial. Una de las razones que inciden en esta tendencia asociativa es el gran desafío que tienen las pequeñas y medianas industrias ecuatorianas y de otros países de igual grado de desarrollo que el de Ecuador con respecto a la ampliación y/o fortalecimiento de su cobertura de mercado hacia lugares geográficos localizados en otros países del mundo. Este desafío está marcado por varias causas, entre las más importantes están la intensificación del proceso de globalización que vive el mundo actual, el reducido tamaño del mercado nacional en términos de número de habitantes y de poder adquisitivo y las exigencias que en materia de cantidad y calidad tienden a exigir los potenciales clientes meta de otros países.

Sí el propósito central que tiende a motivar la asociación de dos o más empresas está vinculado, en la mayoría de situaciones, con el mejoramiento de las capacidades empresariales<sup>98</sup> para lograr una mejor posición de competencia a nivel nacional y/o internacional, entonces, obligadamente, debemos examinar los ámbitos

---

<sup>98</sup> Al hablar de capacidad empresariales nos estamos refiriendo a aquellas condiciones básicas sobre las cuales se debe trabajar para conseguir la mejora competitiva de una empresa individual y/o de un grupo de empresas agrupadas en un sector de actividad económica.

internos y externos a una PYMI sobre los cuales se debe trabajar para conseguir procesos asociativos que lleguen a feliz término.

El análisis de esos ámbitos, interno y externo, con el propósito de alinearlos con los objetivos y pregunta central de este estudio, se lo va a realizar analizando las características de lo que vamos a llamar factores económicos<sup>99</sup> y extraeconómicos.

Entre los hallazgos, encontrados en esta investigación, que en gran medida nos ayudan a entender cómo la promoción de procesos asociativos puede convertirse en una buena alternativa para mejorar la competitividad de empresas categorizadas como de pequeño y mediano tamaño, están los siguientes:

Con respecto a la percepción que los empresarios de la pequeña y mediana industria tienen sobre la contribución que la asociatividad genera a la competitividad empresarial; podemos observar que cerca del 83% consideran a los procesos asociativos como una importante fuente para la creación de ventajas competitivas.

De acuerdo con el promedio obtenido en la calificación dada por los informantes, este se ubica en 3,96 –muy cercano a 4 que equivale a la opción de alta incidencia– y su desviación estándar es de 0,78; esta última medida estadística, explicativa de la dispersión de los datos en relación a los promedios registrados, es una de las más bajas calculadas en el primer bloque de preguntas que se aplicó a los empresarios encuestados. Este comportamiento de la desviación estándar nos está

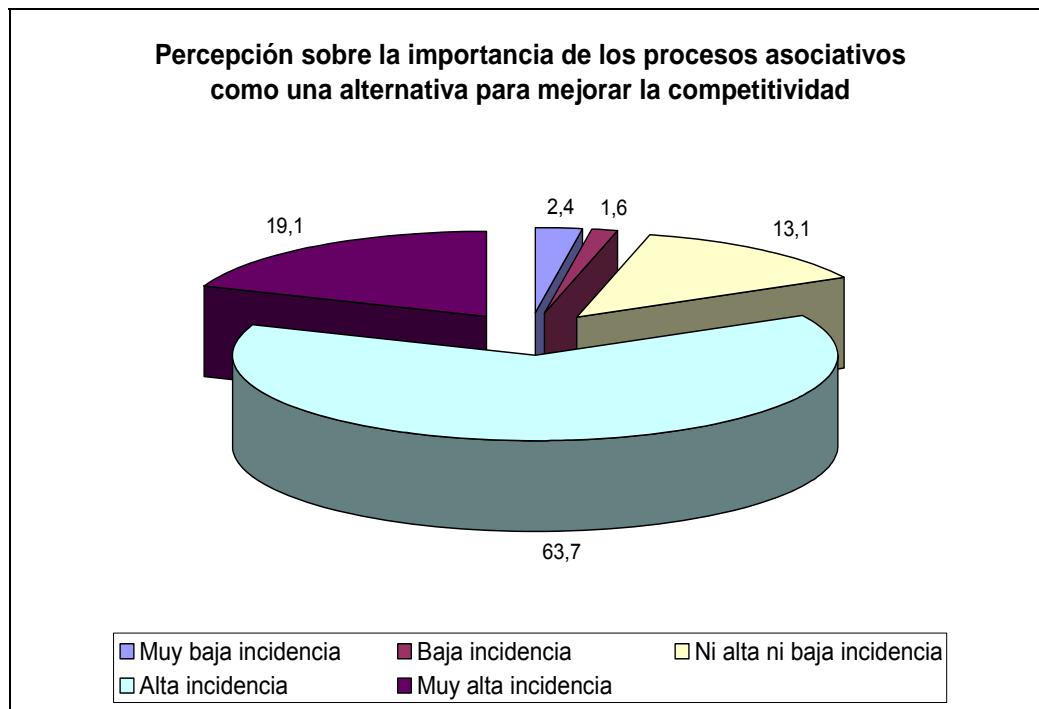
---

<sup>99</sup> Los factores económicos son los que mayor grado han recibido atención de parte de los actores y promotores de procesos asociativos.



diciendo la elevada homogeneidad en cuanto al criterio de que la asociatividad es un medio significativo para mejorar la competitividad empresarial.

**Gráfico No. 2**

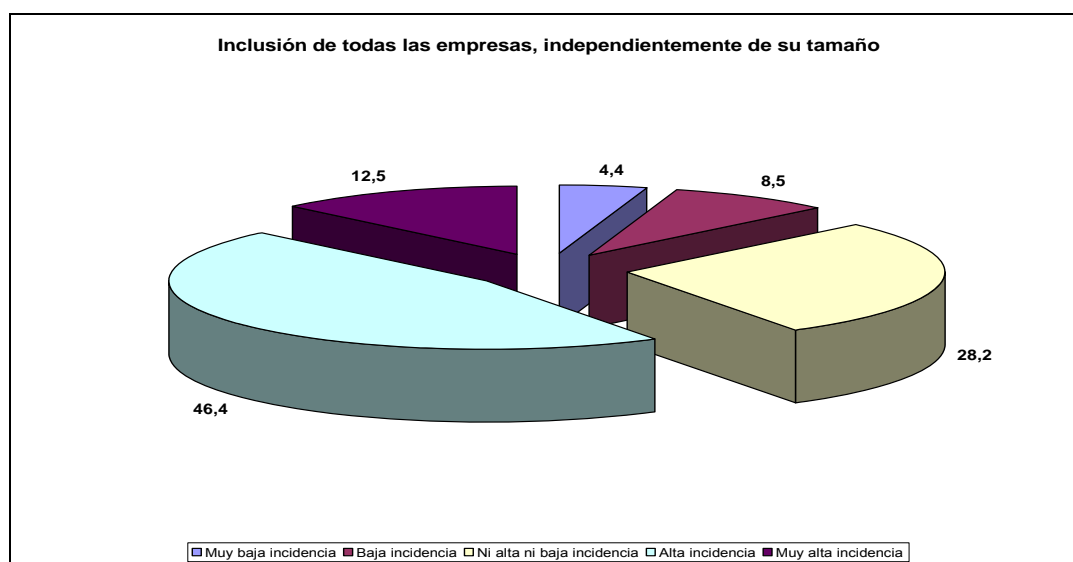


**Fuente: investigación de campo**

Esta percepción se convierte en un punto de partida relevante a la hora de promover a la asociatividad como alternativa estratégica para la consolidación y crecimiento de una determinada actividad económica.

Otro aspecto que también es un elemento favorable para la promoción del trabajo colectivo dentro de los distintos sectores de actividad económica que conforman la pequeña y mediana industria de un determinado territorio es el reconocimiento por parte de los empresarios de la importancia que tiene el trabajo articulado entre empresas de diferente tamaño.

**Gráfico No. 3**



**Fuente: investigación de campo**

En el caso del sector de la pequeña y mediana industria, alrededor de 6 de cada 10 empresarios consideran al trabajo colectivo realizado entre empresas de diferente tamaño como un elemento de significativa incidencia a la hora de mejorar su desempeño a través del impulso de procesos de asociatividad empresarial.

#### **4.2.2. Factores económicos claves relacionados con un proceso de asociatividad vinculado con el sector de la PYMI.**

De acuerdo con la revisión de documentos que sistematizan los postulados teóricos y las experiencias llevadas a cabo en materia de asociatividad empresarial, se puede observar que la mayor parte de lo que se ha escrito y se ha puesto en práctica sobre procesos asociativos tiende a enfocarse hacia la estimulación de

factores de carácter económico<sup>100</sup> como base del éxito de un proceso asociativo; muchos de ellos, alineados directamente con los prerequisites económicos que exige el mejoramiento de la competitividad a nivel de empresas individuales, sectores de actividad económica y/o de toda una nación.

Este enfoque hacia la atención prioritaria de factores económicos, según varios de los informantes calificados entrevistados, ha llevado al fracaso prematuro y/o al escaso impacto de los proyectos asociativos que se han ejecutado en el Ecuador y en otros países; cuando el enfoque que debería primar, según los mismos informantes, es aquel en el cual la preocupación por el éxito de un proceso de asociatividad empresarial debe estar concentrada de forma equitativa tanto en factores económicos como extraeconómicos<sup>101</sup>.

Para identificar los factores económicos que deben ser considerados como componentes claves de un proceso asociativo, se procedió a indagar, a nivel de los propietarios de pequeñas y medianas industrias, la importancia que para ellos tienen factores tanto económicos como extraeconómicos.

---

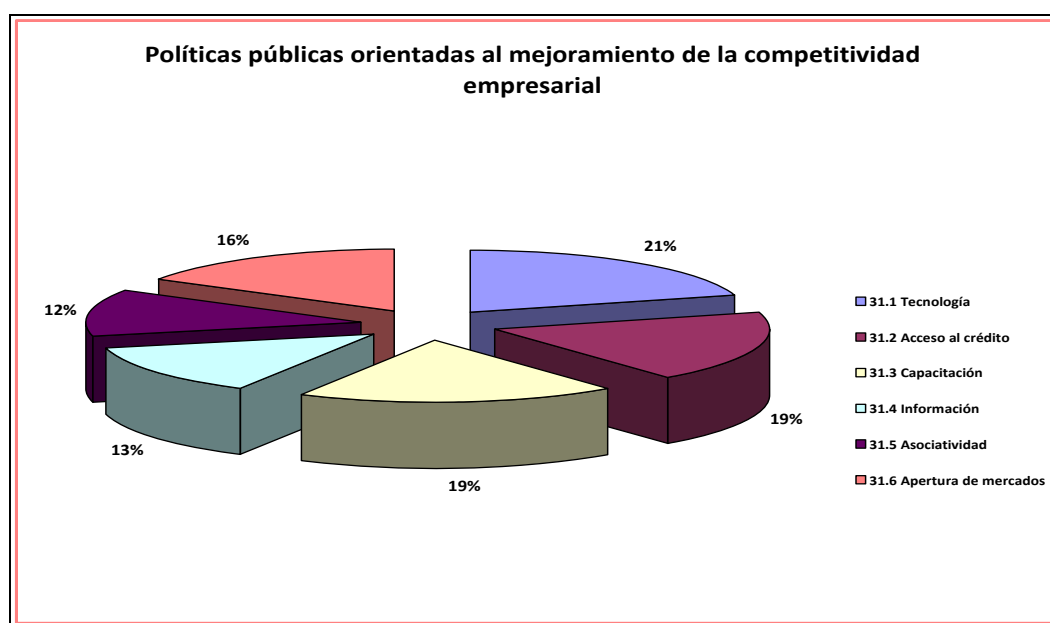
<sup>100</sup> Cuando hablamos de factores económicos nos referimos a aquellos vinculados a los ámbitos de la tecnoproducción, las finanzas y la comercialización, los cuales interactúan en el funcionamiento interno empresarial y también en el proceso de interrelación que se da entre empresas localizadas en cierto territorio.

<sup>101</sup> Al hablar de factores extraeconómicos, nos estamos refiriendo a aquellos aspectos o elementos presentes en las relaciones que se dan entre las personas que representan a las distintas empresas que operan en un determinado territorio y que, además, son las que toman decisiones a la hora de emprender actividades asociativas.

#### 4.2.2.1. Orientación de las políticas públicas para mejorar la competitividad empresarial.

Desde la óptica empresarial, según los resultados obtenidos, las políticas públicas orientadas al mejoramiento de la competitividad empresarial deben dirigirse, en mayor grado, a aspectos distintos al ámbito del fortalecimiento de estrategias relacionadas con la mejora de las relaciones sociales que se dan en las diferentes actividades económicas.

Gráfico No. 4



Fuente: investigación de campo

Apenas, en promedio, cerca del 12%<sup>102</sup> del direccionamiento de la política pública, del gobierno central y de los gobiernos locales hacia determinados ámbitos claves

<sup>102</sup> Ese 12% se refiere a que de los 20 puntos disponibles, que tuvo cada empresario encuestado para repartir según su percepción de importancia de cada alternativa, en promedio 2,4 puntos fueron asignados hacia la asociatividad como ámbito que debería ser atendido por las políticas públicas.

del mejoramiento competitivo empresarial fue enfocado por los empresarios hacia la promoción de la asociatividad como alternativa de fortalecimiento de las PYMI. Esta tendencia, según informantes calificados entrevistados, tiene que ver con la experiencia poco efectiva que el sector de la pequeña y mediana industria ha tenido en los últimos años con organizaciones promotoras del fortalecimiento empresarial pertenecientes al gobierno central y a los gobiernos locales; caracterizándose esa experiencia por una serie de acciones de promoción asociativa que al inicio fueron promovidas con gran entusiasmo pero que luego, debido a los cambios de prioridades políticas de los funcionarios de turno, no llegaron a su finalización o, simplemente, no lograron los impactos competitivos esperados.

De ahí que esta escasa credibilidad en la política pública, registrada en este estudio, como medio para promover la asociatividad empresarial, no significa que los empresarios de las PYMI consideren a esta alternativa estratégica como poco efectiva, el momento en que se busca el mejoramiento de la competitividad de aquellas empresas que se encuentran agrupadas en un determinado sector de actividad económica.

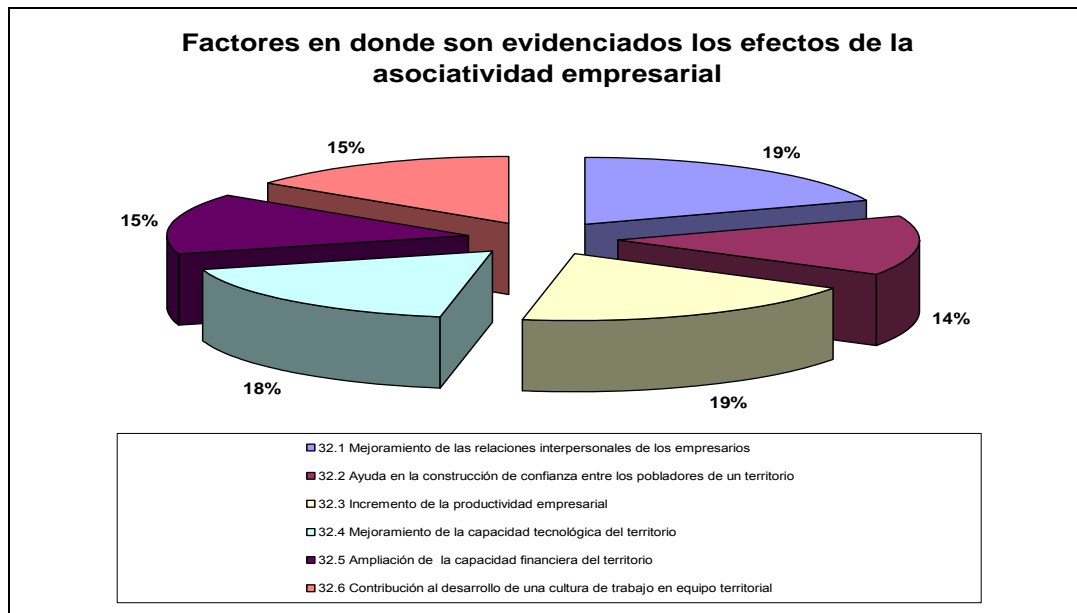
La mayor tendencia registrada sobre el direccionamiento que debe darse a las políticas públicas para el mejoramiento de la competitividad empresarial se concentró en tres variables: apoyo al mejoramiento de la tecnología (21%), capacitación (19%) y acceso al crédito (19%). También muestra un comportamiento relevante el apoyo de las políticas públicas hacia la apertura de nuevos mercados (16%). Este comportamiento de los resultados nos lleva a concluir que, de acuerdo con la importancia dada por los empresarios de la PYMI, un proceso asociativo en

su fase de construcción debe preocuparse por crear las condiciones tecnológicas, de financiamiento y de capacitación, sí desea tener buenos resultados una vez que entre en ejecución.

#### 4.2.2.2. Evidencias para medir los efectos de la asociatividad empresarial.

La percepción que tienen los empresarios de las PYMI sobre los indicadores que ayudarían a medir el éxito o el fracaso de una práctica asociativa está concentrada, con una ligera diferencia sobre factores considerados extraeconómicos, en el ámbito de elementos económicos, como: incremento de la productividad de las empresas, mejoramiento de la capacidad tecnológica territorial y ampliación de la capacidad financiera del territorio.

**Gráfico No. 5**



**Fuente: investigación de campo**

Como se puede observar, en los factores económicos resalta la elección por la productividad como uno de los indicadores principales para medir los resultados de un proceso asociativo; en promedio, alrededor del 19%<sup>103</sup> de los efectos de la asociatividad empresarial, según los empresarios de la PYMI, podrían ser identificados a través del monitoreo a la evolución del índice de productividad de las unidades productivas asociadas. Esta tendencia se alinea con el análisis que hicimos sobre la relación causa-efecto que existe entre competitividad y productividad, en donde la productividad es el efecto de todo el trabajo que se haga desde adentro y desde afuera de las empresas para mejorar su competitividad. Y, precisamente como hemos analizado, la asociatividad es una de las alternativas estratégicas que ayuda a fortalecer a una empresa de forma individual, gracias al trabajo colectivo que se realiza con las demás unidades productivas objeto del ejercicio asociativo.

Con respecto al resto de potenciales indicadores y evidenciadores de los efectos de la asociatividad empresarial que se encuentran agrupados dentro del ámbito de lo extraeconómico, se puede ver que el mejoramiento de las relaciones interpersonales de los empresarios aparece con el mayor puntaje asignado, luego se ubican la contribución al desarrollo de una cultura de trabajo en equipo territorial y la ayuda en la construcción de confianza entre los pobladores del territorio.

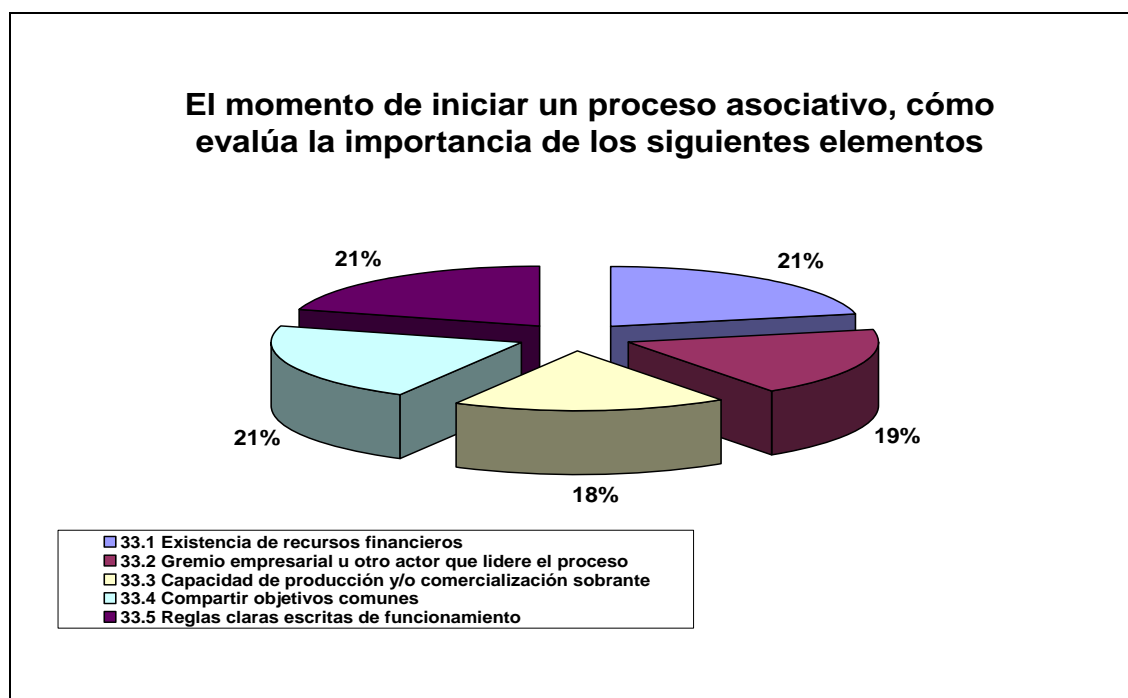
---

<sup>103</sup> Ese 19% se refiere a que de los 20 puntos disponibles que tuvo cada empresario encuestado para repartir entre las diversas formas de evidenciar los efectos de la asociatividad empresarial, en promedio 3,8 puntos fueron asignados hacia la productividad como indicador clave para evidenciar los resultados de una experiencia asociativa.

#### 4.2.2.3. Factores principales que considerar el momento en que inicia un proceso asociativo.

Al analizar las respuestas dadas, se puede observar que la opinión que tienen los empresarios de las PYMI sobre el apoyo que se debe dar a aquellos factores considerados como básicos a la hora de iniciar un proceso asociativo es bastante similar el momento en que se sometió a la elección de relieves su grado de importancia, pues, en promedio, alrededor del 20% de la importancia que se debe dar a los factores base de un proceso asociativo fue asignada a cada una de las cinco opciones planteadas a los empresarios estudiados.

Gráfico No. 6



Fuente: investigación de campo



Dentro de los factores catalogados como económicos, al analizar comparativamente las leves diferencias registradas, se debe resaltar el mayor reconocimiento que se dio a la existencia de recursos financieros como base inicial de una práctica asociativa<sup>104</sup>; en cambio, en el grupo de factores extraeconómicos el compartimiento de objetivos comunes y la definición previa de reglas claras y escritas fueron reconocidos como los factores de mayor importancia.

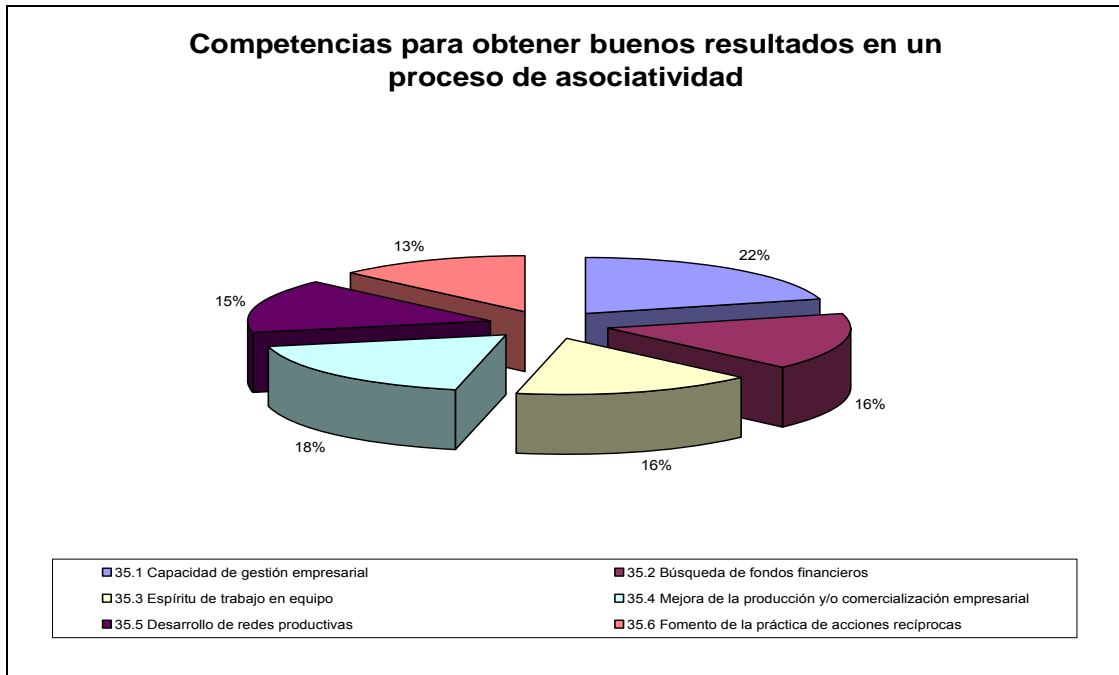
#### **4.2.2.4. Desarrollo de competencias para la obtención de buenos resultados en un proceso asociativo.**

El impacto positivo que se puede lograr a través de una buena práctica asociativa depende de las de capacidades que se han desarrollado a nivel de las personas y las empresas participantes. En el caso de los empresarios de las PYMI estudiados, las competencias que a su criterio se deberían impulsar en mayor grado son aquellas relacionadas con el ámbito económico.

---

<sup>104</sup> De todos los factores, la existencia de recursos financieros, aunque con una leve superioridad, fue el elegido por los empresarios de las PYMI como el factor sobre el cual se debe poner atención cuando se emprende una nueva aventura asociativa.

**Gráfico No. 7**



**Fuente:** investigación de campo

En promedio, alrededor del 55% de la importancia relacionada con el desarrollo que se debe dar a las diferentes capacidades que se requieren para obtener buenos resultados en un proceso de asociatividad empresarial, se vincula con competencias del ámbito económico –capacidad de gestión empresarial (21%), búsqueda de fondos financieros (16%), mejora de la producción y/o comercialización empresarial (18%)–. Cuando analizamos la opinión sobre los factores extraeconómicos, se observa que el estímulo a la consolidación del trabajo en equipo –16%– es la opción que obtiene mayor preferencia.

### **4.2.3. Factores extraeconómicos involucrados en la ejecución de estrategias asociativas para las PYMI.**

#### **4.2.3.1. Análisis de la percepción sobre la importancia del capital social como base del fomento y la promoción de la asociatividad empresarial.**

Este punto se desarrollará a partir del análisis de los resultados de la investigación de campo realizada en el sector de la pequeña y mediana industria, y del marco teórico expuesto en un capítulo anterior sobre el capital social y la institucionalización de un proceso asociativo.

##### **4.2.3.1.1. Aspectos externos a las empresas que inciden en un proceso de asociatividad.**

La evaluación de la incidencia que tienen factores externos a las empresas en los resultados obtenidos a la hora de promover un proceso de asociatividad empresarial se la hizo tomando como referencia de análisis el espacio territorial en el cual tienden a producirse las diferentes prácticas asociativas. En el caso de esta investigación, el laboratorio de estudio fueron las empresas afiliadas a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha –CAPEIPI–.

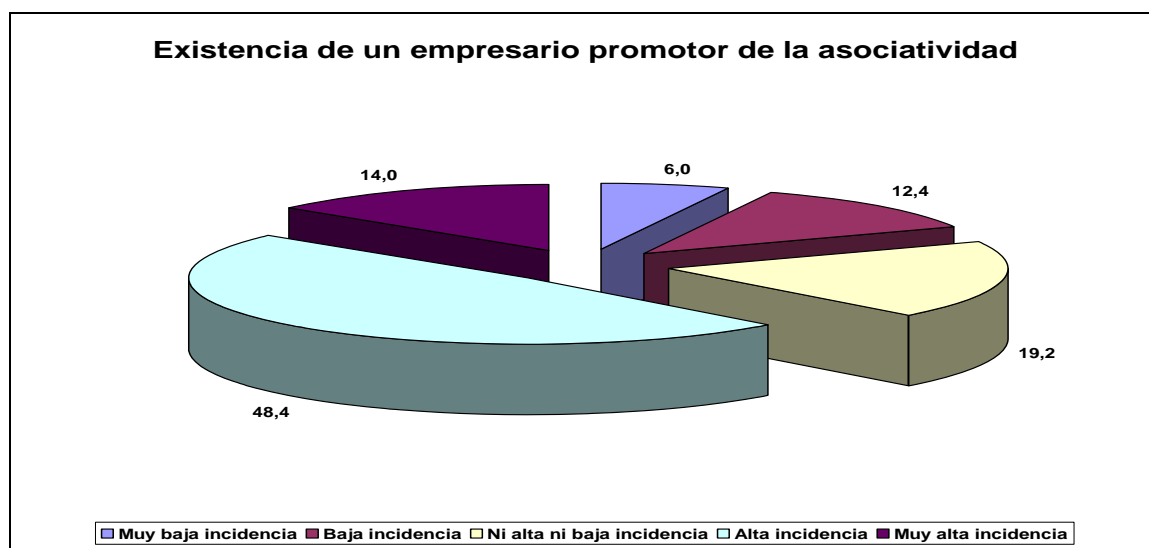
#### 4.2.3.1.1.1. Liderazgo territorial.

Varios de los informantes entrevistados en esta investigación resaltaron la importancia de que en un determinado territorio, para impulsar procesos asociativos efectivos, se requiere de la presencia de señales que nos demuestren que la capacidad de liderazgo está presente en las personas y/u organizaciones asentadas en ese lugar.

- **Presencia de líderes empresariales.**

El 62,4% de empresarios de las PYMI consideran que la presencia de un líder empresarial perteneciente al propio territorio es un elemento que incide de forma significativa cuando se promueven procesos asociativos cuya premisa inicial es agrupar a empresas localizadas en un mismo territorio.

**Gráfico No. 8**



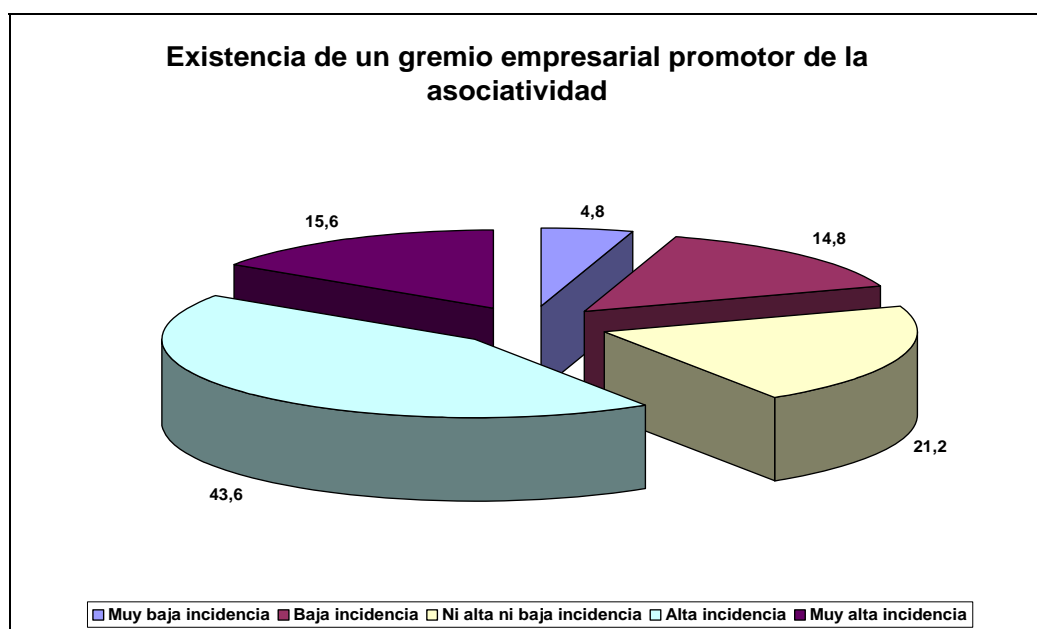
**Fuente: investigación de campo**

La distribución de respuestas que se presenta sobre la incidencia de un empresario que lidera la asociatividad en el propio territorio nos da como resultado un promedio de calificación de 3,52 puntos –cercano a la opción alta incidencia–, acompañado de una desviación estándar de 1,07. Este último indicador estadístico nos da a entender, por la alta concentración dada en las opciones alta y muy alta incidencia, que la opinión entre los empresarios de las PYMI sobre este factor de análisis no tiende a ser muy dispersa, es decir, existe una tendencia a la homogenización del criterio seleccionado.

- **Presencia de gremios que lideran la asociatividad.**

La credibilidad que proyecta un gremio empresarial es un elemento que también es reconocido por parte de los empresarios de las PYMI como de elevada incidencia a la hora de emprender actividades con enfoque asociativo, pues, como lo señalaron informantes calificados entrevistados, la construcción de sistemas de agremiación fuertes y altamente creíbles ayudan a comunicar con mayor facilidad las bondades de la asociatividad como alternativa estratégica viable para el fortalecimiento de las empresas que deciden asociarse.

**Gráfico No. 9**



**Fuente:** investigación de campo

En el caso de los empresarios de las PYMI analizados, estos consideran en cerca del 60% que la presencia de un gremio empresarial que lidere la promoción asociativa entre empresas es de significativa incidencia cuando se busca convencer a los agremiados para que se sumen a esa propuesta estratégica dirigida a la mejora de su posición competitiva en el sector de actividad económica que vienen operando<sup>105</sup>.

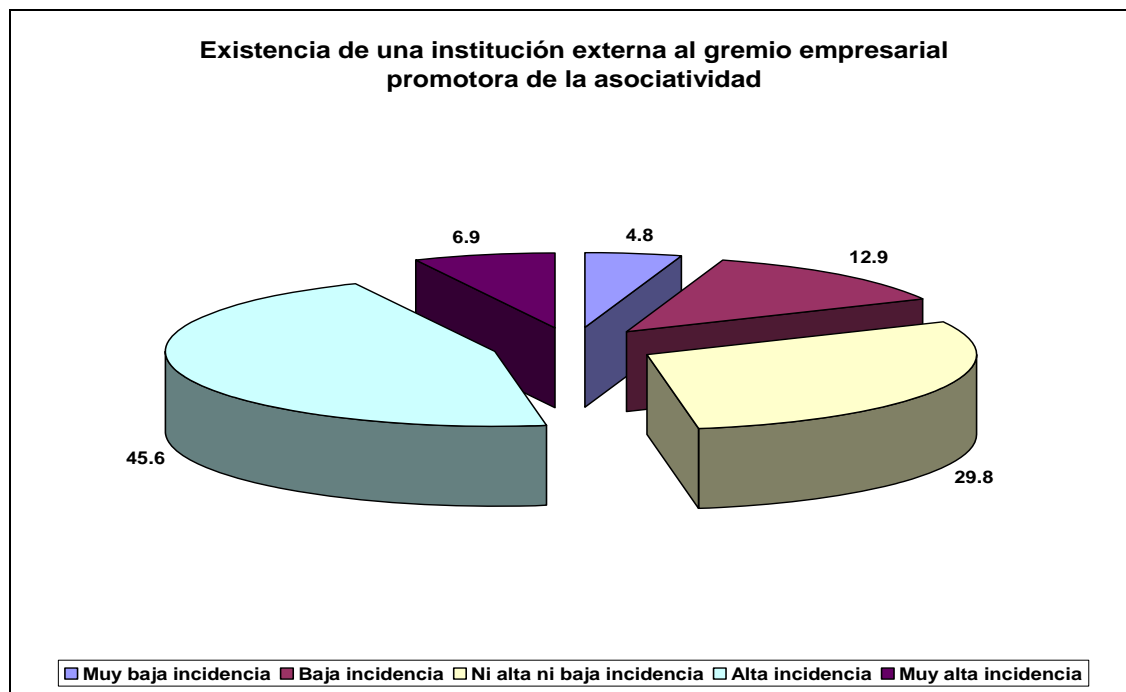
Esta tendencia de opinión nos genera una calificación promedio de 3,5, la cual se acerca a la opción de alta incidencia.

<sup>105</sup> Complementando esta tendencia, sobre la relevancia que dan los empresarios al gremio como promotor de la asociatividad, se observa también que alrededor del 58% de opiniones resaltan el hecho que el gremio debe existir en el propio territorio.

- **Otras organizaciones externas que lideran la asociatividad en un determinado territorio.**

La presencia en un territorio de otras organizaciones, distintas al gremio empresarial principal, dedicadas a promover la asociatividad como alternativa para mejorar la posición competitiva de las empresas también es reconocida como un factor de significativa incidencia, por una buena parte de los empresarios de la PYMI.

**Gráfico No. 10**



**Fuente: investigación de campo**

Alrededor del 53% de empresarios consideran a este factor importante a la hora de evaluar la incidencia que el liderazgo personal y/u organizacional, presente en un determinado territorio, ejerce sobre la promoción y ejecución de proyectos con fines asociativos. De ahí que esta percepción se alinea con lo que, en los últimos años,

ha venido sucediendo con organizaciones vinculadas al gobierno central, específicamente al Ministerio de Industrias y Productividad –MIPRO–, que han empezado a liderar, a nivel de varias provincias ecuatorianas, algunos programas de asociatividad empresarial enfocados en alto grado hacia el fortalecimiento del sector de las pequeñas y medianas empresas.

#### **4.2.3.1.1.2. Cultura asociativa territorial.**

En aquellos territorios en donde existen rasgos culturales vinculados al ámbito de la asociatividad, la posibilidad del fomento y promoción de prácticas de trabajo colectivo son mayores, de ahí que en este capítulo vamos a explicar algunas tendencias relevantes sobre la opinión que los empresarios de las PYMI tienen sobre los efectos positivos que genera, para un proceso asociativo, la presencia de una cultura inicial de asociatividad en el propio territorio.

- **Creencia territorial sobre las bondades de la asociatividad.**

Un elemento clave que va direccionando la forma de actuar de quienes habitan un territorio es la forma de pensar que tienen estos sobre los beneficios que un proceso asociativo trae a las personas y/u organizaciones participantes. Ahora, lo que debe quedar claro en este punto, como lo señalaron empresarios invitados a los talleres de discusión que se organizaron para debatir la problemática de la asociatividad<sup>106</sup>, es que el creer o no en las bondades asociativas es producto de las buenas o malas experiencias que se ha tenido en prácticas asociativas anteriores; normalmente,

---

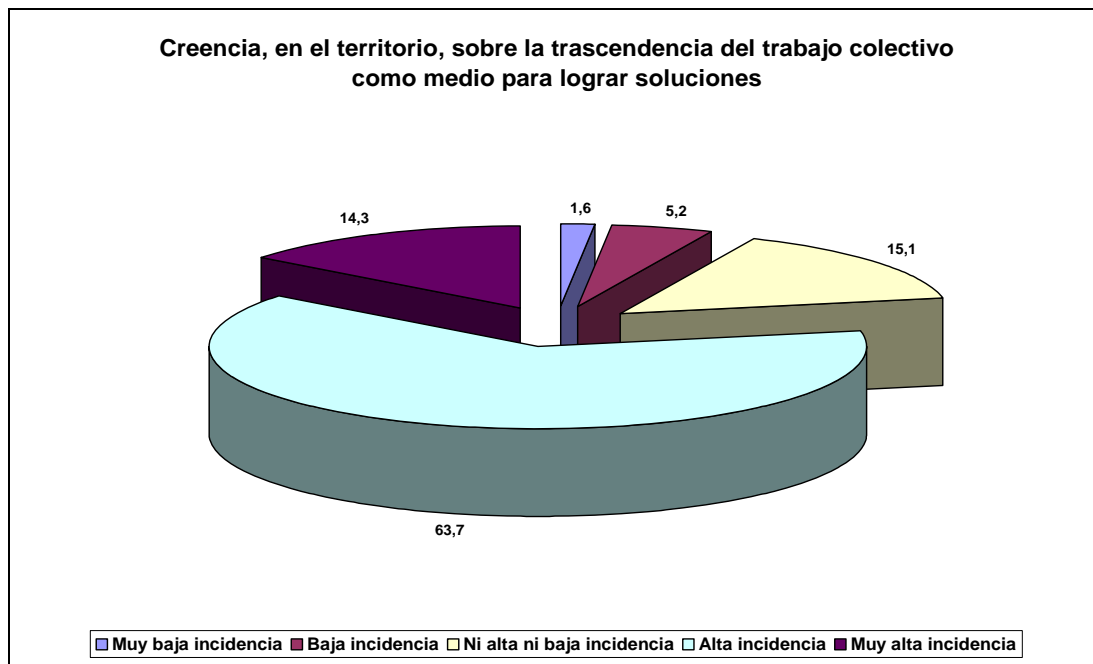
<sup>106</sup> Los resultados de estos talleres fueron expuestos en el subcapítulo sobre análisis de datos cualitativos.



cuando las experiencias han sido malas, el proceso de fomento y promoción de la asociatividad como medio para el fortalecimiento empresarial tiende a encontrar una serie de dificultades actitudinales que, para su superación, requieren de una gran inversión de tiempo y esfuerzo concienciador.

La gran incidencia de la creencia en las bondades asociativas como factor facilitador de un proceso de asociatividad entre empresarios es reconocida por cerca de 8 de cada 10 empresarios de la PYMI, que la consideran como de alta y muy alta incidencia.

**Gráfico No. 11**



**Fuente: investigación de campo**

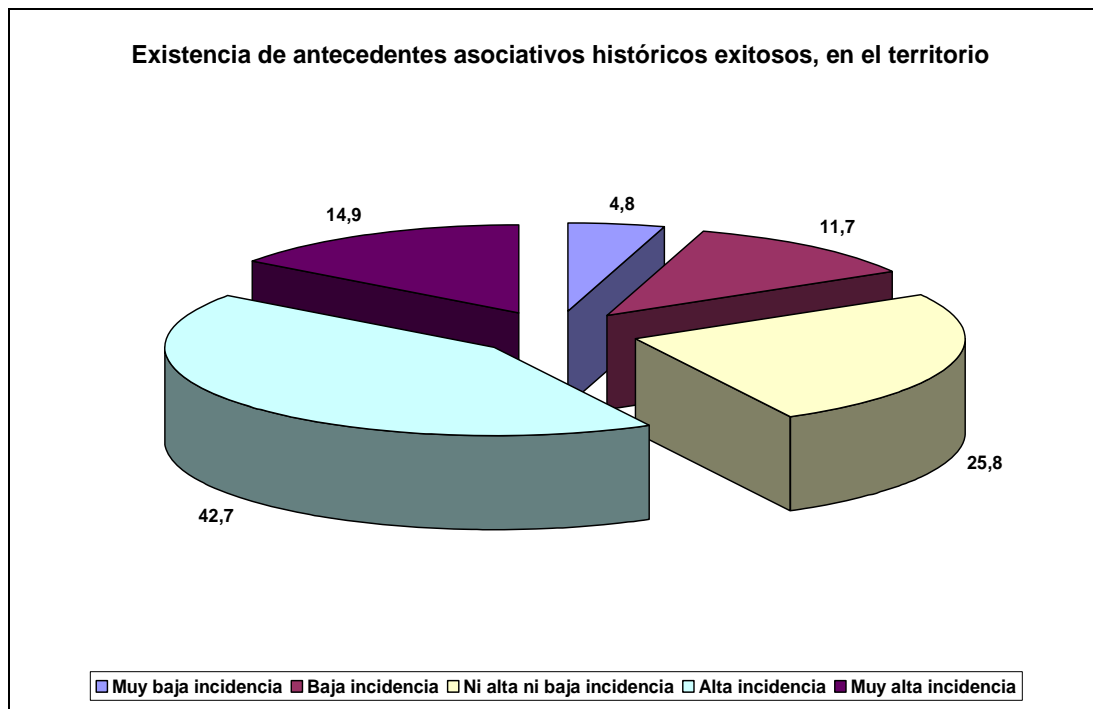
Sí tomamos como referencia el valor de la desviación estándar, podemos verificar que este se ubica como el segundo menor valor del primer bloque de preguntas de

la encuesta, de ahí que esta percepción aparece como bastante homogénea entre los empresarios de la PYMI.

- **Experiencias históricas asociativas.**

En el caso de los empresarios de las PYMI analizados, se puede observar que el factor alineado con la existencia de antecedentes asociativos territoriales es considerado de alta y muy alta incidencia para la buena práctica de un proceso asociativo por cerca de 6 de cada 10 empresarios; generando esta tendencia de opinión una calificación promedio de 3,51, la cual se acerca hacia la opción de alta incidencia.

**Gráfico No. 12**



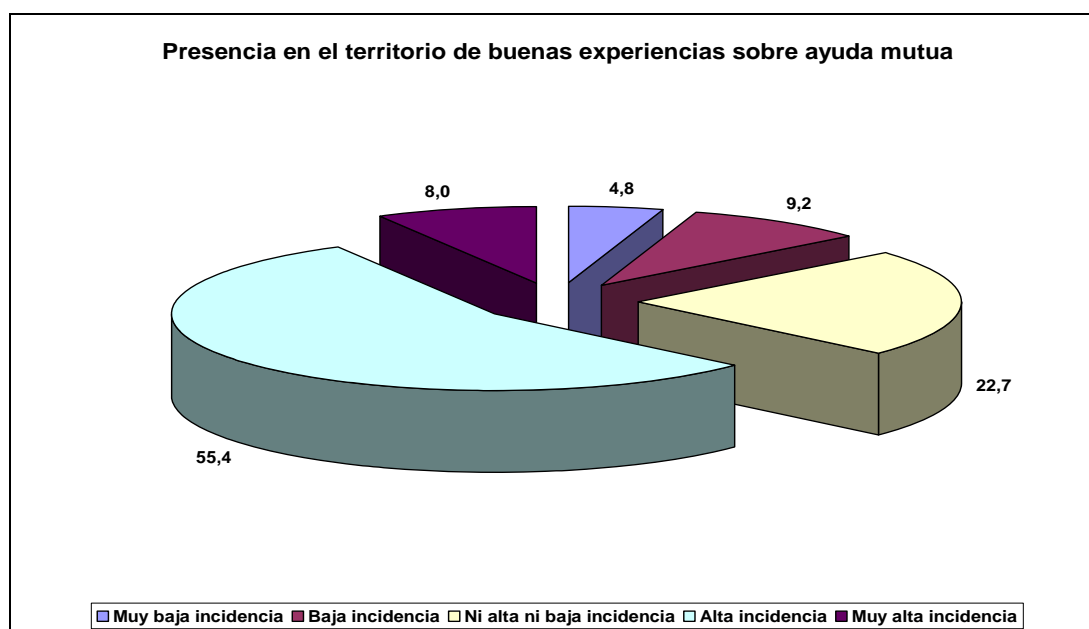
**Fuente:** investigación de campo

Otro aspecto que también es relevado por alrededor del 57% de empresarios de las PYMI es que cuando los habitantes de un determinado territorio tienden a mostrar una fuerte identificación con las costumbres, tradiciones y demás formas de vida del lugar en donde han vivido por varios años, el fomento y promoción de la asociatividad se ve beneficiado.

- **Buenas prácticas en materia de asociatividad.**

El ser humano, por naturaleza, tiende a aprender de mejor forma a partir de la vivencia directa o de la comunicación recibida sobre los buenos resultados que se han generado a partir de la ejecución de programas o proyectos relacionados con determinada temática. En el caso de nuestro estudio, vamos a ver que los empresarios analizados tienden a resaltar como factor fortalecedor de la construcción de una cultura asociativa territorial a la puesta en marcha de actividades de asociatividad empresarial cuyos resultados han sido considerados exitosos.

**Gráfico No. 13**



**Fuente:** investigación de campo

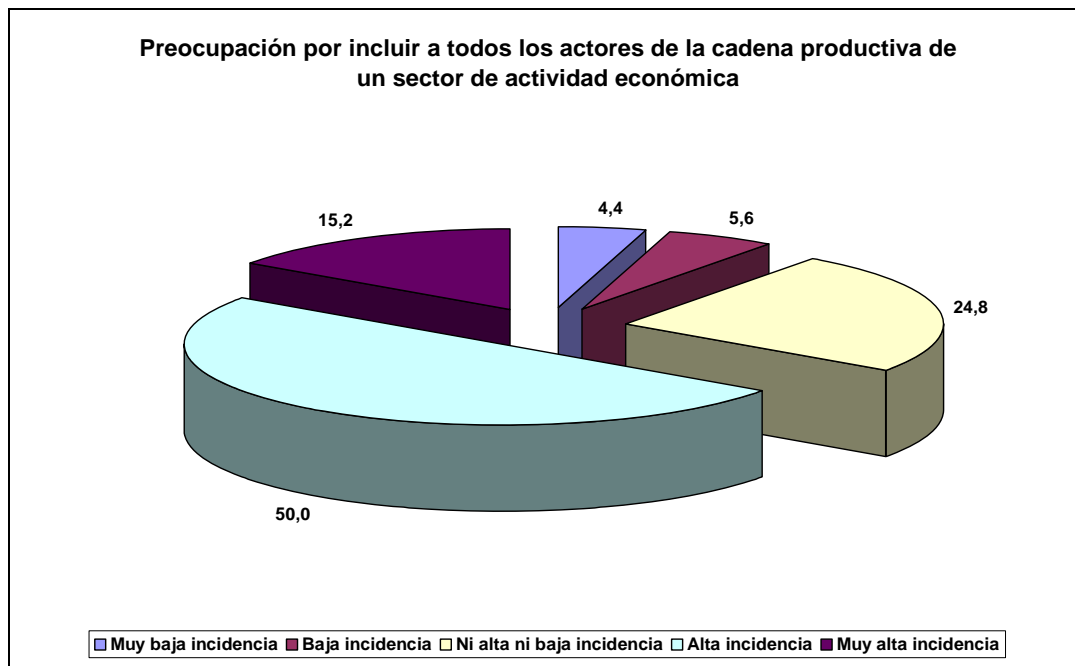
Un 63% de los empresarios de las PYMI consideran entre alta y muy alta incidencia a las buenas experiencias de ayuda mutua, lo cual nos da a entender que cuando hay ejemplos de trabajos en donde predominan una serie de acciones colaborativas entre los miembros de un colectivo social, al final de cuentas se están construyendo las bases de lo que podríamos denominar cultura de cooperación territorial.

