



Facultad de Ciencias Naturales y Exactas

Carrera de Geografía

**ANÁLISIS TERRITORIAL DE LA ASOCIATIVIDAD ENTRE
EMPREDIMIENTOS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO
ECONÓMICO LOCAL**

Localidad de Matanzas

Comuna de Navidad, Región de O'Higgins

Gonzalo Ignacio Larrañaga Barrientos

Profesor Guía: Raúl Martínez Hernández

Valparaíso, Chile

2022

ÍNDICE

1	Resumen	1
2	Problemática a Investigar	2
2.1	Planteamiento del Problema.....	7
2.2	Pregunta de Investigación	9
2.3	Hipótesis de Investigación	10
3	Fundamentación de la Investigación	12
4	Descripción del Área de Estudio.....	15
4.1	Comuna de Navidad.....	15
4.2	Diagnóstico de los Emprendimientos en Navidad	19
4.3	Desarrollo Urbano de Matanzas	23
5	Objetivos.....	29
5.1	Objetivo General	29
5.2	Objetivos Específicos	29
6	Marco Teórico.....	30
6.1	Desarrollo económico local.....	30
6.2	Importancia de la asociatividad a escala local	34
6.3	Territorio y desarrollo local	38
7	Metodología.....	41
7.1	Caracterizar y clasificar a todos los emprendimientos de la localidad de Matanzas	42
7.1.1	Etapa 1: Catastro y Levantamiento de Información	42
7.1.2	Etapa 2: Caracterización y clasificación de Emprendimientos	44
7.2	Identificar la capacidad asociativa entre emprendimientos	50
7.2.1	Encuestas	51
7.2.2	Grupo de Enfoque	54
7.3	Determinar elementos que fortalezcan la asociatividad a nivel local.....	58
8	Resultados.....	66
8.1	Características de los Emprendimientos.....	67
8.1.1	Tamaño de los emprendimientos	69
8.1.2	Diferenciación de la oferta.....	72
8.1.3	Flujo y Movimiento	78
8.1.4	Relación de aglomeración	82

8.2	Capacidad asociativa entre emprendimientos	87
8.2.1	Análisis de encuestas.....	87
8.2.2	Análisis Grupo Focal	92
8.3	Elementos que fortalezcan la asociatividad a nivel local.....	100
8.3.1	Patrones de elementos asociativos entre emprendimientos	100
8.3.2	Sub conglomerados	112
9	Conclusiones y recomendaciones.....	119
9.1	Conclusiones.....	119
9.2	Recomendaciones.....	123
10	Bibliografía	125
11	Anexos	128
11.1	Listado de Patentes 2022, Comuna de Navidad.....	128
11.2	Lista de Asistentes a Grupo Focal.....	130

ÍNDICE DE FIGURAS Y CUADROS

Figura 1 Ubicación de la Comuna de Navidad en la Región del Libertador Bernardo O'Higgins.....	16
Figura 2 Ubicación de la Localidad de Matanzas en la Comuna de Navidad	18
Figura 3 Comparación 2002-2021 Sector Centinela de Matanzas	25
Figura 4 Comparación 2002-2021 Caleta de Matanzas	26
Figura 5 Comparación 2002-2021 Subida a Lagunillas, Matanzas.....	28
Cuadro 1 Elementos básicos de las iniciativas de desarrollo económico local	33
Cuadro 2 Pauta de Observación de atributos.....	45
Cuadro 3 Encuestas aplicadas a emprendimientos de la localidad de Matanzas	53
Cuadro 4 Pauta de Grupo de Enfoque	57
Cuadro 5 Clasificación de los emprendimientos de la localidad de Matanzas	68
Cuadro 6 Sistematización de problemáticas y soluciones grupo focal.....	93

ÍNDICE DE CARTOGRAFÍAS

Cartografía 1 Emprendimientos de la localidad de Matanzas Comuna de Navidad ...	22
Cartografía 2 Tamaños de los Emprendimientos Localidad de Matanzas.....	70
Cartografía 3 Diferenciación de la Oferta entre Emprendimientos Avenida Carlos Ibañez del Campo Localidad de Matanzas	73
Cartografía 4 Diferenciación de la Oferta entre Emprendimientos Sector Costanera Localidad de Matanzas	76
Cartografía 5 Densidad de Flujo y Movimiento de Personas en el Radio de los Emprendimientos.....	80
Cartografía 6 Relación de Aglomeración entre Emprendimientos.....	83
Cartografía 7 Sub Conglomerados de Emprendimientos Localidad de Matanzas....	113

1 Resumen

La localidad costera de Matanzas, ubicada en la Comuna de Navidad, Región del Libertador Bernardo O'Higgins, actualmente se encuentra en un claro proceso de expansión urbana producido principalmente por el emergente turismo, el aumento de población y el desarrollo inmobiliario. Dichas variantes han repercutido en el acelerado crecimiento que ha experimentado la localidad, causando un desequilibrio en el territorio y en la vida de los habitantes.

Esta rápida evolución, ha venido sin estrategias que busquen un desarrollo económico local armónico y sustentable, generando un predominio de las lógicas de oportunismo e individualidad. Producto de lo anterior, se ha visto la necesidad de replantear este crecimiento, desde un paradigma colaborativo como contraposición a la competencia.

Esta investigación se basa en el análisis de la asociatividad entre emprendimientos de Matanzas, donde bajo un enfoque cualitativo, se reconocieron capacidades asociativas entre emprendedores, determinado a su vez, elementos que fortalecen la asociatividad.

Los resultados obtenidos concluyeron que, la asociatividad es posible reconocerla al interior de los sub conglomerados de emprendimientos, con capacidades asociativas aún por desarrollar. Por tanto, la asociatividad se identifica en una etapa de pre-gestación, y se evidencia en los sub conglomerados la posibilidad innata de trabajar la asociatividad desde una lógica sinérgica.

2 Problemática a Investigar

La problemática que se pretende abordar en este estudio, tiene relación con intentar comprender las razones por las cuales las localidades rurales que se encuentran en expansión urbana, inician su proceso de desarrollo sin contemplar elementos claves para la sostenibilidad del territorio, entendiendo este último concepto como la sucesión donde se satisfacen necesidades sociales, productivas, culturales y medio ambienteles, sin poner en riesgo la satisfacción de las generaciones futuras. (Madroñero-Palacios y Guzmán-Hernández, 2018), en otras palabras, la sostenibilidad es sostener en el tiempo los componentes sociales, ambientales y económicos que permitan el crecimiento equilibrado de un territorio. En este sentido, las variables que generan esta fragmentación pueden estar atribuidas a múltiples fenómenos, que por lo demás, dependerán de las particularidades de cada espacio. Por tanto, el propósito de esta investigación es indagar en estos fenómenos, desde una perspectiva propositiva y bajo un paradigma colaborativo y solidario donde se involucren a los actores claves del territorio para que sean ellos quienes busquen alternativas para enfrentar el presente y el futuro.

Existe vasta evidencia de territorios que adjuntan elevados atractivos naturales y culturales, que con el tiempo van experimentando un crecimiento constante, pero que, a pesar de ello, su evolución se ve comprometida y su desarrollo urbano se torna espontaneo y disperso. Un ejemplo de lo mencionado, es el caso de Pichilemu, comuna costera que comparte la Provincia de Cardenal Caro junto a la comuna de Navidad.

Pichilemu durante décadas se ha ido consolidando como un destino turístico, lo anterior, se debe a la interacción de elementos naturales, patrimoniales, arquitectónico y productivos, que han posicionado a la comuna como tal. Sin embargo, actualmente existen claras problemáticas urbanas, las

cuales en su debido momento no fueron tema de interés, y hoy en día han repercutido fuertemente en la fase de consolidación de destino turístico (SERNATUR, 2016). Es así que, el Plan de Desarrollo Comunal de Pichilemu (2021), en el apartado decimo “Lineamientos Estratégicos e Imagen Objetivo”, la población identifica problemáticas asociadas al crecimiento demográfico, reconociendo la ausencia de estrategias que den solución a necesidades vinculadas a los servicios básicos, como abastecimiento de agua potable, sistemas de alcantarillados y acceso a medidores de luz. Por otra parte, el aumento de población involucro la entrada de proyectos inmobiliarios, los cuales destacan por sus construcciones irregulares, las que progresivamente han dañado aspectos medio ambientales, como formaciones geológicas, barrera naturales, destrucción de dunas y borde costero. Los impactos en bosques, fauna y calidad de aguas, también destacan como problemáticas (pág. 342).

En definitiva, lo anterior se puede entender por la incapacidad de los gobiernos locales y del sector privado en no lograr canalizar energías productivas y sociales cuando estas se presentan. Principalmente a quienes le repercute este hecho con mayor intensidad es a las áreas rurales, ya que dichos fenómenos generan que no exista un equilibrio en el territorio, y que elementos como la sustentabilidad no sean contemplados en un escenario donde al no existir coherencia entre actores en pos a un desarrollo para la comunidad, la competencia y las lógicas de libre mercado comienza a operar.

En la Región de O’Higgins, se encuentra ubicada la Comuna de Navidad, circunscripción situada en el sector costero de la región. Limita con la Comuna de Santo Domingo y San Pedro por el norte y la Comuna de Litueche por el sur-este. Navidad se ha caracterizado históricamente por ser un área rural con producción agrícola y pesquera a pequeña escala, sin embargo, en las últimas décadas, este escenario se ha transformado, dando paso a la competencia por el posicionamiento estratégico en el territorio. Dicha competencia es liderada por inversionistas que adquieren terrenos antiguamente de uso agrícola, los cuales

son loteados y posteriormente dispuesto a la venta. Milton Santos (2001), menciona que “la necesidad de capitalización conduce a adoptar como regla la necesidad de competir en todos los planos.” (pág. 57), lo anterior, nos induce a visualizar que la competitividad luego de que se instala, se expande en todas las escalas de la realidad, y por tanto los territorios también se van articulando por medio de este roce competitivo.

Un caso emblemático al interior de la Comuna de Navidad, es lo que acontece en la localidad costera de Matanzas. Dicha localidad, se caracteriza por ser uno de los sectores que adjunta mayor intervención, asimismo, actualmente pasa por un proceso acelerado de crecimiento poblacional y de desarrollo urbano que ha dejado entrevisto la liberación de predios para la inversión de diferentes actores quienes han ejecutado proyectos inmobiliarios y comerciales. El turismo por su parte, ha contribuido fuertemente a la economía local, lo que ha llevado a posicionar a la comuna como un punto turístico emergente a nivel regional. En paralelo a lo anterior, se han observado transformaciones de componentes culturales, sociales, turísticos, productivos y económicos que se identifican como parte del proceso de globalización de los territorios (PLADECO, 2021).

Es necesario enfatizar que, en los actuales modelos de desarrollo económico, componentes como la competencia, la disminución de la acción del estado y de los gobiernos locales en miras al desarrollo, sumado a la plena confianza de la sociedad en los privados como grupos que solucionan problemas estructurales (Perico y Ribero, 2002), han volcado las miradas a lo que sucede con la evolución de las áreas rurales, lo anterior, con el fin de comprender las experiencias acumulativas que hay detrás del desarrollo. Es preciso aclarar que este modelo de libre mercado hasta el momento no se visualiza como un sistema efectivo para el desarrollo equilibrado de los territorios, ni tampoco para las proyecciones del territorio.