Yéndonos al campo específico de la asociatividad con fines productivos, podemos notar que cerca de 6 de cada 10 empresarios de las PYMI resaltan como de entre alta y muy alta incidencia a la experiencia territorial de actuar bajo un enfoque de redes.

Otro aspecto que debemos relieves es el reconocimiento que las empresas fabricantes de un determinado producto hacen sobre la importancia de incluir en los

procesos asociativos a las empresas que cumplen el rol de proveedoras y/o comercializadoras. El 65,2% de empresarios de las PYMI consideran entre alta y muy alta la incidencia que tiene la inclusión de todos los actores que participan en el funcionamiento de la cadena productiva relacionada con el sector de actividad económica que está siendo objeto de fomento y promoción asociativa.

**Gráfico No. 14**



**Fuente:** investigación de campo

Esta tendencia de opinión nos da como resultado un calificación promedio de 3,66 – bastante cercana a la opción de alta incidencia–, la cual, al estar acompañada de una desviación estándar –0,95–, que para el primer bloque de preguntas de la encuesta aplicada se ubica dentro del grupo de menor valor, nos está diciendo que en la opinión de los empresarios de las PYMI se presenta una buena homogeneidad

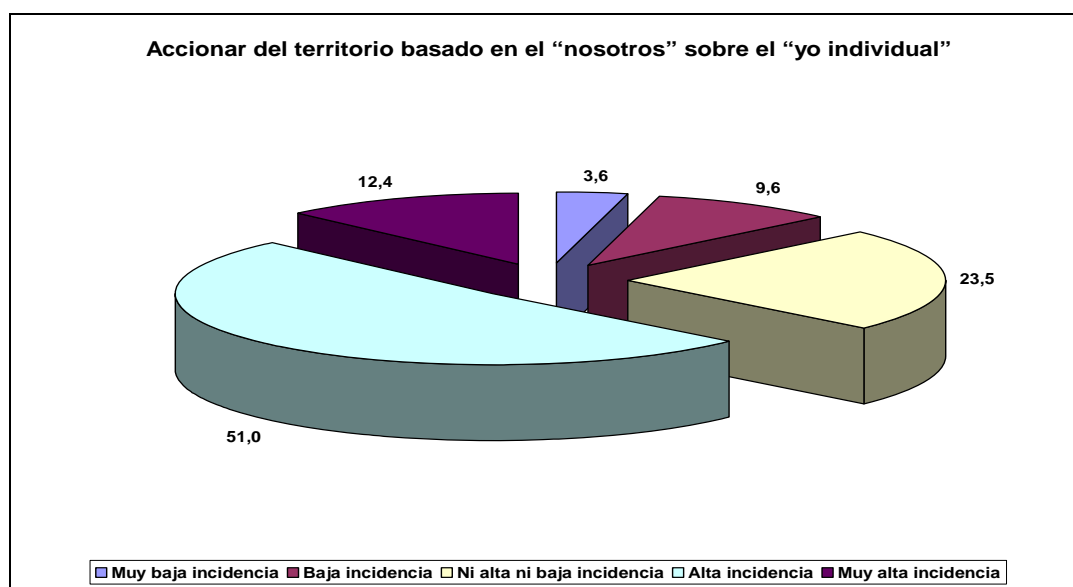
sobre la importancia de incluir en un proyecto o programa asociativo a todos los actores que forman parte de una cadena productiva.

#### **4.2.3.1.1.3. La experiencia de trabajo colectivo y su relación con la construcción de procesos asociativos.**

El que exista en un territorio geográficamente identificado una serie de prácticas cotidianas cuya característica principal es la consecución de buenos resultados a través de la acción conjunta de varias personas y/u organizaciones debe ser considerada una buena base sobre la cual, con mayor efectividad, se pueden construir procesos de asociatividad con fines empresariales.

Cuando analizamos los resultados obtenidos en nuestro trabajo de campo, se puede ver que los empresarios de la PYMI, en términos generales –63,4 %– consideran al accionar de un territorio, basado en el enfoque del “nosotros”, como un factor de significativa incidencia a la hora de promover la asociatividad empresarial en cierto lugar geográfico.

**Gráfico No. 15**



**Fuente:** investigación de campo

Para que tenga un verdadero efecto el trabajo territorial basado en el enfoque del nosotros, es necesaria también la acción de otros factores explicativos de una buena práctica asociativa, como trabajo bajo la identificación de necesidades consideradas de interés territorial<sup>107</sup> –este factor es el origen de la definición de objetivos comunes–, pertenencia voluntaria a algún tipo de organización asociativa, predominio del interés comunitario a la hora de priorizar la ejecución de proyectos territoriales, impulso a una asociatividad cuyos fines no solo sean de carácter productivo, entre los más importantes.

A continuación, se expone la tendencia de percepción que tienen los empresarios de la PYMI sobre los últimos factores que acabamos de mencionar:

<sup>107</sup> Una necesidad compartida territorialmente, desde la óptica económica, puede ser el mejoramiento competitivo de las empresas asentadas en ese territorio.

**Tabla No. 1**

<b>Factores que apoyan el trabajo bajo un enfoque del nosotros</b>	
<b>Factor</b>	<b>Calificación entre alta y muy alta Incidencia</b>
Presencia de una necesidad compartida en el territorio	68,9%
Pertenencia voluntaria a algún tipo de asociación	56,2%
Predominio del interés comunitario en la ejecución de proyectos territoriales	48,2%
Impulso a espacios asociativos distintos al ámbito productivo-empresarial	55,4%

**Fuente: investigación de campo**

De acuerdo con la tabla anterior, debemos relieves el reconocimiento que se hace a la existencia de objetivos comunes, a partir de la identificación de aquellas necesidades consideradas de interés territorial, como un elemento clave a la hora de fomentar el trabajo colectivo como una forma de organización social.

#### **4.2.3.1.1.4. La comunicación y la participación como facilitadores promocionales de la asociatividad.**

El direccionamiento a la forma como se relacionan las personas y/u organizaciones de un mismo territorio requiere, entre otras cosas, de un conjunto de acciones



orientadas a comunicar las bondades y beneficios de aquello sobre lo cual se está buscando su activa participación.

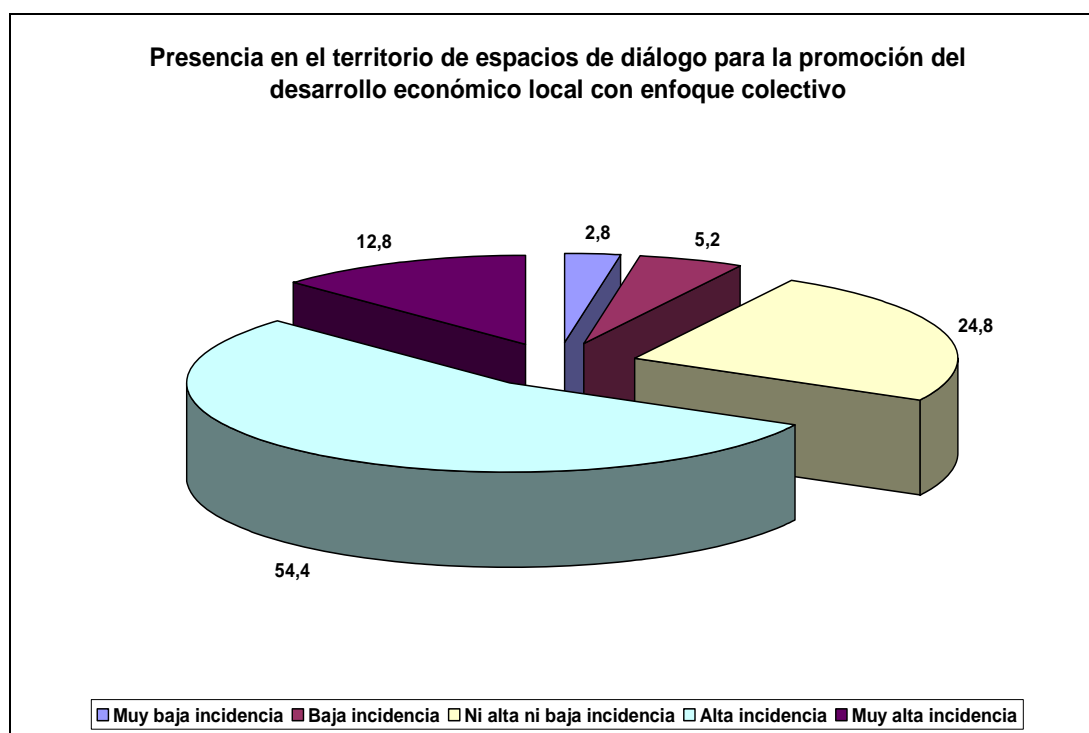
En el caso de la asociatividad, como fue comentado por informantes calificados entrevistados, es una alternativa estratégica para el fortalecimiento empresarial que para su buena puesta en marcha requiere, precisamente, de un conjunto de actividades que ayuden a informar a los empresarios, sobre todo de la PYMI, que es una opción viable y que aún no ha sido explotada, en mayor grado, en países como el Ecuador<sup>108</sup>.

Al observar otras opiniones relacionadas con el estímulo a la comunicación y participación territorial de los empresarios de la PYMI, vemos que cerca de 7 de cada 10 de ellos reconocen la gran incidencia que tiene, en un territorio que busca organizarse alrededor de prácticas colectivas, la presencia de espacios sociales en donde los actores interesados en la promoción asociativa territorial puedan exponer y someter a discusión qué es, para qué sirve y cómo se hace realidad un proceso de asociatividad con fines empresariales.

---

<sup>108</sup> La información previa sobre las bondades asociativas es resaltado, por alrededor del 56% de empresarios de la PYMI, como un elemento de elevada incidencia a la hora de facilitar un proceso de asociatividad empresarial.

**Gráfico No. 16**



**Fuente: investigación de campo**

Este factor presenta, comparativamente con el resto de variables analizadas, una de las desviaciones estándar más bajas  $-0,86-$ , lo cual nos expresa el criterio bastante homogéneo que tienen los empresarios de las PYMI sobre la importancia de la comunicación y participación<sup>109</sup> como vehículos promotores clave de un proyecto o programa asociativo.

Ahora, cuando tratamos de responder la interrogante: ¿cuáles son los espacios sociales de un territorio desde donde se deben promover, con discursos y hechos reales, las bondades y beneficios de la asociatividad como una forma de organización social?, vemos que la percepción de los empresarios de las PYMI

<sup>109</sup> El 65% de empresarios reconocen como de significativa incidencia para la asociatividad empresarial territorial al fomento de la participación como un hábito de convivencia social.

tiende a reconocer como de relevante incidencia a la familia –71,7% consideran como de alta y muy alta incidencia a este factor– y al sistema educativo –72,5% relievan de alta y muy alta incidencia a este espacio de concienciación y formación social–.

#### **4.2.3.1.1.5. La confianza como factor fundamental de la asociatividad**

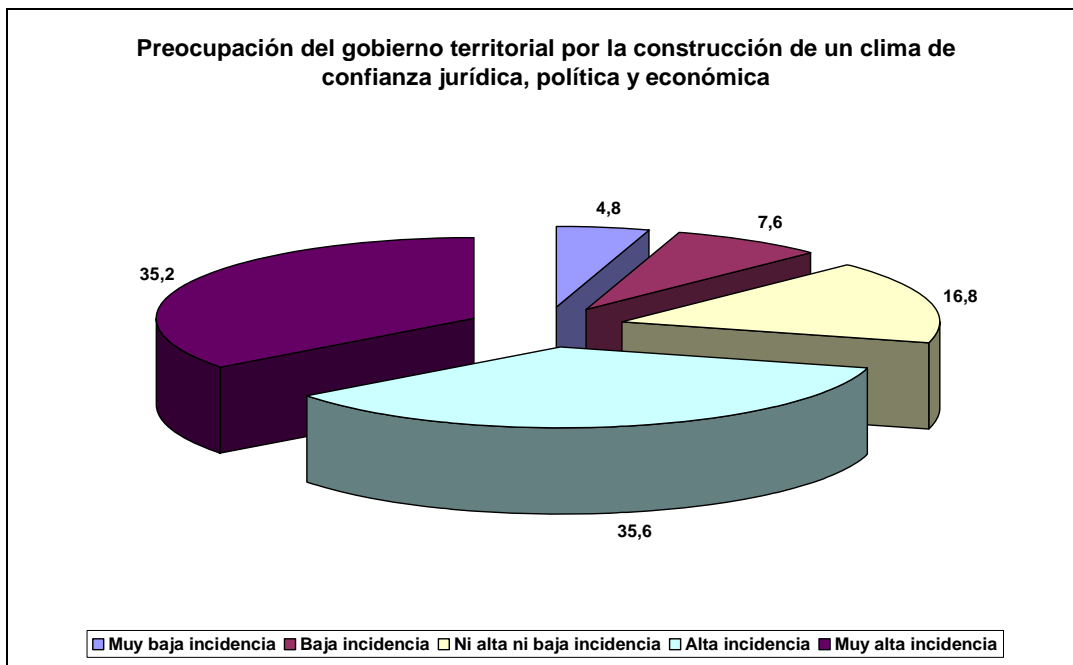
Ahora, expliquemos algunos de los resultados obtenidos en la investigación de campo que nos ayudan a entender de mejor manera cómo la confianza entre actores es un elemento decisivo para el éxito o fracaso de un proceso asociativo, en este caso vinculado al ámbito relacional entre actores relacionados al sector de la pequeña y mediana industria.

- **Elementos demostrativos que ayudan a construir confianza territorial.**

La confianza que impera en las relaciones que se dan entre los habitantes y/o empresas asentadas en un determinado territorio se construye sobre la base de hechos reales más que de simples discursos. De ahí la importancia de analizar la incidencia que tienen en la construcción de la asociatividad como una forma alternativa de organización social factores vinculados al comportamiento que tienen los propios empresarios, los actores pertenecientes al gobierno territorial y todos los demás miembros de la sociedad que habita el territorio que está siendo orientado hacia una forma de organización más colectiva.

Con respecto al accionar del gobierno territorial, alrededor de 7 de cada 10 empresarios de las PYMI relievan a la construcción de un clima de confianza jurídica, política y económica por parte de los gobiernos locales como factor que incide de forma positiva en la generación de un clima en donde tienda a desaparecer aquella duda caracterizada por la preocupación permanente de la posibilidad de que alguna persona u organización pública o privada vaya a sacar provecho en beneficio individual, sin importar los efectos negativos que se pueden generar en los demás miembros de una sociedad.

**Gráfico No. 17**



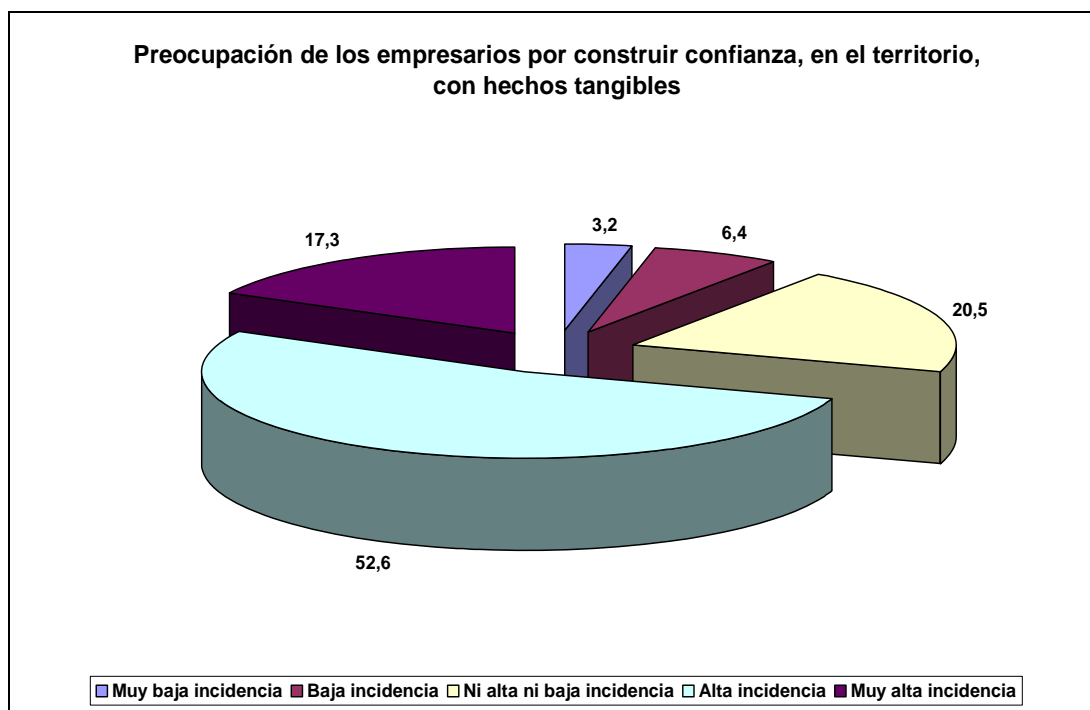
**Fuente: investigación de campo**

El promedio de calificación que dieron los empresarios de las PYMI a la construcción de confianza jurídica, política y económica por parte del gobierno territorial es uno de los más altos registrados en el primer bloque de preguntas

consultadas –3,88–; la razón de este comportamiento tiene que ver con la preferencia que tienen los empresarios de la pequeña y mediana industria por reconocer a esta forma de actuar de los gobiernos presentes en cierto territorio como una buena práctica de “muy alta incidencia” dirigida a la construcción de confianza territorial y por ende a la creación de las condiciones básicas del inicio y consolidación de cualquier tipo de proceso asociativo.

Ahora, analicemos la incidencia que, al parecer, de los empresarios de las PYMI tienen en la formación de confianza territorial las actitudes que son practicadas, de forma tangible, por ellos mismos. Al observar los resultados, expuestos en el gráfico siguiente, podemos notar que un 69,9% de los empresarios de la pequeña y mediana industria ven a los actos de confianza practicados por ellos mismos como una buena fuente generadora de mensajes demostrativos dirigidos a crear el terreno propicio para la germinación de la asociatividad como un mecanismo efectivo del fortalecimiento empresarial.

**Gráfico No. 18**

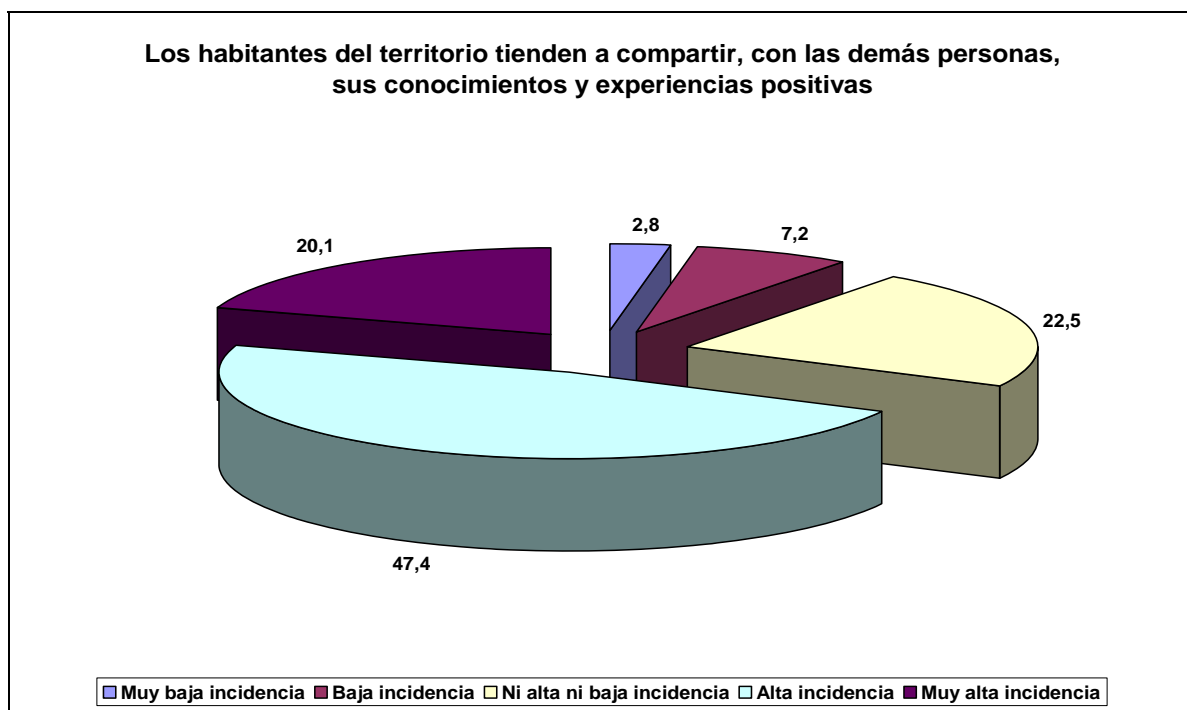


**Fuente: investigación de campo**

Finalmente, el comportamiento de los demás habitantes de un territorio también puede convertirse en un referente importante para la construcción de la confianza como factor base de cualquier tipo de proceso asociativo.

Según el 67,5% de los empresarios de la PYMI, cuando los habitantes localizados en un determinado territorio tienden a compartir, de forma voluntaria, sus conocimientos y experiencias positivas con las demás personas, nos encontramos en una situación de gran incidencia para el estímulo de proyectos y programas asociativos en donde la variable confianza es el eje fundamental de su accionar.

**Gráfico No. 19**

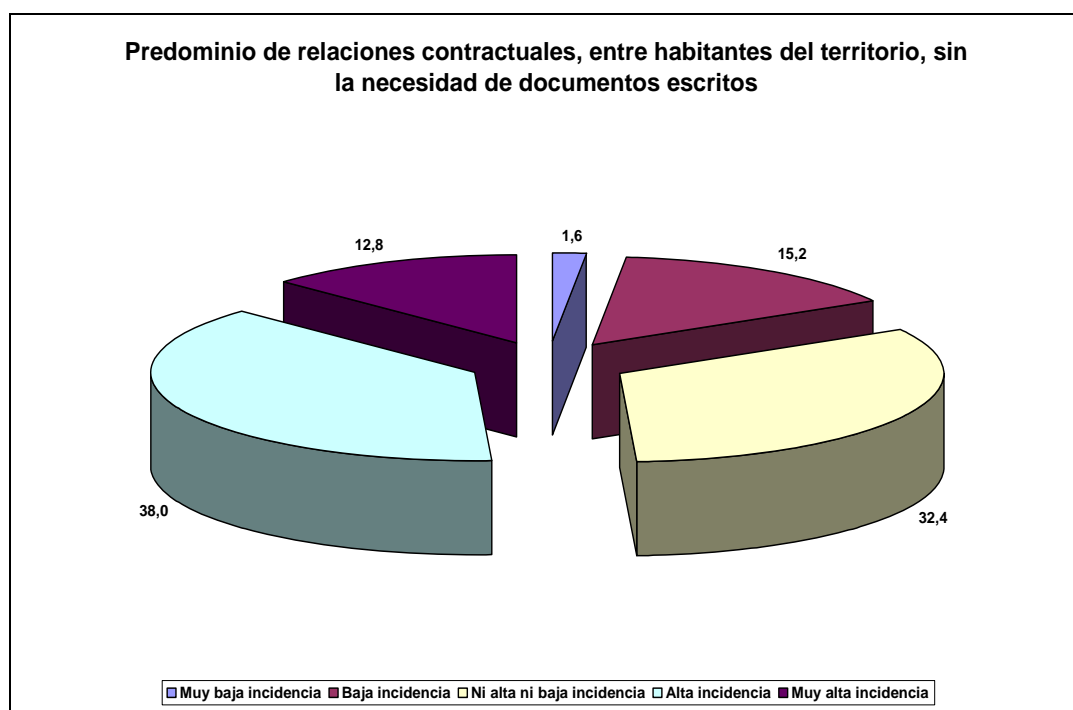


**Fuente: investigación de campo**

También la práctica basada en relaciones contractuales en donde no se requiere la presencia de documentos escritos se puede convertir en un factor que ayuda a hacer tangible la presencia de la confianza en las distintas relaciones que se dan entre los actores que habitan en un mismo territorio.

Sobre esta última afirmación, alrededor de 5 de cada 10 empresarios de la pequeña y mediana industria reconocen como de significativa incidencia en la construcción de procesos asociativos, basados en la confianza interrelacional, a la tendencia que muestran los habitantes de un territorio por impulsar transacciones en donde la palabra prevalece sobre la exigencia de documentos escritos.

**Gráfico No. 20**



**Fuente: investigación de campo**

A pesar del reconocimiento que se hace a la incidencia de este último factor analizado para la asociatividad, la calificación promedio –3,45– es una de las más bajas, debido a que un 32,4% de empresarios de las PYMI calificó a la ausencia de documentos escritos, cuando se produce una relación contractual, como un aspecto que no genera ninguna incidencia a la hora de fomentar y promover procesos de asociatividad empresarial sobre la base de la variable confianza.

- **La conciencia cívica y la ética como complementos claves de la confianza.**

El proceso de construcción de procesos asociativos, además del predominio del factor confianza, también requiere de la presencia de otros elementos complementarios claves como la conciencia cívica y la práctica, por parte de los



asociados, de valores éticos. El momento que interactúan estos factores con la confianza territorial se están creando importantes reservas del capital social en el territorio objeto de cualquier tipo de práctica asociativa.

Sobre la incidencia que tiene en los procesos de asociatividad empresarial la práctica de valores de comportamiento ético, se observa que cerca de 8 de cada 10 empresarios de las PYMI la reconocen como de alta y muy alta incidencia.

Con respecto a la percepción registrada sobre el respeto que los pobladores de un territorio tienen por la realización de sus actividades personales, evitando al máximo la no afectación del espacio de acción de los demás<sup>110</sup>, observamos que los empresarios de la pequeña y mediana industria lo consideran un factor de significativa incidencia cuando se busca consolidar una práctica con fines asociativos, pues el 76,8% de empresarios de las PYMI califican al respeto del espacio de acción de los demás como de significativa incidencia cuando en un territorio se procede a fomentar y promover la asociatividad con fines empresariales.

#### **4.2.3.2. La acumulación de capital social y la construcción de relaciones sólidas hacia adentro y hacia fuera de las empresas.**

Una nación, independientemente de su tamaño físico y/o económico, además de tener a su disposición cantidades suficientes de recursos físicos y financieros para su buen desarrollo socioeconómico, debe también disponer de una serie de factores

---

<sup>110</sup> Desde la óptica del capital social, a este tipo de comportamiento se lo denomina “conciencia cívica”. Cuando en un territorio sus habitantes tienden a llevar a cabo sus actividades diarias, pensando siempre en que estas tienen límites fijados porque su ejecución no afecte al bienestar de las demás personas, al final de cuentas se está contribuyendo a aumentar en mayor grado los niveles de confianza territorial y, por ende, el *stock* de capital social.

intangibles clasificados dentro de la forma de capital que hemos venido analizando a lo largo de este estudio, denominada “capital social”<sup>111</sup>, cuya presencia, a pesar de su intangibilidad, puede ser observada cuando se producen las relaciones entre los miembros de una sociedad.

En el caso de los procesos de asociatividad empresarial, justamente el capital social es ese gran lubricante que moviliza a los actores sociales, a pesar la diversidad que los caracteriza<sup>112</sup>, hacia el emprendimiento de prácticas colectivas dirigidas a la mejora situacional de los asociados.

Simplemente para recordar, cuando hablamos de capital social, y resumiendo los planteamientos de Robert Putnam -uno de sus principales exponentes sobre el concepto del capital social- que expusimos en el capítulo sobre el marco teórico, nos estamos refiriendo a aquellos factores de comportamiento del ser humano que son expresados cuando se producen los diferentes tipos de relaciones entre los diversos miembros de una sociedad. Entre los factores más importantes que explican al capital social, según el mismo Putnam, están: cooperación, confianza, conciencia cívica y valores éticos.

---

<sup>111</sup> En el caso de los países petroleros, como el Ecuador, a pesar de la buena base económica soportada en la producción y exportación de petróleo, su nivel de desarrollo no ha alcanzado los niveles esperados. Frente a esta realidad, la pregunta que surge es: ¿qué le ha hecho falta al Ecuador para alcanzar mayores niveles de desarrollo socioeconómico? La respuesta, en cierta parte, quizá esté dada, como lo han señalado algunos de los informantes calificados entrevistados, por la escasa preocupación que se ha dado a la acumulación de reservas de factores intangibles categorizados como capital social.

<sup>112</sup> Normalmente, dentro de un territorio, sus habitantes tienen una diversidad de características relacionadas con aspectos sociales, culturales, políticos, económicos, religiosos, de actitud de comportamiento personal, etc., los cuales cuando se busca llevar a cabo un proceso asociativo tienden a incidir positiva o negativamente; de ahí la importancia de tomarlos en cuenta a la hora de emprender actividades de carácter asociativo.

En los siguientes párrafos vamos a explicar algunas tendencias observadas en los empresarios de las PYMI cuando se analizó la relevancia de ciertos factores considerados explicativos del proceso de acumulación de capital social.

#### **4.2.3.2.1. La tendencia a actuar sobre la base de objetivos comunes.**

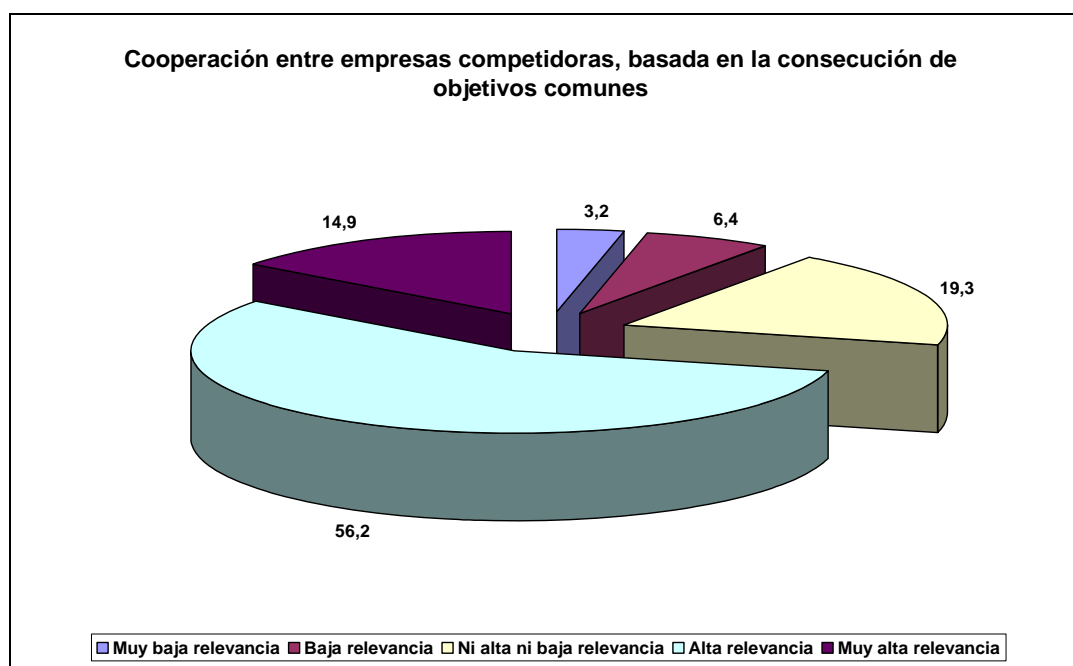
Cuando se preguntó en el estudio sobre la incidencia que tiene el reconocimiento del predominio de un enfoque de “beneficio mutuo” cuando se busca crear redes cuyos actores principales son empresas de distinto tamaño, la respuesta tendió a centrarse entre alta y muy alta incidencia –80,4% de los casos–, lo cual nos lleva a concluir que los empresarios de las PYMI tienen claro que cuando se construyen redes entre los diversos actores<sup>113</sup> que intervienen en un sector de actividad económica, la clara identificación de los objetivos traducidos en beneficios para todos es un factor sobre el cual se debe poner mucha atención.

En el caso de la PYMI, se puede ver que alrededor de 7 de cada 10 empresarios tienden a reconocer a la fijación previa de objetivos comunes como un elemento viabilizador, de significativa incidencia de un proceso asociativo, incluso llevado a cabo entre empresas que, desde la óptica de la competencia, son competidoras entre sí a la hora de enfrentarse en los mercados.

---

<sup>113</sup> Actores que pueden ser categorizados, principalmente, como empresas –micro, pequeñas, medianas y grandes–, que actúan como productoras, proveedoras y/o comercializadoras de un determinado producto.

**Gráfico No. 21**



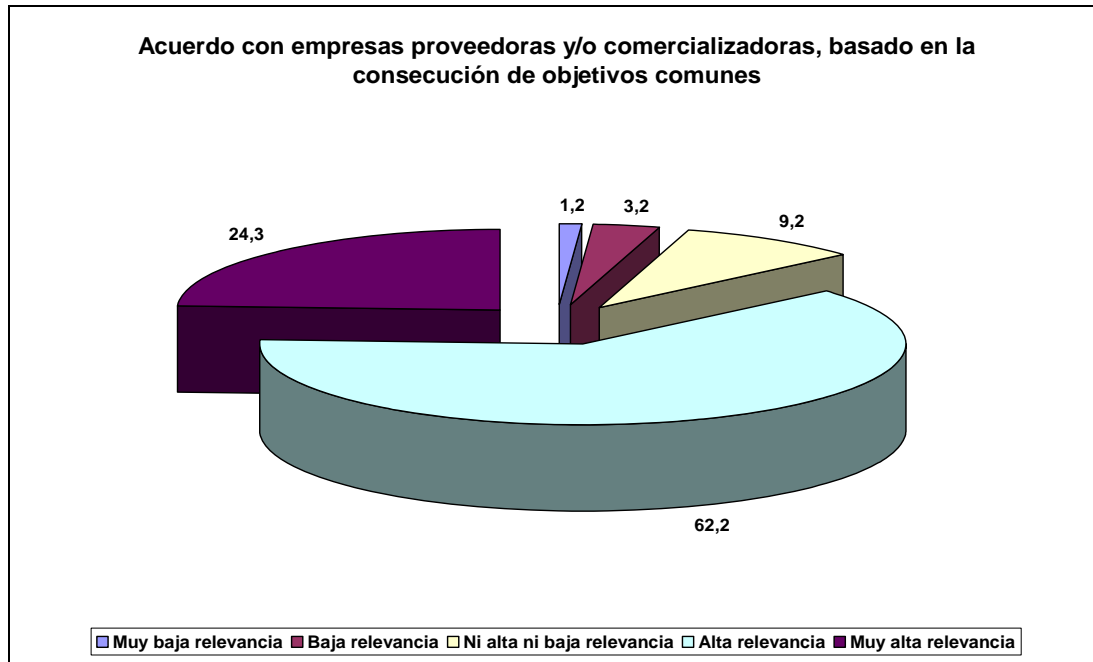
**Fuente: investigación de campo**

Esa tendencia de percepción nos lleva a observar que la calificación promedio registrada es de 3,73, la cual tiende a ubicarse cerca de la opción de “alta incidencia”. Esta percepción, al compararla con las demás preguntas ubicadas en el tercer bloque la encuesta, nos da algunas señales sobre la homogenización de criterio que tendería a darse en los empresarios sobre la importancia que tiene la fijación clara y compartida del propósito alrededor del cual se va a construir un proyecto o programa con fines de asociatividad empresarial.

Cuando se indagó sobre el efecto que tiene la definición y puesta en práctica de objetivos comunes a la hora de fortalecer, por parte de las PYMI productoras, las relaciones con actores vinculados, por un lado, al ámbito del abastecimiento de los factores de la producción y, por otro, al de la comercialización de los productos

finally, it can be appreciated that the perception of incidence even exceeds that of the last factor analyzed.

**Gráfico No. 22**



**Fuente: investigación de campo**

Así, cerca de 9 de cada 10 empresarios de la pequeña y mediana industria reconocen que el acuerdo con empresas proveedoras y/o comercializadoras se ve notablemente facilitado cuando el ejercicio de asociatividad empresarial es construido, de forma anticipada, sobre la base de la definición colectiva de aquellos objetivos que se convertirán, a la vez, en el gran referente y en gran motivador de la realización del conjunto de actividades que se tengan planificado llevar a cabo<sup>114</sup>.

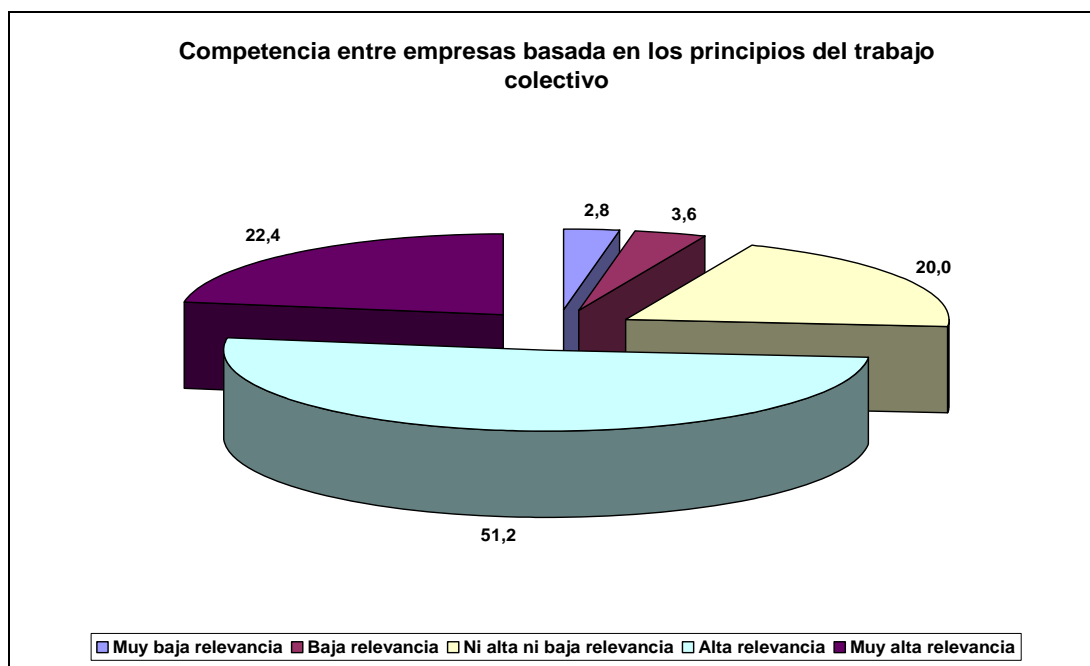
<sup>114</sup> La calificación promedio escogida por los empresarios de las PYMI en relación con la incidencia de tiene la definición previa de objetivos comunes es de 4,05, la cual tiende a ubicarse ligeramente por encima de la alta incidencia.

Otro aspecto que nos ayuda a explicar la necesidad de la construcción del hábito relacionado con la fijación previa de objetivos comunes, como requisito clave que ayuda a fortalecer la capacidad de cooperación de un territorio y por ende a aumentar las reservas de capital social, es aquella actitud voluntaria y de gran esfuerzo que las personas tienden a practicar cuando se sienten identificadas como parte activa de un gremio o cualquier otro tipo de asociación.

En el caso de los empresarios de las PYMI, observamos que el 83,7% de ellos señalan que la disposición a esforzarse más de lo que se debe para el buen desempeño del gremio empresarial en su conjunto es uno de los buenos indicadores que ayuda a explicar el origen de la construcción de relaciones sólidas entre los diferentes actores que operan en cierto territorio.

Para finalizar este subcapítulo, debemos también resaltar la relevancia que se da al fomento del trabajo entre empresas competidores, basado en los principios del trabajo colectivo, como factor dinamizador de una actitud dirigida a un accionar con el carácter de cooperativo. Alrededor del 73% de empresarios de las PYMI consideran a la competencia entre empresas, basada en los principios del trabajo colectivo, como de alta y muy alta incidencia cuando se busca acumular niveles positivos de cooperación dentro del territorio en donde funciona un determinado sector de actividad económica.

**Gráfico No. 23**



**Fuente: investigación de campo**

La calificación promedio escogida por los empresarios de la pequeña y mediana industria es de 3,87, la cual tiende a ubicarse muy cerca de la opción alta incidencia.

#### **4.2.3.2.2. Construcción de confianza y acumulación de capital social.**

Varias de las personas que fueron entrevistadas como informantes calificados para este estudio coinciden en que la construcción de confianza a través de los diferentes tipos de relaciones que se dan entre los actores que habitan un territorio es fundamental cuando se busca crear los cimientos de la buena práctica de un trabajo con enfoque colectivo. Sin confianza difícilmente se pueden promover actividades de carácter asociativo.

Ahora, cuando analizamos la percepción que tienen, de forma específica, los empresarios de las PYMI sobre la existencia de la confianza como elemento clave de la construcción de relaciones sólidas, tanto hacia adentro como hacia fuera de las empresas, podemos notar que la tendencia es hacia un reconocimiento bastante homogéneo de entre alta y muy alta incidencia. Esta percepción se alinea a la tendencia de opinión de los informantes calificados entrevistados y a los planteamientos teóricos hechos de autores entendidos en el tema del capital social.

Entre las principales percepciones identificadas a través de la presente investigación, que se convierten en indicadores referentes sobre la relevancia de la construcción de confianza como insumo clave de la acumulación de capital social en un territorio están las siguientes:

- **La confianza se construye con la vivencia de experiencias reales.**

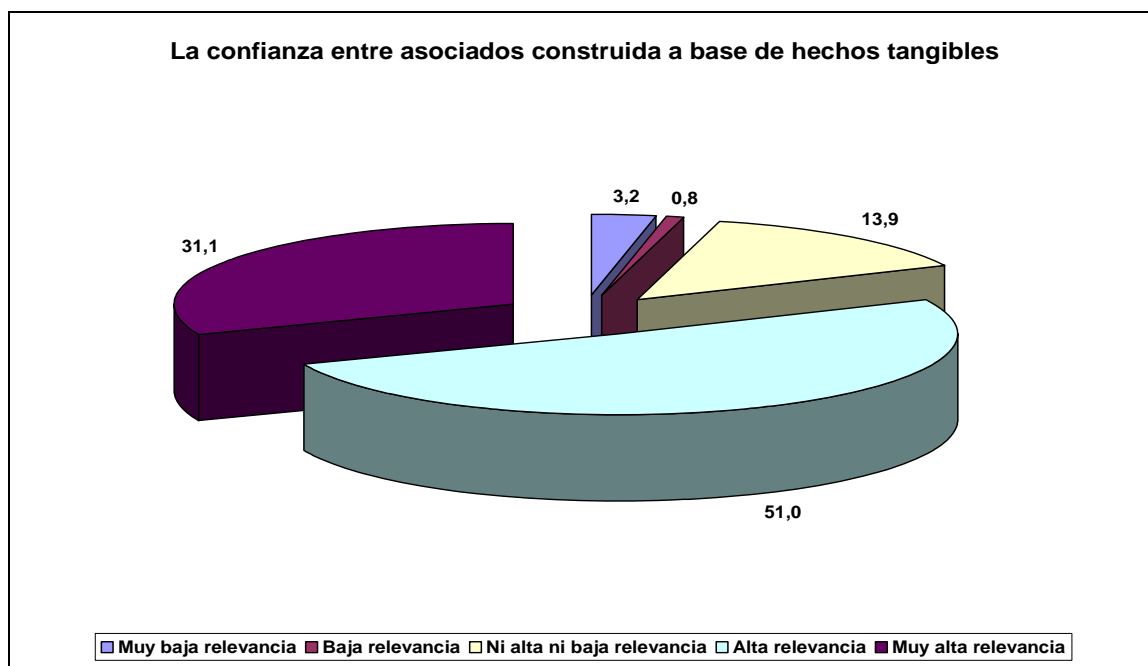
En uno de los talleres de discusión organizados como parte de este estudio, cuyo centro de discusión fue la problemática de la asociatividad en el mundo de la pequeña y mediana industria, una de las principales conclusiones a las que se llegó fue que cuando los empresarios viven alguna experiencia, expresada a través de un proyecto o programa cuyo diseño y/o ejecución no llega a feliz término, en lugar de motivar a las personas participantes a que repliquen esa experiencia o ayuden a comunicar sobre las buenas intenciones del proyecto vivido, lamentablemente el gran efecto que se tiende a generar es la pérdida de confianza entre los actores que operan en el territorio en donde se llevó a cabo el proyecto o programa.



Esta conclusión, ya aplicada al tema de la asociatividad empresarial, tuvo sustento en la experiencia que un grupo de asociados al sector textil de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha –CAPEIPI– vivieron cuando se promovió un proyecto de asociatividad empresarial, el cual desde su fase inicial tuvo serios problemas de diseño y cuando se ejecutó quedó a mitad del camino que se planificó recorrer.

Lo que acabamos de anotar está directamente relacionado con una de las percepciones que los empresarios de las PYMI tienen con respecto a la incidencia que generan los mensajes provenientes de la vivencia real de buenas prácticas asociativas en la construcción de confianza; cerca del 82% empresarios de la pequeña y mediana industria reconocen entre de alta y muy alta incidencia en el proceso de construcción de confianza a la experiencia que las personas tienen o han tenido con hechos asociativos tangibles.

**Gráfico No. 24**

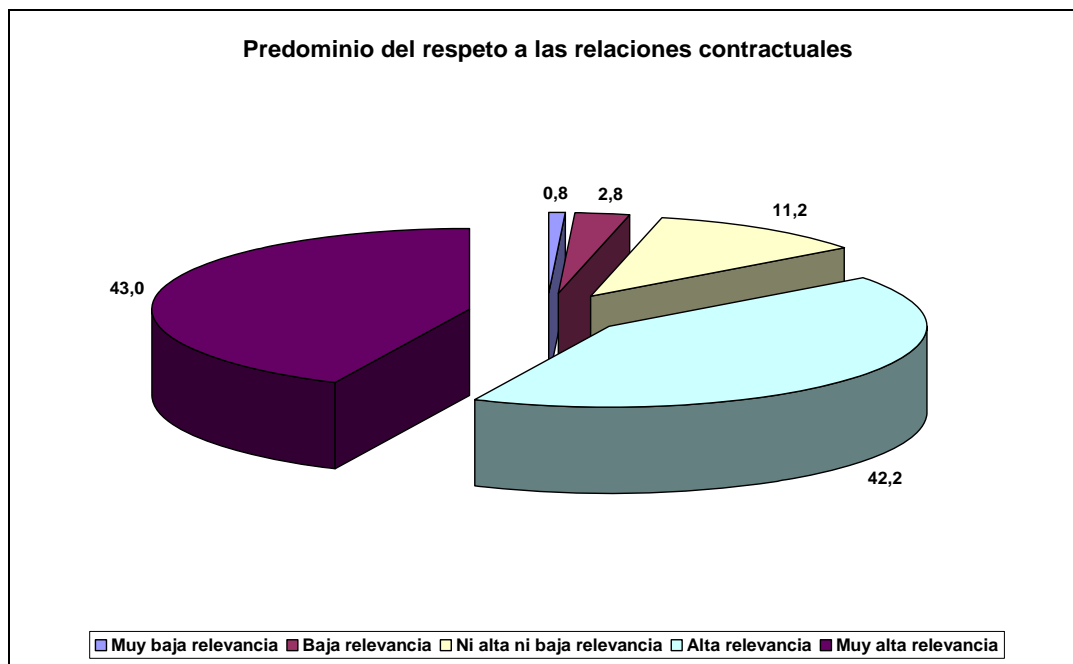


**Fuente: investigación de campo**

Otro aspecto que también es considerado un elemento que hace tangible la confianza entre los actores que habitan un territorio es el predominio de una actitud de respeto hacia el cumplimiento permanente de los términos que configuran los contratos que se dan, como sustento de la presencia de una relación entre personas u organizaciones.

En el caso de los empresarios de la PYMI, estos reconocen como factor de entre alta y muy alta incidencia –85,2% de los casos– para la construcción de confianza a partir de hechos tangibles a la tendencia que existe por el respeto a las relaciones contractuales que con diversos fines se dan dentro de un territorio.