A lo largo de este trabajo de tesis, se entenderá la competencia territorial, como un “concepto que abarca áreas y mecanismos de disputa económica, social e incluso política, bajo el cual se pueden analizar distintos procesos a nivel territorial.” (Ibarra-Armenta y Trejo-Nieto, 2013, p. 23) En este sentido, y situando la competencia territorial en Matanzas, se puede constatar que los sectores estratégicos del borde costero y los sectores altos de la localidad, ya fueron disputados, o bien, se encuentran en pleno proceso de disputa.

El punto de interés del planteamiento del problema, es que, actualmente, la evolución y crecimiento del territorio se encuentra guiado por las lógicas de la competencia y del desarrollo urbano espontáneo, lo cual ha traído algunos dilemas producto de la incapacidad de los gobiernos locales de proyectar el espacio pensando en el futuro. Mediante el análisis espacial se ha constatado los principales conflictos vinculados a la generalidad de la estructura urbana, considerando principalmente equipamientos públicos, tales como accesos viales y estacionamientos, los cuales, al no estar preparados para la densidad e intensidad turística en los meses de verano y fines de semanas, colapsan rápidamente imposibilitando su movilidad. Por otro lado, la oferta turística especializada generó un aumento en los precios de hospedajes y servicios de comida, como también un aumento en el valor de productos comerciales en supermercados, almacenes, puestos artesanales y en general en todos los emprendimientos de la localidad (Springinsfeld, 2017). Si bien, lo anterior puede ser visto como un beneficio para los actores privados, esta lógica, a su vez, promovió la segregación social y la pérdida de identidad, marginando a los propios habitantes de la localidad, producto de la pérdida de pertenencia, en este sentido, las prácticas de habitar y de desenvolverse en lo públicos también se vieron modificadas. Lo anterior, es una consecuencia de la poca articulación y canalización de fuerzas productivas. Asimismo, la ausencia de trabajos territoriales entre el sector público y privado tampoco han tenido una gran

repercusión a nivel local, lo que nos da como resultado una fragmentación de las energías que se proyectan en Matanzas.

Debido a lo planteado anteriormente, lo que se espera de esta investigación es intentar buscar soluciones, a una escala local, con respecto a las problemáticas vinculadas a lo que actualmente entendemos como desarrollo, analizando las dinámicas espaciales y territoriales por medio de la identificación de la asociatividad entre actores que se encuentran de forma permanente en la localidad, y que además, contribuyen continuamente al fomento productivo, buscando de esta manera, encontrar otras alternativas para el desarrollo económico local.

2.1 Planteamiento del Problema

En las últimas dos décadas la Comuna de Navidad ha experimentado notables transformaciones. Los usos de suelos destinados antiguamente a la producción agrícola-ganadera, se han visto envueltos en una permanente tensión. Lo anterior, se debe principalmente a la incorporación de otras actividades económicas al interior de la comuna, actividades relacionadas esencialmente al avance inmobiliario de segunda residencia, la creación de nuevos emprendimientos y al aumento de población.

En este sentido, la expansión urbana y el aumento de población, han sido la tónica en los últimos años, este hecho, en gran medida es atribuible a la emergencia turística que experimenta la comuna, lo anterior, producto del creciente turismo de intereses especiales vinculado a deportes acuáticos, como también al requerimiento de diversos grupos por conocer la zona. Lo anterior, puede visualizarse como un efecto positivo para el territorio, debido a que la expansión urbana es uno de los parámetros para medir el desarrollo de áreas rurales, sin embargo, en la Comuna de Navidad “el desarrollo turístico ha venido acompañado de un “desorden” en el crecimiento urbano, que no ha sido correctamente encauzado por los instrumentos de planificación territorial vigentes.” (PLADECO, 2021, p. 93). Este desorden, se ha traducido en la falta de aplicación de lineamientos técnicos y teóricos que busquen ordenar, planificar y guiar a la comuna en un proceso evolutivo sustentable, donde el desarrollo sea visto como una oportunidad y no como un problema.

Este desequilibrio ha repercutido fuertemente a la localidad de Matanzas, esto se debe a que es el sector más visitado por turistas a nivel comunal, y el que ha experimentado mayores transformaciones a su alrededor.

Siguiendo la idea anterior, el desarrollo que se ha experimentado en Matanzas, ha venido de la mano con la incapacidad estructural de responder óptimamente a las múltiples necesidades de equipamiento. Este hecho, que

actualmente constituye una realidad durante los fines de semanas y sobre todo en temporadas estivales, ya había sido advertido por otros investigadores (Springinsfeld, 2017), donde estudios previos, adelantaban que producto de la fuerte demanda de población flotante y del incremento de casas de segunda residencia, junto a ello, iban a surgir otros requerimientos, vinculadas el deseo de satisfacer las necesidades de los nuevos pobladores y de los potenciales turistas. Ello ha traído consigo un proceso de contra-urbanización, demostrado en que Matanzas paso de ser una caleta de pescadores pintoresca y tranquila a ser un destino turístico emergente a nivel regional, transitando de las dinámicas propias de la ruralidad a tener asociadas problemáticas propias de los espacios urbanos.

En definitiva, Matanzas hoy en día crece sin lineamientos que lo conduzcan a un desarrollo sustentable en el territorio, más bien, su evolución se debe a la competencia territorial y a las lógicas de la oferta y demanda, mediadas por empresarios que han visto una oportunidad de negocio en la localidad. Es por tal razón que, frente a este panorama expuesto, y debido a que las proyecciones apuntan a que la localidad seguirá aumentando su población y expansión urbana, surge la necesidad de intentar buscar estrategias que visualicen el crecimiento como una posibilidad efectiva para el desarrollo económico local, donde a través de los diferentes actores locales, se puedan establecer planes de acción para el fomento y desarrollo equilibrado del territorio, buscando la participación de los grupos locales en las decisiones del territorio.

Una opción que aparece como alternativa para encausar este crecimiento, tiene que ver con la posibilidad de fortalecer los lazos asociativos entre individuos. En este sentido, dentro de la localidad confluyen diversos actores, donde, un grupo relevante por su capacidad de accionar el territorio, tiene que ver con los emprendimientos, en ellos, se identifica un gran potencial, ya que estos grupos a grosso modo maneja las energías productivas de la localidad. Por tanto, el objetivo de esta investigación es profundizar en estos elementos

asociativos entre emprendimientos, para indagar sobre su posible potencial para encontrar alternativas de desarrollo.

Bien sabemos que los territorios se transforman, es decir, no se mantienen estáticos, se van acomodando a los distintos tiempos, a las apropiaciones ideológicas y a las relaciones de poder desde una perspectiva ser humano-medio. El caso de Matanzas no es diferente, el crecimiento y desarrollo no se visualizan como un elemento negativo, sin embargo, cuando las funciones del territorio son determinados por la libre competencia, la mayoría de las veces los componentes identitarios que se pierden no se vuelven a recuperar.

Sin dudas, este proceso de expansión aún puede ser guiado mediante una visión sustentable en el territorio, donde se adjunte a la comunidad y a los emprendimientos como un todo, ya que estos grupos, en conjunto al gobierno local, son los agentes que deberían dar los lineamientos de cómo llevar este desarrollo de manera armónica y sostenible.

2.2 Pregunta de Investigación

¿Es posible identificar elementos asociativos entre emprendedores de diferentes rubros en la localidad de Matanzas en miras a un territorio solidario que fortalezca el desarrollo económico local?

2.3 Hipótesis de Investigación

Lo que se espera de esta investigación, es examinar si efectivamente existen patrones de asociatividad entre los emprendedores de la localidad de Matanzas, debido a que, de lograr identificar la existencia de determinadas capacidades asociativas mediante este análisis, se puede abrir paso a la elaboración de lineamientos que busquen agrupar las energías productivas, con el objetivo de articularlas e incidir en el fortalecimiento económico de los territorios que se encuentran en proceso de desarrollo.

Sin dudas, este acercamiento a la asociatividad no es nuevo, de hecho, las grandes empresas se asocian con otras empresas como estrategia de mercado para aumentar su dominio. No obstante, para efectos de este estudio, lo que se esperaría con la asociatividad, es intentar buscar vínculos entre emprendedores, con la intención de que sean ellos, en conjunto al gobierno local, quienes sean los protagonistas del desarrollo económico de la localidad.

Por tanto, la asociatividad territorial estaría caracterizada por la integración de los actores que componen el territorio: comunitario, público y privado, donde en un primer paso, se debería hacer un análisis de las capacidades de estos grupos, para posteriormente unificar a los sectores productivos, sociales y públicos, con la finalidad de avanzar hacia un desarrollo económico local que logre equilibrar a los territorios.

Siguiendo la idea, y debido a que Matanzas se encuentra en un evidente proceso de desarrollo, la localidad se visualiza como una excelente plataforma comunal para mostrarse al mundo, en este sentido, si la asociatividad es efectiva, el encadenamiento productivo podría activarse, donde los excedentes de la agricultura, pesca y otras actividades productivas, podrían confluir en un mismo espacio, asimismo, también se podría dar inicio a la implementación de un turismo rural, mediante la oferta de tour que busquen dinamizar los sectores de la comuna que hasta el momento no han sido contemplados en las estrategias

de desarrollo. De esta forma, se originaria un sistema económico alternativo que beneficie a la comunidad y a la identidad comunal en su totalidad.

3 Fundamentación de la Investigación

Según lo planteado en los apartados anteriores, se podría decir que la problemática central de esta investigación se divide en dos ejes, por un lado, se encuentra aquello que está relacionado al carácter infraestructural y, por otro lado, lo que está ligado a lo social y económico. Cabe destacar que ambos ejes, aunque pueden ser analizados por separados, se encuentran relacionados entre sí.

Como es posible apreciar, la localidad de Matanzas se desenvuelve en un escenario que se dinamiza progresivamente. Sin embargo, este crecimiento acelerado, no es considerado como un efecto positivo, ya que el crecimiento no ha estado en función a planificaciones previas, ni mucho menos acompañado de trabajos territoriales en conjunto con la comunidad, lo que ha provocado una deslegitimización del desarrollo por una parte de la comunidad.

Otro punto importante a destacar con respecto a la inclusión de Matanzas como destino turístico, tuvo que ver con el proyecto estructurante en la transformación del borde costero en el sector de la costanera hace casi 10 años (SEREMI de Obras Públicas O'Higgins, 2012). Dicha inversión beneficio al turismo, pero por sobre todo a los emprendimientos, ya que, producto de esta remodelación se fueron construyendo algunos puestos que dieron vida a una suerte de paseo comercial en la costanera. Matanzas, por tanto, de apoco se ha ido consolidando como un núcleo de servicio turístico de características urbanas, con predominio de emprendimientos, diversificándose en Pymes de diversos tamaños: micro, pequeña y mediana empresa, y con rubros especializados en el turismo, así también, presentado una variada oferta con costos de servicios muy elevados, lo que ha limitado a ciertos grupos sociales acceder a estos servicios.

Esta progresiva consolidación de núcleo de servicios, ha traído consigo la acumulación de problemáticas urbanas producto del aumento de población, las

cuales, se han caracterizado por la falta de equipamiento, infraestructura, vías de acceso y sectores de espacio público que permitan un desenvolvimiento óptimo de la comunidad, como de los turistas (Springinsfeld, 2017).

Hasta el momento ha quedado claro que existe una evidente incapacidad por parte del gobierno local en hacerse cargo del crecimiento y de articular a los diferentes actores en pos al desarrollo.

Hay comunas a las que les cuesta ser valoradas por sus elementos endógenos, donde incluso los Municipios deben hacer malabares para atraer a inversionistas a la zona. A pesar de ello, existen comunas como Navidad, que por lo contrario llegan inversionistas sin mayor esfuerzo con un propósito claro y sin contemplar la comuna como un todo, fragmentando el espacio desde una perspectiva histórica, social, cultural e incluso productiva. Si bien esta investigación está basada netamente en la localidad de Matanzas, cabe destacar que a escala comunal y haciendo referencia a las localidades vecinas de Centinela, Lagunillas y La Vega de Pupuya actualmente se ejecutan grandes proyectos inmobiliarios, asociados a condominios parcelados, hoteles, entre otros.

En definitiva, el sector privado, ha involucrado todos sus esfuerzos a una libre competencia en el territorio, donde a medida que la oferta y demanda se acomodan, la localidad crece al ritmo de las oportunidades de inversión. Se debe aclarar que los sectores en pleno proceso de evolución y desarrollo necesitan del actor privado para dinamizarse, sin embargo, hasta el momento se entiende que este proceso no se ha podido llevar a cabo de una forma armónica. Es así que, como la competencia no ha sido efectiva, la asociatividad es vista como una opción para que los territorios se desarrollen de forma equilibrada y sostenible. Para efectos de esta investigación, el grupo de estudio en el cual se medirá la capacidad asociativa, está representado por los emprendimientos y los emprendedores de la localidad de Matanzas. La justificación principal del porque

se estudiarán los emprendimientos y no otro grupo, es porque se entiende que, analizándolos como unidad, son capaces por sí solos de modificar y transformar el territorio, por lo que, su potencial en grupo se visualiza como una oportunidad para trabajar diversas temáticas vinculadas al presente y al futuro, siempre y cuando esta asociatividad esté acompañada de propuestas que busquen mejorías desde una perspectiva global.

En este sentido, la asociatividad para efectos territoriales y vinculada a los emprendimientos, se entiende como una relación de dos dinámicas: 1. De características sociales, donde las lógicas comunitarias comienzan a actuar, generando un complejo esquema social desde el cual surgen los mejores valores humanos, tales como la solidaridad, el trabajo colectivo y colaborativo. 2. La asociatividad como modelo de desarrollo económico, social y sostenible, promoviendo unidades productivas en búsqueda de proyectar el futuro y trabajando en conjunto frente a las adversidades. (Giraldo, Lopera, y Cardona, 2020). Lo que debemos entender es que la asociatividad no es un concepto menor, pues estos grupos en conjunto con los gobiernos de turno y bajo lineamientos estratégicos basados en la sustentabilidad del territorio, pueden llegar a ser el mejor modelo para desarrollar a las localidades, bajo una lógica de solidaridad, apoyo mutuo y con encadenamientos productivos que posibiliten el crecimiento económico local.

Por último, se debe tener en cuenta que el presente estudio se focaliza en actores privados, los cuales muchas veces, actúan en base a intereses propios mediados por el capital como fin último. Estos grupos no necesariamente podrían estar de acuerdo con los nuevos paradigmas, sin embargo, la actualidad incita a volver a replantear las estructuras con otros ojos, buscando el equilibrio en todas sus artistas.

4 Descripción del Área de Estudio

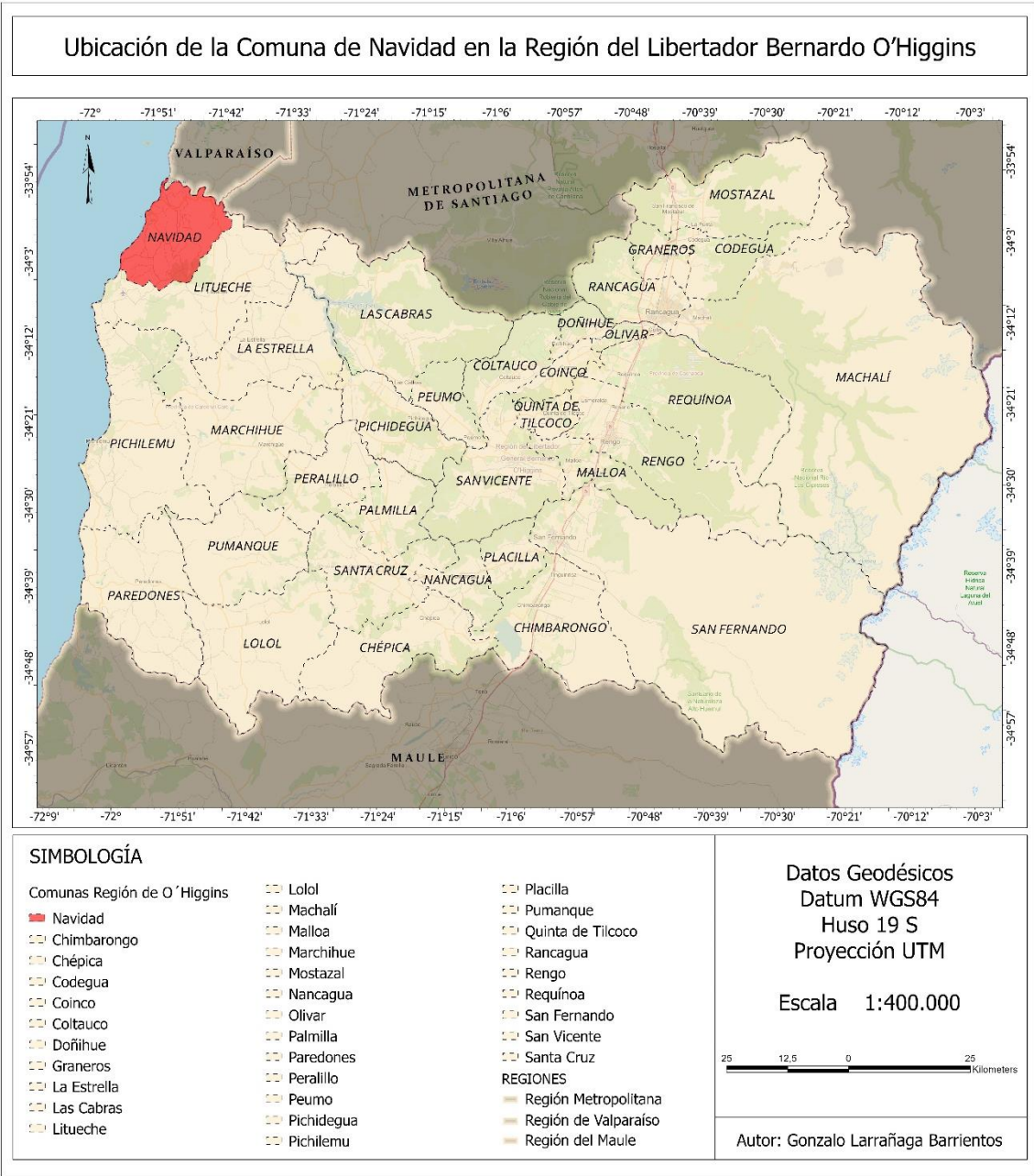
4.1 Comuna de Navidad

La comuna de Navidad se encuentra ubicada al noroeste de la Región de O'Higgins en la macro zona central. Desde una perspectiva norte-sur es la primera comuna costera de la región (ver figura 1). Dentro de su territorio se logran reconocer 28 localidades distintas (ver figura 2). En su generalidad, los asentamientos humanos se encuentran dispersos entre sí y con baja concentración poblacional, una característica propia de áreas rurales.

Para efectos de esta investigación, el espacio rural se comprende como el medio natural que es organizado y transformado para la producción agrícola, por comunidades humanas que fundamentan en él una parte o la totalidad de su vida económica y social. Por lo tanto, este espacio corresponde a un conjunto de elementos naturales que se combinan con los elementos humanos (Errázuriz, 1994) que, sumados a la acumulación del tiempo, van generando una producción espacial identitaria traduciéndose en un paisaje rural, un mosaico de parches agrícolas, extensos espacios de naturaleza, mediado por aldeas, villorrios y caseríos.

Siguiendo el razonamiento de lo rural, el Instituto Nacional de Estadísticas (2021) presentó un informe de “Estimación y Proyección de Población”, en el cual se adjuntó a las comunas con características 100% urbanas y 100% rurales. Para ello, se emplearon criterios de cantidad de habitantes y equipamientos. Los resultados que se obtuvieron, determinaron que la población en la comuna es de 6.968 habitantes, un poco más de lo registrado en el Censo 2017. En conclusión, se ratifica que la Comuna de Navidad sigue considerándose una comuna rural, a pesar de su constante crecimiento de población en estos últimos años.