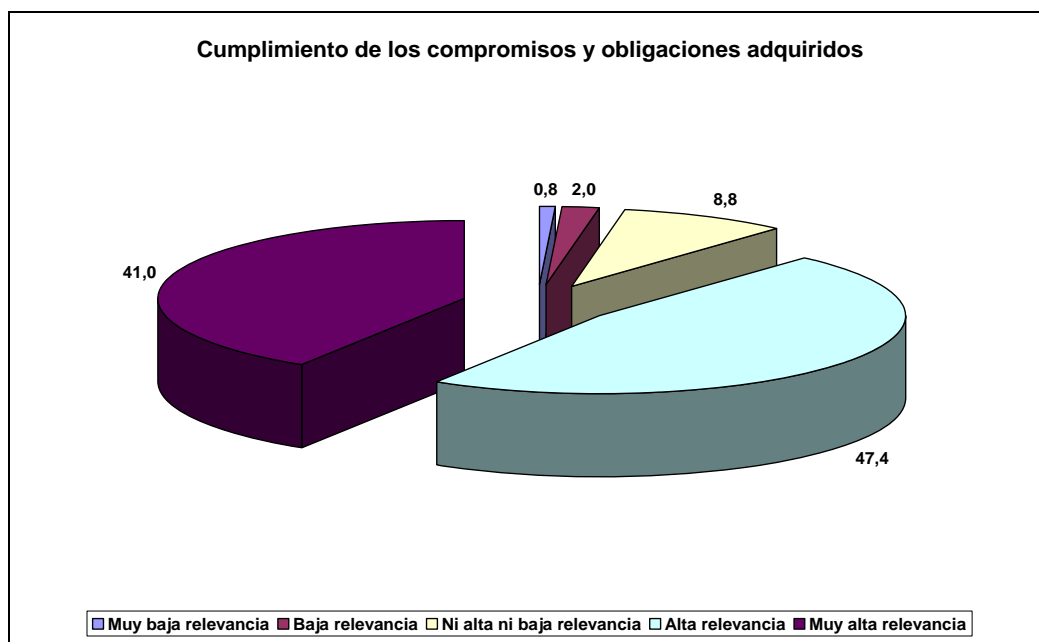
**Gráfico No. 25**



**Fuente: investigación de campo**

En esta misma línea sobre la emisión de mensajes orientados a construir bases de confianza territorial, a partir de la percepción que se tiene sobre las buenas prácticas que forman parte del quehacer diario de una sociedad, nos encontramos con que cerca de 9 de cada 10 empresarios de las PYMI consideran de significativa incidencia, a la hora de construir una actitud confianza en un territorio, al cumplimiento que hacen los diversos actores de los compromisos y obligaciones adquiridos.

**Gráfico No. 26**



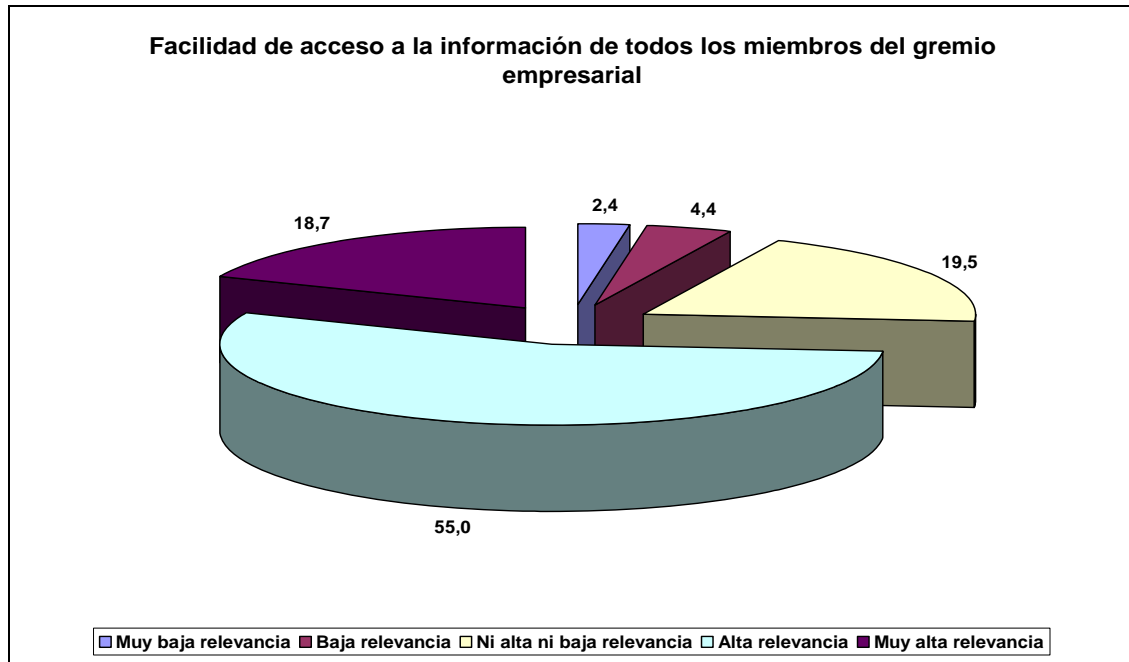
**Fuente: investigación de campo**

La calificación promedio registrada en este último factor explicativo de la construcción de confianza como insumo clave de la acumulación de capital social muestra, comparativamente hablando, el valor más alto del tercer bloque de preguntas expuestas en el cuestionario de encuesta aplicado. Además, su desviación estándar también es una de las más bajas, lo cual nos lleva a señalar que sobre la incidencia de este factor –cumplimiento de los compromisos y obligaciones adquiridos– existe un criterio bastante homogéneo entre los empresarios de las PYMI.

También debemos relatar, como un elemento adicional que nos ayuda a explicar la relevancia que tiene la vivencia de experiencias reales el momento que se está construyendo confianza en cierto espacio social, a la percepción positiva que muestran los empresarios de las PYMI por la facilidad con la que se puede acceder

a la información de diferente tipo perteneciente a los miembros que forman parte de espacios asociativos categorizados como gremios empresariales.

**Gráfico No. 27**



**Fuente: investigación de campo**

De acuerdo con los hallazgos del estudio, cerca del 74% de los empresarios de las PYMI consideran a la facilidad de acceso a la información de todos los miembros del gremio empresarial como un factor relevante cuando se están identificando y construyendo fuentes para la generación de actitudes de confianza que, al final de cuentas, serán los grandes aportantes de la acumulación del capital social territorial.

- **Actitud hacia medidas preventivas cuando la confianza está en proceso de construcción.**

Al analizar los resultados obtenidos a partir de los datos recogidos mediante esta investigación, se puede observar que, en el caso de los empresarios de las PYMI localizados en territorios como el ecuatoriano y, específicamente, el de Pichincha, la tendencia es a reconocer como de significativa incidencia al establecimiento de medidas preventivas como mecanismo facilitador de los procesos asociativos; lo cual nos da a entender que en nuestros países existe todavía un largo camino por recorrer en materia de construcción de confianza como uno de los insumos fundamentales de la acumulación de ese capital intangible llamado capital social.

**Tabla No. 2**

<b>Determinación de medidas preventivas como facilitadoras de los procesos asociativos</b>	
<b>Medida</b>	<b>Calificación entre alta y muy alta incidencia</b>
Establecimiento de planes preventivos para afrontar las políticas y leyes gubernamentales	72%
Definición de medidas preventivas en la relación con los trabajadores	70,3%
Definición de medidas preventivas en la relación con los canales de comercialización	81,3%

Definición de medidas preventivas en la relación con los demás miembros del gremio empresarial	64,4%
Definición de medidas preventivas en la relación con los proveedores de los factores de la producción	72,9%

**Fuente: investigación de campo**

Como se puede apreciar en la tabla que acabamos de exponer, la preocupación por medidas preventivas por parte de los empresarios de las PYMI para facilitar la construcción de relaciones sólidas hacia adentro y hacia fuera de las empresas tiende a ser mayor conforme el proceso relacional tiende a alejarse de los límites internos de las pequeñas y medianas industrias.

El ámbito que muestra mayor preocupación a la hora de definir medidas preventivas como ayuda para el establecimiento y mantenimiento de las relaciones que se dan entre los actores que integran un sector de actividad económica es el espacio relacional que se da entre los fabricantes, pertenecientes a la pequeña y mediana industria, y los canales que ayudan a comercializar los productos finales de las PYMI. Alrededor de 8 de cada 10 empresarios resaltan a la determinación de medidas preventivas en la relación con los canales de comercialización como un factor de entre alta y muy alta incidencia cuando se busca sentar las bases de un proceso de asociatividad empresarial.

En menor grado de preocupación aparece la definición de medidas preventivas en la relación con los demás miembros del gremio empresarial; quizá la cercanía personal que se tiende a generar en los espacios gremiales sea un factor que ayuda a mejorar los niveles de confianza entre los actores productivos vinculados a cierta actividad económica.

#### **4.2.3.2.3. La interacción personal dentro de los gremios y su aporte a la acumulación de capital social.**

La presencia de gremios en un territorio específico ayuda a ir sentando las bases de la construcción y consolidación de algunos de los elementos que conforman el capital social, pues la cercanía relacional que se da entre los asociados a un gremio empresarial, como veíamos en el subcapítulo anterior, se convierte en un elemento facilitador para hacer crecer aspectos propios de la estructura del capital social, como confianza, cooperación, conciencia cívica y práctica de valores éticos.

En relación con la percepción que los empresarios de las PYMI tienen sobre la relevancia de los gremios empresariales como estimuladores del proceso de acumulación de capital social, expresada a través de la construcción de relaciones sólidas hacia adentro y hacia fuera de las empresas, se puede observar que esta percepción tiende a ubicarse en los niveles de alta y muy alta relevancia en el comportamiento de algunas de las variables que fueron indagadas en este estudio.



- **Compromiso con el gremio empresarial y el desarrollo de una actitud asociativa.**

La actitud de las personas hacia prácticas asociativas se ve fortalecida cuando en un mismo territorio existen espacios gremiales a los cuales pertenecer. Para que el efecto sea mayor, los asociados tienden a comprometerse con los propósitos gremiales de forma voluntaria y perseverante. Una actitud como la que acabamos de describir genera las condiciones propicias para que un gremio se convierta en un verdadero centro de fomento y estímulo de la práctica de la asociatividad como alternativa estratégica orientada al fortalecimiento empresarial.

Al analizar la percepción que tienen los empresarios de las PYMI sobre la relación existente entre el compromiso con el gremio empresarial y el desarrollo de una actitud asociativa, se observan los siguientes resultados:

**Tabla No. 3**

<b>Factores explicativos del compromiso con el gremio empresarial y el desarrollo de una actitud asociativa</b>	
<b>Factor</b>	<b>Calificación entre alta y muy alta relevancia</b>
Apoyo total a los planes de los directivos del gremio empresarial	64,1%
Los problemas del gremio son vistos como si fueran de la propia empresa	69,3%
Sentimiento de orgullo por la	

pertenencia al gremio empresarial	72,5%
Afiliación voluntaria al gremio	54,1%
Aporte de dinero y/o ideas para el buen funcionamiento del gremio empresarial	67%

**Fuente: investigación de campo**

El factor que es percibido por los empresarios de las PYMI como de mayor relevancia a la hora de desarrollar una actitud hacia la asociatividad a partir del estímulo del compromiso de los asociados con el gremio empresarial es el sentimiento de orgullo por la pertenencia al gremio. Alrededor de 7 de cada 10 empresarios reconocen a este factor como de alta y muy alta incidencia en el desarrollo de una actitud asociativa. Muy pegados a la tendencia de este factor –de alta y muy alta relevancia– están dos factores: los problemas del gremio son vistos como si fueran de la propia empresa –69,3% de los casos– y el aporte de dinero y/o ideas para el buen funcionamiento del gremio empresarial –67% de los casos–.

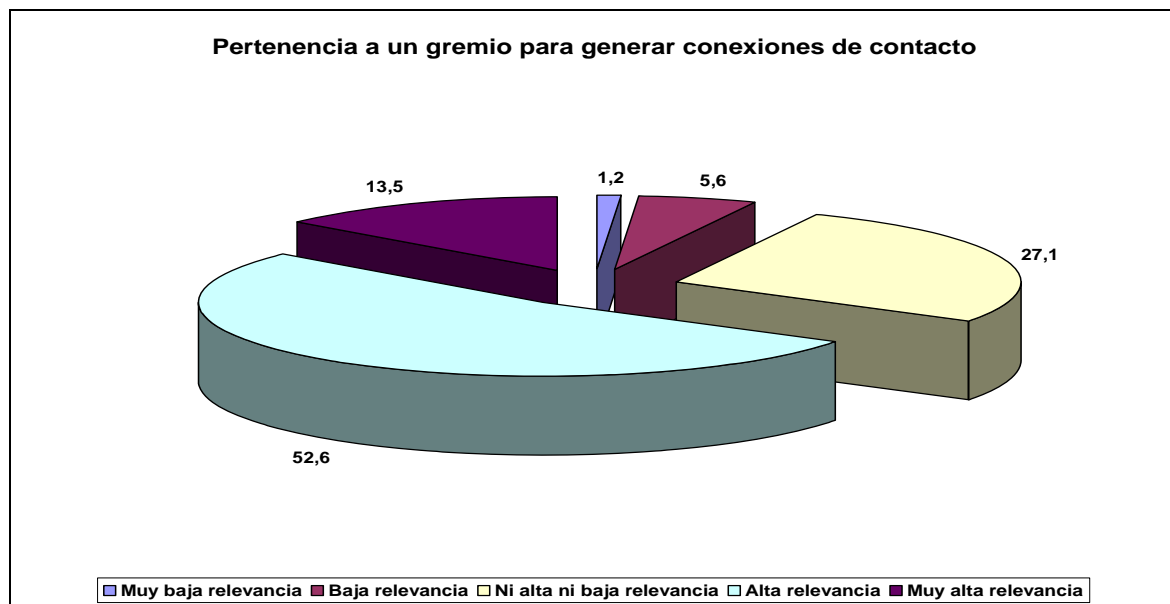
Por su parte, la afiliación voluntaria es el factor que tiene menor relevancia para los empresarios de la pequeña y mediana industria en el desarrollo de una actitud asociativa a partir del estímulo al compromiso con el gremio empresarial. Una de las razones de esta tendencia, como fue señalado en uno de los talleres que se organizaron con representantes de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha –CAPEIPI–, es que en el Ecuador hasta hace poco tiempo tenía el carácter de obligatoria la afiliación de las empresas a cualquier tipo de gremio empresarial; de ahí la percepción de ver a la afiliación voluntaria, comparativamente hablando con

los otros factores que expusimos en la última tabla, como un factor que incide en menor grado cuando se busca que los asociados demuestren actitudes de mayor compromiso con el gremio al que pertenecen.

- **El gremio como espacio para la construcción de redes de contacto.**

La pertenencia a un gremio con el propósito de generar conexiones de contacto, entre personas y empresas es reconocido por cerca de 7 de cada 10 empresarios de las PYMI como un factor de alta y muy alta relevancia a la hora de ir construyendo el terreno propicio para el desarrollo de espacios sociales en donde crezcan de forma sólida aspectos como la cooperación interempresarial, que, como vimos anteriormente, es uno de los requisitos claves para el estímulo y promoción de redes empresariales.

**Gráfico No. 28**



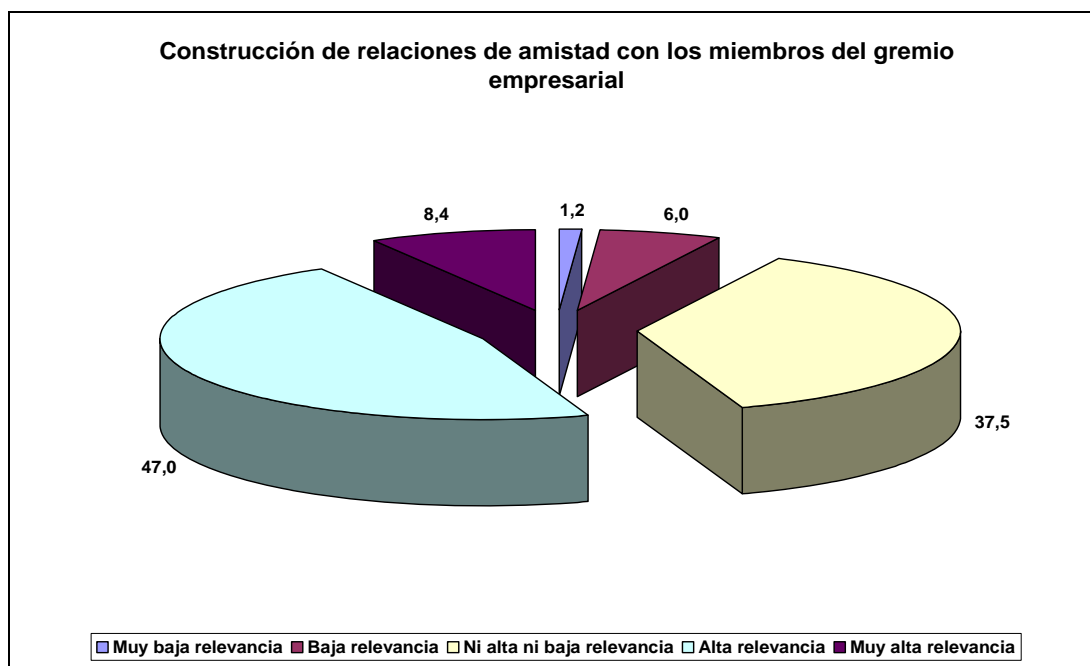
**Fuente:** investigación de campo

La calificación promedio registrada sobre la relevancia de la pertenencia a un gremio para generar conexiones de contacto se ubica en 3,72, la cual tiende a acercarse a la opción de alta relevancia.

Ahora, podemos observar que un buen porcentaje de empresarios de las PYMI ven a los posibles contactos que surgen por la pertenencia a un determinado gremio como verdaderos campos a través de los cuales se puede fomentar y estimular el desarrollo de los elementos que conforman el capital social, y que, como hemos venido analizando, son claves para la construcción de procesos asociativos empresariales o de cualquier otro tipo. Estas posibles conexiones de contacto que surgen dentro de los gremios empresariales por lo general persiguen dos tipos de fines: fines sociales, y fines productivos y comerciales.

En el caso del primer tipo de conexión de contacto –con fines sociales–, podemos apreciar que un 55,4% de empresarios de la pequeña y mediana industria considera a la posibilidad de entablar relaciones de amistad con los miembros del gremio empresarial como un factor que contribuye a aumentar el espacio sobre cual tienden a germinar de mejor forma las relaciones entre personas y entre empresas.

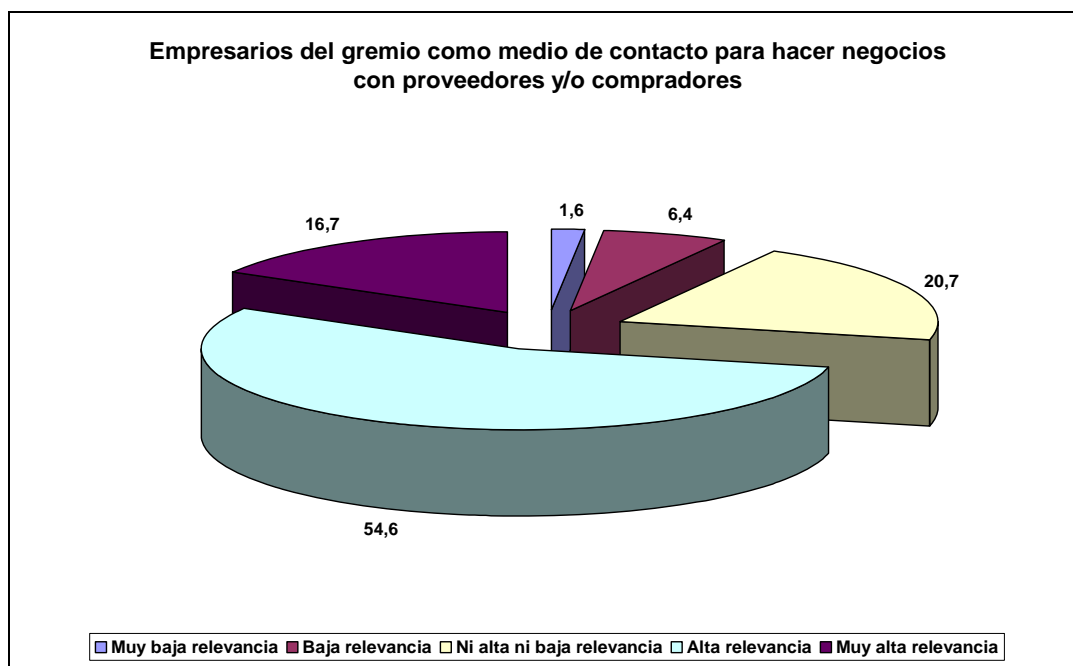
**Gráfico No. 29**



**Fuente:** investigación de campo

Con respecto al segundo tipo de conexión de contacto –con fines productivos y comerciales-, se puede ver que alrededor de 7 de cada 10 empresarios de las PYMI consideran que la pertenencia a un gremio empresarial abre las puertas para que, a partir del desarrollo de relaciones productivas y comerciales, se vaya contribuyendo a la generación de varios de los elementos que conforman el capital social dentro de un territorio.

**Gráfico No. 30**



**Fuente:** investigación de campo

**4.2.4. Análisis de la relación que se da entre los factores económicos y extraeconómicos que giran alrededor de la asociatividad empresarial aplicada a nivel de pequeñas y medianas empresas.**

Sí tratamos de encontrar un punto de relación entre los factores económicos y extraeconómicos que están detrás de un proceso asociativo, y que fueron identificados a través de este estudio, vamos a ver que existe una relación bastante cercana entre ambos, tanto en el ámbito de los resultados como de los requisitos sobre los cuales se edifica una buena práctica de asociatividad empresarial.

#### **4.2.4.1. Medición de los impactos de un proceso de asociatividad empresarial.**

Luego de identificar y analizar el comportamiento de los factores económicos y extraeconómicos que están detrás de un proceso asociativo, se puede observar que, en el caso de los factores económicos, por ejemplo, estos pueden convertirse en grandes referentes a la hora de evaluar los impactos finales generados por algún tipo de iniciativa asociativa vinculada con el ámbito empresarial. De ahí que, de acuerdo con los resultados obtenidos en este estudio, alrededor de 8 de cada 10 empresarios de las PYMI ven a la asociatividad como una alternativa estratégica que tiende a contribuir de forma significativa a la mejora competitiva de las empresas objeto del proceso asociativo. Siendo para los mismos empresarios el incremento de la productividad empresarial, desde la óptica de los factores económicos, el mejor indicador para verificar que el proceso asociativo se alineó con los propósitos de base que dieron origen al proceso de asociatividad con fines empresariales.

En este punto es importante añadir que, según la percepción de los empresarios de la pequeña y mediana industria captada mediante esta investigación, factores extraeconómicos como mejora de las relaciones interpersonales entre los habitantes del territorio objeto del ejercicio asociativo, desarrollo de una cultura de trabajo en equipo a nivel territorial e incremento de los niveles de confianza dentro del territorio; también deben ser considerados elementos no económicos que ayudan a medir los resultados o impactos logrados con un proyecto o programa de asociatividad empresarial. Por esa razón, cuando se trata de evidenciar el

fortalecimiento empresarial conseguido a través de un proceso asociativo, lo más recomendable es plantear un sistema de medición en donde se combinen factores económicos y extraeconómicos, como los que acabamos de mencionar.

#### **4.2.4.2. Los factores económicos y extraeconómicos como elementos de una práctica asociativa.**

Una vez explicado el enfoque de medición de los impactos de un proceso de asociatividad con fines empresariales, vamos a analizar la función que también cumple el accionar de los factores económicos y extraeconómicos a la hora de generar los requisitos clave sobre los cuales se construye una buena práctica de asociatividad. De acuerdo con los resultados del presente estudio, podemos observar que la percepción de los empresarios de las PYMI tiende a relieves, como requisitos de un buen ejercicio de asociatividad empresarial, a factores económicos y extraeconómicos. Lo que nos lleva a concluir que cuando se busca construir las bases sobre las cuales edificar un proyecto o programa de asociatividad con fines empresariales, lo más recomendable es mostrar una preocupación equilibrada por los tipos de factores que hemos venido estudiando.

Entre los factores económicos y extraeconómicos<sup>115</sup> que tienden a ser resaltados, en mayor grado, como requisitos de una buena práctica asociativa por parte de los empresarios de las PYMI están los siguientes:

---

<sup>115</sup> Estos factores fueron analizados a profundidad en puntos anteriores.



- Factores económicos<sup>116</sup>:
  - Orientación de las políticas públicas al mejoramiento de la tecnología, la capacitación gerencial y el acceso al crédito.
  - Impulso a la disponibilidad de recursos financieros como base del inicio de un proceso asociativo.
  - Desarrollo de competencias en ámbitos como:
    - Capacidad de gestión empresarial.
    - Capacidad para la búsqueda de fondos financieros.
    - Capacidad para mejorar la producción y/ comercialización de las empresas objeto del ejercicio asociativo.
  
- Factores extraeconómicos:
  - Desarrollo de la capacidad de liderazgo territorial a través de:
    - Presencia de líderes empresariales promotores de la asociatividad.
    - Presencia de gremios empresariales promotores de la asociatividad.
    - Presencia de otras organizaciones promotoras de la asociatividad en el territorio.
  - Construcción de una cultura asociativa territorial de base a través de:
    - Fortalecimiento de una creencia territorial sobre las bondades de la asociatividad.
    - Rescate de las experiencias asociativas históricas.

---

<sup>116</sup> Los factores económicos, además de estar clasificados como parte de los resultados –incremento de la productividad y rentabilidad principalmente- que se espera alcanzar con el estímulo y promoción de un proceso asociativo, también están incluidos como parte de los requisitos que se requiere cumplir el momento en que despegue un proyecto o programa de asociatividad empresarial.

- Promoción de la vivencia de buenas prácticas en materia de asociatividad empresarial.
- Rescate de las experiencias de trabajo colectivo a nivel territorial expresado a través de:
  - Identificación del peso que tiene el enfoque del “nosotros” sobre el “yo individual” en las relaciones territoriales, mediante la presencia de evidencias como:
    - Presencia de una necesidad compartida en el territorio a la hora de trabajar de forma asociativa.
    - Pertenencia voluntaria a algún tipo de asociación.
    - Predominio del interés comunitario en la ejecución de proyectos del territorio.
    - Impulso de espacios asociativos distintos al ámbito productivo-empresarial.
- La comunicación y participación como facilitadoras promocionales de la asociatividad a través de espacios básicos del desarrollo de una sociedad, como son la familia y el sistema educativo.
- Construcción de confianza sobre la base de:
  - Un gobierno central y local que da ejemplo a través de la generación de un clima de confianza jurídica, política y económica.
  - Los actos demostrativos de confianza realizados por los propios empresarios.
  - El compartimiento de conocimientos y experiencias entre habitantes del territorio.

- El predominio de relaciones contractuales sin el requisito de documentos escritos.
  - La práctica de valores éticos en las actividades territoriales.
  - El respeto a los demás al realizar las actividades cotidianas.
  - Cumplimiento de los compromisos y obligaciones adquiridos.
  - Facilidad de acceso a la información de los miembros del grupo asociativo.
- La actuación basada en la fijación y compartimiento de objetivos comunes es evidenciada a través de:
- Predominio de relaciones basadas en el enfoque de “beneficio mutuo”.
  - Tendencia a la fijación previa de objetivos comunes entre actores diversos.
  - Promoción de prácticas competitivas basada en los principios del trabajo colectivo.
- El estímulo a la interacción humana a través del funcionamiento de espacios asociativos en el mismo territorio es evidenciado a través de:
- El compromiso con el gremio empresarial explicado por:
    - El apoyo total a los planes del gremio.
    - La percepción de los problemas del gremio como si fuesen de la propia empresa.
    - El sentimiento de orgullo por la pertenencia al gremio.
    - La afiliación voluntaria al gremio.
    - El aporte con dinero y/o ideas para el buen funcionamiento del gremio empresarial.

- La percepción del gremio como espacio para la construcción de redes de contacto social y/o para hacer conexiones productivas y/o comerciales con otros actores.

De acuerdo con la opinión de informantes calificados entrevistados y la revisión de evidencias sobre las escasas prácticas asociativas que se han llevado a cabo en el sector de la PYMI, lo que acabamos de proponer ha tendido a no cumplirse, pues el énfasis de la acción hacia el fomento de la asociatividad ha estado concentrada en la construcción principalmente de bases de carácter económico.

De ahí, no ha sido raro que, cuando se ha pretendido fomentar y estimular la asociatividad como alternativa estratégica del fortalecimiento empresarial, esta haya sido orientada básicamente a la dotación de recursos financieros y/o a la capacitación y asistencia técnica vinculada, principalmente, al ámbito de la gestión empresarial, como se resaltó en uno de los talleres de discusión sobre la problemática de la asociatividad en la PYMI organizado como parte de este estudio.

Luego de la exposición que acabamos de realizar, podemos observar que, desde la óptica del análisis univariado, los datos cuantitativos levantados en esta investigación tienden a mostrar un comportamiento bastante homogéneo de acuerdo con la tendencia identificada en la medida de dispersión que acompaña al promedio de calificación calculado para cada variable estudiada.

Desde el punto de vista de la contribución al objetivo general de esta investigación, podemos señalar que se han obtenido algunas directrices, que aparecen resumidas

en los últimos dos subcapítulos —4.2.4.1 y 4.2.4.2—, sobre los factores que deben ser considerados dentro los procesos de promoción de la asociatividad con fines empresariales.

Finalmente, debemos resaltar un punto importante, que resaltamos en párrafos anteriores, relacionado con la tendencia de los empresarios estudiados por considerar que a la hora de emprender con un proceso asociativo es necesaria la concurrencia equilibrada del accionar, tanto de factores económicos como de factores considerados extraeconómicos.

### **4.3. Análisis multivariado de los datos cuantitativos.**

En el siguiente subcapítulo se presentan los principales resultados obtenidos a partir del análisis multivariado que se hizo de los datos cuantitativos, capturados a través de la aplicación de una encuesta a 251 propietarios de pequeñas y medianas empresas afiliadas a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha.

El objetivo principal que está detrás de la realización de este análisis multivariado de datos cuantitativos es el de generar insumos basados en el análisis estadístico que nos sirvan para apoyar el proceso de verificación de las 3 hipótesis alrededor de las cuales ha venido girando el presente estudio investigativo.

Para analizar los mencionados datos cuantitativos con un enfoque multivariado, se utilizó al “análisis factorial”, basado en el criterio del análisis de “componentes principales” como método de análisis. Luego, con los resultados del análisis factorial se procedió a realizar el respectivo proceso de “verificación de las hipótesis”, para lo cual se utilizaron como métodos de apoyo de la verificación el análisis de correlación simple –para la primera y segunda hipótesis– y el análisis de regresión simple y múltiple –para la tercera hipótesis–.

Debemos resaltar que el análisis multivariado de los datos cuantitativos fue realizado con el propósito de estudiar la relación que, de forma simultánea, se da entre diversas variables (Babbie 2000, 366). El método escogido para cumplir con ese fin, como ya dijimos, fue el del “análisis factorial”, el cual, como beneficio principal, nos permitió identificar “patrones entre las variaciones de los valores de

diversas variables” (Babbie 2000, 381), a partir del “examen de toda la trama de relaciones de interdependencia de las variables” (Malhotra 2004, 559). De esta manera, se facilitó para la presente investigación el análisis de un número grande de variables –84 variables–,<sup>117</sup> divididas, a su vez, en tres subgrupos, definidos según los ámbitos de captura de datos que se definieron dentro del cuestionario de encuesta que sirvió como instrumento de recolección de los datos cuantitativos de este estudio.

También debemos de resaltar que, gracias al análisis factorial, la información que se presenta en este capítulo es expuesta de una forma que facilita el análisis y la interpretación de datos, ya que “en cada factor, el lector descubre fácilmente las variables que más lo cargan, con lo que detecta los agrupamientos de estas, o bien los factores de determinada variable que están más cargados o no” (Babbie 2000, 383).

Cuando el análisis factorial tiene como finalidad explicar un número grande de variables a través de la reducción a un número más reducido de variables compuestas denominadas “factores” (Malhotra 2004, 569), el análisis de los datos cuantitativos se presenta facilitado; más aún si luego de este, se piensa realizar un siguiente análisis multivariado de los datos cuantitativos; como es el caso de la presente investigación en donde a continuación del análisis factorial, como también ya lo señalamos, con el fin de hacer la respectiva verificación de las hipótesis, se procedió, para el caso de la primera y segunda hipótesis, a calcular y analizar el coeficiente de correlación de las variables vinculadas a las hipótesis. En el caso de

---

<sup>117</sup> De acuerdo con Malhotra, el análisis factorial se define como “una clase de procedimiento para reducir y sintetizar datos” (Malhotra 2004, 560).

la tercera hipótesis, se realizó, en cambio, un análisis de regresión simple y múltiple como método que ayude a tomar la decisión sobre la aceptación o no de la hipótesis en cuestión que se había planteado al inicio de este estudio investigativo.

A continuación, vamos a realizar una descripción de los principales hallazgos obtenidos a partir de la aplicación dentro de esta investigación de los métodos de análisis multivariado de datos cuantitativos que se acaban de señalar.

#### **4.3.1. Análisis de interdependencias entre las variables, basado en el análisis factorial.**

El análisis factorial en esta investigación, como método de análisis multivariado de datos cuantitativos, fue aplicado con el propósito principal de identificar, a partir del análisis de las relaciones comunes que se dan entre las variables definidas originalmente (ver Apéndice No. 10) un conjunto nuevo de variables compuestas, llamadas factores.

Las 84 variables originales, medidas a través de la aplicación del cuestionario de encuesta a un grupo de propietarios de pequeñas y medianas empresas, fueron a su vez divididas en tres subgrupos:

- Identificación de factores extraeconómicos. Este subgrupo busca conocer a aquellos factores de carácter no económico que inciden directamente en los procesos de facilitación de la asociatividad empresarial
- Importancia de los factores extraeconómicos. Las variables medidas en este subgrupo ayudan a explicar cómo la interacción de factores económicos y



extraeconómicos incide, a través de la asociatividad, en el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

- Acumulación del capital social. A través de este subgrupo se intenta analizar cómo el nivel de acumulación del capital social incide en la capacidad asociativa de la gente que habita un determinado territorio.

Esta división se realizó pensando en las 3 hipótesis que se buscaba comprobar, como paso final del análisis de datos cuantitativos, llevado a cabo como parte importante de este estudio.

#### **4.3.2. Identificación de factores extraeconómicos y la facilitación de procesos asociativos.**

En primer lugar, basados en la matriz de coeficientes de correlación simple de las 30 primeras variables estudiadas, se verificó si el modelo factorial era el apropiado para el análisis de datos cuantitativos que se tenía previsto realizar. Para ello se utilizó la prueba de esfericidad de Barlett, la cual rechaza la “*hipótesis nula –Ho-*” de que “la matriz de correlación de la población es una matriz identidad<sup>118</sup>”; ya que, según el resultado obtenido que aparece en el Apéndice 11.1, el valor de  $p=0,0000$ , correspondiente a “Ji cuadrado” de 2.595,8205, es menor que 0,05 del nivel de significancia.

El momento en que rechazamos la hipótesis nula antes mencionada significa que el análisis factorial es procedente, como método, para la aplicación a la matriz de

---

<sup>118</sup> “En una matriz idéntica todos los términos diagonales son 1 y los demás 0” (Malhotra 2004, 564)

correlación que aparece en el Apéndice 11.1. Ahora, según los primeros resultados del análisis factorial<sup>119</sup> realizado –ver Apéndice No. 11.1–, podemos observar que, como producto del análisis de componentes principales, se han generado tantos factores como variables originales –30 para este caso–<sup>120</sup>.

Entonces, de la matriz de carga de los factores totales, en este momento nos interesa quedarnos únicamente con aquellos más importantes, pues esta práctica facilitará el análisis que buscamos llevar a cabo.

Los pasos seguidos para el proceso de retención de los factores son los siguientes:

- En primer lugar, se determinan los valores propios –varianza explicada– del total de factores –para nuestro caso 30 factores–.
- Luego se revisan los valores propios obtenidos y, únicamente, nos quedamos con aquellos cuyo “**valor propio es superior a 1**”<sup>121</sup>. Al revisar los resultados para nuestro caso, son 9 los factores en donde su valor propio es superior a 1, teniendo un porcentaje de acumulación de la varianza explicada del 63,13% –ver Apéndice 11.1–.

Una vez retenidos los 9 factores, con el propósito de facilitar su interpretación, y haciendo uso de la “Rotación Varimax”<sup>122</sup>, se procede a realizar una operación

---

<sup>119</sup> El análisis fue realizado utilizando como paquete computacional de apoyo el denominado DYANE.

<sup>120</sup> En el apéndice 11.1, esta transformación aparece dentro de la matriz llamada de CARGA DE LOS FACTORES.

<sup>121</sup> Esta retención se hizo con base en el criterio de limitar el número de componentes principales a aquellos cuyo valor propio es *superior a 1* (D’Astous y otros 2003, 402). “El argumento que motiva el empleo de este criterio es que se cree que la *varianza de cada componente principal* debería ser superior a la de *toda la varianza estandarizada* (es decir, de varianza igual a 1) del conjunto de las variables consideradas” (D’Astous y otros 2003, 402).

<sup>122</sup> Una vez calculadas las correlaciones de estructura, es ahí cuando se procede a “*rotar a los ejes factoriales*”; esto con el propósito de “*transformar la matriz de correlaciones de estructura* de tal forma que se aproxime lo más que se pueda a una “*situación de estructura simple*” (D’Astous y otros 2003, 405).

basada en el examen de la correlación entre cada factor y las variables originales, denominándose a esa correlación “correlaciones de estructura”. Estas “correlaciones de estructura indican la contribución de cada variable a la definición del factor” (D`Astous y otros 2003, 404).

Una vez definido cada factor mediante la determinación de qué variables y en qué sentido<sup>123</sup> –positivo o negativo– cada una de ellas contribuye a su explicación, se procedió, según el criterio del investigador, a identificar con un nombre a cada uno de los factores en cuestión. En esta identificación incidió la asociación presentada, de acuerdo con los criterios que acabamos de señalar, entre cada factor y las variables que en mayor grado contribuyen a su definición.

Con la determinación del nombre dado a cada factor el momento de la verificación de las hipótesis, que inmediatamente realizaremos, estamos en la posibilidad de clasificar a los factores, de igual manera de acuerdo con el criterio del investigador, alrededor de las variables que se encuentran dentro de las hipótesis que han guiado la ejecución del presente estudio investigativo. Presentamos a continuación el cuadro explicativo de la contribución de cada variable a la definición de los factores retenidos:

**Tabla No. 4**

**Contribución de cada variable a la definición de factores retenidos**

Factor	Variable	Carga factorial	Nombre de identificación del factor
--------	----------	-----------------	-------------------------------------

---

<sup>123</sup> El signo que preside a cada variable nos indica cómo dicha variable incide positiva o negativamente en la explicación del respectivo factor.

F1	V3 Existencia de un empresario promotor de la asociatividad.	0,6761	<b>Base organizativa y cultural territorial orientada a la asociatividad</b>
	V4 Existencia de un gremio empresarial promotor de la asociatividad.	0,6147	
	V5 Existencia de una institución externa al gremio empresarial promotora de la asociatividad.	0,7212	
	V6 Existencia de antecedentes históricos exitosos, en el territorio.	0,5515	
	V7 Los empresarios construyen confianza, en el territorio, con hechos tangibles.	0,4945	
	V11 Existencia de un gremio al cual pertenecer.	0,4779	
F2	V21 Que en el territorio sus habitantes busquen pertenecer, de forma voluntaria, a algún tipo de asociación.	0,6919	<b>Trabajo en equipo basado en la ética y la confianza.</b>
	V22 Que los pobladores del territorio tiendan a preocuparse por participar en proyectos de interés comunitario.	0,7405	
	V23 Que en el territorio existan espacios asociativos diferentes al ámbito productivo-empresarial.	0,6836	
	V24 Que en el territorio se compartan y practiquen, de forma común, valores de comportamiento ético.	0,435	
	V26 Que los actores productivos del territorio vean a los procesos asociativos como una alternativa para mejorar su situación competitiva.	0,5058	
F3	V12 Que en el territorio se hayan difundido, previamente, las bondades de la asociatividad.	0,5074	<b>Comunicación y actitud hacia la asociatividad.</b>
	V15 Que en el territorio existan buenas experiencias de ayuda mutua	0,6149	
	V16 Que en el territorio prevalezca el "nosotros" sobre "yo individual".	0,7712	
	V17 Que haya una necesidad compartida en el territorio.	0,6174	

	V9 Que se incluyan a todas las empresas, independientemente de su tamaño.	0,7696	
<b>F4</b>	V10 Que se incluyan, también, a las empresas proveedoras y/o comercializadoras de los productos del sector industrial.	0,6331	<b>Construcción de redes asociativas</b>
	V8 Que los gobiernos del territorio se preocupen por construir un clima de confianza jurídica, política y económica.	0,7696	
	V13 Que en el territorio existan espacios de diálogo para la promoción del desarrollo económico local con enfoque colectivo.	0,4991	
<b>F5</b>	V25 Que en el territorio se practique la participación de la gente como una forma de convivencia social.	0,666	<b>Espacios de confianza, conciencia cívica y diálogo social</b>
	V27 Que los pobladores del territorio tiendan a respetar, al realizar sus actividades, el espacio que es de propiedad de los demás.	0,5756	
	V14 Que exista un proceso fuerte de identificación cultural con el territorio.	0,4901	
<b>F6</b>	V30 Que las relaciones contractuales entre habitantes del territorio se hayan venido dando sin la necesidad de documentos escritos.	0,5912	<b>Confianza en la gente del propio territorio</b>
	V1 Cercanía física de las empresas.	0,7356	
<b>F7</b>	V2 Conocimiento personal entre los dueños de las empresas.	0,6953	<b>Facilidad de identificación de empresas y empresarios.</b>
	V28 Que la tendencia a trabajar colectivamente, en el territorio, sea promovida desde las familias.	0,75	
<b>F8</b>	V29 Que el sistema educativo del territorio haya venido promoviendo el trabajo colectivo desde las aulas.	0,7236	<b>Familia y educación como base del fomento asociativo.</b>
	V18 Que haya una experiencia territorial de actuar bajo el enfoque de redes.	0,4623	

F9	V19 Que exista la creencia, en el territorio, sobre la trascendencia del trabajo colectivo como medio para lograr soluciones.	0,6046	Apertura y colaboración entre actores
	V20 Que los habitantes del territorio tiendan a compartir, con las demás personas, sus conocimientos y experiencias positivas.	0,6697	

Al relacionar los factores identificados en la tabla anterior con los constructos que están adentro de la hipótesis No. 1 de esta investigación, y basados también en el juicio del investigador, tenemos el siguiente agrupamiento de factores y constructos:

- **Constructo “facilitación de los procesos asociativos empresariales”** se compone de los factores **F2, F3 y F9**.
- **Constructo “cultura asociativa previa”** se compone de los factores **F1, F4, F5, F6 y F8**.

Este agrupamiento de factores y constructos será el referente de partida para llevar a cabo el respectivo proceso de verificación de la hipótesis en cuestión.

#### **4.3.3. Relación entre la capacidad asociativa de la población territorial y la existencia de capital social.**

Para explicar este nuevo subcapítulo vamos a iniciar, como lo hicimos en el subcapítulo anterior, con la verificación de si el análisis factorial es un modelo

apropiado para analizar el nuevo grupo de datos cuantitativos levantados en este estudio y relacionados directamente con la segunda hipótesis de trabajo.

De acuerdo con la prueba de esfericidad de Barlett, se rechaza la “**hipótesis nula – *H<sub>0</sub>***” de que “*la matriz de correlación de la población es una matriz identidad*”; ya que, según el resultado obtenido que aparece en el Apéndice 11.2 el valor de  $p=0,0000$ , correspondiente a “Ji cuadrado” de 1.954,9350, es menor que 0,05 del nivel de significancia. Por es esta razón concluimos que el análisis factorial sí es un método apropiado para analizar el segundo grupo de datos cuantitativos.

Ahora, luego del test de Barlett que acabamos de realizar, se procedió a ejecutar el análisis factorial siguiendo los mismos pasos que fueron explicados de forma detallada en el subcapítulo anterior. Como conclusión de este procedimiento de análisis de datos practicado a las 25 variables que miden la capacidad asociativa de la población territorial y la existencia de capital social, tenemos que estas variables, luego de la “Rotación Varimax”, tienen mayor carga factorial en relación con 6 factores, de la siguiente manera:

- En relación con el “factor 1”, las variables que mayor carga factorial tienen son: V73, V74, V75, V77, V78, V83 y V84.
- Con respecto al “factor 2”, las variables que más se asocian son: V60, V61, V64 y V65.
- En lo relativo al “factor 3”, las variables ligadas a este factor son: V70 y V82.

- El “factor 4”, por su parte, está asociado con las variables: V63, V66, V67 y V68.
- El “factor 5” muestra asociación con las variables: V69, V71, V76 y V79.
- Finalmente, en el “factor 6” las variables que tienen mayor carga factorial son: V80 y V81.

A continuación, se describe, mediante un cuadro de resumen, un detalle de las variables, las cargas factoriales y los nombres que, a criterio del investigador, mejor explican a los factores identificados en esta parte del presente trabajo investigativo.

**Tabla No. 5**

**Contribución de cada variable a la definición de factores retenidos**

<b>Factor</b>	<b>Variable</b>	<b>Carga factorial</b>	<b>Nombre de identificación del factor</b>
<b>F1</b>	V73 Apoyo total a los planes de los directivos del gremio empresarial.	0,6143	<b>Relaciones con otros actores –gobierno, proveedores– a partir de una buena identificación y compromiso con el gremio empresarial</b>
	V74 Ver a los problemas del gremio, como si fueran los de mi propia empresa.	0,7837	
	V75 Sentir orgullo de pertenencia al gremio empresarial.	0,6555	
	V77 Definición de medidas preventivas en la relación con los proveedores de los factores de la producción.	0,4335	
	V78 Relaciones de amistad entre los miembros del gremio empresarial.	0,4666	
	V83 Ser miembro aportante del gremio, con dinero y/o ideas.	0,6302	



	V84 Capacidad del gremio para incidir en los cambios legales y políticos del territorio.	0,6339	
<b>F2</b>	V60 La confianza entre asociados construida con base en hechos tangibles.	0,7587	<b>Relaciones empresariales construidas sobre la base de la confianza y el compartimiento de propósitos comunes.</b>
	V61 El acuerdo con empresas competidoras, basado en la consecución de objetivos comunes.	0,6343	
	V62 El acuerdo con empresas proveedoras y/o comercializadoras, basado en la consecución de objetivos comunes.	0,7021	
	V64 El beneficio mutuo como base de la relación entre empresas de diferente tamaño.	0,6598	
	V65 Predominio del respeto a las relaciones contractuales.	0,6815	
<b>F3</b>	V70 La definición de medidas preventivas en la relación con los demás miembros del gremio empresarial.	0,6529	<b>Agremiación voluntaria basada en la vivencia de reglas claras de juego.</b>
	V82 Ser miembro del gremio por afiliación voluntaria.	0,6127	
<b>F4</b>	V63 Establecimiento de planes preventivos para afrontar las políticas y leyes. Gubernamentales.	0,4247	<b>Preocupación por establecer medidas preventivas con actores relacionados a la empresa, y así garantizar compromisos adquiridos.</b>
	V66 Definición de medidas preventivas en la relación con los trabajadores disponibles en el sector industrial.	0,7479	
	V67 Definición de medidas preventivas en la relación con los canales de comercialización del producto.	0,696	

	V68 Cumplimiento de los compromisos y obligaciones adquiridos.	0,6031	
F5	V69 Competencia entre empresas basada en los principios del trabajo colectivo.	0,5316	<b>El gremio, como eje del trabajo colectivo, se muestra confiable entre empresas de la misma actividad económica</b>
	V71 Pertenencia a un gremio para generar conexiones de contacto.	0,4015	
	V72 Disposición a esforzarse, más de lo que debe, para el buen desempeño del gremio empresarial en su conjunto.	0,6639	
	V76 Empresarios del gremio sirven de contacto para hacer negocios con proveedores y/o compradores.	0,4845	
	V79 Facilidad de acceso a la información de todos los miembros del gremio empresarial.	0,4725	
F6	V80 Búsqueda del aporte de personas externas a la empresa a la hora de financiar necesidades de recursos financieros.	0,7895	<b>Necesidad de abrir espacios de relación con organizaciones o personas distintas al gremio base.</b>
	V81 Pertenencia a otras organizaciones, distintas al gremio.	0,6281	

Al relacionar los factores identificados en la tabla anterior con los constructos que están adentro de la hipótesis No. 2 de esta investigación, y basados también en el juicio del investigador, tenemos el siguiente agrupamiento de factores y constructos:

- **Constructo “capacidad asociativa de la población”** se compone de los factores **F1, F3 y F4.**

- **Constructo “nivel de existencia de capital social territorial”** se compone de los factores **F2, F5 y F6**.