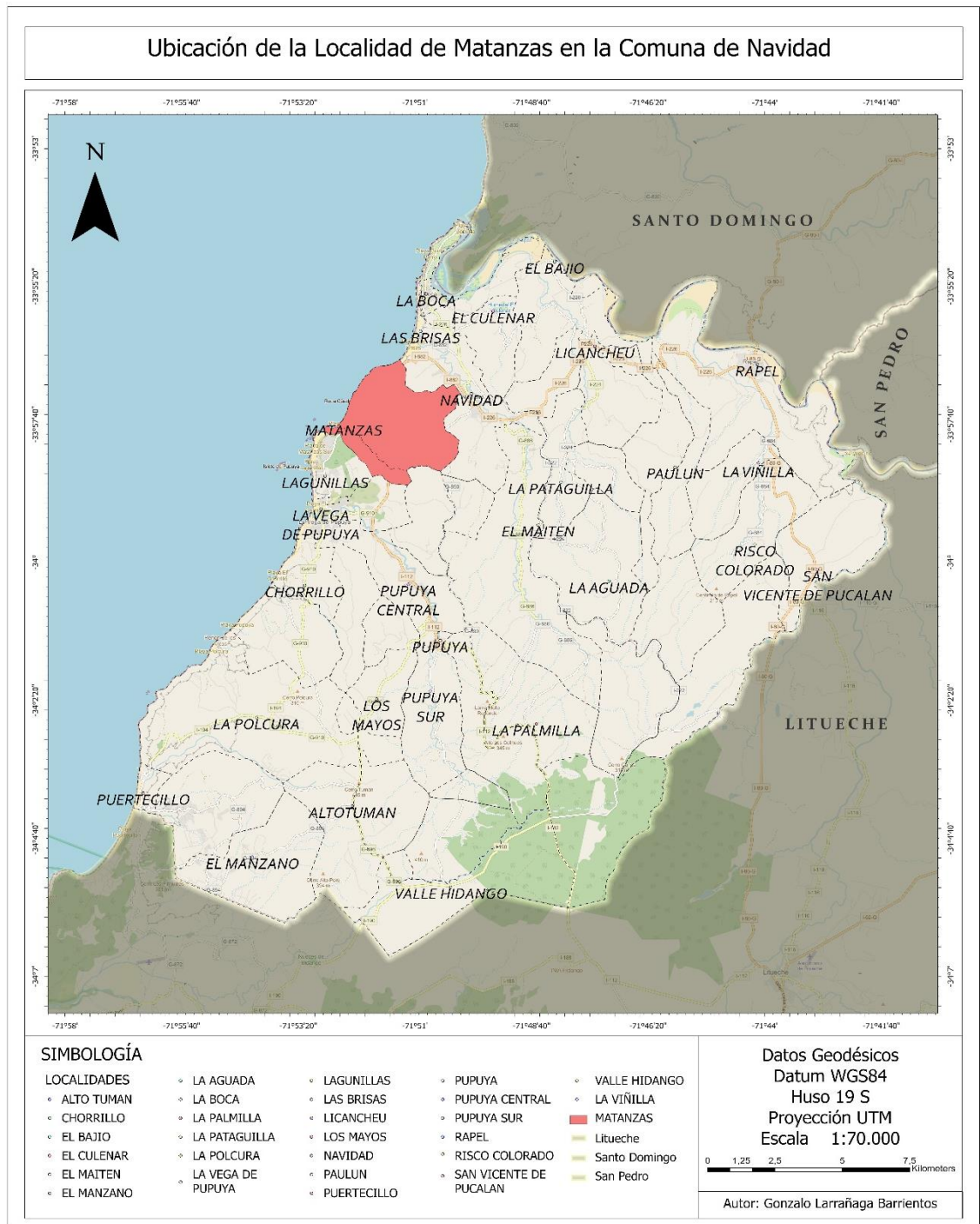
Figura 1



Fuente: Elaboración propia.

La transición de rural a urbano asume una gran cantidad de cambios intrínsecos y tangibles que se entienden como una acumulación de procesos que van de la mano con elementos culturales, sociales, económicos y productivos. En la comuna de Navidad el proceso de transformación rural-urbano de ciertas localidades de pasar de lo rurales a lo urbano se encuentra en sucesión en las localidades de Rapel, La Boca, Matanzas y Navidad (PLADECO, 2021), esta última la de mayor importancia por adjuntar la generalidad de los servicios básicos, públicos y comerciales. En este sentido, es interesante observar cómo estas localidades han tenido un crecimiento continuo según la lógica de la teoría de lugares centrales (Walter Christaller, 1966) en concordancia con el abastecimiento a los caseríos de su alrededor. La demanda turística por su parte ha contribuido al desarrollo de estos espacios y por tal razón se espera que la oferta y la demanda aumentan progresivamente, generando así la necesidad de contemplar infraestructuras propias de áreas urbanizadas.

Figura 2



Fuente: Elaboración propia.

En definitiva, si tuviésemos que englobar a la comuna en una categoría con respecto a sus elementos endógenos, podríamos decir que Navidad representa una “Comunas de ruralidad y conectividad intermedias y de alta afluencia turística.” (Berdegué et al., 2010, p. 21), este grupo se caracteriza por una alta actividad turística que entrega diversidad económica, pero que sigue predominando aún las características rurales.

4.2 Diagnóstico de los emprendimientos en Navidad

En Chile, hace varias décadas el sistema económico ha contribuido a potenciar a los emprendimientos mediante la apertura de políticas estratégicas para el desarrollo y promoción de los emprendimientos en diferentes rubros a nivel país.

Esta promoción surge de un sentido evidente, se reconoce que los emprendimientos aportan a la creación de empleos. Esta es la principal razón por la cual los emprendimientos como unidad de análisis, se han convertido en interés de investigación y observación.

Con base en lo anterior, los emprendimientos no deben ser entendido sólo como unidades o sujetos individuales que desarrollan un proyecto económico, más bien, el interés por ellos se basa en su contribución a elementos como generación de empleos, crecimiento económico, diversificación de la oferta, revaloración de los espacios, entre muchos otros.

Ahora bien, al analizar el área de estudio, se puede mencionar que, en comunas evocadas al turismo, el crecimiento se encuentra dirigido a ejes asociados principalmente a: alojamientos, servicios gastronómicos y de recreación. Asimismo, surgen junto a estos rubros un sinnúmero de otros emprendimientos que se adhieren a este sistema de nichos comerciales, los

cuales son resultado de la demanda y acumulación de turistas que se establecen durante todo el año. La comuna de Navidad en este caso, y específicamente Matanzas, constituye un ejemplo de lo mencionado, de hecho, actualmente según el plan de desarrollo comunal en el apartado objetivos estratégicos, se plantea lo siguiente: “Articular el desarrollo turístico comunal, incorporando los diversos rubros productivos existentes, la cultura local y la sustentabilidad ambiental, como elementos centrales” (PLADECO, 2021, p. 297). Por lo tanto, todo indica que los esfuerzos se encuentran puestos en el fomento de la economía local mediante una columna vertebral que esta mediada por el turismo, bajando la escala a los diversos emprendimientos.

En cuanto a los emprendimientos, podemos encontrar dentro de la comuna a cuatro localidades claves que adjuntan la mayoría de los emprendimientos: Rapel, La Boca, Navidad y Matanzas. Estos asentamientos se reparten los emprendimientos de mayor importancia, logrando identificar a su vez servicios y funciones distintivas en cada localidad, encontrando un patrón común que tiene que ver con la vocación turística.

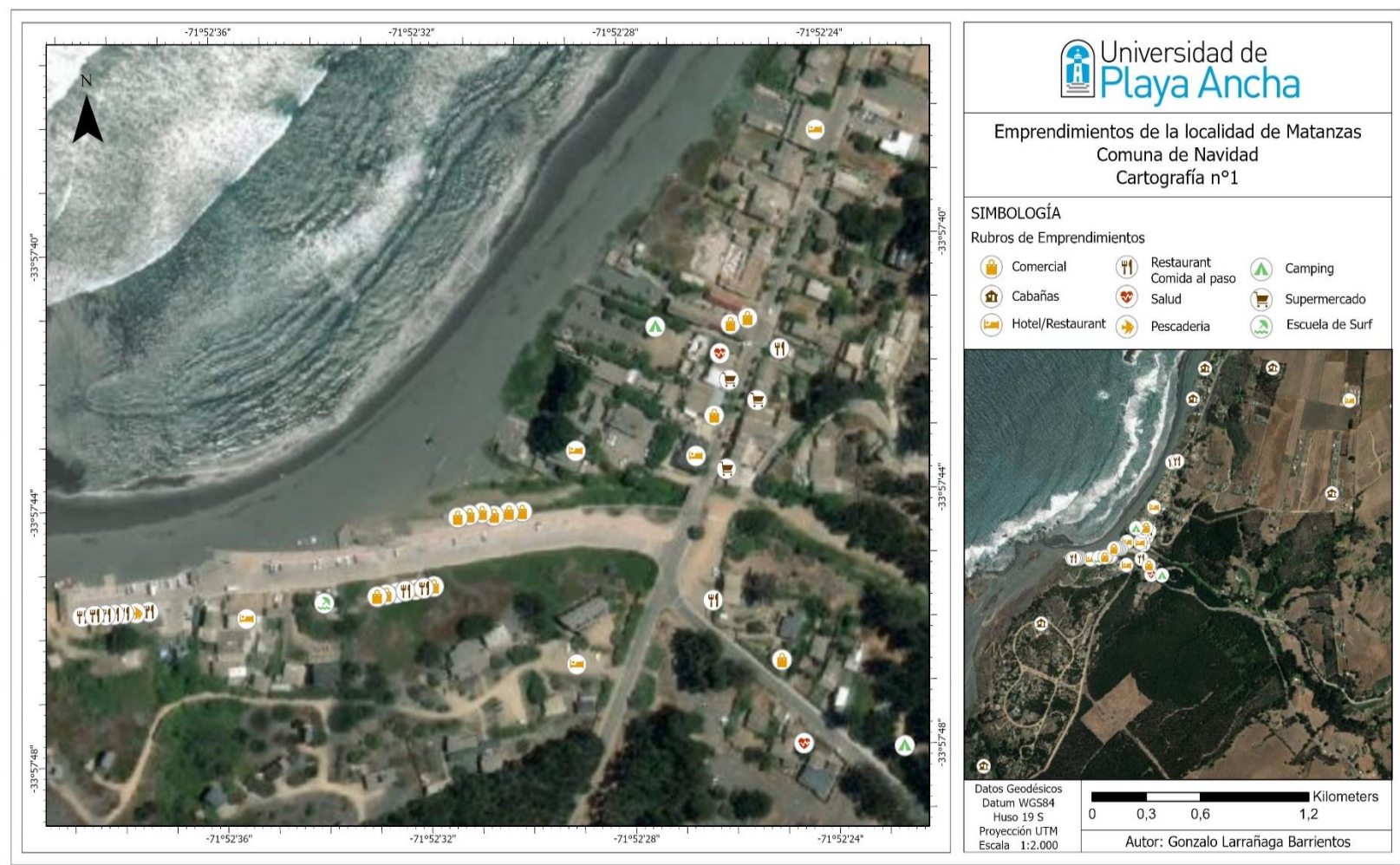
Navidad, localidad central para las demás localidades, contempla la mayoría de los servicios básicos: CESFAM, Registro Civil, Carabineros, Bomberos, Banco, Juzgado, Farmacia, entre otros. La anexión de todos estos servicios genera que Navidad se presente como el centro de las demás comunas. Con respecto a las Pymes destacan supermercados, verdulerías, restaurantes, y almacenes varios.

Por su parte, Matanzas se encuentra vinculada totalmente al rubro turístico, los emprendimientos se encuentran dirigidos principalmente a la oferta de hospedaje, servicios gastronómicos y de recreación. Por otro lado, Matanzas se diferencia de la oferta comunal, si bien el ofrecimiento es similar a las demás localidades, adicionalmente se pueden encontrar unidades distintivas como hoteles, caleta de pescadores y escuelas de surf, por nombrar algunos. Algunos

actores relevantes de los rubros mencionados, se identifican a hoteles como Mar Blanco, Surazo y Omz que aparte de ser hospedajes y restaurantes, ofrecen una gran variedad de elementos asociados al turismo como rutas para bicicletas, cabalgatas, escuelas para deportes acuáticos, venta de artículos deportivos, entre otros.