Este agrupamiento de factores y constructos será el punto de partida para llevar a cabo el proceso de verificación de la hipótesis en cuestión.

#### **4.3.4. Interacción de factores económicos y extraeconómicos y su incidencia, a través de la asociatividad, en el fortalecimiento de las PYMI.**

De igual manera como hicimos en los dos subcapítulos anteriores, vamos a iniciar explicando los resultados obtenidos con la verificación sobre la pertinencia del análisis factorial como modelo apropiado para analizar el nuevo grupo de datos cuantitativos levantados en este estudio y relacionados directamente con la tercera hipótesis de trabajo.

Luego de realizada la prueba de esfericidad de Barlett, podemos observar que se rechaza la “**hipótesis nula –Ho–**” de que “*la matriz de correlación de la población es una matriz identidad*”; ya que, según el resultado obtenido que aparece en el Apéndice 11.3, el valor de  $p= 0,0000$ , correspondiente a “Ji cuadrado” de 5.341,01, es menor que 0,05 del nivel de significancia. Por esta razón, concluimos que el análisis factorial sí es un método apropiado para analizar el segundo grupo de datos cuantitativos.

Ahora, luego del test de Barlett que acabamos de realizar, se procedió a ejecutar el análisis factorial siguiendo los mismos pasos que fueron explicados en el subcapítulo 4.32 de forma detallada.

Como conclusión de este procedimiento de análisis de datos practicado a las 29 variables que miden a los factores económicos y extraeconómicos y al fortalecimiento a través de la asociatividad de las PYMI, tenemos que estas variables, luego de la “Rotación Varimax”, tienen mayor carga factorial, en relación con 13 factores, de la siguiente manera:

- “Factor 1”, las variables que mayor carga factorial tienen son: V37, V47 y V55.
- “Factor 2”, las variables que más se asocian son: V33, V54 y V58.
- “Factor 3”, las variables ligadas a este factor son: V43, V44 y V49.
- “Factor 4” está asociado con las variables: V50, V51 y V52.
- “Factor 5” muestra asociación con las variables: V32 y V39.
- “Factor 6”, las variables que tienen mayor carga factorial son: V42 y V56.
- “Factor 7”, las variables que más se asocian son: V35 y V48.
- “Factor 8”, la variable que mayor carga factorial tiene es V46.
- “Factor 9”, las variables que muestran mayor asociación son: V40 y V53.
- “Factor 10”, las variables ligadas a este factor son: V36 y V38.

- “Factor 11” está asociado con las variables: V45, V57 y V59.
- “Factor 12” está ligado a las variables: V31 y V34.
- “Factor 13”, la variable que mayor carga factorial tiene es V41.

A continuación, se describe, mediante un cuadro resumen, un detalle de las variables, las cargas factoriales y los nombres que, a criterio del investigador, mejor explican a los factores identificados en esta parte del presente trabajo investigativo.

**Tabla No. 6**

**Contribución de cada variable a la definición de factores retenidos**

<b>Factor</b>	<b>Variable</b>	<b>Carga factorial</b>	<b>Nombre de identificación del Factor</b>
<b>F1</b>	V37 Relaciones interpersonales mejoradas producto de la asociatividad.	-0,5867	<b>Fortalecimiento de las relaciones interpersonales mediante reglas claras escritas y habilidad para buscar fondos</b>
	V47 Reglas claras escritas al iniciar un proceso asociativo.	0,8083	
	V55 Búsqueda de fondos financieros, una habilidad para el buen resultado de un proceso asociativo.	-0,5398	
<b>F2</b>	V 33 Políticas públicas dirigidas a reforzar la capacitación como medio para mejorar competitividad.	-0,3994	<b>Capacidades internas empresariales y apoyo gubernamental, dirigidos a procesos asociativos, contribuyen a mejorar la competitividad</b>
	V54 Capacidad de gestión empresarial, una competencia para el buen resultado de un proceso asociativo.	-0,7966	
	V58 Desarrollo de redes productivas, una competencia para el buen resultado de un proceso asociativo.	0,5844	

<b>F3</b>	V43 Existencia de recursos financieros para iniciar un proceso asociativo.	0,6112	<b>La existencia de recursos financieros y de gremios activos como facilitadores de la asociatividad</b>
	V44 Gremio empresarial u otro actor que lidere el proceso desde el inicio.	-0,8544	
	V49 Gremios empresariales como comunicadores de las bondades de la asociatividad.	-0,5844	
<b>F4</b>	V50 Sector educativo a nivel de escuela y colegio como comunicador de las bondades de la asociatividad.	0,7077	<b>Fomento de la asociatividad a través del sistema educativo y los medios de comunicación</b>
	V51 Sector educativo a nivel universitario como comunicador de las bondades de la asociatividad.	0,6467	
	V52 Medios de comunicación masivos como promotores de las bondades de la asociatividad.	-0,6942	
<b>F5</b>	V32 Políticas públicas dirigidas a reforzar la oferta de crédito como medio para mejorar competitividad.	0,9049	<b>Fortalecimiento de la productividad empresarial gracias a la asociatividad y al apoyo gubernamental</b>
	V39 Los efectos de la asociatividad son evidenciados a través del incremento de la productividad.	-0,4137	
<b>F6</b>	V42 La asociatividad desarrolla la cultura de trabajo en equipo territorial	0,4432	<b>La cultura de trabajo en equipo territorial, factor clave de la asociatividad</b>
	V56 Existencia de espíritu de trabajo en equipo para iniciar un proceso asociativo.	0,8468	
<b>F7</b>	V35 Orientación de las políticas públicas hacia la asociatividad para mejorar competitividad.	-0,6924	<b>Fomento de la asociatividad a través de las políticas públicas</b>
	V48 Gobiernos del territorio ayudan a comunicar las bondades de la asociatividad.	-0,7515	
<b>F8</b>	V46 Compartir objetivos comunes para iniciar un proceso asociativo.	-0,6924	<b>Compartimiento de objetivos comunes como base de la asociatividad.</b>
	V40 Los efectos de la asociatividad son evidenciados a través de la mejora tecnológica territorial	0,8514	<b>El trabajo de la cooperación nacional e internacional y la mejora tecnológica territorial</b>

<b>F9</b>	V53 Organismos de cooperación nacional e internacional como promotores de las bondades de la asociatividad.	0,5477	<b>viabilizan la asociatividad</b>
<b>F10</b>	V36 Orientación de las políticas públicas hacia la apertura de mercados para mejorar competitividad.	-0,6535	<b>Fortalecimiento empresarial gracias a la construcción de confianza territorial y al apoyo gubernamental</b>
	V38 Los efectos de la asociatividad son evidenciados a través de la construcción de confianza entre los habitantes del territorio.	0,8187	
<b>F11</b>	V 45 Capacidad de producción y/o comercialización sobrante para iniciar un proceso asociativo.	0,6404	<b>Fomento de acciones recíprocas como complemento clave de la capacidad de producción y comercialización empresarial</b>
	V57 Capacidad de mejoramiento de la producción y/o comercialización, una competencia para el buen resultado de un proceso asociativo.	0,7493	
	V59 Fomento de la práctica de acciones recíprocas, una competencia para el buen resultado de un proceso asociativo.	-0,5921	
<b>F12</b>	V31 Orientación de las políticas públicas hacia la tecnología para mejorar competitividad.	-0,4576	<b>Orientación de las políticas públicas para el fortalecimiento empresarial</b>
	V34 Orientación de las políticas públicas para reforzar el acceso a información y así mejorar la competitividad empresarial.	0,7914	
<b>F13</b>	V41 Los efectos de la asociatividad son evidenciados a través de la mayor capacidad financiera territorial.	0,9192	<b>Fortalecimiento de la capacidad financiera territorial, como efecto de la asociatividad</b>

Al relacionar los factores identificados en la tabla anterior con los constructos que están adentro de la hipótesis No. 3 de esta investigación, y basados también en el juicio del investigador, tenemos el siguiente agrupamiento de factores y constructos:

- **Constructo “fortalecimiento de las PYMI”** se compone de los factores **F1, F3, F5, F6 y F9.**
- **Constructo “accionar de factores económicos”** se compone de los factores **F2, F4, F7, F11, F12 y F13.**
- **Constructo “accionar de factores extraeconómicos”** se compone de los factores **F8 y F10.**

Este agrupamiento de factores y constructos, como ya lo dijimos en puntos anteriores, será también el referente de partida para llevar a cabo el proceso de verificación de la hipótesis en cuestión.

#### **4.4. Verificación de las hipótesis a partir del análisis multivariado realizado.**

Tomando como referencia los resultados obtenidos en el análisis factorial que acabamos de realizar, vamos a proceder con la ejecución del proceso de verificación de las hipótesis que guiaron la realización de esta investigación.

Siendo la primera actividad que se llevó a cabo la definición de la estructura de cada uno de los constructos de las respectivas hipótesis, a partir del agrupamiento de



factores considerados como explicativos del constructo objeto de estructuración, este agrupamiento se realizó tomando como base el juicio del investigador. Luego se procedió a convertir los constructos, explicados con el agrupamiento de factores, en expresiones numéricas a través del uso de la “estimación de la media de las variables”, cuyo valor para la realización del cálculo de la media se encuentra registrado en la base original de datos capturados.

#### **4.4.1. Verificación de la hipótesis No.1.**

La primera hipótesis que guió este trabajo investigativo es la siguiente:

***Hipótesis No.1:***

Los procesos asociativos empresariales están asociados a la existencia en el territorio local, de una cultura asociativa.

Se identificaron como constructos que están dentro de la mencionada hipótesis los siguientes:

- facilitación de los procesos asociativos empresariales
- cultura asociativa previa

De acuerdo con el juicio del investigador, y tomando en cuenta los factores retenidos en el subcapítulo 4.3.2, las variables que van a ser sometidas a la respectiva prueba de hipótesis quedan estructuradas de la siguiente manera:

- **Facilitación de los procesos asociativos empresariales:** **F2** (trabajo en equipo basado en la ética y la confianza), **F3** (comunicación y actitud hacia la asociatividad) y **F9** (apertura y colaboración entre actores).
- **Cultura asociativa previa:** **F1** (base organizativa y cultural territorial orientada a la asociatividad), **F4** (construcción de redes asociativas), **F5** (espacios de confianza, conciencia cívica y diálogo territorial), **F6** (confianza entre la gente del propio territorio) y **F8** (familia y educación como base del fomento asociativo).

Una vez definida la estructura de las variables, se procedió a convertirlas en expresiones numéricas; para ello se tomó como referencia el valor registrado en la base original y se calculó el respectivo promedio.

- $Facilitación\ de\ los\ procesos\ asociativos\ empresariales = (F2+F3+F9) / 3$
- $Cultura\ asociativa\ previa = (F1+F4+F5+F6+F8) / 5$

Luego de calculado el valor promedio de las dos variables que van a ser sometidas a la respectiva prueba de hipótesis, se calculó el coeficiente de correlación (r) de dichas variables, el cual, según los cálculos realizados, es igual a **r = 0,764**.

El paso final es la prueba de hipótesis que se realizó con el propósito de verificar si el valor del coeficiente de correlación calculado tiene significancia estadística. Para cumplir con este fin hemos procedido de la siguiente forma:

**Planteamiento:**

Ho (hipótesis nula):  $p = 0$  (no existe relación entre las variables)

H1 (hipótesis alternativa):  $p \neq 0$  (sí existe relación entre las variables)

***Cálculo del valor de t:***

t crítico, con un nivel de significancia del 0,05 y (n-2) grados de libertad, es igual a 1,96. En cambio, el t calculado

$$t = r / (\text{raíz} ((1-r^2) / (n - 2)))$$

es igual a 18,54, el cual, al ubicarse en el área superior a 1,96, nos conduce a rechazar la hipótesis nula, concluyendo, por lo tanto, que entre las dos variables “sí existe una relación significativa”.

**4.4.2. Verificación de la hipótesis No.2.**

La segunda hipótesis que guió este trabajo investigativo es la siguiente:

***Hipótesis No.2:***

El nivel de capital social presente en un determinado territorio se relaciona con la capacidad de asociación de su población.

Se identificaron como constructos que están dentro de la mencionada hipótesis los siguientes:

- capacidad asociativa de la población.
- nivel de existencia de capital social territorial.

Según el juicio del investigador, y tomando en cuenta los factores retenidos en el subcapítulo 4.3.3, las variables que van a ser sometidas a la respectiva prueba de hipótesis quedan estructuradas de la siguiente manera:

- **Capacidad asociativa de la población: F1** (relaciones con otros actores – gobierno, proveedores– a partir de una buena identificación y compromiso con el gremio empresarial), **F3** (agremiación voluntaria basada en la vivencia de reglas claras de juego) y **F4** (preocupación por establecer medidas preventivas con actores relacionados a la empresa, y así garantizar compromisos adquiridos).
- **Nivel de existencia de capital social territorial: F2** (relaciones empresariales construidas sobre la base de la confianza y el compartimiento de propósitos comunes, **F5** (gremio como eje del trabajo en equipo, se muestra confiable entre empresas de la misma actividad económica) y **F6** (necesidad de abrir espacios de relación con organizaciones distintas al gremio base).

Una vez definida la estructura de las variables, se procedió a convertirlas en expresiones numéricas, para ello se tomó como referencia el valor registrado en la base original y se calculó el respectivo promedio.

- *Capacidad asociativa de la población* =  $(F1+F3+F4) / 3$
- *Nivel de existencia de capital social territorial* =  $(F2+F5+F6) / 3$

Luego de calculado el valor promedio de las dos variables que van a ser sometidas a la respectiva prueba de hipótesis se calculó el coeficiente de correlación (r) de dichas variables, el cual, según los cálculos realizados, es igual a **r = 0,62**.

El paso final es la prueba de hipótesis que se realizó con el propósito de verificar si el valor del coeficiente de correlación calculado tiene significancia estadística. Para cumplir con este fin hemos procedido de la siguiente forma:

***Planteamiento:***

Ho (hipótesis nula):  $p = 0$  (no existe relación entre las variables)

H1 (hipótesis alternativa):  $p \neq 0$  (sí existe relación entre las variables)

***Cálculo del valor de t:***

t crítico, con un nivel de significancia del 0,05 y (n-2) grados de libertad, es igual a 1,96. En cambio el t calculado

$$t = r / (\text{raíz} ((1-r^2) / (n - 2)))$$

es igual a 12,4, el cual, al ubicarse en el área superior a 1,96, nos conduce a rechazar la hipótesis nula, concluyendo, por lo tanto, que entre las dos variables “sí existe una relación significativa”.

#### **4.4.3. Verificación de la hipótesis No.3.**

Ahora vamos a concentrarnos en la tercera hipótesis que guió este trabajo investigativo, la cual es la siguiente:

##### ***Hipótesis No.3:***

El fortalecimiento de las PYMI, a través de prácticas asociativas, está influenciado tanto por factores económicos como extraeconómicos.

Se identificaron como constructos que están dentro de la mencionada hipótesis los siguientes:

- fortalecimiento de las PYMI a través de prácticas asociativas (variable dependiente)
- accionar de factores económicos (variable independiente)
- accionar de factores extraeconómicos (variable independiente)

Según el juicio del investigador, y tomando en cuenta los factores retenidos en el subcapítulo 4.3.4, las variables que van a ser sometidas a la respectiva prueba de hipótesis quedan estructuradas de la siguiente manera:

- **Fortalecimiento de las PYMI:** **F1** (fortalecimiento de las relaciones interpersonales mediante reglas claras escritas y habilidad para buscar fondos), **F3** (existencia de recursos financieros y de gremios activos, como facilitadores de la asociatividad), **F5** (fortalecimiento de la productividad empresarial gracias a la asociatividad y al apoyo gubernamental), **F6** (cultura de trabajo en equipo territorial, factor clave de la asociatividad) y **F9** (trabajo de la cooperación nacional e internacional y la mejora tecnológica territorial viabilizan la asociatividad)
- **Accionar de factores económicos:** **F2** (capacidades internas empresariales y apoyo gubernamental, dirigidos a procesos asociativos, contribuyen a mejorar la competitividad), **F4** (fomento de la asociatividad a través del sistema educativo y los medios de comunicación ), **F7** (fomento de la asociatividad a través de las políticas públicas ), **F11** (fomento de acciones recíprocas como complemento clave de la capacidad de producción y comercialización empresarial), **F12** (orientación de las políticas públicas para el fortalecimiento empresarial) y **F13** (fortalecimiento de la capacidad financiera territorial, como efecto de la asociatividad).
- **Accionar de factores extraeconómicos:** **F8** (compartimiento de objetivos comunes como base de la asociatividad) y **F10** (fortalecimiento empresarial gracias a la construcción de confianza territorial y al apoyo gubernamental).

Una vez definida la estructura de las variables, se procedió a convertirlas en expresiones numéricas, para ello se tomó como referencia el valor registrado en la base original y se calculó el respectivo promedio.

- *Fortalecimiento de las PYMI* =  $(F1+F3+F5+F6+F9) / 5$
- *Accionar de factores económicos* =  $(F2+F4+F7+F11+F12+F13) / 6$
- *Accionar de factores extraeconómicos* =  $(F8+F10) / 2$

Luego de calculado el valor promedio de las dos variables que van a ser sometidas a la respectiva prueba de hipótesis, se realizó un análisis de regresión simple y múltiple con el propósito de identificar, en cada una de las regresiones, el coeficiente de determinación ( $R^2$ ), para luego proceder a comparar e identificar aquella que mayor coeficiente registra y así soportar el proceso de verificación de la hipótesis No. 3.

Para el caso del análisis de regresión simple se establecieron las siguientes relaciones de variables:

- Análisis No 1:
  - fortalecimiento de las PYMI a través de prácticas asociativas = f (accionar de factores económicos)
- Análisis No.2:



- fortalecimiento de las PYMI a través de prácticas asociativas = f (accionar de factores extraeconómicos)

En lo que respecta al análisis de regresión múltiple, la relación de variables se planteó de la siguiente forma:

- Análisis No.3:

- fortalecimiento de las PYMI a través de prácticas asociativas = f (accionar de factores económicos, accionar de los factores extraeconómicos)

Luego de realizados los cálculos respectivos, se tienen los siguientes resultados:

Análisis No. 1	$R^2 = 0,396$
Análisis No. 2	$R^2 = 0,119$
Análisis No.3	$R^2 = 0,581$

Ahora, para examinar la significancia estadística del modelo de regresión múltiple estimado –análisis No. 3–, que es el que registra un mayor coeficiente de determinación, vamos a proceder a realizar la prueba F.

En este caso, como el valor de  $p = 0,0000$ , correspondiente a una “F” de 172,01, es menor que 0,05 del nivel de significancia, concluimos que el modelo es estadísticamente significativo.

Una vez verificada la calidad global del modelo en su conjunto, podemos concluir que el fortalecimiento de las PYMI en cerca de un 58% es explicado, en mayor grado, por el accionar conjunto, y no individual, de factores económicos y extraeconómicos, lo cual nos conduce a comprobar positivamente la tercera hipótesis que guió al presente estudio.

## 5. Conclusiones

Luego de realizado el análisis de los datos que sirvió de base para soportar el proceso de verificación de las hipótesis de esta investigación, vamos, ahora, a exponer las principales conclusiones a las que hemos llegado, con el propósito de dar a conocer los aportes que, consideramos, se están haciendo al conocimiento dentro del campo de la administración a través del presente estudio investigativo.

Para plantear las conclusiones, en primer lugar, hemos vuelto a revisar lo que dicen los autores dentro del capítulo de este estudio denominado referencial teórico. En segundo lugar, también revisamos los resultados expuestos en el capítulo relacionado con el análisis de datos y la verificación de hipótesis, para, finalmente, analizando los dos momentos que acabamos de señalar, proceder a identificar esos “gaps -diferencias-” y/o “coincidencias” entre lo que han venido planteando diversos autores sobre los factores explicativos de la asociatividad y lo que hemos encontrado, como producto de la investigación realizada, en el campo de la práctica asociativa a nivel de la pequeña y mediana empresa.

A la hora de resaltar las principales conclusiones de este estudio, es importante que primero resaltemos la tesis fundamental que guió su realización, la cual, en términos generales, buscó explicar, por un lado, cómo los procesos asociativos que se dan en determinados lugares geográficos tienden a mantener una estrecha relación con ámbitos vinculados, de forma directa, a la presencia de variables ligadas con conceptos como “capital social” y “cultura asociativa”.

Y, por otro lado, este estudio también se enfocó en encontrar los fundamentos que ayuden a explicar la relación que se da, ya sea de forma bivariada y/o multivariada, entre el fortalecimiento empresarial y el accionar, a través de la práctica de la asociatividad, de una serie de factores económicos y extraeconómicos.

Para cumplir con la tesis que acabamos de resumir, el objetivo general y las hipótesis de trabajo fueron las siguientes:

- *Objetivo general:*
  - Proponer las directrices fundamentales, de carácter económico y extraeconómico, de un modelo de asociatividad dirigido al fortalecimiento de pequeñas y medianas industrias –PYMI–.
  
- *Hipótesis:*
  - Los procesos asociativos empresariales están asociados a la existencia en el territorio local de una cultura asociativa.
  - El nivel de capital social presente en un determinado territorio se relaciona con la capacidad de asociación de su población.
  - El fortalecimiento de las PYMI, a través de prácticas asociativas, está influenciado tanto por factores económicos como extraeconómicos.

Con los antecedentes que acabamos de describir, ahora vamos a proceder con la exposición de las conclusiones más relevantes de este estudio investigativo.

La **primera conclusión** a la que hemos llegado, basados en el proceso de verificación de hipótesis realizado en el capítulo anterior, es que existe una

“estrecha relación” entre los procesos asociativos empresariales y la presencia, en cierto territorio, de una cultura asociativa previa.

Esta aseveración la hacemos fundamentados en el coeficiente de correlación obtenido ( $r = 0,764$ ) a partir del ejercicio de relacionamiento entre las variables que se acaban de señalar. Este coeficiente, luego de la respectiva prueba de hipótesis, fue reconocido como de significancia estadística. El resultado cuantitativo que acabamos de describir se ve también respaldado con los discursos estudiados a nivel de los datos cualitativos obtenidos como parte de esta investigación, en donde observamos una tendencia, en los discursos analizados, a resaltar factores como diversidad cultural e identidad local, sobre todo cuando se explica la relación entre la asociatividad y el territorio como espacio natural en el cual se llevan a cabo los procesos asociativos empresariales.

Sobre los factores señalados, según la opinión de los informantes calificados consultados, estos se convierten en variables de comportamiento directamente ligadas con el impulso y consolidación de un proceso de asociatividad empresarial. Es decir, a partir del compartimiento de un mismo territorio, la tendencia a una acción colectiva por parte de su población está basada en la forma como se han venido dando los diferentes tipos de relaciones dentro de ese grupo de pobladores.

También, de acuerdo con informantes calificados, como en el ejemplo de Nancy Medina –citada su intervención en el subcapítulo sobre análisis de datos cualitativos–, queda claro que un proceso asociativo tiene relación con la forma como tienden a relacionarse las personas en conjunto; lo cual se evidencia en

rasgos culturales presentes en el territorio objeto de asociatividad. Este punto de vista muestra coincidencia con lo que Luciano Martínez, otro informante calificado entrevistado, señala en relación con que los buenos resultados de un proceso asociativo están íntimamente relacionados con el conjunto de experiencias locales que se han venido acumulando desde tiempos anteriores; esas experiencias, como sabemos, van acumulándose bajo la forma de costumbres y tradiciones explicadas bajo el concepto de cultura.

Finalmente, en relación con esta primera conclusión debemos resaltar que con la comprobación positiva que se ha dado a la primera hipótesis que guió este estudio estamos ratificando la propuesta teórica realizada por los autores Kliksberg, Putnam, Coleman, Fukuyama y Durston, citados en el referencial teórico de esta investigación, sobre la relación que existe entre un proceso de asociatividad y la cultura previa existente en cierto territorio.

Para respaldar lo que decimos, vamos a recordar, a manera de síntesis, lo que nos decía Bernardo Kliksberg (2007) en una de las citas expuestas en este estudio, acerca de que en las investigaciones, tanto de Robert Putnam como de James Coleman, se puede observar el peso de factores extraeconómicos en el desarrollo de los países, los cuales, según estos autores, pueden ser explicados a través del concepto de capital social, el cual está directamente relacionado con aspectos culturales.

Este planteamiento teórico también ha sido apoyado por autores más recientes, como Ramón Valdez (2006), Marcela López y Gregorio Calderón (2005), cuando

resaltan en sus estudios la importancia de tomar en cuenta, a la hora de promover procesos asociativos, aquellos aspectos ligados a la evolución histórica, social y cultural de los grupos sociales que habitan el territorio, en donde se piensa fomentar el espíritu de trabajo asociativo.

**Otra conclusión** a la que llegamos con este estudio es la que tiene que ver con la verificación que hicimos sobre la asociación, que “sí” tiende a haber, entre la existencia, en determinado territorio, de capital social y la capacidad de asociación de la población que habita dicho territorio. Esta afirmación la realizamos respaldados, como en la conclusión anterior, en el coeficiente de correlación obtenido ( $r = 0,62$ ); este coeficiente, al hacer la respectiva prueba de hipótesis, también mostró un resultado que respalda su significancia desde el punto de vista estadístico.

Al mirar los datos cualitativos analizados en el capítulo anterior, se puede ver que los discursos rescatados de los informantes calificados invitados a participar en este estudio tienden también a respaldar lo que se verificó cuantitativamente; es decir, encontramos coincidencias sobre la percepción que los actores, relacionados a la problemática de la asociatividad, tienen sobre la fuerte relación que se presenta entre el nivel de capital social y la capacidad de asociación de las personas que habitan un determinado territorio.

Es así que, por citar un ejemplo, informantes como Duván Ramírez en su discurso resaltan a la confianza como una de las principales manifestaciones del capital social, y su relación estrecha con el impulso y consolidación de procesos asociativos

empresariales. Lo mismo plantea Marcelo Hurtado cuando señala que cuando la confianza existe en un territorio entre sus habitantes tiende a aumentar la probabilidad de que un proceso asociativo se mantenga en el largo plazo.

Dentro de lo cualitativo, también debemos resaltar la tendencia expresada, entre los actores invitados a participar en esta investigación, por reconocer como factores extraeconómicos a una serie de variables que están ligadas con el concepto de capital; entre las más mencionadas están: confianza, compromiso entre las partes, práctica de valores, transparencia, honestidad y reciprocidad, lo cual es un elemento más para soportar que sí existe una relación estrecha entre el capital social y la capacidad asociativa de las personas que habitan un territorio.

De igual manera, basados en esta conclusión que estamos explicando, podemos decir que los planteamientos de los autores, resaltados en el capítulo del referencial teórico de este estudio, “se confirman”, es decir, hemos encontrado coincidencias entre lo que dice la teoría y lo que se ha encontrado a través de esta investigación.

En el caso de Robert Putnam, por ejemplo, en su obra *Haciendo funcionar la democracia*, es muy claro cuando para explicar al capital social lo relaciona de forma directa con una de las características propias de un proceso asociativo como es la cooperación; sobre ella señala que la confianza –componente principal del capital social– facilita su funcionamiento. Además, resalta que la confianza surge de dos fuentes relacionadas con las normas de reciprocidad y las redes de compromiso cívico.



Francis Fukuyama, a su vez, otro autor referente, en su obra *Confianza –las virtudes sociales y la capacidad de generar prosperidad-*, incluso llega a señalar que capital social es igual a confianza –una de las características señaladas por Putnam–. Además, reconoce que cuando existe confianza aumenta la capacidad de asociación entre las personas.

Ahora veamos cómo James Coleman define al capital social, y vamos a ver que lo relaciona de forma directa con lo que, al iniciar el capítulo del referencial teórico, definimos como asociatividad, pues para James Coleman (1988) el capital social está relacionado con la capacidad de las personas por trabajar de forma conjunta con el propósito de lograr objetivos comunes.

Otro autor que también resalta dentro de sus postulados la relación entre capital social y la capacidad asociativa de la población que habita un territorio es John Durston (1999), cuando afirma que el capital social al final de cuentas promueve la cooperación entre las personas.

En lo que respecta a la **tercera conclusión**, y quizá uno de los principales aportes de esta investigación, procedemos a afirmar que para que se logre un efectivo fortalecimiento empresarial, a través de la práctica asociativa, se requiere del accionar “conjunto” tanto de factores económicos como extraeconómicos. Hacemos esta afirmación soportados en el análisis comparativo que se hizo de los coeficientes de determinación obtenidos en el análisis de regresión simple y múltiple, que se practicó con las variables vinculadas a la tercera hipótesis de este estudio.

Según los cálculos realizados, el coeficiente de determinación ( $R^2 = 0,581$ ) correspondiente a la regresión múltiple, que relacionaba la variable dependiente – fortalecimiento de las PYMI a través de prácticas asociativas– con las variables independientes –factores económicos y factores extraeconómicos–, es el que alcanzó mayor valor frente al coeficiente de determinación registrado en las regresiones simples. Este coeficiente, al hacerse la respectiva prueba de hipótesis, también mostró un resultado que respalda su significancia desde el punto de vista estadístico.

Esta conclusión, además de respaldarse en el análisis cuantitativo de los datos, también tiene el respaldo de lo obtenido con el análisis de datos cualitativos, en donde hemos podido observar que la mayoría de informantes calificados entrevistados expresan, en su discurso, que a la hora de lograr mejoras empresariales, vía la asociatividad, el impulso del accionar de factores económicos y factores extraeconómicos debe ser visto bajo un enfoque de “acción complementaria mutua”; es decir, no debe haber una tendencia a dar un peso mayor o importancia al uno o al otro tipo de factor, pues hay que lograr una activación conjunta de ellos. Eso sí, por la exigencia de factores situacionales, se podrían presentar excepciones que obliguen, en algún momento de la aventura asociativa, a que se tenga que apoyar a aquel grupo de factores en donde se encuentran debilidades debidamente identificadas.

Lo que acabamos de exponer y justificar como conclusión se convierte, quizá, en un aporte importante de este estudio al conocimiento, sobre todo cuando procedemos a compararlo con lo que los diferentes autores han venido sosteniendo, y que muy

bien se detalla en el capítulo del referencial teórico sobre la relación entre el fortalecimiento empresarial y el accionar, a través de la práctica de la asociatividad empresarial, de factores económicos y factores extraeconómicos.

Como producto de esa comparación, podemos ver que, entre los diferentes autores estudiados, se presentan posiciones con tendencia a ubicarse en extremos diferentes: por un lado, aquellos que tienden a explicar y defender la práctica asociativa, con un gran énfasis en factores de carácter económico.

Dentro de esta línea de pensamiento primero está, a finales del siglo XIX y comienzos del XX, Alfred Marshall, cuando consideraba que el buen resultado obtenido por parte de un distrito industrial –visto como forma de práctica asociativa– está relacionado con variables muy pegadas al ámbito económico, como especialización industrial, competencia basada en la innovación, apoyo gubernamental y la capacidad de gestión organizacional. De manera muy aislada, Marshall habla sobre la identidad sociocultural, lo que nos lleva a palpar su tendencia por resaltar a los factores económicos como elementos ligados al fortalecimiento empresarial vía prácticas asociativas al estilo de lo que él denominó distritos industriales.

En la misma línea de Marshall, y mostrando ciertos avances, encontramos a Michael Porter, quien, con su propuesta asociativa basada en los postulados del desarrollo de *clusters*, tiende también a concentrarse para explicar el fortalecimiento que pueden lograr las empresas en el momento que deciden agruparse bajo el enfoque de los *clusters*, en variables como la productividad, la innovación y la calidad del

entorno económico –esta variable explicada con su postulado del diamante competitivo–. Sobre la incidencia de factores extraeconómicos, Porter apenas deja planteada, en su obra *Ser competitivo*, una sugerencia sobre cómo entender el origen de la prosperidad económica a través del estudio de teorías como la de capital social y del compromiso cívico.

Esta tendencia en los planteamientos de Porter nos lleva, de igual forma que lo concluido con Marshall, a señalar que su tesis ha tendido a ubicarse en el resaltamiento de factores ligados al ámbito de lo económico, dejando así en segundo plano los aspectos socioculturales.

Muy pegado a los postulados de Porter y Marshall, y con unas algunas coincidencias, está Albert Hirschman, con su propuesta sobre los eslabonamientos, hacia adelante y hacia atrás, que se tienden a presentar en el trabajo interconectado de una cadena productiva.

Ahora vamos a enfocarnos en la otra línea de pensadores, en donde los autores bajo los postulados de la teoría del capital social –Robert Putnam, James Coleman, John Durston, Francis Fukuyama, Bernardo Kliksberg–, la teoría de la lógica de la acción colectiva –Mancur Olson– y de los aspectos del cambio institucional –Douglass North– explican la relación entre el fortalecimiento empresarial y la asociatividad, mediante la presencia y consolidación de factores extraeconómicos ligados con variables representativas de lo cultural-territorial y lo social-comportamental, es decir, mediante el análisis del nivel de calidad que se registra

en las relaciones que se dan entre los seres humanos, localizados en un determinado lugar geográfico –territorio–.

En las propuestas de estos pensadores, los factores económicos relacionados con un proceso asociativo son dejados en un segundo plano a la hora de explicar la relación que variables de diferente índole pueden tener con el impulso de buenas prácticas asociativas como mecanismo de fortalecimiento empresarial. Esta tendencia sobre la percepción del rol de los factores económicos dentro de un proceso asociativo se puede evidenciar cuando, por poner un ejemplo, autores como Bernardo Kliksberg (1999), en una de sus citas, nos dicen que, muchas veces el progreso económico y social puede ser explicado a través de variables intangibles como es la cultura, la cual está íntimamente relacionada con el capital social; abordándose así el progreso nacional de forma distinta a la abordada por los enfoques tradicionales del pensamiento económico.

Por último, dentro de esta línea de pensadores debemos resaltar que en su exposición teórica, como ya dijimos, prima la incidencia de variables extraeconómicas como confianza, tendencia a la cooperación, trabajo colectivo, normas para mejorar la confianza, cultura asociativa, entre las más importantes.

Una vez identificados los planteamientos de las dos líneas de pensamiento que tratan de explicar las bondades de la asociatividad como una alternativa para el fortalecimiento empresarial, estamos en la capacidad de señalar, basados en los resultados de esta investigación practicada en el medio de la pequeña y mediana industria, que a la hora de fortalecer la situación de las empresas a través de

prácticas asociativas, ninguna de las dos corrientes, enfocadas de forma separada, contribuyen de forma efectiva a la construcción de efectivos procesos asociativos, pues para que estos funcionen, lleguen a feliz término y alcancen los fines para los que fueron creados se debe, de “forma equilibrada”, poner atención en el desarrollo efectivo del accionar conjunto de una serie de variables ligadas a lo que en esta investigación se denominaron factores económicos y extraeconómicos.

Para finalizar este capítulo de exposición de las principales conclusiones a las que hemos llegado con esta investigación, consideramos importante dejar planteadas algunas ideas sobre nuevos estudios que se podrían generar en el futuro, sobre la problemática que ha sido estudiada en el presente trabajo de tesis de doctorado.

Como posibles investigaciones futuras se podrían presentar en los siguientes ámbitos:

- Análisis sobre formas alternativas de medición de los niveles de acumulación de capital social; a través de ellas se podría llegar a determinar la potencialidad asociativa, desde el lado de los factores extraeconómicos, que tiene una determinada sociedad.
- Si enfoques asociativos, como los que en la actualidad tienden a predominar en el Ecuador, bajo los principios de la economía popular y solidaria, tendrán probabilidades reales de ser considerados como un modelo referencial a la hora de promover procesos asociativos exitosos.
- El fortalecimiento empresarial, a través de la asociatividad, en especial el de las pequeñas y medianas industrias, además de depender del

accionar conjunto de los factores económicos y extraeconómicos identificados en este estudio, ¿de qué otros factores dependen también?

- También se pueden impulsar estudios futuros que ayuden a explicar cómo el “espíritu emprendedor”, presente en un determinado lugar geográfico, puede incidir en la consolidación de proyectos de tipo asociativo.

## Bibliografía

- Adler, Paul y Kwon, Seok-Woo. 2002. Social capital: prospects for a new concept. *The Academy of Management Review*. Vol. 27: 17-40.
- Albuquerque, Francisco y otros. 2002. *Estudios de casos de desarrollo económico local en América Latina*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo –BID-.
- Altenburg, Tilman y Meyer-Stamer, Jörg. 1999. How to promote clusters: policy experiences from Latin America. *World Development*. Vol. 27: 1693-1713.
- Altenburg, Tilman. 2001. *La Promoción de los clusters en América Latina, experiencias y estrategias*. Serie Foco PYME. Buenos Aires: Foco Pymes - GTZ.
- Anzola, Sérvulo. 2002. *Administración de pequeñas empresas*. México: Editorial McGraw-Hill.
- Araque, Wilson. 2003. ¿Qué es competitividad?. *Diario La Verdad*. Ibarra. 11 de diciembre.
- Araque, Wilson. 2007. *La asociatividad, una alternativa de mejoramiento para las pequeñas y medianas industrias –PYMI-*. Ensayo de la materia Pensamiento Administrativo I del Doctorado en Administración. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- Araque, Wilson. 2008. *La asociatividad, con enfoque inclusivo, una alternativa para mejorar de forma equitativa la situación de las pequeñas y medianas industrias –PYMI-*. Ensayo de medio período del Doctorado en Administración. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.



- Austin, James y otros. 2005. *Alianzas sociales en América Latina*. Washington: BID.
- Babbie, Earl. 2000. *Fundamentos de la investigación social*. México: International Thomson Editores.
- Backhaus, Jürgen. 2003. *Joseph Alois Schumpeter –entrepreneurship style and vision-*. Netherlands: Kluwer Publishers.
- Banco Interamericano de Desarrollo –BID-. 1995. *Hacia una estrategia de desarrollo para América Latina: caminos abiertos por el pensamiento de Albert Hirschman*. Washington: BID.
- Bardin, Laurence. 2002. *El análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Akal.
- Barney, Jay y Hansen, Mark. 1994. Trustworthiness as a source of competitive advantage. *Strategic Management Journal*. Vol. 15: 175-190.
- Becattini, Giacomo. 1989. Reflexiones sobre el distrito industrial como concepto socioeconómico. *Revista Estado y Mercado*. No. 25: 111-128.
- Benavente, Andrés y Morales, Patricio. 2008. Clima de negocios, inseguridad empresarial y alerta temprana. *Revista Pléyade*. No.1: 207-222.
- Bernal, César. 2006. *Metodología de la investigación*. México: Editorial. Prentice Hall.
- Bertalanffy, Ludwig Von. 1986. *Teoría general de los sistemas*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Boscherini, Fabio y otros. 2000. *Territorio, conocimiento y competitividad de las empresas*. Buenos Aires: Editorial. Miño Dávila.
- Bourdieu, Pierre. 1980. Le capital social. *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 31: 2-3.
- Bourdieu, Pierre. 1991. *El sentido práctico*. Madrid: Editorial. Taurus.

- Bourdieu, Pierre. 2003. *Capital cultural, escuela y espacio social*. México: Editorial. Siglo XXI.
- Castells, Manuel. 1998. *La sociedad en red*. España: Editorial. Alianza.
- Cely, Natalie y Hernández, Iván. 2003. *Redes de competitividad y productividad compartida*. Quito: Consejo Nacional de Competitividad.
- Coleman, James. 1988. Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*. Vol. 94: 95-120.
- Coleman, James. 2001. Análisis sociológico y política social. En Bottomore, Tom y Nisbet, Robert. *Historia del análisis sociológico*. Buenos Aires: Editorial. Amorrortu.
- Coleman, James. 2011. *Fundamentos de la teoría social*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Consejo Nacional de Competitividad. 2004. *Primer glosario de términos relacionados a la competitividad*. Quito: Consejo Nacional de Competitividad.
- Cooperación Técnica Alemana para el Desarrollo –GTZ– y otros. 2003. Apuntes del seminario internacional: “Cadenas de producción para el desarrollo local y el uso sostenible de la biodiversidad”. Nicaragua.
- Corporación Andina de Fomento. 2006. *Reporte de Economía y Desarrollo: “Camino a la transformación productiva en América Latina”*. Caracas: Editorial. ACEA.
- D’Austos, Alain y otros. 2003. *Investigación de mercados*. Bogotá: Editorial. Norma.
- Dini, Marco. 2010. Competitividad, redes de empresas y cooperación empresarial. *Serie Gestión Pública – CEPAL*. No. 72: 1-102.

- Dirección General de Política de la Pyme de España. 2003. *Guía básica de cooperación entre empresas*. Madrid: Ministerio de Economía.
- Dirección General de Política de la Pyme de España. 2003. *Instrumentos para promover la cooperación empresarial en España*. Madrid: Ministerio de Economía.
- Durston, John y López, Eduardo. 2006. Capital social y gestión participativa en la cuenca de Pátzcuaro. *Revista de la Comisión Económica para América Latina –CEPAL–*. No. 90: 105-119.
- Durston, John. 1999. Construyendo capital social comunitario. *Revista de la Comisión Económica para América Latina –CEPAL–*. No. 69: 103-118.
- Eco, Humberto. 1991. *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Festinger, L. y Katz, D. 1993. *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. México: Editorial. Paidós.
- Forni, Pablo y otros. 2004. ¿Qué es el capital social y cómo analizarlo en contextos de exclusión social y pobreza? *JSRI Research Report*. No. 35: 1-16.
- Freemont, Kast y Rosenzweig, James. 1993. *Administración en las organizaciones: enfoque de sistemas y de contingencias*. México: Editorial. McGraw-Hill.
- Fukuyama, Francis. 1995. The primacy of culture. *Journal of democracy*. Vol. 6: 7-14.
- Fukuyama, Francis. 1996. *Confianza*. Buenos Aires: Editorial. Atlántida.
- Galán, José y Castro, Ignacio. 2004. Las relaciones interorganizativas como fuente de capital social. *Universia Business Review*. No. 2: 104-117.

- Gallicchio, Enrique. 2010. El desarrollo local: ¿territorializar políticas o generar políticas territoriales? *Revista Eutopía*. No.1: 11-23.
- García, Alejandro. 2002. Redes sociales y clusters empresariales. *Revista hispana para el análisis de redes sociales*. Vol.1: 1-20.
- García, Martín y Barreto, Tarquino. 2005. Modelo asociativo para el mejoramiento de la competitividad de la pequeña y mediana empresa del sector confección. *Revista Venezolana de Economía Social*. No. 10: 99-113.
- Gómez-Llera, Germán. 1996. *Dirigir es educar*. Bogotá: Editorial McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, Roberto y otros. 2006. Metodología de la investigación. México: Editorial McGraw-Hill.
- Hirschman, Albert. 1981. La estrategia del desarrollo económico. México: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática –INEGI–. 1995. *Indicadores de Competitividad de la Economía Mexicana*. No.9: 1-31.
- Kliksberg, Bernardo y Sen, Amartya. 2007. *Primero la gente*. España: Editorial. Deusto.
- Kliksberg, Bernardo. 1999. Capital social y cultura, claves esenciales del desarrollo. *Revista de la CEPAL*. No. 69: 85-102.
- Licha, Isabel. 2002. *Gerencia Social en América Latina*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo –BID–.
- Liendo, Mónica y Martínez, Adriana. 2001. Asociatividad, una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las PYME. Sextas Jornadas de investigaciones en la Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas de la Universidad Nacional de Rosario.

- Longás, Juan y otros. 1997. Formas organizativas y espacio: los distritos industriales, un caso particular en el desarrollo regional. *Colección Estudios Regionales*. No. 48: 167-188.
- Longenecker, Justin y otros. 2001. *Administración de pequeñas empresas, un enfoque emprendedor*. México: Editorial Thomson.
- López, Marcela y Calderón, Gregorio. 2005. Factores socioculturales que influyen en la consolidación de un conglomerado: el caso del microcluster de herramientas de Caldas. *Cuadernos de Administración de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá*. Vol. 18: 165-192.
- Luhmann, Niklas. 2005. *Confianza*. Barcelona: Editorial. Anthropos.
- Lumpkin, G. T. and Dess, Gregory. 1996. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *The Academy of Management Review*. Vol. 21: 135-172.
- Malhotra, Narres. 2004. *Investigación de mercados –un enfoque aplicado*. México: Editorial. Prentice Hall.
- Marshall, Alfred. 2005. *Principios de Economía*. Madrid: Editorial. Síntesis.
- Milano, Marcelo y Constant, Sylvia. 2005. Acerca de la dimensión tiempo – espacio en el análisis organizacional. *RAC*. Vol. 9.
- Ministerio de Comercio Industrialización, Pesca y Competitividad –MICIP-. 2002. *Diagnóstico de la pequeña y mediana industria del Ecuador*. Quito: MICIP.
- Miño, Hilda. 2000. *Presentación de la metodología de competitividad y la construcción del índice global de competitividad*. Quito: Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca del Ecuador.

- Molina y otros. 2004. Los clusters como fuente de competitividad: el caso de la comunidad autónoma del País Vasco. *Cuadernos de Gestión*. Vol. 4: 55-67.
- Montagna, Marco. 2004. *Asociatividad empresarial y acceso a mercados*. Chile: Programa de Apoyo a la Microempresa rural de América Latina y el Caribe –PROMER–.
- Montoro, María Ángeles. 2000. El desarrollo de redes organizativas. Fundamentos teóricos y enfoques metodológicos. *Cuadernos de Estudios Empresariales*. No. 10: 185-204.
- Narváez, Mercy y otros. 2008. El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: una propuesta estratégica. *Opción*. No. 57: 74-92.
- Newton, Kenneth. 2001. Trust, social capital, civil society and democracy. *International Political Science Review*. Vol. 22: 201-214.
- North, Douglas. 1969. *Una nueva historia económica*. Madrid: Editorial. Tecnos.
- North, Douglas. 1986. The new institutional economics. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*. Vol. 142: 230-237.
- North, Douglas. 1993. *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Ocampo, José Antonio y otros. 2003. *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Chile: CEPAL.
- Olave, Jorge. 2005. Propuesta de un modelo asociativo de gestión exportadora a partir del análisis del sector de confecciones del departamento del Atlántico –Colombia-. *Pensamiento y Gestión*. No. 19: 141-199.

- Olson, Mancur. 1992. *La lógica de la acción colectiva*. México: Editorial Limusa.
- Parada, Jairo. Economía institucional original y nueva economía institucional: semejanzas y diferencias. 2003. *Revista Economía Institucional de la Universidad Externado de Colombia*. Vol. 5: 92-116.
- Perego, Luis. 2003. *Competitividad a partir de los agrupamientos industriales: un modelo integrado y replicable de clusters productivos*. Argentina: Universidad Nacional de la Plata.
- Piñeres, Julián. 2004. Interacciones sociales y productivas: una aproximación a la teoría de redes. *Revista Economía, Gestión y Desarrollo*. No.2: 33-55.
- Pintos, Fernando. 2008. El estado del desarrollo local en América Latina: obstáculos, facilitadores y liderazgos. *INTERAÇÕES, Campo Grande*. Vol. 9: 217-228.
- Poma, Luis. 2000. *La nueva competencia territorial*. En *Boscherini, Fabio y otros. Territorio, conocimiento y competitividad*. Buenos Aires: Editorial. Miño y Dávila.
- Porter, Michael. 1991. *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Editorial. Vergara.
- Porter, Michael. 1997. *Estrategia competitiva*. México: Editorial. CECSA.
- Porter, Michael. 1998. Clusters and new economics of competition. *Harvard Business Review*. Vol. 76: 77-90.
- Porter, Michael. 2003. *Ser competitivo*. España: Editorial. Deusto.
- Porter, Michael. 2003. *Ventaja competitiva: creación y mantenimiento de un desempeño superior*. México: Editorial. CECSA.

- Prado, Gustavo. 1998. El pensamiento económico de Douglass C. North. *Laissez Faire*. No.9: 13-32.
- Prompyme. 2005. *Redes empresariales y clusters: teoría y ejemplos en el caso peruano*. Perú: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú.
- Putnam, Robert. 1993. *Making democracy work: civic traditions in modern Italy*. New Jersey: Princeton University Press.
- Putnam, Robert. 2003. *El declive del capital social*. Barcelona: Editorial. Galaxia – Círculo de Lectores.
- Pyke, F. y Sengenberger, W. 1992. *Los distritos industriales y las pequeñas empresas. Distritos industriales y regeneración económica local*. Colección Economía y Sociología del Trabajo. Vol. III. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Quivy, Raymond y Carnpenhoudt, Luc Van. 2005. *Manual de investigación en ciencias sociales*. México. Editorial Limusa.
- Red Pyme Mercosur. 2004. *El rol de las pequeñas y medianas empresas en un nuevo modelo de desarrollo*. Buenos Aires: Universidad General Sarmiento.
- Rodríguez, Luisa. 2007. Emprendimiento y asociatividad como herramienta de desarrollo social para la educación media. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*. Vol. II. No. 4: 65-89.
- Romero, Carlos. 2002. *La asociatividad empresarial entre las PYME*. El Salvador: FUNDAPYME.
- Rosales, Ramón. 1997. La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PYME. *Revista Capítulos del SELA*. No. 51: 97-114.



- Sánchez, Madelin. 2005. Fortalecimiento microempresarial mediante la asociatividad de las unidades productivas y sus posibilidades de integración en la cadena productiva. *Revista de Investigación Bolivariana*. Vol. 8: 129-147.
- Santesmases, Miguel. 2009. DYANE Versión 4: diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Sarasvathy, Saras. 2001. Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *The Academy of Management Review*. Vol. 26: 243-263.
- Schumpeter, Joseph. 1976. *Teoría del desenvolvimiento económico*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Senn, James. 1990. *Sistemas de información para la administración*. México: Editorial Iberoamérica.
- Sforzi, Fabio. 2006. El distrito industrial y el viraje territorial en el análisis del cambio económico. *Revista Economía Industrial*. No. 359: 37-42.
- Silva, Iván. 2005. Desarrollo económico local y competitividad territorial. *Revista de la CEPAL*. No. 85: 81-100.
- Strauss, Anselm y Corbin, Juliet. 2002. Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional. 2003. *Asociatividad para la exportación: claves para una estrategia exitosa*. Buenos Aires: SEPYME.

- Toloza, Ismael. 2012. *Desarrollo territorial en Chile: un modelo descentralizado e inclusivo de gestión del desarrollo. Estudio del caso: región de la Araucanía. En Toloza, Ismael y otros. Enfoque territorial y modelos descentralizados de gestión del desarrollo económico.* Quito: Congope–Universidad de la Frontera de Chile.
- Universidad de Manizales y Colciencias. 2006. *Territorio y Competitividad.* Colombia: Centro de Publicaciones de la Universidad de Manizales.
- Valdez, Ramón. 2006. *Comunidades productivas: asociatividad y producción en el territorio.* República Dominicana: Instituto para el Desarrollo y Producción Organizada –INDEPRO–.
- Valdivieso, Susana. 2001. North y el cambio histórico: luces y sombras de la nueva historia institucional. *Revista Economía Institucional de la Universidad Externado de Colombia.* No. 4: 157-172.
- Valles, Miguel. 1999. *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional.* Madrid: Editorial Síntesis.
- Venkataraman, Sankaran. 2004. Regional transformation through technological entrepreneurship. *Journal of Business Venturing.* No. 19: 153-167.
- Vetturini, Bárbara y otros. 2007. Best practices de los distritos industriales en Italia: modelo de desarrollo económico local que promueve el capital social. *Revista Oidles.* Vol. 1: 314-350.
- Villagómez, Alejandro. 1994. Douglass C. North: su contribución hacia una teoría del cambio institucional. *Política y Gobierno.* Vol. I: 311-400.

- Yoguel, Gabriel y otros. 1999. *Los problemas del entorno de negocios: el desarrollo competitivo de las PYME argentinas*. Buenos Aires: Editorial. Miño y Dávila.

### **Internet**

- Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha. [www.capeipi.org.ec](http://www.capeipi.org.ec).
- Corporación Andina de Fomento –CAF–. [www.caf.com](http://www.caf.com).
- Ministerio de Comercio, Industrias y Turismo de Colombia. [www.mipymes.gov.co](http://www.mipymes.gov.co).
- Real Academia Española. [www.rae.es](http://www.rae.es).

# APÉNDICES

## Apéndice No. 1

**Actores invitados al foro sobre asociatividad que se organizó como parte de esta investigación**

<b>Actor invitado</b>	<b>Cargo e institución a que representa</b>
José Tonello	Presidente del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio –FEPP–
Fernando Landázuri	Representante de la Dirección Nacional de Desarrollo de Emprendimientos del Ministerio de Industria y Productividad
Wilson Andrade	Coordinador de Programas y Cooperación de la Fundación Esquel del Ecuador
Jaime Cárdenas	Coordinador Regional del Proyecto “Facilitación de financiamiento para negocios de biodiversidad y apoyo al desarrollo de actividades de mercado en la Región Andina”, de la Corporación Andina de Fomento –CAF–.
Richard Calderón	Alcalde del cantón Antonio Ante, cantón en el cual se desarrolla uno de los proyectos asociativos más representativos del Ecuador
Duván Ramírez	Miembro de la Comisión Nacional para el Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior de Colombia y Director de la Maestría en Mercadeo de la Universidad de Manizales – Colombia

## Apéndice No. 2

### **Metodología usada en la captura y análisis de los datos correspondientes a los talleres de discusión que se organizaron como parte de esta investigación**

- 1) Se invitó para cada taller a un grupo de 12 actores pertenecientes a cada uno de los gremios empresariales seleccionados para participar en este momento de la presente investigación invitados<sup>124</sup>.
- 2) A partir de un grupo de preguntas estimuladoras de ideas, se procedió a capturar datos de carácter cualitativo.
- 3) Para procesamiento y análisis de los datos se llevaron a cabo las siguientes actividades:
  - a. Construcción de matrices comparativas de opinión.
  - b. Identificación, basados en el contenido de las matrices, de ideas relacionadas, explicadas a partir de la expresión de una categoría abarcativa.
  - c. A partir de las categorías explicativas, se procedió a resumir los principales hallazgos considerados útiles para fines de esta investigación.

---

<sup>124</sup> En el caso del primer taller, se escogió a actores relacionados al sector textil de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha, basados en la premisa de que en ese sector hubo un proyecto asociativo significativo que no llegó a feliz culminación. Con respecto al segundo taller, los invitados fueron actores relacionados con el proyecto asociativo Centro Comercial de Mayoristas y Negocios, el cual constituye un proyecto considerado como una buena práctica asociativa.

### **Apéndice No. 3**

#### **Cuestionario utilizado en la realización de entrevistas a informantes calificados**

1. ¿Conoce sobre buenas prácticas, en Ecuador y/o en otros países de la Comunidad Andina, relacionadas con la promoción de la asociatividad empresarial?
2. Desde el ámbito gubernamental, ¿observa algún apoyo al desarrollo de la asociatividad como alternativa estratégica para mejorar la competitividad empresarial? ¿Cuál o cuáles?
3. ¿Cuáles son los principales factores económicos –desempeño productivo, acceso a recursos financieros, capacidad productiva instalada, optimización de costos, práctica de economías de escala, acceso a mercados, aumento del poder de negociación– que inciden en el éxito de un proceso asociativo?
4. ¿Cuál es su opinión sobre el peso de los factores económicos a la hora de impulsar un proceso asociativo?
5. ¿Cuáles son los principales factores extraeconómicos –confianza, cooperación, conciencia cívica, valores éticos, otros: trabajo en equipo, comunicación y colaboración– que influyen directamente en el éxito de un proceso de asociatividad empresarial?

6. ¿Cuál es su opinión sobre el peso que tienen los factores extraeconómicos a la hora de impulsar un proceso asociativo?
7. ¿Considera que la confianza es la base sobre la cual se construyen los procesos asociativos? ¿Por qué sí o por qué no?
8. ¿Cuál es la situación actual de la asociatividad en el Ecuador?
9. En los últimos 10 años, ¿cuál es su percepción sobre lo que ha venido sucediendo en materia de asociatividad empresarial?
10. ¿Me podría mencionar algún proyecto de asociatividad en el Ecuador que se haya organizado en estos últimos 10 años? Según su criterio, ¿tuvo éxito o no? ¿Por qué?
11. En su opinión, ¿en el Ecuador existen o no obstáculos para que la asociatividad se consolide? ¿Por qué sí o por qué no?
12. ¿Cree importante que antes de iniciar un proceso asociativo en el Ecuador, para garantizar su efectividad, se definan por escrito las reglas del juego (normas de funcionamiento)? ¿Por qué sí o por qué no?
13. A su parecer, ¿cuáles son las bondades de promover la asociatividad sobre la base de la variable territorio?

14. ¿Qué aspectos se deben considerar cuando se impulsan procesos asociativos entre empresas de distinto tamaño?
15. ¿En el Ecuador es fácil impulsar acuerdos cooperativos entre proveedores, productores y comercializadores de un determinado bien o servicio? ¿Por qué sí o por qué no?
16. ¿Cuáles son las principales mejoras competitivas que se pueden lograr a través de la asociatividad empresarial?
17. Cuando se promueve un proceso asociativo en Ecuador, ¿cuáles considera son las principales amenazas que podrían afectar a su ejecución?
18. ¿Cuáles son los principales temores que tienen las personas cuando participan en un proceso asociativo?
19. Cuando se emprenden procesos asociativos, ¿en quién tienden las personas a confiar el momento de elegir al líder del proceso?
20. ¿Por qué muchas personas tienden a evadir la posibilidad de participar en un proceso asociativo?
21. ¿Considera que a nivel empresarial existe suficiente conocimiento sobre los beneficios de la asociatividad?



22. ¿Cuáles son sus principales sugerencias para garantizar buenos resultados en un proceso asociativo?

## Apéndice No. 4

### Listado de informantes calificados entrevistados

Entrevistado	Organización
1 María Soledad Jarrín	Fundación Alternativa
2 José Tonello	Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio -FEPP-
3 Patrick Hollestein	Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador
4 Pablo Ospina	Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador
5 Luciano Martínez	Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales -FLACSO-
6 Diego Vaelncia	Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social
7 Xavier de la Cruz	Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha -CAPEIPI-
8 Diego Serrano	Comité Ecuatoriano de Desarrollo Económico y Territorial -CEDET-
9 Raúl Arias	Fundación Maquita Cusunchic -MCCH-
10 Wilson Hidalgo	Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos
11 Aldo Villagrán	Ministerio de Industrias y Productividad -MIPRO-
12 Wilson Andrade	Fundación Esquel
13 Sergio Ochoa	Agencia Metropolitana de Promoción Económica -CONQUITO-
14 Roberto Giraldo	Grupo de Investigación sobre Asociatividad de la Universidad Antonio Nariño de Colombia
15 Nancy Medina	Consultora especialista
16 Marcelo Hurtado	Red Productiva - Proyecto USAID

## Apéndice No. 5

### Metodología usada para análisis de datos cualitativos levantados para la presente investigación

- 1) La información capturada a través de entrevistas que se hicieron con visitas personales, que duraron alrededor de 1 hora y treinta minutos, fue procesada usando un sistema de matrices comparativas de opinión dada para cada pregunta.
- 2) Transformación de las 22 preguntas (P1, P2, P3,.....,P22), presentes en el cuestionario de entrevista, en 22 categorías interpretativas (C1, C2, C3,....., C22) de cada pregunta.
- 3) Agrupamiento de categorías interpretativas, de acuerdo con la afinidad de su significado, en categorías asociativas:
  - a.  $A = C1 + C3 + C5 + \dots + Cn$
  - b.  $B = C2 + C6 + C7 + \dots + Cn$
  - c. Y así, sucesivamente, aparecerán otras categorías asociativas.
- 4) Identificación de subcategorías dentro de cada categoría interpretativa. Estas subcategorías son la expresión de los discursos emitidos por los diferentes actores invitados a la etapa de aplicación de entrevistas.
  - a.  $C1 = c11 + c12 + c13 + \dots + c1n$
  - b.  $C2 = c21 + c22 + c23 + \dots + c2n$
  - c. Y así, sucesivamente, con el resto de las 22 categorías interpretativas.
- 5) Exposición de los principales hallazgos, producto del análisis cualitativo de datos capturados, que se explica en los puntos 1, 2 y 3 de este apéndice. En este punto se incluyeron también, en función de la relación con las categorías asociativas, los discursos, procesados y analizados bajo la metodología explicada en el Apéndice No. 2, emitidos por los actores que fueron invitados al foro y talleres de discusión realizados.

## Apéndice No. 6

### Cuestionario utilizado en la aplicación de encuestas

#### Cuestionario de investigación

Encuesta dirigida a empresarios afiliados  
a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha

Este cuestionario tiene como propósito principal conocer los factores económicos y no económicos, y la incidencia que estos tienen a la hora de promover un proceso asociativo a nivel de pequeñas y medianas industrias.

#### a) Identificación de factores extraeconómicos

De acuerdo con su experiencia empresarial, evalúe la manera como **los aspectos externos a su empresa**, listados a continuación, **inciden positivamente en un proceso asociativo**. Evalúe de 1 a 5, en donde 1 es muy baja incidencia, 2 es baja incidencia, 3 es ni alta ni baja incidencia, 4 es alta incidencia y 5 es muy alta incidencia.

- 1) La cercanía física de las empresas ( )
- 2) El conocimiento personal entre los dueños de las empresas ( )
- 3) Existencia de un empresario promotor de la asociatividad ( )
- 4) Existencia de un gremio empresarial promotor de la asociatividad ( )

- 5) Existencia de una institución externa al gremio empresarial promotora de la asociatividad ( )
- 6) Que haya antecedentes asociativos históricos exitosos en el territorio ( )
- 7) Que los empresarios construyan confianza en el territorio con hechos tangibles ( )
- 8) Que los gobiernos del territorio se preocupen por construir un clima de confianza jurídica, política y económica ( )
- 9) Que se incluyan a todas las empresas, independientemente de su tamaño ( )
- 10) Que se incluya, también, a las empresas proveedoras y/o comercializadoras de los productos del sector industrial ( )
- 11) Que exista un gremio al cual poder pertenecer ( )
- 12) Que en el territorio se hayan difundido, previamente, las bondades de la asociatividad ( )
- 13) Que en el territorio existan espacios de diálogo para la promoción del desarrollo económico local con enfoque colectivo ( )
- 14) Que exista un proceso fuerte de identificación cultural con el territorio ( )
- 15) Que en el territorio existan buenas experiencias de ayuda mutua ( )
- 16) Que en el territorio prevalezca el “nosotros” sobre “yo individual” ( )
- 17) Que haya una necesidad compartida en el territorio ( )
- 18) Que haya una experiencia territorial de actuar bajo el enfoque de redes ( )
- 19) Que en el territorio exista la creencia sobre la trascendencia del trabajo colectivo como medio para lograr soluciones ( )
- 20) Que los habitantes del territorio tiendan a compartir con las demás personas sus conocimientos y experiencias positivas ( )

- 21) Que en el territorio sus habitantes busquen pertenecer, de forma voluntaria, a algún tipo de asociación ( )
- 22) Que los pobladores del territorio tiendan a preocuparse por participar en proyectos de interés comunitario ( )
- 23) Que en el territorio existan espacios asociativos diferentes al ámbito productivo-empresarial ( )
- 24) Que en el territorio se compartan y practiquen, de forma común, valores de comportamiento ético ( )
- 25) Que en el territorio se practique la participación de la gente como una forma de convivencia social ( )
- 26) Que los actores productivos del territorio vean a los procesos asociativos como una alternativa para mejorar su situación competitiva ( )
- 27) Que los pobladores del territorio tiendan a respetar, al momento de realizar sus actividades, el espacio que es de propiedad de los demás ( )
- 28) Que la tendencia a trabajar colectivamente en el territorio sea promovida desde el interior de las familias ( )
- 29) Que el sistema educativo del territorio haya venido promoviendo el trabajo colectivo desde las aulas ( )
- 30) Que las relaciones contractuales entre habitantes del territorio se hayan venido dando sin la necesidad de documentos escritos ( )

## **b) Importancia de los factores extraeconómicos**

1. Las políticas públicas orientadas al mejoramiento de la competitividad empresarial deben estar enfocadas a reforzar (reparta 20 puntos entre las siguientes opciones):
  - 1.1. Tecnología ( )
  - 1.2. Acceso al crédito ( )
  - 1.3. Capacitación ( )
  - 1.4. Información ( )
  - 1.5. Asociatividad ( )
  - 1.6. Apertura de mercados ( )
  
2. Los efectos de la asociatividad son evidenciados a través de (reparta 20 puntos entre las siguientes opciones):
  - 2.1. Mejoramiento de las relaciones interpersonales de los empresarios ( )
  - 2.2. Ayuda en la construcción de confianza entre los pobladores de un territorio ( )
  - 2.3. Incremento de la productividad empresarial ( )
  - 2.4. Mejoramiento de la capacidad tecnológica del territorio ( )
  - 2.5. Ampliación de la capacidad financiera del territorio ( )
  - 2.6. Contribución al desarrollo de una cultura de trabajo en equipo territorial ( )
  
3. El momento de iniciar un proceso asociativo, ¿cómo evalúa la importancia de los siguientes elementos? (Reparta 20 puntos entre las siguientes opciones):
  - 3.1. Existencia de recursos financieros ( )

- 3.2. Gremio empresarial u otro actor que lidere el proceso ( )
  - 3.3. Capacidad de producción y/o comercialización sobrante ( )
  - 3.4. Compartir objetivos comunes ( )
  - 3.5. Reglas claras escritas de funcionamiento ( )47
4. Las bondades de la asociatividad deben ser comunicadas a través de varios canales, ¿cómo evalúa la importancia de los siguientes canales? (Reparta 20 puntos entre las siguientes opciones):
- 4.1. Gobiernos localizados en el territorio ( )
  - 4.2. Gremios empresariales ( )
  - 4.3. Sector educativo a nivel de escuela y colegio ( )
  - 4.4. Sector educativo a nivel de universidades ( )
  - 4.5. Medios de comunicación masivos ( )
  - 4.6. Organismos de cooperación nacional y/o internacional ( )
5. Las competencias para obtener buenos resultados en un proceso de asociatividad empresarial deben enfocarse hacia varios ámbitos, ¿cómo evalúa la importancia de los siguientes ámbitos? (Reparta 20 puntos entre las siguientes opciones):
- 5.1. Capacidad de gestión empresarial ( )
  - 5.2. Búsqueda de fondos financieros ( )
  - 5.3. Espíritu de trabajo en equipo ( )
  - 5.4. Mejora de la producción y/ comercialización empresarial ( )
  - 5.5. Desarrollo de redes productivas ( )
  - 5.6. Fomento de la práctica de acciones recíprocas ( )



### c) De la acumulación del capital social

De acuerdo con su experiencia empresarial, evalúe la relevancia de los siguientes aspectos, a la hora de **“construir relaciones sólidas hacia adentro y hacia fuera de su empresa”**. Evalúe de 1 a 5; en donde 1 es muy baja relevancia, 2 es baja relevancia, 3 es ni alta ni baja relevancia, 4 es alta relevancia y 5 es muy alta relevancia.

1. La confianza entre asociados construida a base de hechos tangibles ( )
2. El acuerdo con empresas competidoras, basado en la consecución de objetivos comunes ( )
3. El acuerdo con empresas proveedoras y/o comercializadoras, basado en la consecución de objetivos comunes ( )
4. El establecimiento de planes preventivos para enfrentar las políticas y leyes gubernamentales ( )
5. El beneficio mutuo como base de la relación entre empresas de diferente tamaño ( )
6. El predominio del respeto a las relaciones contractuales ( )
7. La definición de medidas preventivas en la relación con los trabajadores disponibles en el sector industrial ( )
8. La definición de medidas preventivas en la relación con los canales de comercialización del producto ( )
9. EL cumplimiento de los compromisos y obligaciones adquiridas ( )
10. Competencia entre empresas basada en los principios del trabajo colectivo ( )
11. La definición de medidas preventivas en la relación con los demás miembros del gremio empresarial ( )
12. La pertenencia a un gremio para generar conexiones de contacto ( )

13. Disposición a esforzarse más de lo que debe para el buen desempeño del gremio empresarial en su conjunto ( )
14. El apoyo total a los planes de los directivos del gremio empresarial ( )
15. Ver a los problemas del gremio como si fueran los de mi propia empresa ( )
16. Sentir orgullo de pertenencia al gremio empresarial ( )
17. Los demás empresarios del gremio sirven de contacto para hacer negocios con proveedores y/o compradores ( )
18. La definición de medidas preventivas en la relación con los proveedores de los factores de la producción ( )
19. Las relaciones de amistad con los miembros del gremio empresarial ( )
20. La facilidad de acceso a la información de todos los miembros del gremio empresarial ( )
21. La búsqueda del aporte de personas externas a la empresa a la hora de financiar necesidades de recursos financieros ( )
22. La pertenencia a otras organizaciones distintas a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha ( )
23. Ser miembro del gremio por afiliación “voluntaria” ( )
24. Ser miembro aportante del gremio, con dinero y/o ideas ( )
25. Capacidad del gremio para incidir en los cambios legales y políticos del territorio ( )

**Descripción de la empresa/empresario.**

1. Nombre de la empresa
2. Dirección
3. Teléfono
4. E-mail
5. www.....

6. Sector de actividad económica –según clasificación CIIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme)–
7. Número de empleados
8. Naturaleza jurídica de la empresa
9. Los socios de su empresa son (señale el número): familiares ..... no familiares .....
10. Año de creación de la empresa
11. Provincia de origen del propietario
12. Provincia de origen de sus padres: padre ..... madre .....
13. Año en que se radicó en Pichincha –caso de propietario originario de otra provincia–
14. Año en que se afilió por primera vez a la CAPEIPI
15. Además de la CAPEIPI, ¿pertenece a otro tipo de asociación? Sí .... No .....
16. ¿A qué otro tipo de asociación pertenece y desde que año forma parte (señale una o más según el caso)?
  - Organizaciones con fines religiosos
  - Asociaciones con fines deportivos o de recreación
  - Organizaciones culturales
  - Partidos políticos
  - Organizaciones ecológicas
  - Colegios profesionales
  - Organizaciones de ayuda humanitaria
  - Organizaciones no gubernamentales -ONG-
  - Otro tipo de organización (especifique)

**Datos de control.**

17. Nombre del encuestado
18. Cargo del encuestado

## Apéndice No. 7

### Listados de empresas encuestadas

#### NOMBRE DE LA EMPRESA

1	INDUMEVER CÍA. LTDA.
2	IND. ECUATORIANA DE CALZADO CACERES SCC
3	MODARTEC CÍA. LTDA.
4	HILANA LTDA.
5	LUBRICANTES DEL PACIFICO LUBRIPAC SA
6	LEE TEL.
7	POLIEXPANDIDOS CÍA. LTDA.
8	PROAÑO BELTRÁN JULIO CÉSAR
9	SEINS SA
10	HERMES TEJIDO Y CONFECCIONES SA
11	IND. ÁLVAREZ (HOJA VERDE)
12	CARPINTERÍA EL CARMELO
13	GALLETAS BROOME
14	COMENALCO
15	ESMETAL
16	EMIND CÍA. LTDA.
17	CINTATEX CÍA. LTDA.
18	IMPRESIONES COLORES
19	FUFUS DEL ECUADOR
20	CONSTRUCCIONES 2000
21	COLEGIO EDUCAR
22	CELMIRA ESPINOZA MOLINA

23	SYQUEM. QUÍMICOS Y SERVICIOS
24	ALITRIN
25	ROYALCHEM CÍA. LTDA.
26	SOYPROD
27	DAVCE
28	PANDEBONO
29	LABORATORIOS PHYTO CHEME
30	ESPIRITU DEL ECUADOR
31	INDUSTRIAL FLODILICORES
32	CREACIONES MILTON'S
33	SERTORR CÍA. LTDA.
34	GEMSY DEL ECUADOR
35	POSTHYHER
36	ARQUITECTOS CARVAJAL
37	AGROBIOCIENCIA
38	INNOVAOFFICE
39	CAMPOS YEDRA
40	INNOVACIÓN 2000 NOVAMILSA S.A.
41	GALARZA PEÑALOZA LORGIO MARCHÁN
42	FABRILÁCTEOS CÍA. LTDA.
43	AMBIENTE MODULAR AMMODUL CÍA. LTDA.
44	MAKADUR
45	PODER GRÁFICO
46	APLIKA APLICAD.TEC.PARA LA CONSTRUC.CL
47	PRODUPELMA
48	INDUSTRIAS LOGACHO ALMEIDA CÍA. LTDA.
49	IND. METÁLICAS SUDAMERICANAS IMSA
50	ANNIE KACZMAREK STEPIEN ANNA
51	CUMBERLAND CÍA. LTDA.

52	ISACNET SA
53	EL PAN FRANCES S.A
54	CASTILLO ORDÓÑEZ MARÍA LUISA
55	FLORALPAK
56	CORTEZ MUÑOZ ISABEL CRISTINA
57	COSTAPESCA CÍA. LTDA.
58	CRIEFORTE
59	CULTIVOS VARIOS SA CULVARSA
60	PGA COMERCIAL
61	FUPEL CÍA. LTDA.
62	GALIPQUIM CÍA. LTDA.
63	ALFOMBRAS SAN ANDRÉS
64	CREDIT REPORT C.A. BURÓ DE INFORM.CREDI.
65	CASA DEL ESTUDIANTE
66	GARISA
67	DISNAMAIRVIAL SA
68	FEPP- CAMARI
69	ESTRUCTURAS DE ALUMINIO S.A ESTRUSA
70	CAFÉ MOCA
71	HIGH TELECOMUNICATIOS SOC. TEL.
72	GLOBAL RISK CÍA. LTDA.
73	BUESTÁN MAUFACTURAS EN CUERO
74	MASABANDA COMUNICACIONES CÍA. LTDA.
75	SOCINT SA
76	ROSALMA CÍA. LTDA.
77	INTERNATIONAL CHEMICAL FLAVORS & FRAGRANCE SA
78	GETCOSYNTHETIC SA
79	ECUADOMINO CA
80	CARLITA SNACKS CARLISNACKS CÍA. LTDA.

<b>81</b>	ECUANATU- ECUTORIANA DE PRODUCTOS NATURALES
<b>82</b>	EMBUTIDOS SAN CARLOS
<b>83</b>	MINERVA SA
<b>84</b>	MATADERO Y CARNES FRÍAS MACAFRI C.L.
<b>85</b>	LABORATORIO BIOPRO CÍA. LTDA.
<b>86</b>	LABORATORIOS VENDI CÍA. LTDA.
<b>87</b>	OYEMPAQUES CA
<b>88</b>	PRODUCCIONES FILMAR CÍA. LTDA.
<b>89</b>	BANDERINES GUTIÉRREZ CÍA. LTDA.
<b>90</b>	BUITRÓN ONTANEDA JOSÉ PATRICIO
<b>91</b>	DESINPALET CÍA. LTDA.
<b>92</b>	PLASTIMEC
<b>93</b>	GRÁFICAS ORTEGA
<b>94</b>	CARNIDEM CÍA. LTDA.
<b>95</b>	FÁBRICA DE MUEBLES MODULDEM CÍA. LTDA.
<b>96</b>	CENTRO DE MUCHACHO TRABAJADOR
<b>97</b>	TECNOTEX
<b>98</b>	FRÍO MUNDO
<b>99</b>	DIMABRU CÍA. LTDA.
<b>100</b>	HORBY SA
<b>101</b>	IMECANIC CÍA. LTDA.
<b>102</b>	PUERTACER CÍA. LTDA.
<b>103</b>	MUFFLERSHOP SA
<b>104</b>	BIOTECS INGENIERÍA DE TRATAMIENTO DE AGUAS LTDA.
<b>105</b>	FÁBRICA BIOS CÍA. LTDA.
<b>106</b>	BOBARCO CÍA. LTDA.
<b>107</b>	AVIGRANJA CÍA. LTDA.
<b>108</b>	ASERRADERO SAN ANTONIO ASERRAD SA
<b>109</b>	CAPRILA CONSULTORES CÍA. LTDA.

<b>110</b>	ALAZÁN CÍA. LTDA.
<b>111</b>	ECUATORIANA DE MANGUERAS CÍA. LTDA.
<b>112</b>	IPANMM SA
<b>113</b>	AGROPEC.,INDUST.Y COMERCIAL MARKAM CL
<b>114</b>	LABORATORIO FITOTERAPIA CÍA. LTDA.
<b>115</b>	ALCOTEXTIL CÍA. LTDA.
<b>116</b>	IDIOMECC
<b>117</b>	ALIMENTOS BALANCEADOS AVIFORTE
<b>118</b>	CONFECCIONES LIDHER
<b>119</b>	CHOCOLATECA
<b>120</b>	DEKO STILOS
<b>121</b>	PONCE CARABAJAL ARQUITECTOS
<b>122</b>	AVIRICO
<b>123</b>	EKSEPTION PUBLICIDAD
<b>124</b>	FETRASUR
<b>125</b>	FINCA AVÍCOLA FINCAVIC
<b>126</b>	RESTAURAQUIM CÍA. LTDA.
<b>127</b>	ROTOMARKET SA
<b>128</b>	AGROBIOLAB CÍA. LTDA.
<b>129</b>	MUEBLERÍA Y MADERA MELGAR
<b>130</b>	UTRETRAS Y VÁSQUEZ CÍA. LTDA.
<b>131</b>	EXCELENTS MUEBLES
<b>132</b>	JINCORPSERVI CÍA. LTDA.
<b>133</b>	BANCOLOGY SA
<b>134</b>	PASALTEX
<b>135</b>	RENASE CÍA. LTDA.
<b>136</b>	KATLI CÍA. LTDA.
<b>137</b>	TRIDOME SA
<b>138</b>	DIDADO SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL



<b>139</b>	DIEGO THOMSOP
<b>140</b>	GRUPO MICROSISTEMA JOVICH SA
<b>141</b>	GARCONTEX SA
<b>142</b>	NERGIS
<b>143</b>	INVET CÍA. LTDA.
<b>144</b>	ACEROSCENTER
<b>145</b>	IMP.BARAHONA MORALES Y ASOCIADOS CL
<b>146</b>	DONOSO Y GUZMÁN CÍA. LTDA.
<b>147</b>	FORTESAN CÍA. LTDA.
<b>148</b>	MAGIC FLAVORS SA
<b>149</b>	ARBOLEDA MAILA JOSÉ
<b>150</b>	XTREMO DIGITAL
<b>151</b>	EDITORIAL DON BOSCO LNS
<b>152</b>	BALDOSAS Y PISOS
<b>153</b>	CALZATODO CÍA. LTDA.
<b>154</b>	AWATRONIC SA
<b>155</b>	DURANGO TEX CÍA. LTDA.
<b>156</b>	IDENTRA SA
<b>157</b>	CERAUTO CENTRO DE RECONSTRUCCIONES AUTOMOTRICES
<b>158</b>	ROBALINO RAMÍREZ JORGE WASHINGTON
<b>159</b>	SERMACOSA SA
<b>160</b>	INTERSA SERVICIOS INTEGRALES
<b>161</b>	GRÁFICAS COBOS
<b>162</b>	DECOSA CÍA. LTDA.
<b>163</b>	TAPIFEL
<b>164</b>	JOPASI CÍA. LTDA.
<b>165</b>	PARQUET CAMAÑO
<b>166</b>	GALERIA CANTTU
<b>167</b>	JORGE IBARRA Y CÍA. AGROTECNICA JI

<b>168</b>	SUCESORES DE J. PAREDES M. SA
<b>169</b>	SEIN SA
<b>170</b>	MARCO VINICIO CARRERA
<b>171</b>	ELAC ELABORADOS DE CARTÓN Y PAPEL CÍA. LTDA.
<b>172</b>	MILCOLORES CÍA LTDA.
<b>173</b>	INDUSTRIAS TERMOSELLADO FULL CÍA. LTDA.
<b>174</b>	SIGMAPLAST SA
<b>175</b>	INTEGRATED LOGISTIC SERVICES
<b>176</b>	FÁBRICA BIOS CÍA. LTDA.
<b>177</b>	OPTICA ASTURIAS OPAZ CÍA. LTDA.
<b>178</b>	TERRAZOS DE LOS ANDES
<b>179</b>	TUBERÍAS TORTUGA TUBERTOR CÍA. LTDA.
<b>180</b>	TEXTISERVICES SA
<b>181</b>	PRUMEX CÍA. LTDA.
<b>182</b>	TRECX CÍA. LTDA.
<b>183</b>	IMPRESA MARISCAL CÍA. LTDA.
<b>184</b>	ECUATORIANA INDUSTRIAL CÍA. LTDA.
<b>185</b>	NERYFAS CÍA. LTDA.
<b>186</b>	CARPINTERÍA EL CARMELO
<b>187</b>	GALLETAS BROOME CÍA. LTDA.
<b>188</b>	INDUSTRIAS CÁCERES SOCIEDAD CÍVIL Y COMERCIAL
<b>189</b>	ODONTOCENTER
<b>190</b>	INDUSTRIAS GONZALO SÁNCHEZ CÍA. LTDA.
<b>191</b>	PRISMATEX CÍA. LTDA.
<b>192</b>	KINO CENTRO PRODUCCIONES CINEMATOGRAFICAS
<b>193</b>	ECUAPLAST
<b>194</b>	ECUATORIANA DE MANGUERAS CÍA. LTDA.
<b>195</b>	MADERERA TORRES POZO CÍA. LTDA.
<b>196</b>	EDITORIAL LITROCOMO CÍA. LTDA.

<b>197</b>	AVIGRANJA CÍA. LTDA.
<b>198</b>	CODEHOTEL CÍA. LTDA.
<b>199</b>	CEDEPPA CÍA. LTDA.
<b>200</b>	CUMBERLAND CÍA. LTDA.
<b>201</b>	SIPIA SA
<b>202</b>	EDITORA OFFSET GALAXY
<b>203</b>	MOANPLAST CÍA. LTDA.
<b>204</b>	AGUASANA
<b>205</b>	MEVIL CÍA. LTDA.
<b>206</b>	CASA INDUSTRIAL FARMACÉUTICA S.A.
<b>207</b>	METALART CÍA. LTDA.
<b>208</b>	INDUSTRIAS METÁLICAS CAÑÓN BAUTISTA CÍA. LTDA.
<b>209</b>	REENCAUCHADORA EUROPEA RENEU SA
<b>210</b>	LOMSA SA
<b>211</b>	LABORATORIOS LATURI CÍA. LTDA.
<b>212</b>	SCANFORT MUEBLES
<b>213</b>	AGROQUÍMICOS INDUSTRIALES CREIFORTE CÍA. LTDA.
<b>214</b>	OFISNA CÍA. LTDA.
<b>215</b>	LABORATORIOS DIÉSEL CONTRERAS CÍA. LTDA.
<b>216</b>	RECONSTRUCTORA MOTORISTA ECUATORIANA CARLOS BONILLA CÍA. LTDA.
<b>217</b>	METALTRONIC SA
<b>218</b>	SUPERCAUCHOS WALOBRIJ CÍA. LTDA.
<b>219</b>	FAEMPROCA LA SUIZA
<b>220</b>	PREFABRICADOS DE HORMIGÓN
<b>221</b>	FUNDIPARTES SA
<b>222</b>	BURNEO INDUSTRIA Y COMERCIO
<b>223</b>	CROMO Y NÍQUEL DEL ECUADOR CÍA. LTDA.
<b>224</b>	METALMECÁNICO ROBALINO

<b>225</b>	CONFECCIONES JHAMTEZ CÍA. LTDA.
<b>226</b>	ESMETAL SA
<b>227</b>	LOSCOCOS CÍA. LTDA.
<b>228</b>	NEGOCIOS GLOBALES NEGLO SA
<b>229</b>	RECEPCIONES Y BANQUETES VENECIA
<b>230</b>	INGENIERA-CONSULTORA AUTONOMA
<b>231</b>	INDUSTRIA METALMECÁNICA FLORES ALVARADO SA INMEFA
<b>232</b>	METALMECÁNICA SIMBAÑA
<b>233</b>	SEING PROAÑO CÍA. LTDA.
<b>234</b>	MEDIA
<b>235</b>	PORCENTAJE DE MEDIA
<b>236</b>	BUCHELI MOREANO IMPRESORES CIA. LTDA.
<b>237</b>	DUODISEÑO & ASOCIADOS
<b>238</b>	PLAYMA
<b>239</b>	GRÁFICAS AYERVE C.A.
<b>240</b>	MUEBLES DJ (DISTRIBUIDORA JUVENIL)
<b>241</b>	ELECTRÓNICA INTEGRAL R2L CÍA. LTDA.
<b>242</b>	FORJADOS EN FRÍO ORNAMETAL CÍA. LTDA. (SICOMELEC)
<b>243</b>	ASERRADERO Y COMERCIAL SAN JORGE
<b>244</b>	BRONCES ECUATORIANOS BRONCEC SA
<b>245</b>	EDITORIA LUZ DE AMÉRICA
<b>246</b>	INFRI
<b>247</b>	IN-HOUSE
<b>248</b>	EDISOFT
<b>249</b>	JEROME
<b>250</b>	GRUPO IMPRESOR
<b>251</b>	CULTIPREP

## Apéndice No. 8

### Información general sobre empresas estudiadas

#### **NÚMERO DE EMPLEADOS DE LAS EMPRESAS ESTUDIADAS**

Número de empleados	%	% acumulado
1 a 9	31,15	31,15
10 a 49	53,28	84,43
50 a 199	13,52	97,95
200 o más	2,05	100,00
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: investigación de campo

#### **AÑO DE CREACIÓN DE LAS EMPRESAS ESTUDIADAS**

Año de creación	%	% acumulado
Antes de 1971	6,1	6,1
Entre 1970 y 1980	10,6	16,7
Entre 1981 y 1990	24,9	41,6
Entre 1991 y 2000	30,2	71,8
Del 2001 en adelante	28,2	100,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: investigación de campo

#### **SECTOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LAS EMPRESAS ESTUDIADAS**

	Número de empresas	%
Alimenticio	45	17,9
Gráfico	24	9,6
Maderero	23	9,2
Construcción	21	8,4
Metalmecánica	36	14,3
Químico	44	17,5
TIC	8	3,2
Textil	35	13,9
Otros	15	6,0
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>100,0</b>

Fuente: investigación de campo

## Apéndice No. 9

### Análisis univariado de datos cuantitativos

(Exposición de la media y la desviación estándar

de las variables estudiadas)

<b>Variables estudiadas</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>
<b>Grupo No.1: Identificación de factores extraeconómicos</b>		
1) La cercanía física de las empresas	3,3720	0,96610
2) El conocimiento personal entre los dueños de las empresas	3,6520	0,93724
3) Existencia de un empresario promotor de la asociatividad	3,5200	1,06872
4) Existencia de un gremio empresarial promotor de la asociatividad	3,5040	1,07265
5) Existencia de una institución externa al gremio empresarial promotora de la asociatividad	3,3669	0,95994
6) Que haya antecedentes asociativos históricos exitosos en el territorio	3,5121	1,03768
7) Que los empresarios construyan confianza en el territorio con hechos tangibles	3,7430	0,92795
8) Que los gobiernos del territorio se preocupen por construir un clima de confianza jurídica, política y económica	3,8880	1,11734
9) Que se incluya a todas las empresas, independientemente de su tamaño	3,5403	0,96832
10) Que se incluya también a las empresas proveedoras y/o comercializadoras de los productos del sector industrial	3,6600	0,95291
11) Que exista un gremio al cual poder pertenecer	3,5418	0,92587
12) Que en el territorio se hayan difundido previamente las bondades de la asociatividad	3,4622	0,94317
13) Que en el territorio existan espacios de diálogo para la promoción del desarrollo económico local con enfoque colectivo	3,6920	0,86262
14) Que exista un proceso fuerte de identificación cultural con el territorio	3,4840	0,93232
15) Que en el territorio existan buenas experiencias de ayuda mutua	3,5259	0,93932
16) Que en el territorio prevalezca el “nosotros” sobre “yo individual”	3,5896	0,94812

17) Que haya una necesidad compartida en el territorio	3,7849	0,85880
18) Que haya una experiencia territorial de actuar bajo el enfoque de redes	3,5560	0,84482
19) Que exista la creencia sobre la trascendencia del trabajo colectivo como medio para lograr soluciones en el territorio	3,8406	0,78899
20) Que los habitantes del territorio tiendan a compartir con las demás personas sus conocimientos y experiencias positivas	3,7470	0,95263
21) Que en el territorio sus habitantes busquen pertenecer, de forma voluntaria, a algún tipo de asociación	3,3625	0,88093
22) Que los pobladores del territorio tiendan a preocuparse por participar en proyectos de interés comunitario	3,2948	1,02408
23) Que en el territorio existan espacios asociativos diferentes al ámbito productivo-empresarial	3,4741	0,92213
24) Que en el territorio se compartan y practiquen, de forma común, valores de comportamiento ético	3,9721	0,88725
25) Que en el territorio se practique la participación de la gente como una forma de convivencia social	3,6295	0,80633
26) Que los actores productivos del territorio vean a los procesos asociativos como una alternativa para mejorar su situación competitiva	3,9562	0,77593
27) Que los pobladores del territorio tiendan a respetar, al momento de realizar sus actividades, el espacio que es de propiedad de los demás	3,9560	0,88385
28) Que la tendencia a trabajar colectivamente en el territorio sea promovida desde dentro de las familias	3,8446	0,82205
29) Que el sistema educativo del territorio haya venido promoviendo el trabajo colectivo desde las aulas	3,8845	0,92011
30) Que las relaciones contractuales entre habitantes del territorio se hayan venido dando sin la necesidad de documentos escritos	3,4520	0,95254
<b>Grupo No.2: Importancia de los factores extraeconómicos</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>
31.1 Tecnología	4,4073	1,95067
31.2 Acceso al crédito	3,9745	1,86951
31.3 Capacitación	4,0490	1,71709
31.4 Información	2,8761	1,37398

31.5 Asociatividad	2,6512	1,75195
31.6 Apertura de mercados	3,4893	2,01741
32.1 Mejoramiento de las relaciones interpersonales de los empresarios	4,0251	2,37975
32.2 Ayuda en la construcción de confianza entre los pobladores de un territorio	3,2658	1,40349
32.3 Incremento de la productividad empresarial	4,0633	1,74673
32.4 Mejoramiento de la capacidad tecnológica del territorio	3,7319	1,66167
32.5 Ampliación de la capacidad financiera del territorio	3,1532	1,51133
32.6 Contribución al desarrollo de una cultura de trabajo en equipo territorial	3,2946	1,55115
33.1 Existencia de recursos financieros	4,4463	2,28090
33.2 Gremio empresarial u otro actor que lidere el proceso	4,0000	2,00214
33.3 Capacidad de producción y/o comercialización sobrante	3,8155	1,36941
33.4 Compartir objetivos comunes	4,4792	1,57105
33.5 Reglas claras escritas de funcionamiento	4,3375	1,85642
34.1 Gobiernos localizados en el territorio	3,6724	2,19316
34.2 Gremios empresariales	3,8627	1,86576
34.3 Sector educativo a nivel de escuela y colegio	3,2655	1,47282
34.4 Sector educativo a nivel de universidades	3,9325	1,61943
34.5 Medios de comunicación masivos	3,9129	2,37098
34.6 Organismos de cooperación nacional y/o internacional	2,8643	1,40118
35.1 Capacidad de gestión empresarial	4,3224	1,94549
35.2 Búsqueda de fondos financieros	3,4440	1,78126
35.3 Espíritu de trabajo en equipo	3,4786	1,56188
35.4 Mejora de la producción y/ comercialización empresarial	3,9283	1,53184
35.5 Desarrollo de redes productivas	3,2161	1,49606
35.6 Fomento de la práctica de acciones recíprocas	3,0337	1,81880
<b>Grupo No.3: De la acumulación del capital social</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>
36. La confianza entre asociados construida con base en hechos tangibles	4,0598	0,87659
37. El acuerdo con empresas competidoras basado en la consecución de objetivos comunes	3,7309	0,90467
38- El acuerdo con empresas proveedoras y/o comercializadoras basado en la consecución de objetivos comunes	4,0518	0,75452



<b>39. El establecimiento de planes preventivos para afrontar las políticas y leyes gubernamentales</b>	3,7952	0,90374
<b>40. El beneficio mutuo como base de la relación entre empresas de diferente tamaño</b>	3,9600	0,73796
<b>41. El predominio del respeto a las relaciones contractuales</b>	4,2390	0,81892
<b>42. La definición de medidas preventivas en la relación con los trabajadores disponibles en el sector industrial</b>	3,8474	0,81864
<b>43. La definición de medidas preventivas en la relación con los canales de comercialización del producto</b>	3,9880	0,74017
<b>44. El cumplimiento de los compromisos y obligaciones adquiridas</b>	4,2590	0,76464
<b>45. Competencia entre empresas basada en los principios del trabajo colectivo</b>	3,8680	0,89766
<b>46. La definición de medidas preventivas en la relación con los demás miembros del gremio empresarial</b>	3,6800	0,89712
<b>47. La pertenencia a un gremio para generar conexiones de contacto</b>	3,7171	0,81220
<b>48. Disposición a esforzarse, más de lo que debe, para el buen desempeño del gremio empresarial en su conjunto</b>	3,8566	0,79709
<b>49. El apoyo total a los planes de los directivos del gremio empresarial</b>	3,7291	0,81382
<b>50. Ver a los problemas del gremio como si fueran los de mi propia empresa</b>	3,7649	0,80779
<b>51. Sentir orgullo de pertenencia al gremio empresarial</b>	3,8406	0,81884
<b>52. Los demás empresarios del gremio sirven de contacto para hacer negocios con proveedores y/o compradores</b>	3,7880	0,85439
<b>53. La definición de medidas preventivas en la relación con los proveedores de los factores de la producción</b>	3,8765	0,78784
<b>54. Las relaciones de amistad con los miembros del gremio empresarial</b>	3,5538	0,77980
<b>55. La facilidad de acceso a la información de todos los miembros del gremio empresarial</b>	3,8327	0,86481
<b>56. La búsqueda del aporte de personas externas a la empresa a la hora de financiar necesidades de recursos financieros</b>	3,7849	0,90859
<b>57. La pertenencia a otras organizaciones distintas a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha</b>	3,3944	0,87625
<b>58. Ser miembro del gremio por afiliación "voluntaria"</b>	3,4900	0,94388
<b>59. Ser miembro aportante del gremio, con dinero y/o ideas</b>	3,6813	0,78103

<b>60. Capacidad del gremio para incidir en los cambios legales y políticos del territorio</b>	3,8566	0,89182
--	--------	---------

**Fuente: procesamiento a partir de investigación de campo**

## Apéndice No. 10

### Listado de variables originales

Código Variable	Nombre de la variable
V1	Cercanía física de las empresas
V2	Conocimiento personal entre los dueños de las empresas
V3	Existencia de un empresario promotor de la asociatividad
V4	Existencia de un gremio empresarial promotor de la asociatividad
V5	Existencia de una institución externa al gremio empresarial promotora de la asociatividad
V6	Existencia de antecedentes históricos exitosos, en el territorio
V7	Los empresarios construyen confianza en el territorio con hechos tangibles
V8	Que los gobiernos del territorio se preocupen por construir un clima de confianza jurídica, política y económica
V9	Que se incluya a todas las empresas, independientemente de su tamaño
V10	Que se incluya también a las empresas proveedoras y/o comercializadoras de los productos del sector industrial
V11	Existencia de un gremio al cual pertenecer
V12	Que en el territorio se hayan difundido previamente las bondades de la asociatividad
V13	Que en el territorio existan espacios de diálogo para la promoción del desarrollo económico local con enfoque colectivo
V14	Que exista un proceso fuerte de identificación cultural con el territorio
V15	Que en el territorio existan buenas experiencias de ayuda mutua
V16	Que en el territorio prevalezca el “nosotros” sobre “yo individual”
V17	Que haya una necesidad compartida en el territorio
V18	Que haya una experiencia territorial de actuar bajo el enfoque de redes
V19	Que exista la creencia sobre la trascendencia del trabajo colectivo como medio para lograr soluciones en el territorio
V20	Que los habitantes del territorio tiendan a compartir con las demás personas sus conocimientos y experiencias positivas
V21	Que en el territorio sus habitantes busquen pertenecer, de forma voluntaria, a algún tipo de asociación
V22	Que los pobladores del territorio tiendan a preocuparse por participar en proyectos de interés comunitario
V23	Que en el territorio existan espacios asociativos diferentes al ámbito productivo-empresarial
V24	Que en el territorio se compartan y practiquen, de forma común, valores de comportamiento ético