En concreto Matanzas cuenta con 50 emprendimientos (ver cartografía 1) distribuidos en diversas actividades económicas: restaurante, supermercado, arriendo de cabañas, hotel, camping, artesanía, comida al paso, veterinarias, entre otros. 34 emprendimientos se encuentran con patente municipal y 17 emprendimientos se encuentran informal. (ver Anexo)

Cartografía 1



La cartografía adjunta, indica donde se ubican específicamente los emprendimientos en la localidad de Matanzas, es conveniente mencionar que se adjuntó a la totalidad de los emprendimientos, independientemente de que estén formalizados o no. De la cartografía se desprenden dos puntos importantes, en primer lugar, se puede observar que existe una evidente concentración de emprendimientos en el sector costero, y en la intercepción de la calle principal. En segundo lugar, se puede evidenciar el incipiente crecimiento urbano y de emprendimientos en los sectores altos de la localidad. En los próximos apartados se examinará detalladamente cada uno de estos emprendimientos desde una perspectiva de nichos comerciales, identificando a su vez el rubro y posición en el territorio.

4.3 Desarrollo Urbano de Matanzas

A través de los apartados anteriores, se ha podido dar cuenta que el crecimiento y desarrollo urbano en la localidad de Matanzas es una realidad.

En este sentido, se hace necesario evaluar cuales han sido las características de este desarrollo urbano en los últimos años. Es así, que en este ítem se propone generara una caracterización de los sectores con mayor crecimiento y dinamismo en los últimos 10 años, con el fin de examinar por medio de la fotointerpretación los sectores que han experimentado un crecimiento acelerado.

La fotointerpretación es una técnica utilizada para identificar, ubicar y extraer información de diversos elementos a través de una fotografía aérea. Es una forma interpretativa y analítica de descubrir las características y relaciones espaciales que se desprenden a partir de las deducciones. (Godoy, Cárdenas, y Figueroa, 2019), siguiendo la lógica de los autores y analizando algunas de las

transformaciones que se pueden evidenciar mediante la comparación de imágenes satelitales, podemos pasar a interpretar las siguientes imágenes de la figura 3, 4, 5.

En la figura 3, denominada sector Centinela de Matanzas, se puede verificar que para el año 2002 los terrenos se encontraban aún dispuestos para la actividad agrícola, donde incluso, se puede apreciar las delimitaciones organizadas para la producción. Una de las razones por la cuales se dejó de lado esta actividad, tuvo que ver precisamente con la sequía, con respecto a lo anterior el Plan de Desarrollo Comunal afirma lo siguiente, “la sequía ha afectado considerablemente a la comuna y a la región, lo que se manifiesta en la entrega de agua a las familias rurales en camiones aljibes. En efecto, durante los últimos años se ha reforzado la entrega de agua potable, por medio de la articulación de la Municipalidad con los comités y cooperativas de Agua Potable Rural y la ONEMI. (p. 31). Por tanto, la sequía se considera una de las principales variables del inicio y articulación de los loteos, donde la lógica del agricultor, estuvo inducida por la falta de rentabilidad de la actividad.

Por otra parte, este sector se encuentra aproximadamente a 140 metros de altura del pueblo de Matanzas, donde existe una vía directa que conecta el sector inferior con el superior. En su contraposición, para el año 2021 el loteo ya era evidente, en esta imagen se puede observar la implementación de calles, viviendas e incluso cabañas y hoteles con una finalidad evidentemente económica. El sector del borde costero también experimento algunos cambios, sin embargo, donde se visualizan mejor las transformaciones es en el sector que antiguamente era utilizado para la producción agrícola.

Figura 3 Comparación 2002-2021 Sector Centinela de Matanzas



Fuente: Google Earth, 2022.

La figura 4, representa para el año 2021 lo que actualmente podemos denominar núcleo central de emprendimientos en Matanzas, en este perímetro confluyen las principales y diversas Pymes, diferenciadas por: microempresa, pequeña empresa y mediana empresa. Esta es el área principal desde una perspectiva comercial, social, turística y recreativa. Surge un concepto con respecto a la articulación de estos últimos elementos, y tiene que ver con el espacio producido, analizado por el filósofo y geógrafo Henri Lefebvre (1974), quien propone que el espacio es el resultado de una producción, esto quiere decir que, el espacio se produce a través del tiempo por medio de la acción de la sociedad, los modos de producir y las relaciones sociales. Sin embargo, pone mayor énfasis en que las transformaciones residen en el crecimiento de las fuerzas productivas, donde en lugares rurales esta transformación reside en el crecimiento de las fuerzas productivas del artesanado, la industria emergente y de la agricultura. En definitiva, el crecimiento de lo rural a lo urbano actúa a través de los grupos que desarrollan estos espacios, en mayor o menor escala.

Para continuar con lo planteado por el autor, se puede agregar que, en la actualidad los paradigmas han cambiado, en lo que respecta a las fuerzas productivas guiadas por la industria y la agricultura, hoy en día, la fuerza de producción en localidades como Matanzas, se encuentra guiada por el turismo, principal agente de las transformaciones. En este sentido los espacios se han desarrollado basándose en el incremento de la oferta de servicios.

Las transformaciones que se pueden observar con respecto a ambas imágenes, tiene que ver con el desarrollo infraestructural de la costanera y la consolidación de diversos emprendimientos en torno a la unión de las cuatro vías visibles. Se destaca por su dimensión el complejo turístico Omz, ubicado en el sector superior de la costanera, ya que sin dudas fue el más dinamizador con respecto a lo infraestructural, pero también a lo que respecta con la contribución del aumento de turistas, ya que el complejo cuenta con hotel, cabañas, restaurant, camping y ofertas relacionadas al turismo activo.

Figura 4 Comparación 2002-2021 Caleta de Matanzas



Fuente: Google Earth, 2022.

En la figura 5, como se puede observar, existe una evidente transformación, donde se pasó de un parche de matorral costero, a un sector de viviendas de segunda residencia. Este sector se encuentra aproximadamente a unos 800 metros de altura respecto al pueblo de Matanzas. En la imagen del año 2021, se visualiza la fiel representación de loteos, lógica que se repite en varias localidades de la comuna. Este conjunto actualmente corresponde a un condominio privado.

No menos importante mencionar que, este sector corresponde al proceso de conurbación entre la localidad de Matanzas y Lagunilla, dicho proceso nos da una referencia del efectivo desarrollo urbano que se efectúa en la comuna, como también, de los desafíos que deberá enfrentar la localidad con respecto a la solución de problemáticas derivadas de la urbanización en un espacio rural.

Figura 5 Comparación 2002-2021 Subida a Lagunillas, Matanzas



Fuente: Google Earth, 2022.

5 Objetivos

5.1 Objetivo General

Analizar y examinar la asociatividad territorial entre emprendimientos en la localidad de Matanzas.

5.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar y clasificar a todos los emprendimientos comerciales de la localidad de Matanzas.
- Identificar la capacidad asociativa entre emprendimientos.
- Determinar elementos que fortalezcan la asociatividad a nivel local.

6 Marco Teórico

6.1 Desarrollo económico local

Para efectos de esta investigación la definición de Desarrollo Económico Local con la cual se trabajará es la descrita por Francisco Alburquerque (1997), quien menciona lo siguiente:

Así pues, el desarrollo económico local puede definirse como aquel proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que, mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos disponibles en una zona determinada, es capaz de estimular su crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local. (p. 109).

Es así que, el desarrollo económico local se visualiza como un sistema que posibilita la reactivación de diferentes grupos de una sociedad, donde a través de las características internas es posible llegar a establecer un crecimiento continuo en un determinado espacio, llegando incluso, a mejorar la calidad de vida. Por lo tanto, se percibe que el territorio por sí mismo tiene potencial, el que a su vez debe ser identificado por medio de sus componentes humanos, económicos, culturales, naturales e institucionales, con el propósito de que se articulen mediante estrategias que incentiven el desarrollo económico. Asimismo, para realizar este proceso reactivador, se debería tener información clara de los diferentes aspectos que tienen que ver con reconocer lo local a través del tejido social, las tradiciones culturales, las unidades y conglomerados productivos, atractivos naturales y la estructura organizativa del gobierno local, por nombrar algunos.

En concreto, el desarrollo económico local es un proceso económico de participación de diferentes actores, quienes en conjunto cambian la estructura, basándose en un crecimiento sinérgico que conduce a mejorar la calidad de vida

de los habitantes locales. Ahora bien, para que el desarrollo territorial sea efectivo, Francisco Alburquerque (1997) distinguen tres dimensiones principales:

1. Económica:

Los empresarios locales usan sus capacidades para organizar los factores productivos endógenos con niveles de productividad suficiente como para competir en los mercados.

2. Socio Cultural:

Los valores e instituciones locales permiten impulsar o respaldar el proceso propio de desarrollo.

3. Política Administrativa:

Las políticas territoriales facilitan o estimulan la creación de un “entorno innovador” favorable al desarrollo económico endógeno. (p. 56)

De acuerdo a lo expresado por el autor, la sociedad, los privados y la gestión pública en su totalidad son claves para llevar a cabo este proceso, en donde la cooperación se eleva como una necesidad para desarrollar los territorios. Por ende, los actores dentro del sistema económico local deben estar alineados y cumplir funciones claras que identifiquen y prioricen los ejes económicos en cada territorio.

En definitiva, el territorio es el escenario donde confluyen todos los elementos y grupos mencionando, posibilitando así, las relaciones sociales, económicas-productivas, políticas y culturales. Este vínculo entre los conceptos de territorio y desarrollo se volverá a retomar en los próximos apartados del marco teórico, no obstante, es necesario mencionar que el desarrollo económico local, no se da en el espacio, sino que en el territorio.

En este punto se podría bajar la escala de análisis a lo que acontece en la Comuna de Navidad, ya que, como se ha mencionado, el desarrollo económico local implica la identificación de elementos endógenos para involucrarlos y priorizarlos, con el objetivo de reconocer vocaciones productivas que permitan el desarrollo económico local en los territorios. En este sentido, la localidad de Matanzas, es visualizada como un territorio categorizable por su vocación productiva vinculada al turismo.

En cada localidad existen núcleos económicos claves que necesitan consolidarse como fuentes de riqueza de los territorios y en esa misma medida “arrastrar” en su dinámica a otros sectores emergentes. Es decir, se trata de impulsar o fortalecer actividades económicas rentables y sostenibles que permitan generar ingresos y fuentes de trabajo para la población. (DEMUCA, 2009, p. 4). En este sentido, los nucleos economicos al consolidarse pasan a ser parte del sistemema productivo local, permitiendo de esta forma, crear el escenario ideal para el encadenamiento productivo. Este ultimo concepto, nos lleva a buscar reconocer posibles interacciones a escala, incorporando a los diferentes nucleos al fomento productivo. Por lo tanto, en este proceso de encadenamiento se ven beneficiados los micro, pequeños, medianos y grandes empresarios.

Indudablemente para que todo este proceso tenga éxito, debe ser visualizado como un proyecto común, que integre a los actores mas relevantes del territorio. Las iniciativas basicas que se deben adoparar para mantener el desarrollo economico local, estan mediados por 8 componentes (cuadro 1), los cuales interrelacionados entre si, generanan una sustentabilidad del proceso.