<b>V25</b>	Que en el territorio se practique la participación de la gente como una forma de convivencia social
<b>V26</b>	Que los actores productivos del territorio vean a los procesos asociativos como una alternativa para mejorar su situación competitiva
<b>V27</b>	Que los pobladores del territorio tiendan a respetar, al momento de realizar sus actividades, el espacio que es de propiedad de los demás
<b>V28</b>	Que la tendencia a trabajar colectivamente en el territorio sea promovida desde dentro de las familias
<b>V29</b>	Que el sistema educativo del territorio haya venido promoviendo el trabajo colectivo desde las aulas
<b>V30</b>	Que las relaciones contractuales entre habitantes del territorio se hayan venido dando sin la necesidad de documentos escritos
<b>V31</b>	Orientación de las políticas públicas hacia la tecnología para mejorar competitividad
<b>V32</b>	Políticas públicas dirigidas a reforzar la oferta de crédito como medio para mejorar competitividad
<b>V33</b>	Políticas públicas dirigidas a reforzar la capacitación como medio para mejorar competitividad
<b>V34</b>	Orientación de las políticas públicas para reforzar el acceso a información y así mejorar la competitividad empresarial
<b>V35</b>	Orientación de las políticas públicas hacia la asociatividad para mejorar competitividad
<b>V36</b>	Orientación de las políticas públicas hacia la apertura de mercados para mejorar competitividad
<b>V37</b>	Relaciones interpersonales mejoradas producto de la asociatividad
<b>V38</b>	Los efectos de la asociatividad son evidenciados a través de la construcción de confianza entre los habitantes del territorio
<b>V39</b>	Los efectos de la asociatividad son evidenciados a través del incremento de la productividad
<b>V40</b>	Los efectos de la asociatividad son evidenciados a través de la mejora tecnológica territorial
<b>V41</b>	Los efectos de la asociatividad son evidenciados a través de la mayor capacidad financiera territorial
<b>V42</b>	La asociatividad desarrolla la cultura de trabajo en equipo territorial
<b>V43</b>	Existencia de recursos financieros para iniciar un proceso asociativo
<b>V44</b>	Gremio empresarial u otro actor que lidere el proceso desde el inicio
<b>V45</b>	Capacidad de producción y/o comercialización sobrante para iniciar un proceso asociativo
<b>V46</b>	Compartir objetivos comunes para iniciar un proceso asociativo
<b>V47</b>	Reglas claras escritas al iniciar un proceso asociativo
<b>V48</b>	Gobiernos del territorio ayudan a comunicar las bondades de

	la asociatividad
<b>V49</b>	Gremios empresariales como comunicadores de las bondades de la asociatividad
<b>V50</b>	Sector educativo a nivel de escuela y colegio como comunicador de las bondades de la asociatividad
<b>V51</b>	Sector educativo a nivel universitario como comunicador de las bondades de la asociatividad
<b>V52</b>	Medios de comunicación masivos como promotores de las bondades de la asociatividad
<b>V53</b>	Organismos de cooperación nacional e internacional como promotores de las bondades de la asociatividad
<b>V54</b>	Capacidad de gestión empresarial una competencia para el buen resultado de un proceso asociativo
<b>V55</b>	Búsqueda de fondos financieros una habilidad para el buen resultado de un proceso asociativo
<b>V56</b>	Existencia de espíritu de trabajo en equipo para iniciar un proceso asociativo
<b>V57</b>	Capacidad de mejoramiento de la producción y/o comercialización, una competencia para el buen resultado de un proceso asociativo
<b>V58</b>	Desarrollo de redes productivas, una competencia para el buen resultado de un proceso asociativo
<b>V59</b>	Fomento de la práctica de acciones recíprocas, una competencia para el buen resultado de un proceso asociativo
<b>V60</b>	La confianza entre asociados construida con base en hechos tangibles
<b>V61</b>	El acuerdo con empresas competidoras, basado en la consecución de objetivos comunes
<b>V62</b>	El acuerdo con empresas proveedoras y/o comercializadoras, basado en la consecución de objetivos comunes
<b>V63</b>	Establecimiento de planes preventivos para enfrentar las políticas y leyes gubernamentales
<b>V64</b>	El beneficio mutuo como base de la relación entre empresas de diferente tamaño
<b>V65</b>	Predominio del respeto a las relaciones contractuales
<b>V66</b>	Definición de medidas preventivas en la relación con los trabajadores disponibles en el sector industrial
<b>V67</b>	Definición de medidas preventivas en la relación con los canales de comercialización del producto
<b>V68</b>	Cumplimiento de los compromisos y obligaciones adquiridas
<b>V69</b>	Competencia entre empresas basada en los principios del trabajo colectivo
<b>V70</b>	La definición de medidas preventivas en la relación con los demás miembros del gremio empresarial
<b>V71</b>	Pertenencia a un gremio para generar conexiones de contacto
<b>V72</b>	Disposición a esforzarse más de lo que debe para el buen desempeño del gremio empresarial en su conjunto
<b>V73</b>	Apoyo total a los planes de los directivos del gremio empresarial

<b>V74</b>	Ver a los problemas del gremio como si fueran los de mi propia empresa
<b>V75</b>	Sentir orgullo de pertenencia al gremio empresarial
<b>V76</b>	Empresarios del gremio sirven de contacto para hacer negocios con proveedores y/o compradores
<b>V77</b>	Definición de medidas preventivas en la relación con los proveedores de los factores de la producción
<b>V78</b>	Relaciones de amistad entre los miembros del gremio empresarial
<b>V79</b>	Facilidad de acceso a la información de todos los miembros del gremio empresarial
<b>V80</b>	Búsqueda del aporte de personas externas a la empresa a la hora de financiar necesidades de recursos financieros
<b>V81</b>	Pertenencia a otras organizaciones distintas al gremio
<b>V82</b>	Ser miembro del gremio por afiliación voluntaria
<b>V83</b>	Ser miembro aportante del gremio, con dinero y/o ideas
<b>V84</b>	Capacidad del gremio para incidir en los cambios legales y políticos del territorio

## Apéndice 11.1

### ANÁLISIS FACTORIAL (Análisis de componentes principales)

#### Procesos asociativos empresariales y existencia de cultura asociativa territorial

N°	Identificación de las variables
1	v1 - v1
2	v2 - v2
3	v3 - v3
4	v4 - v4
5	v5 - v5
6	v6 - v6
7	v7 - v7
8	v8 - v8
9	v9 - v9
10	v10 - v10
11	v11 - v11
12	v12 - v12
13	v13 - v13
14	v14 - v14
15	v15 - v15
16	v16 - v16
17	v17 - v17
18	v18 - v18
19	v19 - v19
20	v20 - v20
21	v21 - v21
22	v22 - v22
23	v23 - v23
24	v24 - v24
25	v25 - v25
26	v26 - v26
27	v27 - v27
28	v28 - v28
29	v29 - v29
30	v30 - v30

#### Matriz de coeficientes de correlación simple

Variables	v1	v2	v3	v4	v5	v6	v7	v8	v9	v10	v11	v12	v13	v14	v15	v16	v17	v18	v19	v20	v21	v22	v23	v24	v25	v26	v27	v28	v29	v30
v1	1,000																													
v2	0,380	1,000																												

Variables	v1	v2	v3	v4	v5	v6	v7	v8	v9	v10	v11	v12	v13	v14	v15	v16	v17	v18	v19	v20	v21	v22	v23	v24	v25	v26						
v3	0,170	0,2936	1,000																													
v4	0,0774	0,2264	0,4123	1,000																												
v5	0,0856	0,2101	0,3323	0,4826	1,000																											
v6	0,1462	0,1011	0,2279	0,2135	0,4463	1,000																										
v7	0,1353	0,2573	0,3603	0,2804	0,3844	0,3880	1,000																									
v8	0,1507	0,2960	0,3929	0,2970	0,2894	0,2581	0,4771	1,000																								
v9	0,1531	0,1815	0,0770	0,2956	0,3063	0,2183	0,3528	0,3687	1,000																							
v10	0,1321	0,1643	0,2365	0,3368	0,2562	0,3227	0,4096	0,3066	0,4664	1,000																						
v11	0,1498	0,1359	0,3695	0,3452	0,3067	0,3223	0,3914	0,2775	0,2303	0,4336	1,000																					
v12	0,0017	0,0355	0,1608	0,2955	0,2743	0,1406	0,2386	0,2964	0,1809	0,2129	0,2984	1,000																				
v13	0,1319	0,2404	0,2305	0,2367	0,2346	0,2327	0,3458	0,4426	0,1918	0,1892	0,2756	0,4110	1,000																			
v14	0,1300	0,1813	0,1899	0,1959	0,1328	0,2036	0,3406	0,3629	0,2955	0,2857	0,3392	0,2239	0,3287	1,000																		
v15	0,1970	0,2071	0,2666	0,3635	0,2578	0,3172	0,3418	0,3686	0,3297	0,2950	0,3563	0,2577	0,4085	0,4580	1,000																	
v16	0,1877	0,1868	0,1670	0,2759	0,2173	0,2279	0,2725	0,3062	0,1680	0,2952	0,2452	0,3426	0,2736	0,4993	1,000																	
v17	0,1951	0,2340	0,2408	0,3428	0,2678	0,2094	0,2347	0,3758	0,3050	0,3134	0,2780	0,3477	0,3429	0,4532	0,4217	1,000																
v18	0,2518	0,1490	0,2406	0,1609	0,1954	0,2545	0,3733	0,2664	0,3061	0,3149	0,2089	0,2976	0,2976	0,4319	0,3196	0,2406	0,3644	1,000														
v19	0,0480	0,0237	0,1081	0,0445	0,0995	0,1413	0,1420	0,1594	0,0778	0,0768	0,0559	0,2926	0,1563	0,1729	0,1315	0,2148	0,2363	1,000														
v20	0,1186	0,2281	0,2260	0,1266	0,0825	0,1424	0,2576	0,2406	0,2081	0,3447	0,3027	0,1845	0,2632	0,2515	0,1295	0,4016	0,3075	0,2075	1,000													
v21	0,0431	0,0810	0,1624	0,2015	0,2507	0,1374	0,1437	0,1177	0,1650	0,2056	0,2214	0,2463	0,1342	0,1312	0,0831	0,2568	0,2179	0,1986	0,2047	1,000												
v22	0,0810	0,0682	0,0665	0,1884	0,1827	0,0966	0,2394	0,1281	0,2831	0,4367	0,3874	0,2396	0,2668	0,2431	0,1249	0,3592	0,2226	0,1556	0,1833	0,2262	0,1524	0,5594	1,0283	1,000								
v23	0,0981	0,0051	0,0868	0,0583	0,0599	0,2100	0,1639	0,0500	0,1662	0,1737	0,1030	0,1945	0,2361	0,3120	0,1914	0,2053	0,2318	0,1208	0,1020	0,1038	0,3292	0,4529	1,000									
v24	0,2215	0,1894	0,1678	0,2369	0,2022	0,2034	0,3394	0,3081	0,2519	0,2101	0,3787	0,2727	0,3645	0,4810	0,3810	0,4220	0,2786	0,2020	0,2292	0,2023	0,3701	0,3847	0,3873	1,000								
v25	0,0419	0,1920	0,2052	0,1251	0,2202	0,1656	0,2945	0,3569	0,2838	0,2536	0,2471	0,3337	0,2632	0,2372	0,1247	0,2013	0,2172	0,2020	0,2023	0,3240	0,3701	0,3847	0,2103	0,4328	1,000							
v26	-	0,101	0,101	0,101	0,101	0,202	0,202	0,202	0,000	0,202	0,302	0,202	0,202	0,101	0,101	0,102	0,202	0,202	0,202	0,202	0,403	0,303	0,303	0,303	1,010							



Variables	v1	v2	v3	v4	v5	v6	v7	v8	v9	v10	v11	v12	v13	v14	v15	v16	v17	v18	v19	v20	v21	v22	v23	v24	v25	v26	v27	v28	v29	v30
	0,0003	178	636	622	946	304	878	555	670	639	227	847	743	195	744	277	199	007	238	044	037	385	031	294	000	000				
v27	0,1563	0,1520	0,0745	0,1491	0,0935	0,1192	0,2251	0,3672	0,2208	0,1412	0,2315	0,2492	0,2992	0,2102	0,2735	0,1558	0,2935	0,2157	0,3850	0,2592	0,2944	0,2021	0,1661	0,4258	0,3866	0,3731	1,0000			
v28	0,0640	0,0852	0,1194	0,2231	0,1559	0,1138	0,2972	0,1483	0,1483	0,1803	0,1374	0,2314	0,2154	0,2465	0,2111	0,2899	0,2471	0,2461	0,1960	0,2244	0,3211	0,2589	0,2137	0,3724	0,2628	0,2589	0,3326	1,0000		
v29	0,1823	0,1286	0,1344	0,3309	0,1381	0,1724	0,2464	0,2486	0,1486	0,2489	0,2384	0,2360	0,3005	0,2666	0,3020	0,2481	0,2924	0,2577	0,3106	0,3142	0,2541	0,3589	0,1968	0,4909	0,1901	0,3178	0,3664	0,4944	1,0000	
v30	0,1103	0,0676	0,2083	0,1467	0,1848	0,1427	0,2569	0,2839	0,2224	0,0671	0,2808	0,2051	0,1954	0,3101	0,2932	0,1174	0,0748	0,2369	0,1951	0,2166	0,1682	0,1585	0,2306	0,3331	0,2175	0,2052	0,1681	0,3248	0,3152	1,0000

### Test de Bartlett

Determinante de la matriz de correlación:	0,0000	
Ji cuadrado con 435 grados de libertad:	2.595,8205	p = 0,0000

### Valores propios

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Factor 14	Factor 15	Factor 16	Factor 17	Factor 18	Factor 19	Factor 20	Factor 21	Factor 22	Factor 23	Factor 24	Factor 25	Factor 26	Factor 27	Factor 28	Factor 29	Factor 30
Valor propio	8,2044	2,0923	1,5053	1,3935	1,2751	1,1905	1,1653	1,0666	1,0447	0,9835	0,8606	0,7943	0,7674	0,6878	0,6561	0,6285	0,5911	0,5861	0,5605	0,4820	0,4780	0,4631	0,3844	0,3750	0,3489	0,3162	0,3013	0,2775	0,2647	0,2554
% de varianza explicada	27,35%	6,97%	5,02%	4,64%	4,25%	3,97%	3,88%	3,56%	3,48%	3,28%	2,87%	2,65%	2,56%	2,29%	2,19%	2,10%	1,97%	1,95%	1,87%	1,61%	1,59%	1,54%	1,28%	1,25%	1,16%	1,05%	1,00%	0,93%	0,88%	0,85%
% acumulado	27,35%	33,33%	39,39%	43,98%	48,24%	52,21%	56,09%	59,64%	63,13%	66,44%	69,30%	71,72%	74,47%	76,77%	78,96%	81,06%	83,03%	84,98%	86,85%	88,46%	90,05%	91,59%	92,87%	94,12%	95,38%	96,63%	97,94%	98,87%	99,75%	100,00%

### Cargas de los factores

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Factor 14	Factor 15	Factor 16	Factor 17	Factor 18	Factor 19	Factor 20	Factor 21	Factor 22	Factor 23	Factor 24	Factor 25	Factor 26	Factor 27	Factor 28	Factor 29	Factor 30	Comunalidad
v1	-0,2752	0,1843	0,3433	0,3405	0,1513	0,0008	0,4842	0,0996	0,1559	0,3001	-0,2382	-0,2769	0,0970	-0,1012	0,0324	-0,0676	0,2758	-0,0926	-0,0898	0,0146	0,0024	-0,0068	-0,1260	0,1390	0,1075	-0,0048	0,0205	-0,0090	0,0254	0,0047	1,0000
v2	-0,3492	0,3369	0,2426	-0,0520	0,3705	0,2154	0,4047	0,1153	0,0095	0,0033	-0,0054	0,0383	0,0885	-0,0056	-0,0158	0,2799	-0,0372	0,1694	-0,0954	-0,0048	-0,0009	0,0083	0,0098	-0,0229	-0,0143	-0,0042	0,0041	0,0235	0,0007	1,0000	
v3	-0,444	0,3910	-0,029	-0,097	0,0011	0,1154	0,0133	0,0137	-0,0035	0,0000	-0,0026	0,0006	-0,0041	0,0016	0,0056	-0,0022	0,0033	0,0083	0,0011	-0,0020	0,0001	-0,0003	0,0008	-0,0005	0,0009	-0,0002	0,0003	-0,0015	0,0027	1,0000	

Variables	Fac to r 1	Fac to r 2	Fac to r 3	Fac to r 4	Fac to r 5	Fac to r 6	Fac to r 7	Fac to r 8	Fac to r 9	Fac to r 10	Fac to r 11	Fac to r 12	Fac to r 13	Fac to r 14	Fac to r 15	Fac to r 16	Fac to r 17	Fac to r 18	Fac to r 19	Fac to r 20	Fac to r 21	Fac to r 22	Fac to r 23	Fac to r 24	Fac to r 25	Fac to r 26	Fac to r 27	Fac to r 28	Fac to r 29	Fac to r 30	Com un ali da d
	47	0	36	72	0	13	4	5	3	64	0	1	70	4	1	33	0	4	5	52	1	5	78	7	85	1	06	6	58	2	0
v4	-0,5067	0,3586	-0,2216	-0,1879	-0,2542	0,2298	0,1793	-0,2905	0,0235	-0,2216	0,0000	-0,1622	-0,0608	0,1813	-0,1571	-0,0526	0,0075	-0,0126	-0,0646	0,0775	0,1631	-0,0136	0,0876	0,0615	0,1226	-0,2372	0,1433	0,0557	0,0562	0,1177	1,0000
v5	-0,4815	0,3756	-0,3375	-0,2754	-0,1134	0,0168	0,1258	-0,0042	-0,1082	0,1227	-0,3066	0,0408	-0,1477	-0,1687	-0,0691	-0,0095	-0,1469	-0,2080	0,0224	0,0843	0,0030	0,0285	-0,0277	-0,1358	0,1614	0,2422	-0,0304	-0,0841	0,0701	-0,0802	1,0000
v6	-0,4567	0,2691	-0,2256	-0,0232	-0,1333	-0,2289	0,0737	0,1019	0,0129	0,4785	0,0342	0,3738	-0,1542	-0,0382	-0,0662	0,0579	0,1249	-0,0667	-0,0097	-0,1455	-0,0068	0,1043	0,1364	0,0533	-0,1227	-0,0095	-0,0159	0,0938	-0,0696	0,1073	1,0000
v7	-0,6113	0,2956	-0,1084	-0,0698	0,1640	-0,2369	-0,0080	0,0562	-0,0074	0,1250	0,1868	0,0449	0,2029	-0,1331	-0,0056	-0,1586	-0,1681	0,0455	0,0045	0,3150	-0,1741	-0,1772	-0,0051	0,2008	0,0433	-0,1053	-0,0034	0,0008	0,0193	-0,0617	1,0000
v8	-0,6002	0,3030	0,2204	-0,2431	0,1779	-0,0271	-0,0148	0,0969	-0,2522	-0,0039	0,1637	-0,0901	0,0092	0,1095	0,0796	-0,0513	0,1549	-0,1269	0,1163	-0,2105	-0,1980	0,0934	0,0588	-0,0091	0,0424	-0,0072	-0,0076	-0,0153	0,1897	0,1025	1,0000
v9	-0,4924	0,2230	-0,1132	0,2498	0,2260	0,0275	-0,1819	-0,0340	-0,0389	0,1629	-0,1718	-0,2077	-0,0092	0,1379	0,0063	0,1884	-0,0050	0,1406	0,1346	0,0033	-0,0135	0,0025	-0,0055	0,0403	-0,0310	0,0082	-0,0011	0,0038	-0,0245	0,0513	1,0000
v10	-0,5639	0,2007	-0,0325	0,2773	0,1713	0,1761	-0,1504	-0,0232	0,1082	0,1427	0,3040	-0,0763	0,0088	-0,0045	0,0043	0,0091	0,0098	0,0402	0,0354	-0,1307	0,1209	0,0133	0,0133	0,0104	-0,1209	0,1380	0,1733	0,0327	0,1771	-0,1571	1,0000
v11	-0,6092	0,0671	-0,2272	0,0559	-0,0011	0,1705	-0,0076	0,0005	0,3519	-0,0051	0,1104	-0,2286	-0,1250	0,0029	-0,0039	0,0276	0,0396	0,0546	-0,0316	0,0621	-0,2211	-0,0098	-0,0053	-0,0240	-0,0508	0,1070	0,0694	-0,0071	0,0639	-0,0051	1,0000
v12	-0,5106	-0,0518	0,0228	-0,2259	-0,0322	0,1797	-0,0386	0,0028	0,0285	-0,0021	-0,2238	-0,1420	0,2816	-0,1615	0,0810	0,1177	0,0874	0,0548	-0,0213	0,0899	-0,0058	0,1348	0,1130	0,2235	-0,1226	0,0484	-0,1043	0,0024	0,0200	0,0136	1,0000
v13	-0,5945	-0,0097	0,1884	-0,1158	-0,0538	0,0512	-0,1407	0,3103	-0,1090	-0,0065	-0,0087	0,1015	0,1976	-0,0016	-0,0464	0,1124	0,2548	0,0857	0,0089	-0,0028	0,0272	-0,1687	-0,0054	-0,1314	0,0043	0,0520	0,1439	0,0539	-0,0074	-0,0293	1,0000
v14	-0,5675	0,0533	0,2022	0,3099	0,0674	-0,2305	-0,2336	-0,0033	-0,0035	-0,2528	-0,0152	0,1161	0,0205	0,1007	-0,1112	0,1567	-0,2009	-0,2209	-0,2612	-0,1970	-0,0059	0,0808	0,0014	0,1716	0,1173	0,0482	0,0858	-0,0033	-0,0067	-0,0074	1,0000
v15	-	0,	0,	0,	-	-	-	0,	-	-	0,	0,	-	0,	-	0,	-	0,	-	0,	0,	-	-	0,	-	0,	-	-	0,	0,	1,

Variables	Fac to r 1	Fac to r 2	Fac to r 3	Fac to r 4	Fac to r 5	Fac to r 6	Fac to r 7	Fac to r 8	Fac to r 9	Fac to r 10	Fac to r 11	Fac to r 12	Fac to r 13	Fac to r 14	Fac to r 15	Fac to r 16	Fac to r 17	Fac to r 18	Fac to r 19	Fac to r 20	Fac to r 21	Fac to r 22	Fac to r 23	Fac to r 24	Fac to r 25	Fac to r 26	Fac to r 27	Fac to r 28	Fac to r 29	Fac to r 30	Com un ali da d
	0,6422	1,7822	2,0977	2,1455	0,2897	0,0633	0,0083	1,0844	0,1332	0,1002	1,0811	0,3644	0,2599	1,2800	0,0252	0,6944	0,0172	0,0944	0,0350	0,1334	2,3699	0,2197	0,1845	0,8266	0,1239	0,6100	0,2251	0,0126	1,3633	0,2955	0,0000
v16	-0,4978	0,1975	0,1978	0,1884	-0,4622	0,2252	-0,0108	0,1504	-0,0498	0,0396	0,1671	0,0027	0,0084	-0,2460	0,2995	-0,0123	-0,1194	0,1588	0,0330	-0,1845	-0,0263	-0,1429	0,0965	-0,0763	0,1980	0,0013	0,0531	0,0204	-0,1237	0,0104	1,0000
v17	-0,6194	0,0784	0,1823	0,1291	-0,1375	0,4062	-0,0097	-0,0021	0,1059	-0,0238	-0,1228	0,1755	-0,1151	0,1922	0,1585	0,0957	0,0385	-0,1991	0,1203	0,1057	-0,1850	0,1808	-0,1488	-0,0651	-0,0626	-0,1007	0,0150	0,1644	-0,0152	-0,1526	1,0000
v18	-0,5586	0,0538	0,1194	0,2192	0,0689	-0,1817	-0,1853	-0,0496	0,2349	0,1370	-0,3416	0,1181	0,3079	0,1798	0,1353	-0,2134	-0,1334	0,0524	0,0544	0,0567	0,2365	-0,0328	0,0793	-0,2319	-0,0338	-0,0464	-0,0019	-0,0176	0,0390	0,0587	1,0000
v19	-0,3856	-0,3310	0,2491	-0,2286	-0,0336	-0,0075	-0,2248	-0,0220	0,3440	0,2489	-0,1170	-0,1891	-0,3183	-0,1190	-0,1171	-0,0034	-0,2218	0,1511	0,2074	-0,1483	0,0071	0,0824	-0,1195	0,0749	0,0180	-0,0622	0,0650	-0,0031	0,0625	0,0286	1,0000
v20	-0,5091	-0,1034	0,1663	0,0523	0,3714	0,0807	-0,1526	-0,1931	0,3593	-0,1232	0,0649	0,2933	-0,1785	-0,1415	0,0701	0,2629	0,1478	-0,0826	0,0109	0,1596	0,0263	-0,1247	0,1216	0,0467	0,1158	0,0419	-0,0007	-0,0915	0,0105	0,1069	1,0000
v21	-0,4822	-0,4302	-0,3624	-0,0111	0,1154	0,1193	0,1172	0,0602	0,0160	-0,0073	-0,2936	0,0612	-0,0157	0,0674	0,0744	-0,0050	-0,0016	-0,0710	0,0967	-0,2433	-0,0672	-0,3272	0,1134	0,1309	-0,0852	-0,0959	-0,0037	-0,0600	0,0086	-0,1175	1,0000
v22	-0,5634	-0,3856	-0,3303	0,3336	0,0883	0,1973	0,0052	0,0013	-0,0125	0,1413	-0,0190	-0,0806	0,0797	-0,1153	-0,0118	-0,0099	-0,0441	-0,0472	0,0451	-0,0541	-0,1195	0,0581	-0,0736	-0,0482	0,0469	0,0930	-0,1187	0,2042	0,0252	0,2666	1,0000
v23	-0,4269	-0,3447	-0,2333	0,3819	-0,1571	-0,2091	0,1207	0,3647	-0,0322	0,0399	-0,0053	-0,0488	-0,0074	0,2075	-0,0419	0,1467	0,0294	0,2026	0,0518	0,1332	-0,0073	0,2177	0,1766	0,0634	0,1623	0,0115	0,0060	-0,0639	0,0915	-0,0702	1,0000
v24	-0,6808	-0,2874	0,1362	0,0994	-0,1024	0,0446	0,2008	0,1005	-0,1150	-0,0757	0,0992	0,0019	-0,1072	-0,1965	0,0355	-0,1191	-0,0518	-0,1599	0,0650	0,1945	0,0229	0,0672	0,0339	-0,0197	-0,2632	-0,0006	0,2003	-0,1964	-0,0507	0,0805	1,0000
v25	-0,5369	-0,2197	-0,0657	-0,1562	0,3854	0,0621	-0,0774	0,1352	-0,3351	-0,0091	-0,0423	0,0945	-0,1678	-0,2198	0,1148	-0,1168	0,1156	0,1592	-0,1836	0,0084	0,2319	0,1478	-0,0857	-0,0578	0,1020	-0,1551	-0,0589	0,0484	-0,0114	-0,0986	1,0000

Variables	F ac to r 1	F ac to r 2	F ac to r 3	F ac to r 4	F ac to r 5	F ac to r 6	F ac to r 7	F ac to r 8	F ac to r 9	F ac to r 10	F ac to r 11	F ac to r 12	F ac to r 13	F ac to r 14	F ac to r 15	F ac to r 16	F ac to r 17	F ac to r 18	F ac to r 19	F ac to r 20	F ac to r 21	F ac to r 22	F ac to r 23	F ac to r 24	F ac to r 25	F ac to r 26	F ac to r 27	F ac to r 28	F ac to r 29	F ac to r 30	C o m u n a l i d a d
v26	-0,4971	-0,3214	-0,2482	-0,2759	0,0491	0,0110	0,0619	0,2121	0,0806	0,1591	0,2603	-0,0307	0,2719	0,1790	0,1541	0,2403	-0,1352	-0,2015	-0,0335	-0,0423	0,1870	0,0337	-0,2252	0,0339	0,0870	0,0013	0,0520	-0,0542	-0,0845	0,0506	1,0000
v27	-0,5143	-0,3215	0,2837	-0,2660	0,1498	0,1044	0,0132	-0,0001	-0,1477	0,2845	0,1219	-0,1840	-0,1617	0,2987	0,0522	-0,1228	-0,0243	-0,0209	-0,1737	0,1049	-0,0411	-0,1034	0,2158	-0,0278	0,0149	0,1847	0,0162	0,1613	-0,0138	0,0012	1,0000
v28	-0,4841	-0,3182	0,0740	-0,1343	-0,1809	-0,1274	0,2658	-0,3905	-0,1133	0,0200	-0,0532	0,3072	0,1096	0,0926	0,0755	0,0049	0,0264	0,3139	-0,1623	-0,0127	-0,2166	-0,0057	-0,1881	-0,0110	0,0286	0,0481	0,0784	-0,0580	0,0976	0,0408	1,0000
v29	-0,5685	-0,2741	0,1726	-0,0579	-0,1600	-0,0026	0,2612	-0,3973	0,1064	0,0327	0,2538	-0,0035	0,1542	-0,0705	-0,2202	-0,0727	0,0538	-0,0589	0,1406	-0,0322	0,0830	0,1124	0,0917	-0,0511	0,0246	-0,0217	0,2509	-0,0391	-0,1182	-0,1424	1,0000
v30	-0,4395	-0,1124	0,1069	-0,0903	-0,0609	-0,0690	0,0943	-0,1801	-0,1139	-0,2720	-0,1086	-0,2091	0,0084	-0,1596	0,1907	0,2678	0,0269	-0,1342	0,0704	-0,0556	0,0363	-0,0246	0,0509	-0,0631	-0,0561	0,0100	0,0780	0,1944	0,0265	-0,0392	1,0000

### Coeficientes de puntuación de los factores

Variables	F ac to r 1	F ac to r 2	F ac to r 3	F ac to r 4	F ac to r 5	F ac to r 6	F ac to r 7	F ac to r 8	F ac to r 9	F ac to r 10	F ac to r 11	F ac to r 12	F ac to r 13	F ac to r 14	F ac to r 15	F ac to r 16	F ac to r 17	F ac to r 18	F ac to r 19	F ac to r 20	F ac to r 21	F ac to r 22	F ac to r 23	F ac to r 24	F ac to r 25	F ac to r 26	F ac to r 27	F ac to r 28	F ac to r 29	F ac to r 30
v1	-0,0335	0,0869	0,2281	0,2164	0,1186	0,0057	0,4155	0,0915	0,1521	0,3061	-0,2768	-0,3487	0,1264	-0,1471	0,0494	-0,1075	0,4665	-0,1580	-0,1602	-0,0303	0,0049	-0,0147	-0,3277	0,3708	0,3081	-0,0153	0,0681	-0,0325	0,0961	0,0185
v2	-0,0426	0,1610	0,1612	-0,0374	0,02905	0,1809	0,3473	0,1456	0,0186	-0,0954	0,0411	0,0482	0,1153	-0,0814	-0,1765	0,4453	-0,6297	0,2890	0,1702	-0,1007	0,0438	0,1886	0,2573	-0,0792	-0,0363	-0,0684	-0,1468	0,0723	0,1266	-0,0027
v3	-0,0542	0,1883	-0,0688	-0,02133	0,0761	-0,0935	0,1325	0,1252	0,3037	-0,3624	0,0116	0,0329	-0,0873	0,2056	0,2378	-0,3394	0,2250	0,3112	0,2488	-0,1144	0,0420	0,2192	-0,0983	0,2631	-0,1677	0,6075	0,0352	0,1103	-0,5888	0,1064
v4	-0,0618	0,1714	-0,1441	-0,1349	-0,1994	0,1930	0,1539	-0,2723	0,0225	-0,0201	0,0001	-0,2042	-0,0792	0,2636	-0,2395	-0,0836	0,0127	-0,0215	0,1607	0,1152	0,3413	-0,0294	0,2280	0,1639	0,3514	-0,07502	0,4757	0,2007	0,2122	0,4608
v5	-0,0587	0,1795	-0,02496	-0,1976	-0,1054	0,0141	0,1079	-0,0400	0,1035	0,1247	-0,3563	0,0514	-0,1925	-0,2453	-0,1054	-0,0152	0,2484	-0,3549	0,0400	0,1749	0,0064	0,0616	-0,0722	-0,0323	0,4626	0,7658	-0,1008	-0,3030	0,2647	-0,3140
v6	-0,0557	0,1286	-0,01703	-0,0167	-0,1045	-0,02430	0,0632	0,0955	0,0123	0,4865	0,0397	0,4706	-0,2010	-0,0555	-0,1008	0,0921	0,2114	-0,1138	-0,1732	-0,3018	0,0143	0,2253	0,3549	0,1421	-0,3517	0,3009	-0,0528	0,3380	-0,2629	0,4201
v7	-0,0745	0,1413	-0,0720	-0,0501	0,1286	-0,1990	-0,0688	0,0527	-0,0715	0,1271	0,2170	0,0565	0,2644	-0,1935	-0,0086	-0,2523	-0,2843	0,0776	0,2917	0,6536	-0,3643	-0,3826	-0,1344	0,5355	0,1241	-0,3329	-0,1129	0,3273	0,0729	-0,2417

Variables	F a c t o r 1	F a c t o r 2	F a c t o r 3	F a c t o r 4	F a c t o r 5	F a c t o r 6	F a c t o r 7	F a c t o r 8	F a c t o r 9	F a c t o r 10	F a c t o r 11	F a c t o r 12	F a c t o r 13	F a c t o r 14	F a c t o r 15	F a c t o r 16	F a c t o r 17	F a c t o r 18	F a c t o r 19	F a c t o r 20	F a c t o r 21	F a c t o r 22	F a c t o r 23	F a c t o r 24	F a c t o r 25	F a c t o r 26	F a c t o r 27	F a c t o r 28	F a c t o r 29	F a c t o r 30
v8	-0,0732	0,1448	0,1355	-0,1745	0,1395	-0,0228	-0,1276	0,0909	-0,2414	-0,0404	0,1902	-0,1134	0,1206	0,1592	0,1213	-0,0815	0,2620	-0,2165	0,2919	-0,4367	-0,4142	0,2017	0,1530	-0,2442	0,1214	-0,2276	-0,2536	-0,5525	0,7168	0,4012
v9	-0,0600	0,1066	-0,0752	0,1792	0,1773	0,0231	-0,1561	0,3196	-0,3726	0,1656	-0,1997	-0,2615	-0,1200	0,2006	0,0096	0,2997	-0,0085	0,2399	0,2401	0,0069	-0,0282	0,0054	-0,1431	0,1074	-0,0889	0,0258	-0,0381	-0,3740	-0,9288	0,2008
v10	-0,0687	0,0959	-0,2162	0,2005	0,1344	0,1480	-0,1291	-0,2182	0,1036	0,1451	0,3533	-0,0961	0,1146	-0,1228	0,0218	0,0145	0,1603	0,1709	0,0113	-0,2711	0,2529	0,0627	0,0345	0,0278	-0,3699	0,4365	0,5787	0,1179	0,6690	-0,6152
v11	-0,0742	0,0321	-0,1809	0,0401	-0,0087	-0,1432	-0,0658	0,0942	0,3368	-0,0523	0,1283	-0,3613	-0,1629	0,0043	0,0602	0,0438	0,0671	0,0931	-0,5644	0,1287	-0,4626	-0,2120	-0,1401	-0,6416	0,1689	0,3384	-0,2146	-0,3497	-0,2415	-0,2026
v12	-0,0622	-0,0247	0,0188	-0,1860	-0,2582	0,1510	-0,3315	0,0261	0,0273	-0,0221	-0,2768	-0,1788	0,3669	-0,2348	0,1235	0,1872	0,1479	0,0935	-0,3809	0,1865	-0,0121	0,2911	0,2941	0,6003	-0,3228	0,1529	-0,3418	-0,1529	0,0754	0,0532
v13	-0,0725	-0,0046	0,1252	-0,1136	-0,0422	0,0430	-0,1207	0,2909	-0,1043	0,0662	-0,1012	0,1278	0,2575	-0,0246	0,7083	0,1788	0,4310	0,1461	0,1588	-0,0057	0,0570	-0,3643	-0,1418	-0,3504	0,0122	0,1643	0,4777	0,1944	-0,2827	-0,1149
v14	-0,0692	0,0256	0,1343	0,2219	0,0529	-0,1936	-0,2032	-0,0315	0,0338	-0,2570	-0,0177	-0,1462	0,0267	0,1464	-0,2914	-0,2493	-0,3519	-0,3769	-0,4661	0,4087	0,1250	0,1745	0,0036	0,4576	0,3362	0,1524	0,2849	-0,1220	-0,2541	-0,2906
v15	-0,0783	0,0851	0,1393	0,1539	-0,2272	-0,0536	-0,0071	0,1016	-0,1275	-0,1019	0,1256	-0,0459	0,3374	0,1861	0,0384	0,1104	-0,0290	0,0160	0,0625	0,0277	0,4957	0,4745	-0,4801	0,2203	-0,3551	0,1928	0,7471	-0,0456	0,5149	0,1155
v16	-0,0607	0,0944	0,1314	0,1352	-0,3628	0,1892	-0,0092	0,1410	0,0477	0,0402	0,1941	0,0134	0,0109	0,3576	0,4565	0,0196	0,2020	0,2709	0,0588	0,3828	0,0551	0,3086	0,2511	0,2035	0,5675	0,0042	0,1761	0,0735	0,4673	0,0409
v17	-0,0755	0,0375	0,1211	0,0926	-0,1078	0,3412	-0,0840	0,0019	0,1014	-0,0242	-0,1428	0,2210	-0,1499	0,2794	0,2416	0,1522	0,0651	0,3397	0,2146	0,2193	-0,3871	0,3904	-0,3850	-0,1736	0,1794	0,3184	0,0496	0,5924	0,0575	-0,5976
v18	-0,0681	0,0257	0,0793	0,1573	0,0540	-0,1526	-0,1590	-0,0465	0,2249	0,1393	-0,3969	0,1487	0,4013	0,2615	0,2062	-0,3395	-0,2257	0,0894	0,0970	0,1176	0,4948	0,1799	0,2063	0,6184	0,0969	0,1467	-0,0635	-0,0633	0,1473	0,2298
v19	-0,0470	-0,1485	0,1655	-0,2057	-0,0256	0,0634	-0,2129	-0,0207	0,3293	0,2531	-0,1243	-0,2380	0,4148	0,1730	0,2394	0,0541	0,3600	0,2579	0,3700	-0,3077	0,0148	0,1799	-0,3110	0,1998	0,0515	0,1966	0,2159	-0,0112	0,2363	0,1118
v20	-0,0620	-0,0494	0,1105	0,0376	0,2913	0,0678	-0,1309	-0,1810	0,3439	0,1253	0,0755	0,3692	-0,2326	0,1057	0,4168	0,4183	0,2500	-0,1410	0,0194	0,3312	0,0551	-0,2693	0,3164	0,1246	0,4549	0,1324	-0,0022	0,3298	0,0396	0,4187
v21	-0,0588	0,02057	-0,2407	0,0582	0,0905	0,1626	0,1482	0,0564	0,0153	-0,0748	-0,3433	0,0771	-0,0204	0,0980	0,1134	0,0808	0,0027	-0,1211	0,1726	-0,5047	-0,1406	-0,7066	0,2949	0,3492	-0,2440	0,3032	0,1120	-0,2163	0,0326	-0,4600
v22	-0,0687	0,01847	-0,2327	0,2394	0,0692	0,1657	0,0044	0,0012	0,0120	-0,1436	-0,0221	-0,1015	0,1038	-0,2258	0,1811	-0,1583	-0,0745	-0,0805	0,0805	-0,1123	0,2500	0,1256	-0,1914	-0,1284	0,0485	0,2942	-0,3939	0,7357	0,0951	1,0438
v23	-0,0520	0,1663	-0,1550	0,2740	-0,1232	-0,1756	0,1036	0,3419	-0,0308	0,0406	-0,0178	-0,0614	-0,0968	0,3017	-0,0639	0,2334	0,0498	0,3457	0,2630	0,2748	-0,0362	0,4465	0,4595	0,1690	0,4652	0,0362	0,0200	-0,2304	0,3458	-0,2750
v24	0,0830	-0,1373	0,0905	0,0678	-0,0803	0,0375	0,1790	0,0943	-0,1439	-0,0770	0,1079	0,0024	0,1397	-0,2857	0,0541	0,3052	-0,0877	0,2728	0,1160	0,4035	0,0479	0,1451	0,0882	0,0525	-0,7544	0,0020	0,6764	-0,7078	0,1916	0,3150
v25	-0,0000	-0,0000	-0,0000	-0,0000	0,3005	0,0000	0,1200	-0,0000	-0,0000	-0,0000	-0,1100	-0,0000	-0,0000	-0,1700	-0,0000	-0,1900	-0,2700	-0,0000	0,0100	0,4800	0,3100	-0,0000	-0,2900	-0,0000	-0,0000	-0,1700	-0,0000	-0,0000	-0,0000	-0,0000

Variables	F a c t o r 1	F a c t o r 2	F a c t o r 3	F a c t o r 4	F a c t o r 5	F a c t o r 6	F a c t o r 7	F a c t o r 8	F a c t o r 9	F a c t o r 10	F a c t o r 11	F a c t o r 12	F a c t o r 13	F a c t o r 14	F a c t o r 15	F a c t o r 16	F a c t o r 17	F a c t o r 18	F a c t o r 19	F a c t o r 20	F a c t o r 21	F a c t o r 22	F a c t o r 23	F a c t o r 24	F a c t o r 25	F a c t o r 26	F a c t o r 27	F a c t o r 28	F a c t o r 29	F a c t o r 30
	06 54	10 50	04 37	11 21	22	22	06 64	68	32 08	09 28	04 91	90	21 87	31 96	49	26 72	57	16	32 77	75	52	91	22 29	15 41	24	49 04	19 56	43	04 29	38 61
v26	- 0, 06 06	- 0, 15 36	- 0, 16 49	- 0, 19 80	0, 03 85	0, 00 93	0, 05 31	0, 19 88	0, 07 71	0, 16 18	0, 30 24	- 0, 03 87	0, 35 43	0, 26 02	0, 23 48	0, 38 23	- 0, 22 87	- 0, 34 38	- 0, 05 97	- 0, 08 77	0, 39 13	0, 07 27	- 0, 58 58	0, 09 03	0, 24 93	0, 00 42	0, 17 27	- 0, 19 53	- 0, 31 93	0, 19 82
v27	- 0, 06 27	- 0, 15 37	0, 18 84	- 0, 19 09	0, 11 75	0, 08 77	0, 01 13	- 0, 00 01	- 0, 14 14	0, 28 93	0, 14 16	- 0, 23 16	- 0, 21 07	0, 43 42	0, 07 95	- 0, 19 53	- 0, 04 11	- 0, 03 56	- 0, 31 00	0, 21 77	- 0, 08 60	- 0, 22 34	0, 56 15	- 0, 07 40	0, 04 28	0, 58 42	0, 05 37	0, 58 12	- 0, 05 23	0, 00 48
v28	- 0, 05 90	- 0, 15 21	0, 04 92	- 0, 09 64	- 0, 14 18	- 0, 10 70	0, 22 81	- 0, 36 61	- 0, 10 85	0, 02 03	- 0, 06 18	0, 38 68	0, 14 28	0, 13 46	0, 11 50	0, 00 77	0, 04 47	0, 53 56	- 0, 28 97	- 0, 02 63	- 0, 45 31	- 0, 01 23	- 0, 48 94	- 0, 02 94	0, 08 20	0, 15 21	0, 26 01	- 0, 20 91	0, 36 88	0, 15 97
v29	- 0, 06 93	- 0, 13 10	0, 11 47	- 0, 04 15	- 0, 12 55	- 0, 00 22	0, 22 42	- 0, 37 25	0, 10 18	0, 03 32	0, 29 49	- 0, 00 44	0, 20 10	- 0, 10 25	- 0, 33 56	- 0, 11 56	0, 09 10	- 0, 10 05	0, 25 08	- 0, 06 67	0, 17 36	0, 24 28	0, 23 85	- 0, 13 62	0, 07 05	- 0, 06 86	- 0, 83 28	- 0, 14 10	- 0, 44 65	- 0, 55 75
v30	- 0, 05 36	- 0, 05 37	0, 07 10	- 0, 06 48	- 0, 03 21	- 0, 51 16	0, 08 09	- 0, 16 88	- 0, 10 91	- 0, 27 65	- 0, 12 62	- 0, 26 32	0, 01 09	- 0, 23 21	0, 29 06	0, 42 61	0, 04 55	- 0, 22 90	0, 12 57	- 0, 11 54	0, 07 60	- 0, 05 32	0, 13 24	- 0, 16 84	- 0, 16 08	- 0, 03 16	0, 25 89	0, 70 04	0, 10 01	- 0, 15 36

### Cargas de los factores retenidos

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Comunalidad
v1	-0,2752	0,1818	0,3433	0,3015	0,1513	0,0068	0,4842	0,0976	0,1589	0,6097
v2	-0,3492	0,3369	0,2426	-0,0520	0,3705	0,2154	0,4047	0,1553	0,0195	0,6689
v3	-0,4447	0,3940	-0,1036	-0,2972	0,0970	-0,1113	0,1544	0,1335	0,3173	0,6161
v4	-0,5067	0,3586	-0,2168	-0,1879	-0,2542	0,2298	0,1793	-0,2905	0,0235	0,7022
v5	-0,4815	0,3756	-0,3757	-0,2754	-0,1344	0,0168	0,1258	-0,0426	-0,1082	0,6376
v6	-0,4567	0,2691	-0,2564	-0,0232	-0,1333	-0,2893	0,0737	0,1019	0,0129	0,4647
v7	-0,6113	0,2956	-0,1084	-0,0698	0,1640	-0,2369	-0,0802	0,0562	-0,0747	0,5759
v8	-0,6002	0,3030	0,2040	-0,2431	0,1779	-0,0271	-0,1487	0,0969	-0,2522	0,6802
v9	-0,4924	0,2230	-0,1132	0,2498	0,2260	0,0275	-0,1819	-0,3408	-0,3893	0,7200
v10	-0,5639	0,2007	-0,3255	0,2793	0,1713	0,1761	-0,1504	-0,2327	0,1082	0,6911
v11	-0,6092	0,0671	-0,2724	0,0559	-0,0111	-0,1705	-0,0766	0,1005	0,3519	0,6219
v12	-0,5106	-0,0518	0,0283	-0,2592	-0,3292	0,1797	-0,3863	0,0278	0,0285	0,6229
v13	-0,5945	-0,0097	0,1884	-0,1583	-0,0538	0,0512	-0,1407	0,3103	-0,1090	0,5475

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Comunalidad
v14	-0,5675	0,0536	0,2022	0,3091	0,0674	-0,2305	-0,2367	-0,0336	-0,0354	0,5774
v15	-0,6422	0,1782	0,2097	0,2145	-0,2897	-0,0638	-0,0083	0,1084	-0,1332	0,6517
v16	-0,4978	0,1975	0,1978	0,1884	-0,4626	0,2252	-0,0108	0,1504	-0,0498	0,6514
v17	-0,6194	0,0784	0,1823	0,1291	-0,1375	0,4062	-0,0979	-0,0021	0,1059	0,6444
v18	-0,5586	0,0538	0,1194	0,2192	0,0689	-0,1817	-0,1853	-0,0496	0,2349	0,5069
v19	-0,3856	-0,3106	0,2491	-0,2866	-0,0326	-0,0754	-0,2482	-0,0220	0,3440	0,5765
v20	-0,5091	-0,1034	0,1663	0,0523	0,3714	0,0807	-0,1526	-0,1931	0,3593	0,6343
v21	-0,4824	-0,4304	-0,3624	-0,0811	0,1154	0,1936	0,1727	0,0602	0,0160	0,6404
v22	-0,5634	-0,3865	-0,3503	0,3336	0,0883	0,1973	0,0052	0,0013	-0,0125	0,7478
v23	-0,4269	-0,3479	-0,2333	0,3819	-0,1571	-0,2091	0,1207	0,3647	-0,0322	0,7206
v24	-0,6808	-0,2874	0,1362	0,0944	-0,1024	0,0446	0,2086	0,1005	-0,1503	0,6622
v25	-0,5369	-0,2197	-0,0657	-0,1562	0,3854	0,0621	-0,0774	0,1352	-0,3351	0,6542
v26	-0,4971	-0,3214	-0,2482	-0,2759	0,0491	0,0110	0,0619	0,2121	0,0806	0,5459
v27	-0,5143	-0,3215	0,2837	-0,2660	0,1498	0,1044	0,0132	-0,0001	-0,1477	0,5744
v28	-0,4841	-0,3182	0,0740	-0,1343	-0,1809	-0,1274	0,2658	-0,3905	-0,1133	0,6441
v29	-0,5685	-0,2741	0,1726	-0,0579	-0,1600	-0,0026	0,2612	-0,3973	0,1064	0,6945
v30	-0,4395	-0,1124	0,1069	-0,0903	-0,0410	-0,6090	0,0943	-0,1801	-0,1139	0,6522
Valor propio	8,2044	2,0923	1,5053	1,3935	1,2751	1,1905	1,1653	1,0666	1,0447	
% de varianza	27,35%	6,97%	5,02%	4,64%	4,25%	3,97%	3,88%	3,56%	3,48%	
% acumulado	27,35%	34,32%	39,34%	43,98%	48,24%	52,20%	56,09%	59,64%	63,13%	

## ROTACIÓN VARIMAX

### Cargas de los factores retenidos (después de la rotación)

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Comunalidad
v1	0,0210	0,0330	0,1619	0,0117	-0,0553	0,1476	0,7356*	0,1049	0,0695	0,6097
v2	0,2436	-0,0258	0,0791	0,0800	0,3091	-0,1226	0,6953*	-0,0088	0,0473	0,6689
v3	0,6761*	0,0001	0,0329	-0,0799	0,1226	0,0541	0,2515	-0,0217	0,2644	0,6161
v4	0,6147*	0,0095	0,3167	0,2518	-0,0274	-0,2249	0,0397	0,3280	-0,0081	0,7022
v5	0,7212*	0,0926	0,1517	0,1740	0,1401	-0,0386	-0,0376	0,1277	-0,1293	0,6376
v6	0,5515*	0,1445	0,1365	0,0746	0,0153	0,3363	0,0196	0,0364	-0,0181	0,4647
v7	0,4945*	0,0700	0,0958	0,2739	0,3154	0,3362	0,0916	0,0052	0,1459	0,5759
v8	0,3405	-0,1288	0,2547	0,2167	0,6130*	0,1721	0,1243	0,0314	0,1188	0,6802
v9	0,1390	0,0241	0,1161	0,7696*	0,2291	0,1630	0,0142	0,1193	-0,0305	0,7200
v10	0,3276	0,2756	0,1604	0,6331*	-0,0471	-0,0106	0,0600	-0,0065	0,2744	0,6911
v11	0,4779*	0,3623	0,1525	0,1034	-0,0323	0,2608	0,0182	-0,0028	0,3987	0,6219
v12	0,2255	0,0837	0,5074*	0,0057	0,2750	-0,0537	-0,3610	0,1269	0,2874	0,6229
v13	0,1791	0,1587	0,4279	-0,0466	0,4991*	0,1594	0,0379	0,0249	0,1687	0,5475
v14	0,0179	0,0607	0,2932	0,3465	0,1646	0,4901*	0,0935	0,0699	0,2942	0,5774
v15	0,1951	0,0773	0,6149*	0,1588	0,1423	0,3667	0,1551	0,1569	0,0299	0,6517
v16	0,1544	0,0634	0,7712*	0,0577	0,0187	0,0782	0,1107	0,0811	-0,0091	0,6514
v17	0,1138	0,1585	0,6174*	0,2353	0,1443	-0,1265	0,1639	0,1135	0,3053	0,6444
v18	0,1413	0,1072	0,2306	0,2405	0,0398	0,3617	0,1160	0,0694	0,4623*	0,5069
v19	0,0162	0,0699	0,1348	-0,2128	0,2347	0,0753	-0,1521	0,2419	0,6046*	0,5765
v20	0,0283	0,1348	0,0209	0,2759	0,1699	0,0106	0,2042	0,1399	0,6697*	0,6343
v21	0,1521	0,6919*	-0,0212	0,0649	0,2136	-0,1446	-0,0080	0,2370	0,1053	0,6404
v22	-0,0015	0,7405*	0,1575	0,3625	0,0525	0,0269	0,0011	0,1361	0,1457	0,7478
v23	0,0044	0,6836*	0,2179	-0,0412	-0,0361	0,4447	0,0403	0,0193	-0,0540	0,7206
v24	0,0261	0,4350*	0,3840	0,0472	0,3026	0,1962	0,2013	0,3863	0,0524	0,6622
v25	0,0705	0,3633	-0,0252	0,2391	0,6660*	0,0676	0,0289	0,0791	0,0644	0,6542

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Comunalidad
v26	0,2801	0,5258*	0,0168	-0,1436	0,3226	0,0011	-0,0750	0,1556	0,1903	0,5459
v27	-0,0546	0,1752	0,1446	-0,0085	0,5756*	-0,0094	0,0790	0,3633	0,2238	0,5744
v28	0,0891	0,1769	0,0877	0,0635	0,1193	0,1176	-0,0146	0,7500*	0,0479	0,6441
v29	0,0870	0,1788	0,2005	0,0771	0,0407	0,0403	0,1226	0,7236*	0,2586	0,6945
v30	0,1899	0,0081	-0,0716	0,0143	0,1756	0,5912*	-0,0219	0,4720	0,0849	0,6522
Valor propio	2,7754	2,5522	2,5595	1,8510	2,2110	1,6315	1,4717	1,9964	1,8891	
% de varianza	9,25%	8,51%	8,53%	6,17%	7,37%	5,44%	4,91%	6,65%	6,30%	
% acumulado	27,35%	34,32%	39,34%	43,98%	48,24%	52,20%	56,09%	59,64%	63,13%	

### Coeficientes de puntuación de los factores

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9
v1	-0,0507	0,0209	0,0175	-0,0833	-0,1215	0,0535	0,5440	0,0433	-0,0006
v2	0,0540	-0,0145	-0,0581	-0,0415	0,1595	-0,1658	0,4985	-0,0542	-0,0426
v3	0,3393	-0,0300	-0,1148	-0,2043	-0,0303	-0,0210	0,1496	-0,0821	0,1649
v4	0,2631	-0,0746	0,0907	0,0931	-0,1489	-0,2721	-0,0320	0,2247	-0,0900
v5	0,3371	-0,0004	-0,0192	0,0202	0,0132	-0,0971	-0,0839	0,0548	-0,1954
v6	0,2499	0,0363	-0,0293	-0,0692	-0,0826	0,2099	-0,0355	-0,0384	-0,0957
v7	0,1603	-0,0501	-0,1088	0,0729	0,1173	0,1828	-0,0134	-0,0958	-0,0094
v8	0,0464	-0,1780	0,0178	0,0531	0,3569	0,0501	-0,0041	-0,0864	-0,0594
v9	-0,0801	-0,0981	-0,0633	0,5335	0,0997	0,0433	-0,0842	0,0551	-0,1531
v10	0,0561	0,0758	-0,0387	0,3732	-0,1658	-0,1169	-0,0255	-0,0750	0,1369
v11	0,1949	0,1337	-0,0491	-0,0768	-0,1883	0,1129	-0,0333	-0,1336	0,2382
v12	0,0360	-0,0654	0,2689	-0,0746	0,0832	-0,1247	-0,3425	-0,0351	0,1255
v13	-0,0175	0,0040	0,1779	-0,1548	0,2583	0,0388	-0,0358	-0,1474	-0,0188
v14	-0,1319	-0,0822	0,0519	0,1622	-0,0011	0,2951	-0,0178	-0,0613	0,1100
v15	-0,0383	-0,0526	0,2842	-0,0147	-0,0238	0,1841	0,0277	-0,0029	-0,1308
v16	-0,0353	-0,0196	0,4540	-0,0725	-0,0891	-0,0326	0,0118	-0,0373	-0,1193
v17	-0,0805	-0,0019	0,3050	0,0616	-0,0443	-0,2265	0,0503	-0,0430	0,1217
v18	-0,0314	-0,0442	0,0069	0,0674	-0,1217	0,1901	0,0161	-0,0609	0,2795
v19	-0,0233	-0,0760	0,0052	-0,2132	0,0331	-0,0028	-0,1417	0,0526	0,4208
v20	-0,0796	-0,0357	-0,1357	0,1301	-0,0362	-0,0934	0,1073	-0,0049	0,4615
v21	0,0413	0,3327	-0,1114	-0,0216	0,0420	-0,1924	0,0115	0,0407	-0,0358
v22	-0,0999	0,3468	-0,0027	0,1901	-0,0872	-0,0804	-0,0121	-0,0437	-0,0154
v23	-0,0507	0,3659	0,0782	-0,1361	-0,1098	0,2952	0,0347	-0,1334	-0,1575
v24	-0,1062	0,1365	0,1205	-0,0728	0,0731	0,0422	0,1153	0,1238	-0,1501
v25	-0,0720	0,1148	-0,1445	0,1149	0,4153	-0,0202	-0,0156	-0,0873	-0,1183
v26	0,1227	0,2341	-0,0909	-0,2028	0,1193	-0,0658	-0,0541	-0,0378	0,0370
v27	-0,1230	-0,0240	-0,0182	-0,0547	0,3087	-0,0904	0,0270	0,1319	0,0210
v28	-0,0068	-0,0481	-0,0700	0,0196	-0,0547	0,0122	-0,0346	0,4960	-0,0985
v29	-0,0256	-0,0516	-0,0125	0,0010	-0,1548	-0,0763	0,0613	0,4572	0,0769
v30	0,0544	-0,1273	-0,1959	-0,0454	0,0174	0,4193	-0,0617	0,2875	-0,0504



## Apéndice 11.2

### ANÁLISIS FACTORIAL (Análisis de componentes principales)

**Relación entre la capacidad asociativa de la población territorial y la existencia de capital social**

Nº	Identificación de las variables
1	v60 - v60
2	v61 - v61
3	v62 - v62
4	v63 - v63
5	v64 - v64
6	v65 - v65
7	v66 - v66
8	v67 - v67
9	v68 - v68
10	v69 - v69
11	v70 - v70
12	v71 - v71
13	v72 - v72
14	v73 - v73
15	v74 - v74
16	v75 - v75
17	v76 - v76
18	v77 - v77
19	v78 - v78
20	v79 - v79
21	v80 - v80
22	v81 - v81
23	v82 - v82
24	v83 - v83
25	v84 - v84

#### Matriz de coeficientes de correlación simple

Variables	v60	v61	v62	v63	v64	v65	v66	v67	v68	v69	v70	v71	v72	v73	v74	v75	v76	v77	v78	v79	v80	v81	v82	v83	v84
v60	1,0000																								
v61	0,4774	1,0000																							
v62	0,4610	0,3416	1,0000																						
v63	0,3584	0,3568	0,2374	1,0000																					
v64	0,3745	0,3632	0,3662	0,2391	1,0000																				

Variables	v6 0	v6 1	v6 2	v6 3	v6 4	v6 5	v6 6	v6 7	v6 8	v6 9	v7 0	v7 1	v7 2	v7 3	v7 4	v7 5	v7 6	v7 7	v7 8	v7 9	v8 0	v8 1	v8 2	v8 3	V8 4
v65	0,5 14 9	0,2 94 6	0,4 00 7	0,2 59 6	0,4 79 5	1,0 00 0																			
v66	0,3 03 1	0,1 23 6	0,2 12 1	0,3 39 5	0,2 40 9	0,3 47 9	1,0 00 0																		
v67	0,2 84 7	0,2 36 9	0,2 01 7	0,3 22 0	0,2 42 0	0,2 62 1	0,5 16 0	1,0 00 0																	
v68	0,3 28 9	0,1 49 4	0,3 85 7	0,2 68 1	0,2 86 7	0,4 88 4	0,3 54 4	0,4 15 0	1,0 00 0																
v69	0,2 41 8	0,3 85 5	0,2 85 0	0,2 38 8	0,3 59 7	0,2 67 5	0,2 30 0	0,4 16 5	0,2 68 1	1,0 00 0															
v70	0,0 39 6	0,3 14 8	0,0 47 9	0,3 43 0	0,0 46 2	0,0 37 4	0,2 81 7	0,2 68 7	0,1 00 4	0,3 14 9	1,0 00 0														
v71	0,1 30 6	0,1 68 1	0,2 59 0	0,2 83 3	0,2 97 9	0,2 76 5	0,3 22 9	0,2 53 8	0,2 15 0	0,3 52 9	0,2 51 5	1,0 00 0													
v72	- 0,0 22 0	0,0 90 1	0,1 58 7	0,2 01 1	0,1 93 5	0,0 83 4	0,2 00 9	0,2 68 3	0,1 79 3	0,3 06 4	0,2 87 3	0,3 26 3	1,0 00 0												
v73	0,1 18 1	0,1 26 3	0,1 20 4	0,2 04 0	0,1 34 0	0,0 67 6	0,0 91 1	0,2 07 3	0,1 90 5	0,2 27 5	0,2 24 2	0,3 07 7	0,2 66 0	1,0 00 0											
v74	0,0 87 7	0,1 10 2	0,0 00 4	0,0 93 4	0,1 06 4	0,0 49 0	0,0 73 8	0,2 09 4	0,0 66 6	0,1 93 6	0,1 78 0	0,3 12 8	0,3 07 7	0,5 35 5	1,0 00 0										
v75	0,0 85 8	0,0 61 3	0,0 58 7	0,0 50 4	0,0 42 5	0,0 69 0	0,1 80 4	0,2 74 0	0,0 91 7	0,2 00 5	0,1 67 0	0,3 65 0	0,3 01 9	0,5 95 1	1,0 29 7	0,0 00 0									
v76	0,1 25 8	0,1 26 8	0,1 03 3	0,0 07 7	0,1 06 6	0,0 53 1	0,0 18 1	0,2 03 3	0,0 75 4	0,2 21 8	0,1 75 4	0,3 88 6	0,2 37 0	0,2 69 5	0,2 82 9	0,2 97 4	1,0 00 0								
v77	0,0 45 5	0,1 25 8	0,1 85 0	0,2 09 7	0,1 19 3	0,1 45 1	0,0 82 5	0,1 00 6	0,1 59 5	0,1 99 0	0,1 62 6	0,2 57 8	0,1 62 0	0,2 72 2	0,2 62 0	0,1 74 7	0,2 80 0	1,0 00 0							
v78	0,0 56 7	0,1 63 1	0,1 27 8	0,2 01 0	0,1 69 9	0,0 92 5	0,1 53 5	0,2 05 6	0,1 47 6	0,1 74 0	0,2 13 6	0,3 05 2	0,2 69 9	0,2 62 6	0,3 34 5	0,2 82 8	0,1 88 6	0,3 20 1	1,0 00 0						
v79	0,0 66 0	0,2 04 4	0,1 85 0	0,1 78 6	0,2 59 6	0,0 28 5	0,0 59 1	0,1 84 3	0,0 29 5	0,1 28 6	0,1 69 7	0,2 68 3	0,4 06 1	0,2 19 5	0,3 21 4	0,3 18 1	0,3 31 5	0,2 92 4	0,3 75 2	1,0 00 0					
v80	0,0 86 5	0,1 32 3	0,1 21 3	0,1 38 8	0,1 24 5	0,0 80 1	0,0 30 4	0,1 68 6	0,0 74 8	0,0 14 4	0,1 09 5	0,2 15 3	0,2 72 0	0,3 21 2	0,2 68 7	0,2 70 9	0,3 31 8	0,2 53 3	0,1 57 5	0,3 20 5	1,0 00 0				
v81	- 0,0 04 8	0,1 40 6	- 0,0 61 3	0,2 10 2	0,0 73 5	0,0 01 9	0,0 78 2	0,1 36 8	- 0,0 03 8	0,0 61 9	0,3 16 5	0,2 52 9	0,2 01 6	0,1 67 3	0,1 65 4	0,2 05 0	0,2 24 1	0,1 34 6	0,1 82 5	0,2 56 4	0,3 93 4	1,0 00 0			
v82	0,0 22 5	0,1 09 2	- 0,0 35 8	0,1 67 1	0,0 21 0	- 0,0 53 8	0,0 93 6	0,0 65 7	- 0,1 71 0	0,0 28 0	0,2 98 6	0,2 12 8	0,0 83 2	0,2 46 4	0,2 67 1	0,2 10 1	0,1 48 0	0,1 83 9	0,2 33 1	0,2 87 1	0,2 58 7	0,3 60 2	1,0 00 0		
v83	0,0 22 1	0,1 49 8	0,0 68 8	0,1 34 2	0,1 35 2	0,0 32 0	0,0 88 8	0,1 17 9	- 0,0 89 0	0,1 17 0	0,2 17 2	0,2 92 4	0,2 21 8	0,2 85 2	0,4 26 0	0,4 01 9	0,2 07 2	0,2 86 8	0,3 63 2	0,3 11 6	0,2 13 0	0,2 83 8	0,4 62 3	1,0 00 0	
v84	0,1 44 0	0,1 08 5	0,1 24 0	0,2 87 1	0,0 01 0	0,1 56 7	0,0 98 4	0,2 33 7	0,1 60 3	0,1 28 9	0,1 54 9	0,2 64 1	0,1 39 8	0,3 15 5	0,3 47 2	0,3 61 5	0,1 61 2	0,2 59 3	0,1 89 4	0,2 33 3	0,2 58 0	0,1 08 5	0,2 35 9	0,2 95 9	1,0 00 0

### Test de Bartlett

Determinante de la matriz de correlación:	0,0003	
Ji cuadrado con 300 grados de libertad:	1.954,9350	p = 0,0000

### Valores propios

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Factor 14	Factor 15	Factor 16	Factor 17	Factor 18	Factor 19	Factor 20	Factor 21	Factor 22	Factor 23	Factor 24	Factor 25
Valor propio	6,0130	2,9689	1,4345	1,3810	1,2093	1,0886	0,9963	0,9633	0,8676	0,7843	0,7374	0,6819	0,6664	0,6362	0,5849	0,5367	0,5000	0,4855	0,4490	0,4070	0,3874	0,3398	0,3219	0,2920	0,2672
% de varianza explicada	24,05%	11,88%	5,74%	5,52%	4,84%	4,35%	3,99%	3,85%	3,47%	3,14%	2,95%	2,73%	2,67%	2,54%	2,34%	2,15%	2,00%	1,94%	1,80%	1,63%	1,55%	1,36%	1,29%	1,17%	1,07%
% acumulado	24,05%	35,93%	41,67%	47,19%	52,03%	56,38%	60,37%	64,22%	67,69%	70,83%	73,78%	76,50%	79,11%	81,71%	84,05%	86,20%	88,20%	90,14%	91,94%	93,57%	95,12%	96,48%	97,77%	98,94%	100,00%

### Cargas de los factores

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Factor 14	Factor 15	Factor 16	Factor 17	Factor 18	Factor 19	Factor 20	Factor 21	Factor 22	Factor 23	Factor 24	Factor 25	Comunalidad
v60	0,4178	0,5672	0,0678	-0,3025	0,2791	-0,0329	-0,1746	0,0141	-0,0857	-0,0633	0,1847	0,1427	0,0970	-0,0329	0,1137	0,0445	-0,0394	0,0367	-0,1820	-0,1889	-0,1219	0,0135	-0,1077	0,1758	0,2251	1,0000
v61	0,4689	0,3201	-0,1883	-0,0405	0,0481	0,2540	-0,0262	0,0228	-0,1807	-0,0130	0,0931	0,0953	0,1189	0,0830	0,0269	-0,0067	0,1774	-0,0155	0,1656	-0,0552	0,2480	-0,0411	-0,1570	-0,1562	-0,0967	1,0000
v62	0,4312	0,4814	0,2783	-0,2205	-0,0787	0,0230	0,0809	0,0744	-0,0161	-0,1672	-0,0293	0,4059	-0,0465	0,2887	-0,2155	-0,1401	-0,0731	0,0282	0,1300	0,0071	-0,1543	-0,0882	0,1618	-0,0938	-0,0492	1,0000
v63	0,5295	0,2297	-0,3602	-0,1022	0,1837	-0,0833	0,0444	0,2614	-0,1530	-0,1596	-0,2186	0,0608	0,2271	-0,2716	0,2076	-0,2071	-0,1909	-0,0694	0,1103	0,1578	0,0544	-0,0210	0,1215	0,0217	0,0237	1,0000
v64	0,4822	0,4078	0,1793	-0,2502	-0,1912	0,0837	0,1075	-0,2591	0,0225	0,2401	-0,1891	-0,2057	-0,1787	-0,2626	0,0332	0,0240	-0,0463	-0,1380	0,1300	0,2102	-0,1679	-0,1355	-0,0542	-0,0546	0,1032	1,0000
v65	0,4275	0,5983	0,1597	-0,0760	0,1640	-0,1024	0,1620	-0,1222	0,1522	0,1930	-0,1093	-0,1458	0,0658	0,1259	0,0780	0,2601	0,0900	0,0156	-0,1840	-0,0254	0,0631	0,2236	0,2047	-0,1133	-0,1017	1,0000
v66	0,4464	0,3589	-0,3616	0,3578	0,1206	-0,1280	0,2741	-0,1912	0,0925	-0,0393	0,1292	0,1773	-0,1632	-0,0549	0,2098	0,0020	0,1447	-0,0289	0,1623	0,0879	0,1227	-0,1253	0,0031	-0,1531	0,0340	1,0000
v67	0,5620	0,2634	-0,2206	0,3816	0,0046	-0,1244	0,0917	0,1041	-0,1322	-0,1322	0,3067	0,1838	-0,2702	-0,0663	-0,1055	-0,1479	0,0546	-0,0524	0,0204	0,0635	0,1323	0,0160	0,1926	-0,1398	0,1669	1,0000
v68	0,4122	0,5312	0,1363	0,3203	0,0478	-0,2251	0,1012	0,2237	-0,0331	0,1739	-0,0875	0,0402	0,0844	0,1095	-0,2312	0,1523	-0,2126	0,0660	0,0221	0,1488	0,2048	-0,1193	-0,1785	0,1286	-0,0201	1,0000
v69	0,5298	0,2776	-0,0909	0,1421	-0,3728	-0,0629	0,0460	0,1532	0,0065	-0,0606	-0,023	-0,015	-0,1092	-0,0105	-0,2105	-0,021	-0,1900	0,1945	-0,016	0,0273	-0,1111	0,0665	-0,0000	0,1806	-0,1200	1,0000

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Factor 14	Factor 15	Factor 16	Factor 17	Factor 18	Factor 19	Factor 20	Factor 21	Factor 22	Factor 23	Factor 24	Factor 25	Comunalidad
			08		63		98				28	11	07		28	75	39		76		48		56		55	
v70	0,4667	-0,1032	-0,06169	0,0396	-0,1380	0,1226	-0,1525	0,2409	0,0573	0,0002	-0,0235	0,1053	0,0313	0,1171	-0,0615	0,3776	0,1050	-0,1173	0,0929	0,1258	0,1245	0,0244	0,1025	0,0745	0,1295	1,0000
v71	0,6386	-0,0353	0,0422	0,1276	-0,1333	-0,0003	0,1061	-0,1181	0,4550	-0,0660	-0,2689	0,1226	0,2049	-0,1361	-0,0638	-0,1232	0,1941	0,1268	0,1163	-0,0969	0,2137	-0,0242	0,0226	0,0613	0,1559	1,0000
v72	0,5172	-0,1469	0,0010	0,2883	-0,4604	-0,0240	0,0586	-0,0192	-0,3218	0,0846	-0,3078	0,1491	-0,0378	0,1645	0,1323	0,0262	-0,0169	-0,1169	-0,2496	-0,1664	0,0356	-0,0616	-0,1164	-0,1091	0,0524	1,0000
v73	0,5430	-0,2428	0,1828	0,1393	0,1806	0,0231	-0,3216	0,2304	0,0040	0,4199	0,0005	0,2739	-0,0772	-0,1937	-0,0276	-0,0869	-0,0651	0,0172	0,1031	-0,0074	0,0399	0,2621	-0,0703	-0,1002	0,0105	1,0000
v74	0,5547	-0,3996	0,2448	0,2056	0,2179	0,1909	-0,2273	-0,1184	-0,0862	0,2036	0,0734	0,0085	0,0751	-0,0347	0,1605	0,1292	0,0088	0,0596	0,0515	-0,0996	0,0091	-0,3155	0,2167	-0,0675	-0,0991	1,0000
v75	0,5406	-0,3255	0,1384	0,2954	0,1650	0,0236	-0,1048	0,03183	0,0494	0,2498	0,0293	0,0617	0,2703	0,2061	0,1162	0,0080	0,0224	0,1352	0,0281	0,2940	0,1080	0,0764	-0,1064	-0,1065	0,1372	1,0000
v76	0,4819	-0,1988	0,2708	-0,0757	-0,3418	-0,1542	-0,2423	0,0167	0,3410	0,3064	0,2275	0,0661	0,0228	-0,2182	-0,0420	0,1716	-0,1111	0,2259	0,1370	-0,0024	0,0108	-0,0031	-0,0456	0,0438	-0,1331	1,0000
v77	0,4642	-0,1624	0,2235	-0,1036	0,0113	0,0721	0,2690	0,5645	0,2257	-0,0741	0,1518	-0,1733	-0,1305	0,1283	0,3552	-0,0082	-0,0254	0,0810	0,0397	-0,0477	-0,0324	-0,0455	-0,0442	-0,0724	0,1027	1,0000
v78	0,5146	-0,2088	0,0415	0,0300	-0,0422	0,2829	0,4352	0,0997	-0,1543	0,1269	0,3086	0,0484	0,2882	-0,1451	-0,2615	-0,0990	0,2075	-0,0859	0,1522	-0,0035	-0,1177	0,0067	-0,0445	-0,0150	-0,0149	1,0000
v79	0,5358	-0,2904	0,1536	-0,1922	-0,2848	0,0067	0,2255	-0,0752	0,3899	-0,1919	0,0036	0,0079	-0,1180	-0,1687	0,0126	0,1894	-0,0780	0,2685	0,1560	-0,0235	0,0671	0,1806	0,0518	0,1374	-0,0359	1,0000
v80	0,4540	-0,2908	0,1625	-0,2058	-0,0564	-0,5939	-0,1264	0,0433	-0,1215	0,0968	0,0522	-0,0287	-0,0979	0,1443	0,0559	-0,1709	0,3362	-0,0976	-0,0290	0,1616	0,0198	-0,0060	0,0435	0,1561	-0,0126	1,0000
v81	0,3882	-0,3416	-0,3672	-0,2408	-0,1484	-0,4277	0,0074	0,0860	0,1061	0,1984	0,0148	-0,2173	0,2241	0,0943	-0,0968	-0,0647	-0,2375	0,1204	0,0952	-0,2098	-0,1662	-0,0198	-0,0038	-0,0593	-0,0334	1,0000
v82	0,3772	-0,4577	-0,3164	-0,3201	0,2493	0,0146	0,1206	-0,1252	0,1388	0,0556	0,0199	0,1782	-0,3136	-0,0229	-0,1261	0,0498	-0,0090	0,2383	-0,2683	0,1278	0,0916	-0,1207	-0,0595	-0,0975	-0,0073	1,0000
v83	0,5012	-0,4368	-0,0220	-0,1538	0,2132	0,2662	0,1942	-0,2221	0,0923	0,0374	0,0138	0,0166	-0,0827	0,2599	0,0000	0,1006	-0,2239	0,3520	0,0680	0,0198	0,1416	0,1142	-0,0077	0,1530	-0,0400	1,0000
v84	0,4831	-0,1580	0,1348	0,0644	0,4881	-0,0719	-0,0664	0,1753	-0,0942	0,2922	-0,3586	-0,2365	-0,1216	-0,0565	-0,2699	0,0870	0,1015	-0,0768	0,0207	0,1574	0,1121	-0,0243	0,0863	0,0154	-0,0362	1,0000

**Coeficientes de puntuación de los factores**

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Factor 14	Factor 15	Factor 16	Factor 17	Factor 18	Factor 19	Factor 20	Factor 21	Factor 22	Factor 23	Factor 24	Factor 25
-----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Variables	Fact or 1	Fact or 2	Fact or 3	Fact or 4	Fact or 5	Fact or 6	Fact or 7	Fact or 8	Fact or 9	Fact or 10	Fact or 11	Fact or 12	Fact or 13	Fact or 14	Fact or 15	Fact or 16	Fact or 17	Fact or 18	Fact or 19	Fact or 20	Fact or 21	Fact or 22	Fact or 23	Fact or 24	Fact or 25
v60	0,0695	0,0911	0,0472	0,02190	0,02308	0,0302	0,01753	0,01704	0,00988	0,00807	0,02504	0,02093	0,01455	0,00517	0,01945	0,00828	0,00787	0,00756	0,04054	0,04643	0,03148	0,0397	0,03346	0,06020	0,08426
v61	0,0780	0,1078	0,01313	0,03479	0,030398	0,02333	0,02973	0,00237	0,02083	0,00165	0,01263	0,01397	0,01784	0,01305	0,00459	0,00126	0,03547	0,00319	0,03689	0,01357	0,06403	0,01210	0,04878	0,05348	0,03620
v62	0,0717	0,1622	0,1940	0,1597	0,0651	0,0211	0,0812	0,0773	0,0186	0,02132	0,0397	0,05953	0,00698	0,04537	0,03685	0,02610	0,01462	0,00582	0,02894	0,0174	0,03983	0,02595	0,05026	0,03214	0,01843
v63	0,0881	0,0774	0,02511	0,0740	0,1519	0,0766	0,0446	0,02714	0,01763	0,02035	0,02965	0,0892	0,03408	0,04268	0,03549	0,03859	0,03817	0,01430	0,02457	0,03878	0,01406	0,0619	0,03775	0,0743	0,03134
v64	0,0802	0,1374	0,1250	0,1812	0,1581	0,0769	0,1079	0,2690	0,0260	0,03061	0,02564	0,03017	0,02682	0,04127	0,0568	0,0447	0,0927	0,02842	0,02894	0,05165	0,04335	0,03988	0,01684	0,01871	0,03863
v65	0,0711	0,2015	0,1113	0,0550	0,1356	0,0940	0,1626	0,1269	0,1755	0,02461	0,01482	0,02139	0,00987	0,01979	0,01334	0,04847	0,01799	0,00321	0,04098	0,00625	0,01630	0,06580	0,06357	0,03881	0,03806
v66	0,0742	0,1209	0,2521	0,2591	0,0997	0,1176	0,2751	0,1985	0,1066	0,00501	0,01753	0,02601	0,02448	0,00863	0,03586	0,00038	0,02893	0,00595	0,03614	0,02159	0,03169	0,0157	0,04756	0,1163	0,07781
v67	0,0935	0,0887	0,1538	0,2763	0,0038	0,1143	0,00921	0,1081	0,1529	0,1685	0,4159	0,2696	0,04055	0,01041	0,01804	0,02756	0,01093	0,01079	0,0455	0,01561	0,03416	0,0472	0,05983	0,04787	0,06248
v68	0,0685	0,1789	0,0950	0,2319	0,0395	0,2068	0,1016	0,2323	0,0382	0,2218	0,1186	0,0589	0,1267	0,1722	0,3952	0,2838	0,4251	0,1359	0,0492	0,3657	0,5288	0,3510	0,5543	0,4404	0,0753
v69	0,0881	0,0935	0,0633	0,1029	0,2368	0,3456	0,3009	0,0477	0,1766	0,0083	0,0851	0,3389	0,2261	0,1716	0,0903	0,4054	0,0079	0,04006	0,03733	0,0672	0,2964	0,1957	0,0175	0,06187	0,04699
v70	0,0776	0,0348	0,04300	0,0286	0,1141	0,1126	0,1530	0,2501	0,0660	0,0002	0,0318	0,1544	0,0469	0,1840	0,1052	0,07035	0,02100	0,02417	0,02068	0,3092	0,3214	0,0719	0,03185	0,2551	0,04849
v71	0,1062	0,0119	0,0294	0,0924	0,1102	0,1002	0,1065	0,1226	0,5244	0,0842	0,3646	0,1798	0,3075	0,2139	0,1091	0,2296	0,3882	0,2611	0,2590	0,2381	0,5516	0,0711	0,0701	0,2098	0,05835
v72	0,0860	0,0495	0,0007	0,2087	0,3807	0,0221	0,0588	0,0199	0,3709	0,1079	0,4174	0,2187	0,0567	0,2585	0,2262	0,0489	0,0337	0,02407	0,05559	0,4089	0,0919	0,1813	0,3617	0,3737	0,1961
v73	0,0903	0,0818	0,1274	0,1009	0,1494	0,0213	0,3228	0,2392	0,0046	0,05353	0,0007	0,4017	0,1159	0,3044	0,01671	0,1618	0,1301	0,0355	0,2297	0,0181	0,1030	0,7713	0,2184	0,3431	0,0392
v74	0,0922	0,1346	0,1707	0,1489	0,1802	0,1753	0,2282	0,1229	0,0994	0,2596	0,0995	0,0124	0,1127	0,0545	0,2745	0,2408	0,0176	0,1228	0,1146	0,2448	0,0234	0,9285	0,6730	0,2313	0,03709
v75	0,0899	0,1096	0,0965	0,2139	0,1364	0,0217	0,1052	0,3304	0,0570	0,3185	0,0398	0,0904	0,4055	0,3240	0,1987	0,0149	0,0447	0,2785	0,0627	0,7223	0,2788	0,2249	0,3304	0,4675	0,2140
v76	0,0801	0,0670	0,1887	0,0548	0,2826	0,1416	0,2432	0,0174	0,3931	0,3906	0,3086	0,0970	0,0343	0,0329	0,0718	0,3198	0,2222	0,04653	0,3051	0,0060	0,0279	0,0093	0,1416	0,1500	0,04983
v77	0,0772	0,1505	0,1558	0,0007	0,0093	0,2762	0,5800	0,2660	0,001	0,2009	0,2058	0,2025	0,2019	0,2016	0,6073	0,0101	0,005	0,1668	0,0884	0,011	0,008	0,013	0,013	0,024	0,03843

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Factor 14	Factor 15	Factor 16	Factor 17	Factor 18	Factor 19	Factor 20	Factor 21	Factor 22	Factor 23	Factor 24	Factor 25
		47		50						45		42	57			53	08			72	36	41	72	80	
v78	0,0856	-0,0703	0,0289	0,0218	-0,0349	0,2599	0,4368	0,1035	-0,1778	0,1619	0,4185	-0,0710	0,4324	-0,2281	-0,4472	0,1845	0,4150	-0,1768	-0,3390	0,0087	-0,3038	0,0199	-0,0139	-0,0515	-0,0557
v79	0,0891	-0,0978	0,1071	-0,1392	-0,2355	0,0062	0,2264	-0,0781	-0,4495	-0,2446	0,0049	0,0115	-0,1771	-0,2652	0,0215	0,3530	-0,1559	0,5530	0,3474	0,0578	0,1733	0,5314	0,1610	0,4706	-0,1343
v80	0,0755	-0,0979	0,1132	-0,1490	-0,0466	0,5455	0,1269	0,0449	-0,1401	0,1234	0,0708	-0,0421	0,1469	0,2268	0,0956	-0,3184	0,6724	-0,2010	0,0647	0,3970	0,0511	-0,0175	0,1353	0,5347	-0,0471
v81	0,0646	-0,1151	-0,2560	-0,1744	0,1227	-0,3929	0,0074	-0,0893	0,1223	0,2530	0,0201	-0,3187	0,3363	0,1483	-0,1655	-0,1205	0,4749	0,2480	0,2119	-0,5155	-0,4291	-0,0583	0,0119	0,2030	-0,1252
v82	0,0627	-0,1542	-0,2205	-0,2318	0,2062	0,0134	0,1211	-0,1300	0,1600	0,0709	0,0270	0,2613	-0,4706	-0,0360	-0,2157	0,0928	-0,0181	0,4907	-0,5975	0,3140	0,2365	-0,3554	0,1847	0,3340	-0,0274
v83	0,0834	-0,1471	-0,0154	-0,1114	0,1763	0,2445	0,1949	-0,2305	0,1064	0,0477	-0,0187	-0,0243	0,1241	0,4086	-0,0001	0,1875	-0,4477	-0,1550	0,7214	0,0486	0,3655	0,3360	-0,0240	0,5240	-0,0152
v84	0,0803	-0,0532	0,0940	0,0466	0,4036	-0,0660	-0,0667	0,1820	-0,1085	-0,0375	-0,4863	-0,1869	-0,0825	-0,0888	-0,4616	0,1621	0,2030	-0,1582	0,0462	0,3868	-0,2894	-0,0715	0,2679	-0,0528	-0,1357

### Cargas de los factores retenidos

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Comunalidad
v60	0,4178	0,5672	0,0678	-0,3025	0,2791	-0,0329	0,6714
v61	0,4689	0,3201	-0,1883	-0,4805	-0,0481	0,2540	0,6556
v62	0,4312	0,4814	0,2783	-0,2205	-0,0787	0,0230	0,5504
v63	0,5295	0,2297	-0,3602	-0,1022	0,1837	-0,0833	0,5140
v64	0,4822	0,4078	0,1793	-0,2502	-0,1912	0,0837	0,5371
v65	0,4275	0,5983	0,1597	-0,0760	0,1640	-0,1024	0,6094
v66	0,4464	0,3589	-0,3616	0,3578	0,1206	-0,1280	0,6177
v67	0,5620	0,2634	-0,2206	0,3816	0,0046	-0,1244	0,5950
v68	0,4122	0,5312	0,1363	0,3203	0,0478	-0,2251	0,6262
v69	0,5298	0,2776	-0,0908	0,1421	-0,2863	0,3762	0,6097
v70	0,4667	-0,1032	-0,6169	0,0396	-0,1380	0,1226	0,6446
v71	0,6386	-0,0353	0,0422	0,1276	-0,1333	-0,0003	0,4449
v72	0,5172	-0,1469	0,0010	0,2883	-0,4604	-0,0240	0,5847
v73	0,5430	-0,2428	0,1828	0,1393	0,1806	0,0231	0,4398
v74	0,5547	-0,3996	0,2448	0,2056	0,2179	0,1909	0,6535
v75	0,5406	-0,3255	0,1384	0,2954	0,1650	0,0236	0,5324
v76	0,4819	-0,1988	0,2708	-0,0757	-0,3418	-0,1542	0,4914
v77	0,4642	-0,1624	0,2235	-0,1036	0,0113	0,0721	0,3079
v78	0,5146	-0,2088	0,0415	0,0300	-0,0422	0,2829	0,3929
v79	0,5358	-0,2904	0,1536	-0,1922	-0,2848	0,0067	0,5131
v80	0,4540	-0,2908	0,1625	-0,2058	-0,0564	-0,5939	0,7153
v81	0,3882	-0,3416	-0,3672	-0,2408	-0,1484	-0,4277	0,6651
v82	0,3772	-0,4577	-0,3164	-0,3201	0,2493	0,0146	0,6168
v83	0,5012	-0,4368	-0,0220	-0,1538	0,2132	0,2662	0,5825
v84	0,4831	-0,1580	0,1348	0,0644	0,4881	-0,0719	0,5241

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Comunalidad
Valor propio	6,0130	2,9689	1,4345	1,3810	1,2093	1,0886	
% de varianza	24,05%	11,88%	5,74%	5,52%	4,84%	4,35%	
% acumulado	24,05%	35,93%	41,67%	47,19%	52,03%	56,38%	

## ROTACIÓN VARIMAX

### Cargas de los factores retenidos (después de la rotación)

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Comunalidad
v60	0,0774	0,7587*	0,0784	0,2186	-0,1878	0,0254	0,6714
v61	0,0140	0,6343*	0,4768	-0,0080	0,1494	-0,0581	0,6556
v62	0,0559	0,7021*	-0,1055	0,0921	0,1808	0,0450	0,5504
v63	0,1301	0,3493	0,4230	0,4257*	-0,0416	0,1147	0,5140
v64	0,0415	0,6598*	0,0253	0,0680	0,3047	0,0434	0,5371
v65	0,0686	0,6815*	-0,1167	0,3500	-0,0556	0,0325	0,6094
v66	0,0575	0,1613	0,1624	0,7479*	0,0369	-0,0356	0,6177
v67	0,1699	0,1656	0,0899	0,6960*	0,2117	0,0367	0,5950
v68	0,0671	0,4049	-0,2906	0,6031*	0,0853	0,0480	0,6262
v69	0,1243	0,3395	0,1777	0,2897	0,5316*	-0,2844	0,6097
v70	0,0781	-0,0514	0,6529*	0,3518	0,2930	0,0002	0,6446
v71	0,3675	0,1955	0,0989	0,2789	0,4015*	0,1510	0,4449
v72	0,2005	-0,0506	0,0311	0,2695	0,6639*	0,1663	0,5847
v73	0,6143*	0,0673	0,0203	0,1444	0,1384	0,1324	0,4398
v74	0,7837*	-0,0345	0,0208	0,0561	0,1850	0,0164	0,6535
v75	0,6555*	-0,0819	0,0057	0,2254	0,1836	0,1071	0,5324
v76	0,2635	0,1515	-0,0512	-0,0504	0,4845*	0,3989	0,4914
v77	0,4335*	0,2132	0,0542	-0,0636	0,2144	0,1468	0,3079
v78	0,4666*	0,1014	0,2125	0,0227	0,3408	-0,0555	0,3929
v79	0,3414	0,1571	0,1669	-0,1373	0,4725*	0,3192	0,5131
v80	0,2664	0,0945	0,0148	0,0354	0,1035	0,7895*	0,7153
v81	0,0542	-0,0877	0,4762	0,1136	0,1424	0,6281*	0,6651
v82	0,3958	-0,0534	0,6127*	-0,0921	-0,0961	0,2532	0,6168
v83	0,6302*	0,0308	0,3957	-0,1286	0,0990	0,0383	0,5825
v84	0,6339*	0,1364	0,0473	0,1977	-0,1979	0,1522	0,5241
Valor propio	3,3086	3,0235	1,8658	2,3094	2,0082	1,5798	
% de varianza	13,23%	12,09%	7,46%	9,24%	8,03%	6,32%	
% acumulado	24,05%	35,93%	41,67%	47,19%	52,03%	56,38%	

### Coefficientes de puntuación de los factores

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6
v60	0,0332	0,2974	0,0384	-0,0144	-0,2319	0,0262
v61	-0,0756	0,2645	0,3034	-0,1751	0,0327	-0,1121
v62	-0,0194	0,2728	-0,0989	-0,1014	0,0618	0,0240
v63	-0,0299	0,0645	0,2294	0,1620	-0,1581	0,0480
v64	-0,0620	0,2500	-0,0187	-0,1245	0,1498	-0,0008
v65	0,0198	0,2283	-0,1035	0,0773	-0,1303	0,0465
v66	-0,0365	-0,0866	0,0627	0,3945	-0,0737	-0,0264
v67	-0,0175	-0,0883	-0,0139	0,3468	0,0329	-0,0001
v68	0,0007	0,0468	-0,2392	0,2800	-0,0230	0,0745
v69	-0,0308	0,0470	0,0797	0,0245	0,3202	-0,3065
v70	-0,1118	-0,1190	0,3799	0,1549	0,1224	-0,0932

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6
v71	0,0420	-0,0073	-0,0346	0,0689	0,1576	0,0191
v72	-0,0759	-0,1286	-0,0771	0,1022	0,3979	0,0429
v73	0,2294	-0,0202	-0,0880	0,0293	-0,0472	-0,0131
v74	0,3282	-0,0526	-0,0938	-0,0213	-0,0185	-0,1451
v75	0,2446	-0,1055	-0,1062	0,1008	-0,0159	-0,0402
v76	-0,0306	0,0370	-0,1348	-0,1012	0,2567	0,2299
v77	0,1326	0,0829	-0,0417	-0,1220	0,0460	0,0113
v78	0,1399	0,0063	0,0661	-0,0783	0,1389	-0,1815
v79	0,0023	0,0559	0,0116	-0,1714	0,2346	0,1270
v80	-0,0405	0,0224	-0,1109	0,0107	-0,0615	0,5760
v81	-0,1738	-0,0739	0,2252	0,0725	-0,0037	0,4371
v82	0,0943	-0,0059	0,3389	-0,0763	-0,1939	0,0745
v83	0,2335	0,0208	0,1808	-0,1451	-0,0659	-0,1380
v84	0,2901	0,0231	-0,0553	0,0769	-0,3049	0,0308



## Apéndice 11.3

### ANÁLISIS FACTORIAL (Análisis de componentes principales)

**Interacción de factores económicos y extraeconómicos y su incidencia a través de la asociatividad en el fortalecimiento de las PYMI.**

Nº	Identificación de las variables
1	v31 - v31
2	v32 - v32
3	v33 - v33
4	v34 - v34
5	v35 - v35
6	v36 - v36
7	v37 - v37
8	v38 - v38
9	v39 - v39
10	v40 - v40
11	v41 - v41
12	v42 - v42
13	v43 - v43
14	v44 - v44
15	v45 - v45
16	v46 - v46
17	v47 - v47
18	v48 - v48
19	v49 - v49
20	v50 - v50
21	v51 - v51
22	v52 - v52
23	v53 - v53
24	v54 - v54
25	v55 - v55
26	v56 - v56
27	v57 - v57
28	v58 - v58
29	v59 - v59

#### Matriz de coeficientes de correlación simple

Variables	v31	v32	v33	v34	v35	v36	v37	v38	v39	v40	v41	v42	v43	v44	v45	v46	v47	v48	v49	v50	v51	v52	v53	v54	v55	v56	v57	v58	v59
v31	1,0000																												
v32	-0,2	1,0000																											

Variables	v3 1	v3 2	v3 3	v3 4	v3 5	v3 6	v3 7	v3 8	v3 9	v4 0	v4 1	v4 2	v4 3	v4 4	v4 5	v4 6	v4 7	v4 8	v4 9	v5 0	v5 1	v5 2	v5 3	v5 4	v5 5	v5 6	v5 7	v5 8	v5 9		
	99 5	0																													
v33	- 0,0 05 3	- 0,1 55 7	1,0 00 0																												
v34	- 0,2 07 1	- 0,2 07 2	- 0,1 74 9	1,0 00 0																											
v35	- 0,3 10 8	0,1 45 9	0,3 03 0	- 0,0 09 1	1,0 00 0																										
v36	- 0,2 04 9	0,2 62 0	0,2 41 0	- 0,2 33 2	0,1 89 0	1,0 00 0																									
v37	0,1 10 7	0,0 06 5	0,0 20 6	- 0,0 81 4	0,0 72 1	- 0,0 92 7	1,0 00 0																								
v38	- 0,0 33 4	0,0 14 1	0,0 87 7	0,1 55 0	0,0 83 3	- 0,2 48 7	- 0,1 33 0	1,0 00 0																							
v39	- 0,0 42 9	0,1 77 5	0,0 53 8	- 0,0 68 8	0,1 99 8	0,0 76 9	- 0,2 47 5	0,1 65 0	1,0 00 0																						
v40	0,0 62 9	- 0,1 00 5	0,0 09 5	0,0 11 1	0,0 45 6	- 0,0 28 9	- 0,3 35 7	0,2 19 9	- 0,2 05 2	1,0 00 0																					
v41	- 0,1 35 8	0,0 47 6	- 0,0 68 7	0,0 14 9	0,0 64 7	0,0 66 1	- 0,3 77 8	0,1 71 9	0,1 88 7	0,0 25 9	1,0 00 0																				
v42	- 0,0 48 1	- 0,1 27 7	- 0,0 62 8	0,0 16 2	- 0,0 43 6	0,2 31 9	- 0,2 65 6	0,1 50 1	- 0,1 83 2	- 0,1 71 7	0,0 17 7	1,0 00 0																			
v43	0,1 82 4	0,0 44 1	0,0 79 3	- 0,1 28 0	0,0 66 8	- 0,2 28 5	0,3 95 8	0,1 98 9	- 0,0 85 8	- 0,1 26 4	0,0 35 8	- 0,1 12 9	1,0 00 0																		
v44	0,0 06 5	0,0 11 6	- 0,0 89 7	- 0,1 24 5	0,0 26 1	0,1 77 5	0,1 58 3	0,0 33 3	0,0 30 2	- 0,1 04 6	0,1 33 8	0,0 20 7	- 0,3 89 3	1,0 00 0																	
v45	- 0,0 29 4	- 0,0 86 4	0,0 41 0	0,1 21 2	0,0 47 0	- 0,0 52 7	- 0,3 01 3	0,1 44 5	- 0,0 36 1	0,1 46 8	0,1 68 7	- 0,0 41 0	- 0,1 56 6	0,2 73 1	1,0 00 0																
v46	- 0,0 74 0	0,0 74 9	0,0 88 3	0,2 24 6	0,1 05 5	0,1 45 0	- 0,0 27 2	0,0 87 5	- 0,0 29 3	0,1 11 1	0,0 74 7	0,0 36 4	0,1 98 8	0,3 20 7	- 0,1 47 2	1,0 00 0															
v47	- 0,1 42 8	0,0 29 6	0,1 12 0	0,0 00 7	0,0 04 2	0,2 46 7	- 0,3 76 2	0,0 78 9	0,1 23 6	0,0 46 8	0,1 14 0	0,1 84 3	- 0,4 58 0	0,1 12 6	0,2 19 9	0,1 58 6	1,0 00 0														
v48	0,0 98 2	0,0 02 8	0,2 05 3	- 0,0 34 6	0,2 65 6	0,1 12 3	0,2 34 8	0,0 68 6	- 0,1 17 2	- 0,0 20 4	0,0 46 9	0,1 45 4	0,1 09 4	- 0,0 00 1	0,0 61 0	0,0 03 8	0,1 78 6	1,0 00 0													
v49	0,0 98 2	- 0,0 94 7	0,1 42 2	- 0,2 15 5	- 0,1 13 3	0,1 23 4	- 0,0 11 3	- 0,0 23 8	0,0 31 1	0,0 32 0	0,0 08 2	- 0,0 51 8	- 0,2 08 7	0,2 96 2	- 0,1 21 2	0,0 46 1	- 0,0 04 5	- 0,1 55 8	1,0 00 0												
v50	0,0 89 6	0,0 64 8	- 0,0 00	0,1 02 7	- 0,0 71	- 0,1 78	0,0 59 1	0,2 24 6	0,0 28 5	- 0,0 24	- 0,1 85	- 0,0 93	0,0 02 3	0,0 45 1	- 0,0 14	0,0 13 4	- 0,0 43	- 0,1 38	- 0,2 72	1,0 00 0											