Para efectos de esta investigacion, la etapa de interes es la 1) Movilizacion y participacion de acotres locales, y 4) Cooperacion publico-privada. Dichas etapas no debe ser vista como las iniciales, ya que para sustentar el desarrollo economico local se deben desarrollar todas las etapas en su conjunto. No

obstante, la participación de actores locales es un elemento clave para la legitimidad del proceso, además, la cooperación público-privada es elemental para generar una relación entre los núcleos económicos y el fortalecimiento de los emprendimientos.

Cuadro 1 Elementos básicos de las iniciativas de desarrollo económico local



Fuente. Tomado de *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina* (p. 162), por F. Albuquerque, 2004, revista de la CEPAL n°82.

Ahora bien, volviendo al area de estudio y basados en el crecimiento de la localidad de Matanzas como nucleo economico con vocación al servicio turistico, se espera que, para que exista un desarrollo economico efectivo, se deberian generar mesas de trabajo entre el gobierno local y las Pymes, lo anterior, con el objetivo de buscar la construccion de una nueva oferta territorial que establezca estretegias de crecimiento y sustentabilidad para el territorio, asi de esta forma, generar un equilibrio en su desarrollo.

6.2 Importancia de la asociatividad a escala local

La asociatividad a escala local, y vinculada al desarrollo económico, puede ser trabajada mediante dos ejes: 1) asociatividad empresarial. 2) asociatividad comunitaria.

La primera tiene que ver con una lógica de cooperación empresarial, considerando a las “empresas individuales que flexiblemente cooperan entre sí bajo condiciones de confianza para obtener beneficios tangibles: acceder a mercados, alcanzar economías de escala, abaratar costos de insumos en compras conjuntas, etc. (DEMUCA, 2009, p. 60), en este sentido la asociatividad es visualizada como un “medio que facilita la creación de ventajas competitivas gracias al trabajo conjunto de cooperación de empresas, durante las etapas que conforman la cadena de valor de un determinado producto, con la finalidad de obtener una mayor participación en los diferentes mercados donde existan oportunidades de nuevos negocios.” (Guerrero Bejarano & Villamar Cobeña, 2016, p. 109). Por lo tanto, esta perspectiva de asociatividad, integra una mirada que involucra el interes y la voluntad de individuos que visualizan oportunidades en la asociacion, asi de esta forma, mejorar las ventajas comparativas y lograr competir en otros mercados. Esta forma de asociarse tiene una clara tendencia

al modelo económico de mercado, no obstante, si diversificamos el concepto de gran empresa a Pymes, es posible relacionar este modelo asociativo a las micro, pequeña y mediana empresa.

Por otra parte, la asociatividad comunitaria, puede definirse como “un mecanismo de cooperación mediante el cual las unidades productivas unen sus capacidades para hacer frente a los retos derivados de la globalización, a través de la generación de valor tras la solución de problemas comunes entre las unidades productivas”. (Giraldo, Lopera, y Cardona, 2020, p. 3). Esta concepción de la asociatividad por consecuencia, tiene un carácter social, donde la asociación de individuos se construye a través de la solidaridad y con el objetivo de mejorar determinadas problemáticas comunes. Las acciones colectivas que resultan de este modelo, tienen que ver con la búsqueda de estrategias para la promoción social y económica de los territorios.

Con respecto a lo anterior, y enfocándonos en la relación que existe entre la asociatividad, el desarrollo económico local y lo territorial, es posible identificar que la asociatividad comunitaria tiene un perfil articulador con respecto a los diferentes actores que componen el territorio. En este sentido, la asociatividad comunitaria, asume un papel activo en el desarrollo económico local, ya que, promueve lo comunitario y lo productivo.

En definitiva, y para efectos de este estudio, ambos modelos de asociatividad tienen relevancia, lo anterior se debe a que, la investigación se basó en la asociatividad entre emprendimientos y emprendedores, actores que pueden vincularse a ambas formas de asociación. Por un lado, los emprendedores pueden establecer lazos asociativos en búsqueda de “la conformación de redes o asociaciones que los ubiquen en posiciones más sólidas para afrontar las amenazas y aprovechar las oportunidades.” (Martínez, 2011, p. 312). Como también, en lo comunitario basados en un “procesos asociativos que toma como punto de referencia el lugar geográfico alrededor del

cual se agrupan las personas y empresas con el propósito de generar un objetivo común, son denominados como estrategias colectivas, basadas en los principios generales de la asociatividad. (Guerrero Bejarano y Villamar Cobeña, 2016, p. 110)

Se debe aclarar, que la asociatividad no se visualiza como un efecto espontaneo en el territorio, más bien se percibe como una oportunidad para el establecimiento de estrategias que conduzcan al territorio a un fomento productivo sustentable.

Ahora bien, y basándonos en el área de estudio, la asociatividad adquiere total importancia cuando se analiza en conjunto a los emprendimientos, lo anterior se debe a que, para sustentar el desarrollo económico local en el territorio, se necesita de la participación de los grupos productivos, por tanto, es necesario fortalecer las instancias de representación de los grupos, no como individuos, sino como asociación. Asimismo, estos grupos asociados deben ser apoyados por medio del gobierno local, por dos razones, para inducir al proceso de encadenamiento productivo y para fomentar la promoción de sistemas productivos locales. (Albuquerque, Desarrollo económico local y descentralización, 2004)

Lo que se espera de la asociatividad entre emprendimientos a nivel local, es la posibilidad de formar estructuras asociativas estables, que se caractericen por la participación y por la búsqueda de estrategias sustentables que vayan en lineamiento con el desarrollo económico local, formando así, un entrettejido social solidario que involucre a los demás sub sistemas productivos en una lógica sinérgica. En este sentido, y con respecto al concepto de sinergia, otra importancia de la asociatividad, tiene que ver con el establecimiento de alianzas estratégicas entre empresas, estas alianzas posibilitan la generación de redes y estas redes cuando permanecen en el tiempo pasan a ser grupos económicos o "clusters" en el territorio (Albuquerque, 1997)

En definitiva, los emprendimientos asociados, y en conjunto al gobierno local, podrian llegar a tener una gran incidencia en las acciones transformadoras de las diferentes dimensiones del territorio, asimismo, ser protagonistas del crecimiento y desarrollo economico basado en un equilibrio entre los elementos sociales, economicos y ambientales.

Ahora bien, en lo que respecta a los emprendedores y emprendimientos como concepto, se pueden mencionar que al emprendedor se identifica, como la persona que crea y desarrolla un negocio, organizando y administrando, por lo tanto es un agente economico que se reconoce a si mismo como un ente en la actividad economica, asimismo, asume riesgos poniendo su capital y su imagen social como costo del proceso de emprender (Avila Angulo, 2021).

Ahora bien, cuando efectivamente se conjugan estas combinaciones de elementos, con el objetivo de obtener un bien o servicio (Guerrero Bejarano y Villamar Cobeña, 2016), se podria decir que hablamos de un emprendimiento. En definitiva, las definiciones de lo que podríamos entender por emprendimiento o emprendedor son variadas y, aunque en apariencia puedan diferir unas de otras, son complementarias y enriquecen la concepción. (Mancilla, Amorós, & Vaillant , 2016, p. 14)

Se podria decir que, ambos conceptos se encuentran vinculados, sin embargo, para la presente investigacion el concepto de emprendor estuvo dirigido a los individuos y el emprendimiento a la unidad fisica en el espacio.

6.3 Territorio y desarrollo local

Para la Geografía, el territorio es una categoría de análisis espacial que delimita el espacio para mejorar la comprensión de las relaciones dinámicas que se dan entre elementos y procesos. Su significado ha variado en el tiempo a través de las diferentes escuelas y paradigmas, sin embargo, es posible comprender al territorio como una extensión terrestre que contiene límites soberanos y que incorpora relaciones de poder entre individuos y grupos, a su vez, existe apropiación del espacio, involucrando de esta forma ideologías y cosmovisiones. Al tener fronteras, hay dominio, gestión y administración (Montañez Gómez y Delgado Mahecha, 1998).

En este sentido, el territorio es visto como una parte del espacio que es producido y construido socialmente, donde los sujetos van dotando el espacio con características propias e identitarias, generando así, una organización del mismo. Según Haesbaert (2010) “el territorio se puede concebir a partir de la imbricación de múltiples relaciones de poder, del poder más material de las relaciones económico políticas al poder simbólico de las relaciones de orden más estrictamente cultural.” (p. 134). El autor, además, señala que el territorio es una acción conducida por individuos, y la territorialización se origina a través de la apropiación del espacio ya sea concreta o simbólica (Haesbaert, 2010).

En definitiva, el territorio y su proceso de territorialización, cargan al espacio de relaciones de poder, simbólicas y materiales, lo que a su vez le va otorgando características propias y distintivas al territorio, por lo tanto, el territorio es el escenario donde confluyen todas las relaciones posibilitando de esta forma entender el territorio como un sistema a escala.

Ahora bien, cuando se examinan las relaciones de poder a nivel local, surge un concepto denominado acción colectiva territorializada, que se concibe cuando los individuos construyen de forma grupal estrategias comunes. En este sentido, y cuando esto ocurre, se habla de una territorialidad activa, donde el territorio

pasa a ser un medio entre lo social y lo práctico, ya que dichos colectivos generan transformaciones concretas que están dirigidas a desarrollar el entorno local. Por lo tanto, hablamos de una fase organizativa que por medio de la combinación entre lo colectivo y lo endógeno, es posible generar un valor añadido al territorio, re-valorizando el espacio (Dematteis y Governa, 2005). Siguiendo la lógica, y cuando se hace posible articular la relación entre colectivos, estrategias y participación, el territorio comienza a desarrollarse bajo un paradigma integral, donde las directrices van en coherencia a la inclusión de componentes identificados por diferentes actores, legitimando de esta forma el proceso y poniendo en carpeta elementos claves para la sostenibilidad de los territorios, entendiendo este último concepto como la capacidad de ser humano en llevar acciones y procesos duraderos en el tiempo y con amplia cobertura que sustenten a los elementos económicos, sociales y ambientales (CEPAL, 2019).

Según lo anterior, el foco de atención pasaría directamente a los actores locales como agentes transformadores y protagonistas del desarrollo local, todo esto, bajo el marco del ejercicio de poder, proceso que se manifiesta en el territorio.

En cierto punto, cuando hablamos de territorio y desarrollo, indudablemente nos enfocamos en lo económico, no obstante, para que lo económico se desenvuelva en los territorios desde una perspectiva integral, debe existir una cohesión entre el sector público, sector privado y la comunidad, ya que de esta manera los territorios logran evolucionar de forma equilibrada y sostenible, generando así, la necesidad inminente de contar con un entretejido social fortalecido y organizado. Por lo tanto, el desarrollo no es social ni económico, sino que son ambos, y a su vez, dependerá de la capacidad que tengan los actores locales en articular sus visiones y estrategias con el fin de que el desarrollo tenga éxito.

En efecto, y llevando el tema anterior a nuestra área de estudio, se podría decir que, para que los territorios se puedan desarrollar sosteniblemente, requieren de participación y lineamientos, que se encuentren legitimados por la sociedad, y que busquen la armonía en el desarrollo. En este sentido, se debería partir por las bases, y dichas bases se encuentran en la organización y la asociatividad. Es aquí donde la investigación toma relevancia, pues ya planteada la ruta para el desarrollo económico local, se deben tomar acciones concretas que involucren la posibilidad de gestar este sistema.

En la localidad de Matanzas, los emprendimientos y emprendedores, pasarían a ser un sub grupo dentro de este gran sistema compuesto por diversos actores en pos al desarrollo económico local, este sub grupo tiene características y particularidades que lo ligan a la actividad productiva, diferenciándose por enfocar la oferta al servicio turístico. Por lo tanto, ya definida su vocación, los próximos pasos deberían estar vinculados a la asociatividad, una asociación entre la comunidad que interactúa en la localidad, lo anterior nos llevaría a reivindicar este espacio y a crear un entorno territorial competitivo que agrupe y aglomere las fuerzas productivas en clúster, potenciando su desarrollo desde las bases.

7 Metodología

Dado que la presente investigación consiste en el análisis de la asociatividad entre emprendimientos, se recurrió a un estudio con enfoque metodológico cualitativo. Se optó por lo cualitativo debido a que, lo que se busca es obtener información de la percepción de los individuos, por lo cual, la descripción mediada por el discurso de los sujetos, se visualizan como el método más apropiado para alcanzar los objetivos propuestos en el estudio, asimismo, el desarrollo se encuentra basado en un diseño de teoría fundamentada y bajo la perspectiva del análisis inductivo.

Sin dudas, este formato es ideal para el estudio de las capacidades asociativas de los emprendimientos, ya que el investigador en el ambiente de estudio, no se encuentra solamente con hechos y realidades, sino que también con el discurso de individuos y grupos. Si bien el cumplimiento de los objetivos planteados asume una minuciosa recopilación de información y análisis espacial que se complementa con las observaciones, lo que se contempla con mayor privilegio tiene que ver con la interpretación de la realidad del grupo que se estudia, ya que se espera que sean los propios sujetos quienes por medio de sus visiones e intereses den respuesta a la temática de estudio.

Se seleccionó el diseño interpretativo de la teoría fundamentada, la cual “tiene por finalidad el descubrimiento de teorías a partir de datos, permitiendo de esta forma identificar y explicar un fenómeno social en un contexto natural” (Escudero y Cortez, 2018, p. 53), asimismo, Sampieri (2014) menciona que “el investigador produce una explicación general o teoría respecto a un fenómeno, proceso, acción o interacciones que se aplican a un contexto concreto y desde la perspectiva de diversos participantes” (p. 472), en definitiva y según lo que mencionan los autores, lo que se espera en esta investigación es que, mediante los datos recolectados se pueda realizar una explicación y comprensión amplia

de las problemáticas, con el fin de encontrar patrones entre los emprendimientos e individuos para poder llegar a una teoría que busque dar respuesta al fenómeno investigado.

Por último, se debe aclarar que la presente investigación, se caracterizó por ser un primer acercamiento al ámbito de la asociatividad en la localidad de Matanzas, ya que, dentro de la búsqueda de investigaciones académicas y en los documentos municipales, no se logró encontrar información que tuviera que ver con análisis similares.

7.1 Caracterizar y clasificar a todos los emprendimientos de la localidad de Matanzas

Con el propósito de caracterizar y clasificar a la totalidad de los emprendimientos como unidades fijas en el territorio, se recurrió a la realización de dos etapas consecutivas, la primera tuvo que ver con la delimitación de la población de estudio, y la segunda, estuvo vinculada a la clasificación y caracterización de emprendimientos. Dicho lo anterior, se pasa a presentar las etapas establecidas.

7.1.1 Etapa 1: Catastro y Levantamiento de Información

a) Catastro

Se realizó una recopilación de datos e información, donde en un primer acercamiento a la delimitación de la población, se obtuvieron todas las patentes comerciales ingresadas al mes de febrero del año 2022 por medio del Departamento de Rentas de la Municipalidad de Navidad, lo anterior, con la intención de tener un catastro de la cantidad de emprendimientos que pagaban

patente a la fecha y que se encontraran ubicados en la localidad de Matanzas. Por tanto, un primer criterio tuvo que ver con disminuir este primer listado a los que se encontraban ubicados precisamente en el área de estudio.

b) Levantamiento de Información en terreno

En una segunda etapa y con el objetivo de incluir a todos los emprendimientos de la localidad, se recurrió al trabajo en terreno, donde se levantó información de los emprendimientos que no se encontraban en la lista de patentes comerciales. En resumen, se identificaron 17 emprendimientos que no estaban incluidos en la lista, y que por lo tanto no se encontraban formalizados. En este levantamiento de información, se georreferencio a todos los emprendimientos de la localidad de Matanzas, independiente de si se encontraban formalizados o no.

Los criterios utilizados para la recolección de datos, estuvieron vinculados a: 1) emprendimientos con ubicación fija en el espacio. 2) identificación de nombre de fantasía y rubro del emprendimiento.

Un punto importante que deriva de la recolección de estos datos, es que por medio de ellos se pasara a la creación de datos espaciales, los cuales serán representados posteriormente en los sistemas de información geográfica, finalizando en cartografías descriptivas.

Se debe aclarar que, el catastro y levantamiento de información fueron claves para identificar a la población de estudio, ya que mediante este reconocimiento se dio paso a la segunda etapa.

7.1.2 Etapa 2: Caracterización y clasificación de Emprendimientos

a) Caracterización de los Emprendimientos

Para determinar las características de los emprendimientos se utilizó la observación como técnica. La observación es un proceso descriptivo, interpretativo y perceptivo, en este sentido, su primer objetivo es tener acceso físico y social al área de estudio, ya que de esta forma se puede tener una amplitud de los fenómenos, elementos o grupos a ser investigados. Es importante mencionar que las observaciones en el enfoque cualitativo son flexibles, por lo cual el investigador según sus capacidades, decide que observar, lo anterior mediado por criterios y esquemas que ayuden a ordenar la recolección de datos (Escudero y Cortez, 2018)

Siguiendo la lógica del autor, y para efectos de esta etapa, la observación tuvo como finalidad identificar las dimensiones espaciales de los emprendimientos a través de una pauta de observación (ver cuadro 2), donde se registraron las particularidades de cada emprendimiento según sus atributos observables. Asimismo, se consideraron valores asignados para determinar sus cualidades por medio de una evaluación de tres categorías: alto, medio y bajo, el valor de cada una de las categorías fue de mayor a menor, por lo tanto, a la nominación de alto se le asignó un valor de 3, medio de 2 y bajo de 1. Las categorías y asignaciones de valoración fueron iguales para todos los atributos, a excepción de los tipos de servicios, ya que su clasificación era nominal, no obstante, y como se describirá en la próxima página, las categorías de alto, medio y bajo, variaron conceptualmente según atributo valorado.

El objetivo de asignar valores fue con la intención de representar los datos obtenido en las observaciones a través de parámetros que sistematizaran toda la información recolectada en el registro de campo. Este paso metodológico se realizó en el transcurso de los meses de enero y febrero del año 2022, debido a que, durante esta temporada es donde se evidencia más dinamismo en la

localidad. Dentro de lo mismo, el fin de esta etapa fue agrupar a los emprendimientos según sus características para posteriormente clasificarlos en categorías.

A continuación, se dará a conocer la pauta de observación y criterios para su observación.

Cuadro 2 Pauta de Observación de atributos

ATRIBUTOS OBSERVABLES			
Matriz de Observaciones		ponderación	Observaciones
Tipo de Servicio	comercial		
	alojamientos		
	alimentos		
	medico		
	otros servicios		
Tamaño del emprendimiento	alto	3	
	medio	2	
	bajo	1	
Diferenciación de otros locales por su oferta	alto	3	
	medio	2	
	bajo	1	
Flujo y movimiento	alto	3	
	medio	2	
	bajo	1	
Existe una relación de aglomeración con los otros emprendimientos	alto	3	
	medio	2	
	bajo	1	

Fuente: Elaboración propia.

- **Tipo de servicio:**

Para este punto se consideraron cinco tipos de servicios, los cuales se relacionaban directamente a la oferta individualizada por cada uno de los emprendimientos en la localidad de Matanzas. En esta identificación se consideró una referencia nominal de cada uno de ellos, y este primer reconocimiento fue esencial para agrupar a los emprendimientos y así elaborar clasificaciones.

Dentro del tipo comercial, se consideraron a todos los emprendimientos que tenían como fin adquirir determinados productos a un proveedor, para luego venderlo. En este grupo se adjuntaron a los rubros de almacén, bazar, supermercados, como también a los puestos de venta de artículos como ropa y juguetes.

Para los servicios de alojamiento, se contemplaron a todos los hoteles, cabañas, camping y residenciales.

Los servicios de alimentos, se consideraron a los restaurants, cevichería, heladería, cafetería y comida al paso.

En el caso de los servicios médicos, solo se consideró a los emprendimientos de odontología y veterinaria. Y, por último, se añadió una categoría de otros en caso de que hubiese algún rubro que no calzara en los grupos mencionados.

- **Tamaño del emprendimiento**

Con respecto al tamaño de los emprendimientos, se asignaron categorías para su identificación. La forma en que se determinó su tamaño, fue por medio de la diferencia infraestructural entre locales. Por lo tanto, se estableció una proporción entre la dimensión de los tamaños de los emprendimientos, para que, de este modo se identificaran diferencias entre ellos. Es así que, el valor más alto representaba a los emprendimientos de gran tamaño, el valor medio a los de tamaño medio y el valor bajo a los emprendimientos de tamaño pequeños. Este atributo sirvió para identificar la incidencia espacial de los emprendimientos según sus dimensiones.

- **Diferenciación de la oferta**

Al igual que el tamaño, la oferta se midió con las mismas categorías. En este punto, se puso especial atención al tipo de productos o servicio que ofrecían los emprendimientos, identificando su diferencia a través de la variedad y del atractivo de los productos o servicios. En este sentido, la ponderación estuvo mediada por estos dos últimos criterios, donde el valor alto representaba mayor diferenciación en la variedad y atractivo de productos o servicios, el valor medio a la poca diferenciación en la variedad y atractivo de productos o servicios, y el valor bajo a la nula existencia de diferenciación en la variedad y atractivo de productos o servicios.

La variedad, se atribuye a la diversidad de la oferta, y el atractivo, a lo novedoso y llamativo, lo anterior se aplica a los productos ofrecidos o al servicio ofrecido según sea el caso.

Diferenciar a los emprendimientos por su oferta no solo sirvió para caracterizar y posteriormente clasificar a los emprendimientos por rubro, sino también para identificar su potencial de articuladores económicos y su estatus en el territorio.

- **Flujo y movimiento**

Esta variable tuvo la finalidad de medir el flujo y el movimiento de individuos tanto en la localidad como en los emprendimientos. En este sentido, la clasificación estuvo inducida a que, a mayor movimiento de grupos de personas observadas en un emprendimiento el valor asignado era alto. Si se observaba un movimiento intermitente en el perímetro del emprendimiento, el valor asignado era medio, y si se observaba un menor movimiento la asignación era baja.