Variables	v3 1	v3 2	v3 3	v3 4	v3 5	v3 6	v3 7	v3 8	v3 9	v4 0	v4 1	v4 2	v4 3	v4 4	v4 5	v4 6	v4 7	v4 8	v4 9	v5 0	v5 1	v5 2	v5 3	v5 4	v5 5	v5 6	v5 7	v5 8	v5 9
			9	4	8					8	6	5			0		8	4	7										
v51	-0,0149	-0,0849	0,0947	0,1149	-0,0973	-0,0218	0,1371	0,0262	0,1880	-0,0613	0,0246	0,0934	0,0144	-0,1330	0,0295	-0,0291	0,1195	-0,3480	-0,1863	0,2334	1,0000								
v52	-0,1231	0,0716	0,0444	0,0695	0,1141	0,0691	0,0094	0,0629	-0,0607	-0,0538	0,1358	0,1063	0,0839	-0,1669	-0,0595	0,0368	0,0962	-0,3281	-0,1950	-0,3589	-0,2662	1,0000							
v53	-0,0814	0,0768	-0,0821	-0,0019	0,0870	0,0015	0,1365	0,0596	-0,0585	0,1589	0,0631	0,1185	0,0119	0,0222	0,1237	-0,1291	0,0168	-0,1718	-0,1543	-0,1443	-0,0663	-0,0580	1,0000						
v54	-0,0163	-0,0093	0,2295	-0,1375	0,1294	0,0568	-0,0396	0,0524	0,1310	0,1137	-0,0608	-0,1050	-0,0336	0,1155	-0,0440	-0,0853	0,0369	-0,1387	0,2391	-0,1011	0,1299	-0,0488	-0,0424	1,0000					
v55	-0,0292	0,2347	0,1618	-0,0204	0,1451	-0,1960	0,2295	0,0729	0,0448	-0,1654	0,0690	-0,1351	0,3115	0,0335	0,0094	-0,0857	0,1192	-0,0933	-0,1456	0,1448	0,0566	0,1422	0,0294	-0,0283	1,0000				
v56	-0,0754	0,0324	-0,1195	0,0893	0,2497	-0,0927	0,0474	0,0370	-0,1137	0,0548	0,0125	0,1403	-0,0293	0,0373	0,1150	-0,0159	0,0159	-0,0623	-0,0030	0,1097	0,0272	-0,1099	0,0686	-0,2453	-0,1480	1,0000			
v57	-0,0795	0,0877	0,0973	0,0819	0,1502	0,1581	-0,2962	0,1349	0,1590	0,1343	0,0642	0,0228	0,2647	-0,1811	0,2490	0,1485	0,1759	-0,0121	0,0087	0,0166	-0,0012	0,0237	0,0541	-0,2035	-0,1849	0,1927	1,0000		
v58	0,1806	0,1679	-0,1320	0,0501	0,0240	0,0564	-0,1557	0,0517	-0,0567	0,0370	0,1574	0,0311	-0,0283	0,0388	0,0559	-0,1032	0,0219	0,1415	-0,0801	0,1553	-0,1173	0,0384	0,1074	-0,3269	-0,3088	-0,2777	0,0095	1,0000	
v59	0,0212	0,0358	-0,2529	-0,0312	0,1659	0,0196	0,1489	0,0054	-0,1630	0,0459	-0,0536	0,0630	0,0033	0,0738	-0,1157	0,0272	-0,0030	0,1807	-0,0450	0,0195	0,1073	0,0468	0,0374	-0,3268	0,3564	0,0825	-0,3247	0,0229	1,0000

### Test de Bartlett

Determinante de la matriz de correlación:	0,0000	
Ji cuadrado con 406 grados de libertad:	5.341,0141	p = 0,0000

### Valores propios

	Fa ct or 1	Fa ct or 2	Fa ct or 3	Fa ct or 4	Fa ct or 5	Fa ct or 6	Fa ct or 7	Fa ct or 8	Fa ct or 9	Fa ct or 10	Fa ct or 11	Fa ct or 12	Fa ct or 13	Fa ct or 14	Fa ct or 15	Fa ct or 16	Fa ct or 17	Fa ct or 18	Fa ct or 19	Fa ct or 20	Fa ct or 21	Fa ct or 22	Fa ct or 23	Fa ct or 24	Fa ct or 25	Fa ct or 26	Fa ct or 27	Fa ct or 28	Fa ct or 29
Valor propio	2,8346	2,4636	2,2474	1,9471	1,8525	1,5836	1,5421	1,2687	1,1904	1,1266	1,1054	1,0569	1,0400	0,9616	0,9415	0,8073	0,7985	0,7028	0,6255	0,5874	0,5168	0,5044	0,4203	0,3797	0,3058	0,2168	0,1000	0,0051	0,0017
% de varianza explicada	9,77%	8,50%	7,75%	6,71%	6,39%	5,46%	5,32%	4,35%	4,13%	3,88%	3,64%	3,59%	3,32%	3,25%	2,78%	2,25%	2,22%	1,75%	1,61%	1,43%	1,37%	1,17%	1,14%	0,93%	0,63%	0,30%	0,02%	0,01%	
% acumulado	9,77%	18,27%	26,02%	32,73%	39,12%	44,58%	49,90%	55,23%	59,36%	63,49%	67,62%	71,75%	74,90%	77,91%	81,17%	83,92%	86,17%	89,42%	91,67%	93,92%	95,17%	96,34%	98,51%	99,64%	99,94%	99,99%	99,99%	100,00%	100,00%

### Cargas de los factores

Variables	Fact or 1	Fact or 2	Fact or 3	Fact or 4	Fact or 5	Fact or 6	Fact or 7	Fact or 8	Fact or 9	Fact or 10	Fact or 11	Fact or 12	Fact or 13	Fact or 14	Fact or 15	Fact or 16	Fact or 17	Fact or 18	Fact or 19	Fact or 20	Fact or 21	Fact or 22	Fact or 23	Fact or 24	Fact or 25	Fact or 26	Fact or 27	Fact or 28	Fact or 29	Com un ali dad
v31	0,2304	-0,0460	-0,1538	-0,0282	-0,0462	0,3848	0,3142	-0,1665	0,1180	0,2736	-0,0729	0,1404	0,0777	0,0643	0,2498	0,0117	-0,3603	-0,0806	0,0778	0,0053	-0,0526	0,1853	-0,1343	-0,0053	0,0076	0,0026	0,0356	0,0026	0,0001	1,0000
v32	0,1874	-0,1721	0,1155	0,0201	0,2867	-0,4148	-0,1307	0,4863	0,2467	0,3080	-0,1892	0,1838	0,0351	0,0348	0,1220	0,1123	0,0793	0,0507	-0,1202	-0,1497	0,2531	-0,0114	0,0544	0,0196	0,0003	0,0047	0,0366	0,0031	0,0001	1,0000
v33	0,0248	-0,5627	0,1266	-0,0639	-0,0334	-0,0231	-0,0613	-0,0258	-0,0234	0,0447	0,0344	0,2702	-0,1295	-0,0334	-0,1177	0,0129	0,3499	0,3254	0,0270	0,2969	0,0827	-0,0779	0,0198	-0,0010	-0,0088	0,0055	0,0302	0,0025	0,0003	1,0000
v34	-0,1204	0,1858	0,5001	-0,1218	0,1495	-0,0741	0,1069	-0,1965	-0,1682	-0,0030	0,0970	-0,5547	0,1281	-0,3235	0,0209	-0,0766	-0,1534	0,0223	0,2266	-0,0221	0,0907	-0,2217	0,0251	-0,0265	-0,0003	0,0028	0,0299	0,0029	0,0001	1,0000
v35	0,1395	0,5707	0,0752	0,0168	0,1738	0,0385	-0,4336	0,0926	-0,1193	-0,2691	0,2382	0,0762	-0,1633	-0,0507	0,1956	0,0950	0,1742	0,1525	-0,0420	-0,2243	-0,1935	0,1647	-0,1061	0,1105	-0,0018	0,0067	0,0332	0,0028	0,0003	1,0000
v36	-0,4472	0,0199	-0,5124	0,1441	0,1299	0,0769	0,1950	-0,0240	0,0911	-0,0371	-0,0585	-0,1569	0,0317	0,2073	-0,2038	0,0622	0,1008	-0,2946	-0,1388	0,1395	-0,1590	-0,0578	0,1261	-0,0965	-0,0059	0,0047	0,0375	0,0029	0,0001	1,0000
v37	0,7816	0,0227	-0,2329	-0,0361	0,0618	-0,1005	0,1119	-0,1554	-0,0626	0,2067	-0,0348	-0,1847	-0,1042	0,0385	-0,0155	0,0680	0,1025	-0,1872	0,0479	0,0904	0,2384	0,0959	-0,0322	0,2275	-0,0662	-0,0628	0,0034	-0,0022	-0,0007	1,0000
v38	-0,0305	0,0882	0,3376	-0,4600	-0,0074	-0,2435	0,0811	0,1483	-0,5294	0,1616	0,1229	0,2288	-0,2051	0,0317	-0,0125	0,0048	-0,0357	-0,2734	-0,0657	-0,0359	-0,1182	0,0253	0,0794	-0,2347	-0,0345	-0,0432	0,0024	-0,0014	-0,0003	1,0000
v39	-0,1734	-0,4450	-0,0484	-0,1016	0,1232	-0,0502	0,1750	0,4216	0,3422	-0,2036	-0,0720	0,0710	0,0219	-0,4521	0,1593	0,1873	-0,0834	0,1892	0,0368	0,0315	-0,2060	-0,0314	-0,0102	-0,0164	-0,0622	-0,0470	0,0018	-0,0014	-0,0002	1,0000
v40	-0,2760	0,0867	0,1011	-0,0209	0,3807	0,1205	0,4236	-0,1150	0,4000	0,2446	0,0106	-0,3404	-0,1745	0,2977	0,0747	0,0569	0,0520	0,1627	0,0375	-0,0897	0,0322	0,0124	0,1712	-0,1238	-0,0572	-0,0459	0,0030	-0,0014	-0,0001	1,0000
v41	-0,2735	0,1373	0,0982	0,4802	-0,0800	0,0765	-0,2085	0,1206	0,1064	0,1451	0,2526	0,0969	0,6092	0,1019	0,0118	-0,0350	0,0912	-0,0848	0,0225	0,1307	0,0019	0,0605	-0,2582	-0,0261	-0,0407	0,0023	0,0010	-0,0001	-0,0001	1,0000
v42	-0,3216	0,1511	-0,1233	0,1959	0,3125	0,2132	0,2266	-0,3632	0,1261	0,0205	0,2211	0,2369	-0,0767	0,0241	0,2005	0,4354	-0,1315	0,2454	0,0171	0,2086	0,0646	-0,0427	0,0134	0,0698	0,0481	0,0401	0,0028	0,0008	-0,0003	1,0000
v43	0,6648	-0,0717	0,1354	0,4126	-0,1704	0,2645	0,1031	-0,0659	0,1296	-0,1443	0,0940	0,1396	-0,1091	-0,0627	0,0315	0,0305	0,0721	-0,0920	0,0173	0,1995	0,0140	0,2867	-0,0078	-0,1703	-0,0021	0,0037	0,0041	-0,0373	-0,0009	1,0000
v44	0,0434	-0,0114	-0,6477	-0,2882	0,1767	-0,0099	-0,0744	0,1863	-0,3275	0,1583	-0,2386	-0,3087	0,1284	-0,0184	-0,0120	-0,0047	0,0604	0,2363	-0,0679	-0,0118	0,0581	0,1045	-0,1329	-0,1574	-0,0012	0,0055	0,0039	-0,0344	-0,0005	1,0000
v45	-0,2562	0,1250	0,4219	-0,0173	-0,3548	0,2043	-0,2054	0,2054	-0,1804	-0,2125	-0,2024	0,0679	0,0973	-0,0011	0,4053	0,2285	-0,2745	0,0069	0,0165	0,0365	0,0254	0,0973	0,1238	0,1897	-0,0087	0,0016	0,0029	-0,0266	-0,0004	1,0000
v46	-0,0346	-0,0164	0,3367	0,0203	-0,0156	-0,0524	-0,0034	-0,4521	0,3736	0,1047	-0,0251	-0,0302	0,1377	-0,1324	-0,0740	-0,2032	0,1433	-0,1324	-0,1394	0,0681	-0,2164	0,1734	-0,0566	0,0740	0,0004	0,0054	0,0023	0,0277	-0,0004	1,0000
v47	-0,01	0,01	-0,01	0,03	-0,02	0,12	0,09	0,02	0,08	0,03	0,34	0,14	-0,21	0,37	-0,01	-0,01	-0,01	-0,01	0,20	0,15	0,11	-0,08	0,15	-0,00	0,00	0,00	-0,00	-0,00	-0,00	1,00

Variables	Fact or 1	Fact or 2	Fact or 3	Fact or 4	Fact or 5	Fact or 6	Fact or 7	Fact or 8	Fact or 9	Fact or 10	Fact or 11	Fact or 12	Fact or 13	Fact or 14	Fact or 15	Fact or 16	Fact or 17	Fact or 18	Fact or 19	Fact or 20	Fact or 21	Fact or 22	Fact or 23	Fact or 24	Fact or 25	Fact or 26	Fact or 27	Fact or 28	Fact or 29	Comun ali dad
	59 87	12 27	10 27	34 61	04 32	35 67	93 68	56 06	21 29	11 04	04 99	05 95	03 47	79 46	87 03	04 98	14 00	00 18	44 35	03 15	00 04	00 00								
v48	0, 33 85	0, 48 72	- 0, 04 80	- 0, 19 43	- 0, 05 33	- 0, 01 76	0, 27 71	0, 12 32	- 0, 32 55	0, 08 97	0, 06 10	0, 05 60	0, 07 28	0, 01 90	- 0, 40 69	- 0, 12 46	0, 11 99	0, 03 46	0, 21 59	0, 03 75	- 0, 01 60	0, 04 45	- 0, 10 31	- 0, 12 85	0, 02 91	- 0, 00 29	0, 00 16	0, 00 04	1, 00 00	
v49	- 0, 13 67	- 0, 20 44	- 0, 53 40	- 0, 25 02	- 0, 20 38	- 0, 29 86	- 0, 21 88	- 0, 08 44	0, 05 92	- 0, 04 47	0, 18 45	0, 27 01	- 0, 11 22	0, 05 62	0, 09 66	0, 06 76	- 0, 15 65	0, 23 77	- 0, 28 91	- 0, 02 52	- 0, 13 24	0, 13 34	0, 08 69	- 0, 10 90	0, 02 11	- 0, 00 04	0, 00 16	0, 00 02	1, 00 00	
v50	0, 20 70	- 0, 14 25	0, 33 04	- 0, 47 82	0, 32 61	0, 28 66	0, 14 01	0, 13 64	0, 02 98	0, 19 88	- 0, 05 60	- 0, 10 35	0, 04 70	0, 35 12	- 0, 02 85	0, 10 23	0, 06 81	0, 03 15	- 0, 17 85	0, 00 02	- 0, 15 70	- 0, 25 46	0, 10 96	0, 17 97	- 0, 09 76	0, 02 07	- 0, 00 10	0, 00 16	0, 00 02	1, 00 00
v51	- 0, 14 79	- 0, 33 90	0, 24 64	- 0, 13 70	0, 32 78	0, 53 34	0, 09 59	- 0, 02 25	0, 11 84	- 0, 05 99	0, 28 72	0, 00 61	0, 09 65	- 0, 16 06	- 0, 14 52	- 0, 04 37	0, 17 43	- 0, 08 95	0, 00 16	- 0, 11 46	0, 21 15	0, 32 05	0, 04 54	- 0, 12 20	- 0, 08 67	0, 01 95	- 0, 00 18	0, 00 04	0, 00 02	1, 00 00
v52	- 0, 10 85	- 0, 07 25	0, 05 71	0, 63 90	- 0, 02 39	- 0, 39 55	0, 26 57	- 0, 22 62	- 0, 18 96	0, 07 88	0, 06 48	- 0, 11 10	- 0, 15 98	0, 03 37	0, 04 41	0, 29 78	- 0, 20 85	0, 10 72	- 0, 15 24	0, 01 79	- 0, 00 70	0, 11 12	- 0, 06 71	- 0, 04 01	- 0, 13 69	0, 02 85	- 0, 00 26	0, 00 14	0, 00 02	1, 00 00
v53	- 0, 14 86	0, 16 31	0, 06 96	0, 30 31	0, 03 18	0, 26 42	- 0, 27 28	0, 12 80	- 0, 02 13	0, 25 75	- 0, 45 93	- 0, 05 30	- 0, 39 08	- 0, 23 27	0, 02 12	- 0, 11 53	0, 15 44	- 0, 26 60	0, 20 07	0, 17 40	- 0, 08 10	0, 01 11	- 0, 12 33	0, 00 26	- 0, 06 67	0, 01 54	- 0, 00 14	0, 00 07	0, 00 00	1, 00 00
v54	- 0, 06 49	- 0, 53 84	- 0, 26 70	- 0, 05 26	0, 06 10	0, 06 32	- 0, 41 86	0, 00 24	0, 05 43	- 0, 02 98	0, 35 63	- 0, 13 16	- 0, 23 66	- 0, 13 00	- 0, 12 78	- 0, 20 66	- 0, 28 59	- 0, 10 42	- 0, 20 08	0, 01 16	- 0, 01 66	- 0, 07 61	- 0, 12 95	0, 07 04	0, 00 12	0, 00 12	0, 00 00	0, 00 15	- 0, 01 83	1, 00 00
v55	0, 42 50	- 0, 47 26	0, 20 85	0, 33 79	0, 10 27	- 0, 01 76	0, 02 24	0, 15 92	- 0, 19 58	- 0, 00 74	- 0, 09 30	- 0, 16 74	0, 18 39	0, 24 73	0, 12 25	- 0, 15 49	0, 04 95	0, 04 94	0, 23 72	- 0, 01 51	- 0, 24 89	0, 16 72	0, 20 23	0, 00 76	0, 00 85	0, 00 26	0, 00 07	0, 00 05	- 0, 01 66	1, 00 00
v56	0, 07 91	0, 21 83	0, 14 84	- 0, 09 20	0, 44 93	0, 10 86	- 0, 33 98	0, 39 03	0, 02 57	- 0, 12 77	- 0, 30 30	0, 23 17	- 0, 03 87	- 0, 03 68	0, 29 88	0, 17 32	- 0, 14 50	- 0, 00 46	- 0, 16 20	0, 18 43	0, 12 63	- 0, 04 34	0, 08 09	- 0, 11 48	- 0, 00 94	0, 00 04	- 0, 00 02	0, 00 07	- 0, 01 56	1, 00 00
v57	- 0, 50 48	- 0, 09 57	0, 27 17	- 0, 19 09	- 0, 26 13	0, 21 64	0, 22 30	0, 06 97	0, 07 65	- 0, 37 05	- 0, 25 81	0, 01 42	- 0, 08 38	0, 22 32	0, 06 81	0, 01 10	0, 15 32	- 0, 02 29	0, 12 77	- 0, 20 12	0, 15 86	- 0, 00 68	- 0, 27 51	- 0, 05 12	0, 00 27	0, 00 09	0, 00 01	0, 00 10	- 0, 01 57	1, 00 00
v58	0, 18 94	0, 42 35	0, 07 37	0, 08 17	- 0, 39 59	0, 13 60	0, 39 39	0, 19 55	- 0, 11 12	0, 22 20	0, 00 59	- 0, 05 03	0, 08 85	0, 28 21	0, 18 15	0, 05 54	0, 26 28	- 0, 00 58	0, 30 26	0, 04 07	- 0, 06 28	- 0, 02 59	0, 17 06	0, 14 19	- 0, 00 73	0, 00 15	- 0, 00 04	0, 00 04	- 0, 01 50	1, 00 00
v59	0, 18 09	0, 53 12	- 0, 22 17	- 0, 09 02	0, 17 84	- 0, 06 96	0, 16 74	- 0, 02 60	0, 24 55	0, 29 02	0, 21 54	0, 11 82	- 0, 07 65	0, 01 70	- 0, 45 15	0, 23 62	0, 02 07	0, 10 39	0, 26 48	0, 05 59	- 0, 05 69	- 0, 00 90	- 0, 02 59	- 0, 05 53	- 0, 00 06	0, 00 03	0, 00 06	0, 00 13	- 0, 01 80	1, 00 00

### Coeficientes de puntuación de los factores

Variables	Fact or 1	Fact or 2	Fact or 3	Fact or 4	Fact or 5	Fact or 6	Fact or 7	Fact or 8	Fact or 9	Fact or 10	Fact or 11	Fact or 12	Fact or 13	Fact or 14	Fact or 15	Fact or 16	Fact or 17	Fact or 18	Fact or 19	Fact or 20	Fact or 21	Fact or 22	Fact or 23	Fact or 24	Fact or 25	Fact or 26	Fact or 27	Fact or 28	Fact or 29
v31	0, 08 13	- 0, 01 87	- 0, 06 84	- 0, 11 21	- 0, 24 95	0, 24 30	0, 20 38	- 0, 11 18	0, 09 37	0, 22 86	- 0, 06 48	0, 13 28	0, 07 47	0, 06 68	0, 26 53	0, 01 45	- 0, 45 12	- 0, 11 47	0, 12 44	0, 00 90	- 0, 10 18	0, 36 74	- 0, 31 95	- 0, 01 39	0, 08 89	0, 15 66	5, 05 61	0, 50 96	0, 04 68
v32	0, 06 61	- 0, 06 99	0, 05 14	0, 10 79	0, 15 48	- 0, 26 20	- 0, 08 48	0, 32 67	0, 19 58	0, 25 74	- 0, 16 83	0, 17 39	0, 03 37	0, 03 62	0, 12 96	- 0, 13 91	- 0, 09 93	- 0, 07 22	0, 19 22	- 0, 25 48	0, 48 98	- 0, 02 27	0, 12 94	0, 05 16	0, 00 30	0, 28 28	5, 19 95	0, 60 33	0, 08 97
v33	0, -	- 0, -	- 0, -	- 0, -	- 0, -	- 0, -	- 0, -	- 0, -	- 0, -	0, -	0, -	0, -	- 0, -	- 0, -	- 0, -	0, -	0, -	0, -	0, -	0, -	0, -	- 0, -	- 0, -	- 0, -	- 0, -	0, -	4, -	0, -	0, -

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Factor 14	Factor 15	Factor 16	Factor 17	Factor 18	Factor 19	Factor 20	Factor 21	Factor 22	Factor 23	Factor 24	Factor 25	Factor 26	Factor 27	Factor 28	Factor 29
	0088	0,2284	0563	0,0328	0,1692	0,0146	0,0398	0,1718	0,1863	0373	0306	2556	0,1245	0,0347	0,1250	0159	4382	4629	0432	5055	1600	0,1544	0472	0,0028	0,1021	3282	2832	4847	1530
v34	-0,0425	0,0754	0,2225	-0,0626	0,0807	-0,0468	0,0693	-0,1320	0,1335	0,0025	0,0863	-0,5248	0,1232	-0,3364	0,0222	-0,0949	-0,1921	0,0317	0,3623	-0,0376	0,1754	-0,4395	0,0598	-0,0697	-0,0032	0,1690	4,2454	0,5665	0,0481
v35	0,0492	0,2317	0,0334	0,0087	0,0938	0,0243	-0,2812	0,0622	-0,0947	0,2249	0,2119	0,0721	-0,1570	-0,0527	0,2077	0,1177	0,2181	0,2169	-0,0672	-0,3818	-0,3745	0,3265	-0,2524	0,2911	-0,0213	0,3992	4,7128	0,5379	0,1572
v36	-0,1578	0,0081	-0,2280	0,0740	0,0701	0,0486	0,1264	-0,0161	0,0723	0,3106	-0,0520	-0,1485	0,0305	0,2156	-0,2165	0,0771	0,1263	-0,4191	0,2219	0,2375	-0,3077	-0,1145	0,2999	-0,2542	-0,0682	0,2812	5,3215	0,5756	0,0709
v37	0,2757	0,0092	-0,1036	-0,0186	0,0334	-0,0635	0,0726	-0,1044	0,0497	0,1728	-0,0310	-0,1748	-0,1002	0,0401	-0,0165	0,0842	0,1284	-0,2664	0,0766	0,1539	0,4613	0,1902	0,0766	0,5990	-0,0774	-3,7434	0,4790	-0,4265	-0,4284
v38	-0,0108	0,0358	0,1502	-0,2363	-0,0040	-0,1538	0,0526	0,0996	-0,4200	0,1351	0,1093	0,2165	-0,1972	0,0329	-0,0132	0,0060	-0,0448	-0,3889	0,1050	0,0611	-0,2287	0,0502	0,1890	0,6181	-0,4024	-2,5751	0,3387	-0,2694	-0,1872
v39	-0,0612	-0,1806	-0,0215	-0,0522	0,0665	-0,0317	0,1135	0,2832	0,2715	0,1701	-0,0641	0,0672	0,0210	0,4702	0,1692	0,2319	0,1045	0,2692	0,0589	0,1218	-0,3985	-0,0623	0,0243	0,0433	0,0450	-2,8033	0,2552	0,2758	-0,1385
v40	-0,0974	0,0352	0,0450	-0,0207	0,2055	0,0761	-0,2747	0,3173	0,2044	0,0094	-0,3220	-0,1678	0,3096	0,0794	0,0705	0,0651	0,2315	0,0599	-0,1527	0,0623	0,0246	0,4072	0,3259	-0,6664	-2,7358	0,4232	-0,2706	-0,0429	
v41	-0,0965	0,0557	0,0437	0,2466	-0,0432	0,0483	-0,1352	0,0810	-0,0845	0,1213	0,2247	0,0917	0,5858	0,1060	-0,0125	-0,0433	0,1142	-0,1207	0,0360	0,2225	-0,0037	-0,1200	0,6143	-0,0688	-0,4747	-2,4187	0,3231	-0,2034	-0,0700
v42	-0,1135	0,0613	-0,0549	0,1006	0,1687	0,1347	0,1469	-0,2440	-0,1001	0,0171	-0,1967	0,2241	-0,0737	0,0250	0,2129	-0,5393	0,1646	0,3492	-0,0273	-0,3551	-0,1251	-0,0847	0,0318	0,1839	-0,5606	-2,3932	0,4016	-0,1615	-0,1622
v43	0,2345	-0,0291	0,0603	0,2119	-0,0920	0,1670	0,0669	-0,0443	0,1029	-0,1206	0,0836	0,1320	-0,1049	-0,0653	0,0335	0,0378	0,0904	-0,1309	0,0276	-0,3397	-0,0271	-0,5684	-0,0185	0,4484	-0,0248	0,2178	0,5786	-7,2842	-0,5148
v44	0,0153	-0,0046	-0,2882	-0,1480	0,0954	-0,0062	-0,0482	0,1252	-0,2599	0,1323	-0,2122	-0,2921	0,1234	-0,0191	0,0027	-0,0758	0,0756	0,3363	0,1085	-0,0200	0,1125	0,2071	0,3162	-0,4144	-0,0135	0,3271	0,5506	-6,7275	-0,2884
v45	-0,0904	0,0507	0,1877	-0,0089	-0,1915	0,1290	-0,1332	0,1380	-0,1431	-0,1776	-0,1800	0,0643	0,0935	-0,0011	-0,4305	0,2830	-0,3438	0,0099	0,0263	0,0622	0,0491	0,1929	0,2947	0,4996	-0,1020	0,0951	0,4164	-5,1866	-0,2620
v46	-0,0122	-0,0067	0,1498	-0,1080	-0,0084	-0,0373	-0,0022	-0,3037	0,2964	0,0875	-0,0224	-0,0286	0,1324	-0,1376	-0,0786	-0,2517	0,1794	-0,1884	-0,2229	0,1160	0,4188	0,3438	0,1347	0,1948	0,0051	0,3197	0,3241	-5,4174	-0,2396
v47	-0,2112	0,0045	0,0457	0,0069	0,1760	-0,0273	0,0801	0,0650	0,0233	0,0725	0,3074	0,1331	-0,2059	0,2214	0,3941	-0,0619	0,0745	-0,0493	0,3323	0,2632	-0,2296	0,0603	0,2136	0,3986	-0,0206	0,2638	0,4925	-6,1540	-0,2559
v48	0,1194	0,1978	-0,0214	0,0998	0,1626	0,0968	-0,0114	0,1862	0,0977	0,2720	0,0797	0,0578	0,0758	0,0202	0,0540	-0,1561	0,1706	0,0553	0,3675	0,0725	-0,0318	0,1059	-0,2715	1,4977	1,7373	-0,4117	0,3161	0,2678	
v49	-0,0482	0,0830	-0,2376	0,1285	0,0100	0,1317	0,1937	0,1468	0,0670	0,0495	0,0398	0,1746	0,2598	-0,1167	0,0597	0,1197	0,0847	-0,2227	0,3800	-0,4922	-0,0488	0,2625	0,3173	0,2287	1,2704	1,2571	-0,0554	0,3043	0,0966
v50	0,0730	-0,0578	0,1470	-0,2456	0,1760	0,1810	0,0908	0,0916	0,0236	0,1661	-0,0498	-0,0979	0,0452	0,0365	-0,0303	0,1268	0,0853	0,0448	-0,2854	0,0004	-0,3038	-0,5048	-0,2608	0,4731	-1,1382	1,2331	-0,1368	0,3184	0,1470

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Factor 14	Factor 15	Factor 16	Factor 17	Factor 18	Factor 19	Factor 20	Factor 21	Factor 22	Factor 23	Factor 24	Factor 25	Factor 26	Factor 27	Factor 28	Factor 29
v51	-0,0522	-0,01376	0,1096	-0,0704	0,1769	0,3368	0,0622	-0,0151	0,0939	-0,0501	0,2554	0,0058	0,0928	-0,01670	-0,01542	-0,0541	0,2183	-0,01273	0,0026	-0,01950	0,4093	0,6353	0,1081	-0,03213	-1,0108	1,1633	-0,2622	0,0808	0,1124
v52	-0,0383	-0,0294	0,0254	0,3282	-0,0129	-0,2497	0,1723	-0,1520	-0,1504	0,0659	0,0577	-0,1051	-0,1536	0,0350	0,0468	0,3689	-0,2611	0,1526	-0,02437	-0,0305	-0,0135	0,2204	-0,1596	-0,1055	-1,15965	1,7009	-0,3696	0,2717	0,1174
v53	-0,0524	0,0662	0,0310	0,1557	0,0171	0,1668	-0,1769	0,0860	-0,0169	0,2152	-0,4086	-0,0501	-0,3758	-0,2420	0,0225	-0,1428	0,1934	-0,3785	0,3208	0,2962	-0,1567	0,0220	-0,2933	0,0067	-0,7772	0,9177	-0,2027	0,1435	-0,0137
v54	-0,0229	-0,02186	-0,1188	0,0270	-0,0577	0,0399	-0,2714	0,0016	-0,0431	0,0249	0,3169	-0,1245	-0,2275	0,1352	0,1357	-0,2559	-0,3580	-0,1482	0,03210	0,0198	-0,0322	-0,1509	0,3082	0,1855	0,0135	0,0691	-0,0022	0,2881	-11,0857
v55	0,1499	-0,1918	0,0928	0,1735	0,0555	-0,0111	0,0145	0,1069	-0,1554	0,0061	-0,0827	-0,1584	0,1768	0,2572	0,1301	-0,1919	0,0619	0,0702	0,3792	-0,0258	-0,4815	0,3314	0,4814	0,0200	0,0988	0,1570	0,0999	0,1023	10,0422
v56	0,0279	0,0886	0,0660	-0,0472	0,2425	0,0686	-0,2203	-0,2622	0,0204	-0,1067	-0,2695	0,2192	0,1718	-0,0383	0,3174	0,2145	-0,1816	-0,0065	0,2590	0,3138	0,2443	-0,0860	0,1926	-0,3023	-0,1092	0,0232	-0,0213	0,1458	-9,4515
v57	-0,1781	-0,0388	0,1209	-0,0980	-0,1411	-0,1366	0,1446	0,0468	0,0607	-0,3096	-0,2296	0,0134	-0,0806	0,2321	0,0724	0,0136	0,1919	-0,0325	0,2042	-0,3425	0,3069	-0,0134	0,6544	-0,1348	0,0315	0,0513	0,0154	0,1960	-9,4995
v58	-0,0668	0,1719	-0,0328	0,0420	-0,2137	0,0859	0,2554	0,1313	-0,0882	0,1855	0,0052	-0,0476	0,0851	-0,2934	0,1928	-0,0686	0,3291	-0,0083	0,4837	-0,0694	0,1214	-0,0514	0,4059	0,3736	-0,0854	0,0892	-0,0543	0,0704	-9,0617
v59	0,0638	0,2156	-0,0986	-0,0463	0,0963	-0,0440	0,1085	-0,0174	0,1948	0,2425	0,1916	0,1118	-0,0735	0,0176	-0,4796	0,2926	0,0259	0,1479	0,4233	0,0952	-0,1101	-0,0178	-0,0617	0,1457	0,0065	0,0162	0,0796	0,2442	10,8548

### Cargas de los factores retenidos

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Comunalidad
v31	0,2304	0,0460	-0,1538	0,2182	0,4622	0,3848	0,3142	-0,1665	0,1180	0,2736	0,0729	0,1404	0,0777	0,7344
v32	0,1874	0,1721	0,1155	0,2101	0,2867	0,4148	0,1307	0,4863	0,2467	0,3080	0,1892	0,1838	0,0351	0,8567
v33	0,0248	0,5627	0,1266	0,0639	0,3134	0,0231	0,0613	0,2558	0,2348	0,0447	0,0344	0,2702	0,1295	0,6533
v34	0,1204	0,1858	0,5001	0,1218	0,1495	0,0741	0,1069	0,1965	0,1682	0,0030	0,0970	0,5547	0,1281	0,7536
v35	0,1395	0,5707	0,0752	0,0168	0,1738	0,0385	0,4336	0,0926	0,1193	0,2691	0,2382	0,0762	0,1633	0,7553
v36	0,4472	0,0199	0,5124	0,1441	0,1299	0,0769	0,1950	0,0240	0,0911	0,3717	0,0585	0,1569	0,0317	0,7206
v37	0,7816	0,0227	0,2329	0,0361	0,0618	0,1005	0,1119	0,1554	0,0626	0,2067	0,0348	0,1847	0,1042	0,8104
v38	0,0305	0,0882	0,3376	0,4600	0,0074	0,2435	0,0811	0,1483	0,5294	0,1616	0,1229	0,2288	0,2051	0,8381
v39	0,1734	0,4450	0,0484	0,1016	0,1232	0,0502	0,1750	0,4216	0,3422	0,2036	0,0720	0,0710	0,0219	0,6360

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Comunalidad
v40	0,2760	0,0867	0,1011	0,0209	0,3807	0,1205	0,4236	0,1150	0,4000	0,2446	0,0106	0,3404	0,1745	0,8127
v41	0,2735	0,1373	0,0982	0,4802	0,0800	0,0765	0,2085	0,1206	0,1064	0,1451	0,2526	0,0969	0,6092	0,8808
v42	0,3216	0,1511	0,1233	0,1959	0,3125	0,2132	0,2266	0,3632	0,1261	0,0205	0,2211	0,2369	0,0767	0,6334
v43	0,6648	0,0717	0,1354	0,4126	0,1704	0,2645	0,1031	0,0659	0,1296	0,1443	0,0940	0,1396	0,1091	0,8275
v44	0,0434	0,0114	0,6477	0,2882	0,1767	0,0099	0,0744	0,1863	0,3275	0,1583	0,2386	0,3087	0,1284	0,8773
v45	0,2562	0,1250	0,4219	0,0173	0,3548	0,2043	0,2054	0,2054	0,1804	0,2125	0,2024	0,0679	0,0973	0,6443
v46	0,0346	0,0164	0,3367	0,2103	0,0156	0,5024	0,0034	0,4521	0,3736	0,1047	0,0251	0,0302	0,1377	0,7872
v47	0,5987	0,0112	0,1027	0,0134	0,3261	0,0432	0,1235	0,0967	0,0293	0,0868	0,3456	0,1406	0,2142	0,6956
v48	0,3385	0,4872	0,0480	0,1943	0,3013	0,1533	0,0176	0,2771	0,1232	0,3255	0,0897	0,0610	0,0560	0,7194
v49	0,1367	0,2044	0,5340	0,2502	0,2038	0,2086	0,2988	0,2185	0,0844	0,0592	0,0447	0,1845	0,2701	0,7499
v50	0,2070	0,1425	0,3304	0,4782	0,3261	0,2866	0,1401	0,1364	0,0298	0,1988	0,0560	0,1035	0,0470	0,6842
v51	0,1479	0,3390	0,2464	0,1370	0,3278	0,5334	0,0959	0,0225	0,1184	0,0599	0,2872	0,0061	0,0965	0,7274
v52	0,1085	0,0725	0,0571	0,6390	0,0239	0,3955	0,2657	0,2262	0,1896	0,0788	0,0648	0,1110	0,1598	0,7916
v53	0,1486	0,1631	0,0696	0,3031	0,0318	0,2642	0,2728	0,1280	0,0213	0,2575	0,4593	0,0530	0,3908	0,7404
v54	0,0649	0,5384	0,2670	0,0526	0,1069	0,0632	0,4186	0,0024	0,0543	0,0298	0,3563	0,1316	0,2366	0,7629
v55	0,4250	0,4726	0,2085	0,3379	0,1027	0,0176	0,0224	0,1592	0,1958	0,0074	0,0930	0,1674	0,1839	0,7072
v56	0,0791	0,2183	0,1484	0,0920	0,4493	0,1086	0,3398	0,3903	0,0257	0,1277	0,3030	0,2317	0,1787	0,7602
v57	0,5048	0,0957	0,2717	0,1909	0,2613	0,2164	0,2230	0,0697	0,0765	0,3705	0,2581	0,0142	0,0838	0,7609
v58	0,1894	0,4235	0,0737	0,0817	0,3959	0,1360	0,3939	0,1955	0,1112	0,2220	0,0059	0,0503	0,0885	0,6680
v59	0,1809	0,5312	0,2217	0,0902	0,1784	0,0696	0,1674	0,0260	0,2455	0,2902	0,2154	0,1182	0,0765	0,6482
Valor propio	2,8346	2,4636	2,2474	1,9471	1,8525	1,5836	1,5421	1,4887	1,2604	1,1966	1,1243	1,0569	1,0400	
% de varianza	9,77%	8,50%	7,75%	6,71%	6,39%	5,46%	5,32%	5,13%	4,35%	4,13%	3,88%	3,64%	3,59%	
% acumulado	9,77%	18,27%	26,02%	32,73%	39,12%	44,58%	49,90%	55,03%	59,38%	63,50%	67,38%	71,03%	74,61%	

## ROTACIÓN VARIMAX

### Cargas de los factores retenidos (después de la rotación)

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Comunalidad
v31	0,2829	0,2915	0,0256	0,2555	0,3872	0,2523	0,1995	0,0628	0,1159	0,0628	0,1200	0,4576*	0,0703	0,7344
v32	0,0428	0,0387	0,0185	0,0337	0,9049*	0,0082	0,0321	0,0340	0,0036	0,0926	0,1103	0,0846	0,0539	0,8567
v33	0,1350	0,3994*	0,1245	0,0697	0,1578	0,0570	0,3873	0,1105	0,0661	0,3496	0,2163	0,2991	0,0453	0,6533
v34	-	0,1086	0,0096	0,0955	0,1816	0,0193	0,0427	-	0,0587	0,1227	0,0836	0,7914	0,0505	0,7536



Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Comunalidad
	0,0153							0,2071				*		
v35	0,0894	-0,0952	0,1173	-0,0877	0,0615	0,3245	-0,6924*	0,2340	0,0550	0,1343	-0,1372	0,1663	0,0770	0,7553
v36	0,3520	0,0181	-0,2264	-0,1546	0,1820	-0,0231	0,0336	0,1346	-0,1522	-0,6538*	0,1159	-0,0112	-0,0645	0,7206
v37	-0,5867*	-0,0708	-0,0249	-0,0953	0,0683	0,0103	-0,1939	0,0047	-0,2881	0,0684	0,3808	0,0469	-0,4174	0,8104
v38	0,2096	0,0453	-0,0957	0,0531	0,0195	-0,0668	-0,0951	0,0005	-0,2094	0,8187*	0,1446	0,1154	-0,1341	0,8381
v39	0,1807	-0,1202	0,0155	0,2920	-0,4137*	-0,2432	0,0867	0,0481	0,1841	-0,3106	0,2903	0,1645	-0,1469	0,6360
v40	0,0518	-0,1259	0,0245	0,0044	0,1046	-0,1153	-0,0461	-0,1541	0,8514*	-0,0926	0,0656	0,0418	0,0632	0,8127
v41	0,0629	0,0634	0,0436	-0,1175	-0,0425	0,0045	0,0042	0,0470	0,0072	-0,0770	0,0156	0,0444	0,9192*	0,8808
v42	0,3279	0,2601	0,0570	-0,1375	0,2352	0,4432*	0,3234	0,1815	-0,1292	-0,1554	-0,0322	-0,0505	-0,0481	0,6334
v43	-0,5610	-0,0359	0,6112*	-0,0369	0,0349	-0,0431	-0,0464	0,1800	0,1073	0,0792	0,2227	0,1736	0,0368	0,8275
v44	-0,0668	-0,0104	-0,8544*	0,0537	0,0072	-0,0537	0,0202	0,2605	-0,0844	0,0866	-0,1970	0,0031	-0,1236	0,8773
v45	-0,0681	0,0943	0,0962	0,0658	0,1002	0,0564	-0,1632	0,1733	0,1955	0,1809	0,6404*	0,0351	0,2549	0,6443
v46	-0,0015	0,0474	0,0902	-0,0732	-0,0875	0,1539	0,0825	-0,8222*	0,1433	0,0930	0,0173	0,1398	-0,0909	0,7872
v47	0,8083*	-0,0729	0,0400	-0,0053	0,0430	0,0673	0,0903	0,0684	-0,0652	-0,0396	-0,0743	0,0539	0,0442	0,6956
v48	-0,2125	0,2172	0,0144	-0,0400	0,0315	-0,1655	-0,7515*	0,0850	0,0753	0,0214	0,0442	-0,1112	-0,0675	0,7194
v49	0,0200	-0,2688	-0,5680*	-0,1450	0,1464	0,0703	0,0467	-0,2767	-0,0154	0,0155	0,0013	-0,4583	0,1340	0,7499
v50	-0,0881	0,0883	0,0155	0,7077*	-0,1073	0,0411	0,1243	-0,0024	0,0474	0,2334	-0,0668	0,2070	-0,1864	0,6842
v51	0,2014	-0,2241	0,2774	0,6467*	0,1273	0,0505	0,2459	0,0713	-0,1177	-0,1241	0,0041	0,1201	0,1163	0,7274
v52	0,0522	0,0238	0,2452	0,6942*	-0,0623	-0,1273	0,3671	-0,0106	0,1244	-0,0303	-0,0854	0,2545	0,0539	0,7916
v53	0,0238	0,1490	0,0386	-0,1371	-0,1864	0,2421	0,1423	0,5190	0,5477*	0,0286	0,0766	0,0054	-0,0872	0,7404
v54	0,0683	-0,7966*	-0,1138	0,0210	0,0698	-0,2185	0,0790	0,0926	0,1454	-0,0251	-0,0569	0,1323	-0,0168	0,7629
v55	-0,5398*	-0,2148	0,1188	0,0197	-0,3295	-0,0847	0,3004	0,1620	-0,2633	0,0056	0,0091	0,1949	0,1245	0,7072
v56	-0,0629	0,0422	-0,0189	0,1339	0,0108	0,8468*	-0,0691	-0,1053	-0,0060	-0,0057	-0,0358	0,0306	0,0292	0,7602
v57	0,2503	0,1235	0,0420	-0,0710	0,0206	-0,1196	0,0291	-0,2278	0,0117	-0,0508	0,7493*	0,0449	-0,2065	0,7609
v58	0,0942	0,5844*	-0,0493	-0,1106	0,2471	-0,3995	-0,0476	0,1706	0,0983	0,0506	0,0334	-0,0356	0,1904	0,6680
v59	0,2059	0,3769	0,0196	0,0053	-0,0017	-0,0011	-0,2920	-0,1043	0,0391	0,0300	-0,5921*	-0,0810	-0,0872	0,6482
Valor propio	2,2555	1,7757	1,7135	1,7343	1,5924	1,5400	1,8657	1,5013	1,4708	1,5411	1,8101	1,4734	1,3638	
% de varianza	7,78%	6,12%	5,91%	5,98%	5,49%	5,31%	6,43%	5,18%	5,07%	5,31%	6,24%	5,08%	4,70%	

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Comunalidad
% acumulado	9,77%	18,27 %	26,02 %	32,73 %	39,12 %	44,58 %	49,90 %	55,03 %	59,38 %	63,50 %	67,38 %	71,03 %	74,61 %	

### Coeficientes de puntuación de los factores

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10	Factor 11	Factor 12	Factor 13
v31	-0,1176	0,2276	0,0282	0,1675	0,2079	0,1172	0,1751	0,0518	0,0897	0,0471	0,0766	0,2950	0,0024
v32	0,0187	0,0958	-0,0203	-0,0140	-0,5939	0,0041	0,0246	-0,0363	0,0509	0,0720	-0,0578	-0,1265	0,0492
v33	-0,0204	-0,1857	0,0908	-0,0924	0,1270	0,0287	0,1770	-0,0252	0,0546	0,2706	0,0904	-0,2201	-0,0311
v34	-0,0841	0,0139	-0,0955	0,0452	0,1548	0,0721	0,0509	0,1199	0,0420	0,0085	0,0003	0,5832	0,0355
v35	0,0987	-0,1902	0,1038	-0,0563	0,0512	0,1581	-0,3968	0,1581	-0,0067	0,0815	-0,0405	0,0710	0,0247
v36	0,0911	0,0026	-0,0790	0,0584	0,1068	0,0082	0,0311	0,0575	0,1216	0,4056	0,1008	0,0570	-0,0830
v37	-0,2225	-0,0562	-0,0270	-0,0865	0,0819	0,0013	-0,0785	0,0065	0,1237	0,0832	0,1062	0,1099	0,2510
v38	0,1648	-0,0069	-0,0555	-0,0383	0,0208	-0,0509	-0,0301	0,0861	-0,1722	0,5713	0,0427	0,0111	-0,0862
v39	0,0855	0,0050	0,0494	0,1762	0,2699	0,1274	0,0414	0,0368	0,1081	0,2250	0,1747	0,1178	0,1006
v40	-0,0174	-0,1060	0,0151	0,0237	0,0276	0,1062	0,0154	0,0995	0,6021	-0,0958	0,0526	0,0809	-0,0353
v41	-0,0364	0,0356	-0,0380	0,0182	-0,0233	0,0088	0,0100	-0,0538	0,0931	0,0310	0,0439	0,0025	0,7131
v42	0,1277	0,1673	0,0632	-0,0824	0,1368	0,3119	0,2162	0,1165	0,1098	0,0350	0,0043	0,1028	0,0826
v43	-0,1693	-0,0291	0,3637	-0,0202	0,0582	0,0154	-0,0322	0,0988	-0,0478	-0,0739	0,0700	-0,1333	-0,0262
v44	-0,1098	0,0355	0,5400	0,0325	0,0222	0,0343	0,0662	0,1739	0,0085	0,0171	0,0572	0,1266	-0,0329
v45	-0,1090	0,0459	0,0046	0,0369	0,0448	0,0730	0,1080	0,1419	0,0498	0,0771	0,3886	-0,0232	0,1377
v46	-0,0153	0,0464	0,0332	-0,0513	-0,0643	0,0960	0,0609	-0,5490	0,1066	-0,0117	0,0374	0,0548	-0,0345
v47	0,4310	-0,0886	0,1214	0,0025	0,0278	0,0872	0,0014	0,0495	0,0663	0,0554	0,1500	0,0068	0,0184
v48	-0,0675	0,0553	0,0321	-0,0080	-0,0033	0,1096	0,4206	0,0673	0,0911	0,0485	0,1076	-0,0769	0,0154
v49	-0,0333	-0,1084	-0,3056	-0,0736	0,0667	0,1112	0,0175	-0,2031	0,0415	0,0397	0,0099	-0,2723	0,1722
v50	0,0292	0,0923	0,0520	0,3909	0,0588	0,0030	0,1000	0,0221	0,0171	0,0993	0,0563	0,1243	0,0755
v51	0,1164	-0,1223	0,1853	0,3875	0,1213	0,0015	0,0717	0,0323	-0,0863	0,1018	0,0640	0,0606	0,1151
v52	0,0327	0,0037	0,1213	-0,4159	0,0035	0,0986	0,2095	0,0026	0,0695	0,0310	0,0852	0,1855	-0,0330
v53	-0,0220	0,1002	-0,0045	0,0945	0,1601	0,1651	0,1436	0,3788	0,4156	0,0618	0,0527	-0,0234	0,2001
v54	0,0827	-0,4884	-0,0048	-0,0107	0,0855	0,1518	-0,0510	0,0820	0,1271	0,0279	0,0947	0,0044	-0,0279
v55	-0,2676	-0,0571	-0,0332	0,0006	-0,1499	0,0462	0,1507	0,1009	0,1350	-0,0246	0,0475	0,1710	0,1283
v56	0,0688	0,0369	0,0371	0,0700	0,0007	0,5714	-0,0021	0,0856	0,0269	0,0306	0,0497	-0,0748	0,0460
v57	0,0464	0,0884	0,0352	-0,0684	0,0111	0,0297	0,0393	0,1031	0,0565	0,0811	0,4387	0,0004	-0,2163
v58	0,0091	0,3259	-0,0460	0,0214	0,1113	-0,2676	0,0414	0,1003	0,0283	0,0558	0,0085	0,0115	0,1240
v59	0,1820	0,1674	0,0720	0,0326	-0,0348	0,0534	-0,0919	0,1023	0,0488	0,0465	-0,3649	-0,0890	-0,0339