Esta variable fue una de las más importantes para posteriormente analizar patrones espaciales, ya que, al considerar el flujo y movimiento, con los demás aspectos evaluados, se obtiene un esquema claro de las relaciones económicas y territoriales de lo que se ha denominado el núcleo de servicios evocado al turismo de la localidad de Matanzas.

- **Relación de aglomeración**

Esta relación de aglomeración, se midió con respecto a la cercanía que existía entre emprendimientos. Por lo tanto, si los emprendimientos se encontraban con un grado de cercanía menor a 50 metros, la asignación sería alta, atribuyéndose a un esquema de conglomerado. Si se encontraban cercanos, menor de 100 metros, pero de forma aleatoria, la asignación sería media, y si se encontraban aislados a más de 100 metros, la asignación sería baja.

Este punto también es de gran relevancia ya que abrió la posibilidad de identificar a los sub conglomerados dentro del conglomerado mayor identificados por el núcleo de servicios de Matanzas.

b) Clasificación de Emprendimientos

Luego del levantamiento de información en terreno y del registro de observaciones, se pasó al procesamiento de información en gabinete, en esta etapa se logró generar una clasificación para los 50 emprendimientos, diferenciándose por nombre de fantasía y rubro. En este sentido, se lograron establecer cuatro categorías para el análisis: 1) por rubro. 2) por tamaño. 3) por diferenciación de la oferta. 4) por el flujo y movimiento. 5) relación de aglomeración.

Por tanto, la clasificación permitió establecer por medio de las categorías agrupaciones de emprendimientos, como también agrupación de dinámicas entre emprendimientos y el territorio. En este sentido, a través de este proceso se pasó a representar las clasificaciones mediante cartografías descriptivas que sistematizaran a cada categoría de análisis.

En definitiva, este paso contemplará como resultados un cuadro descriptivo de la clasificación por rubro. Además, se generarán cartografías que muestren los emprendimientos por: tamaño, diferenciación de la oferta, flujo y movimientos y relación de aglomeración.

7.2 Identificar la capacidad asociativa entre emprendimientos

Para la identificación de las capacidades asociativas entre emprendimientos, se recurrió a dos técnicas de recolección de datos: encuestas y grupo focal. A través de estas técnicas se buscaron verificar si existía las posibilidades de encontrar elementos que lleven a reconocer capacidades asociativas entre los emprendedores.

La relevancia de utilizar dichas técnicas, fue que, mediante su aplicación, se pudo establecer la muestra de estudio. Sampieri (2014), menciona que, en la investigación cualitativa, una muestra puede definirse en unidades iniciales, pero que con el avance del estudio puede requerir incluir otras unidades o desechar las unidades seleccionadas, por tanto, el muestreo cualitativo es propositivo y se adapta a las eventualidades del estudio.

La muestra se determinó por la participación de los individuos por medio de la encuesta y el grupo focal. Es preciso recordar, y como se mencionará en el marco conceptual, diferenciar emprendedor y emprendimiento, ya que la población se encuentra referida a los emprendimientos y la muestra a los emprendedores como individuos.

Antes de seguir con este punto, es necesario aclarar que, según la RAE, la capacidad se define como “propiedad de una cosa de contener otras dentro de ciertos límites”; “oportunidad, lugar o medio para ejecutar algo” (Real Academia Española, 2001, definición 1 y 5). Por lo tanto, si se relacionan ambas definiciones, se podría decir que, para identificar la capacidad asociativa entre emprendimientos, se deberían reconocer a individuos que contengan ciertos atributos que sean visualizados como aptitudes para asociarse con otros.

Siguiendo esta idea, y para efectos de este paso metodológico, la capacidad asociativa se identificará a través de la percepción de los individuos y se determinará por medio de las aptitudes que se reconozcan en el interés de

los emprendedores en asociarse, en otras palabras, de la capacidades individuales y grupales de los emprendedores para la práctica de la asociatividad. A continuación, se pasa a detallar las dos técnicas utilizadas.

7.2.1 Encuestas

Se estructuro una encuesta que fue aplicada a 10 emprendedores dentro de la localidad de Matanzas. La selección de los individuos fue de forma aleatoria y contemplo a emprendimientos de los siguientes rubros: supermercados, hoteles, restaurant y almacenes.

En este sentido, la encuesta tuvo inicialmente el objetivo de obtener un primer acercamiento a los emprendimientos y a los emprendedores, intentando de esta forma, establecer un vínculo cercano con el grupo de estudio. La encuesta (ver cuadro 3) se estructuro contemplando dos secciones, una descriptiva del emprendimiento y otra con un set de seis preguntas. Las preguntas se formularon de forma directas e indirectas.

Según lo mencionado, las primeras dos preguntas fueron indirectas, ya que estaban referidas a si los emprendimientos compraban productos a otros emprendimientos locales, en este caso, y de ser así, la segunda iba en relación a qué tipo de productos compraban. El propósito fue indagar en las relaciones entre emprendimientos, ya que, de existir vínculo con otros emprendimientos, lo ideal era comprender si estos eran solo comerciales o también asociativo. En estas preguntas también se buscó reconocer encadenamientos productivos que sirviera como hilo conductor para reconocer fortalezas asociativas.

Con respecto a la pregunta 3 y 4, las cuales también fueron indirectas, la idea era comprender, para el caso de la pregunta 3, si los emprendedores visualizaban algún emprendimiento como competencia. Las respuestas a esta pregunta, nos daría como resultado lo contrario a la asociatividad, ya que, si los

emprendedores entre ellos se visualizan como competencia, lo más lógico es que las posibilidades de identificar capacidades asociativas, se verían reducidas. La pregunta 4, tuvo como finalidad evidenciar proyecciones a futuro de los emprendedores, con respecto al desarrollo económico de la localidad, buscando influencias colaborativas en sus percepciones, como también evidencias que lleven a posibles estrategias que se puedan realizar entre los emprendedores y el gobierno local.

Por último, la pregunta 5 y 6, fueron totalmente directas, y se aplicaron como las dos últimas del set, precisamente para que los emprendedores en un contexto de mayor confianza, luego de las primeras preguntas, respondiera a si les gustaría organizarse en conjunto a los demás emprendimientos, y de ser así, que características debería tener esta organización. Las interpretaciones de los individuos con respecto a estas preguntas fueron claves para conocer la percepción que se tenían de la asociatividad, como también para identificar elementos que nos condujeran a determinar la presencia de capacidades asociativas dentro del grupo encuestado.

Cuadro 3 Encuestas aplicadas a emprendimientos de la localidad de Matanzas

ENCUESTA A EMPRENDIMIENTOS LOCALIDAD DE MATANZAS		
DESCRIPCION DEL EMPRENDIMIENTO	n°	PREGUNTAS
Fecha	1	¿Usted compra a emprendimientos de la comuna?
Localidad	2	¿Qué tipo de productos?
Nombre de la Persona Encuestada	3	¿Qué emprendimiento de su cercanía observa cómo competencia? ¿Por qué?
Nombre de Fantasía del Emprendimientos	4	¿Cómo ve su emprendimiento a futuro con respecto al desarrollo económico de la localidad?
Actividad Económica (giro)	5	¿Le gustaría organizarse en conjunto con los demás emprendimientos?
Contacto Telefónico	6	¿Cómo le gustaría que fuera esta organización?

Fuente: Elaboración propia.

En concreto, la forma en que se identificará la capacidad asociativa será a través del cruce de las seis respuestas obtenidas. En este sentido, se debe recordar que, el enfoque cualitativo, busca codificar las percepciones, involucrando una primera aproximación denominada codificación abierta, donde se busca comparar la unidad de análisis con la intención de descubrir elementos y categorías que den respuesta al problema, por lo tanto, en la comparación constante de los datos se van reconociendo categorías de análisis que sirven para comprender el fenómeno y en este caso para identificar la capacidad asociativa. Lo que interesa es la profundidad en las percepciones de los individuos, por lo tanto, lo que se buscara es relacionar elementos contrapuestos y relaciones vinculantes entre las respuestas de los emprendedores.

Los resultados se presentarán mediante un análisis de las respuestas que busque codificar las percepciones de los individuos, y a través de ello, responder a, si se lograron identificar capacidades asociativas entre emprendimientos.

7.2.2 Grupo de Enfoque

El grupo de enfoque es una dinámica donde participan varios individuos quienes se reúnen a dialogar sobre un tema específico o varios temas. Su fin es lograr profundizar lo más posible en la temática, donde lo esencial radica en comprender las interacciones que se dan por medio del dialogo entre sujetos, buscando la construcción de un discurso grupal. El formato de sesión está dado por el investigador, al igual que la cantidad de sesiones necesarias para descifrar las experiencias de los participantes, del mismo modo el grupo debe cumplir con ciertos perfiles comunes, para que la dinámica pueda fluir. (Sampieri, 2014).

Como la investigación cualitativa asume como objeto de estudio las interpretaciones de los individuos en su ambiente, la realización del grupo de enfoque se visualizó como ideal para identificar las capacidades asociativas entre los emprendedores. En este sentido, se debe aclarar que, para efectos de esta técnica, se consideró solo una sesión como suficiente para lograr el objetivo establecido. Los participantes se caracterizaron como voluntarios, ya que no se encontraban obligados a participar. Para efectuar esta técnica, se le envió una invitación a toda la población de estudio, logrando captar para la dinámica a un total de 15 emprendedores quienes participaron del encuentro de principio a fin.

El formato seleccionado para la dinámica grupal fue la “lluvia de ideas”. Según Geilfus (2009), la lluvia de ideas se basa en el registro de datos de forma rápida y directa, profundizando en el dialogo de la problemática de estudio con un grupo directamente involucrado. Tiene una tipología de asamblea y los temas

se pueden hablar de forma más extensa ya que se busca recolectar todo tipo de percepción, emoción, experiencia e ideas de los participantes, el objetivo es que todos participen. Otra característica interesante, es que su aplicación nos brinda una idea general de las reacciones de las personas frente a una propuesta o problemática. Por último, señala que esta dinámica tiene mayor relevancia cuando se investiga por primera vez un fenómeno en la comunidad, ya que lo anterior, genera que los individuos tengan mejor disposición a participar. (p. 34)

La temática que se planteó para el registro de información, tuvo relación con inducir al grupo a reflexionar sobre las problemáticas que visualizaban al interior de la localidad de Matanzas, lo anterior, con el fin de generar mapas mentales adjuntando problemáticas categorizables, para que posteriormente se generaran otros mapas donde se establecieran posibles soluciones a los problemas identificados por el mismo grupo. Se debe aclarar que, a través de la aplicación de la lluvia de ideas, lo que se buscó fue identificar las capacidades asociativas entre emprendedores.

Para la ejecución de la dinámica, se estableció una pauta (ver cuadro 4) a seguir que contemplaba el paso a paso del proceso, como también, determinadas preguntas que tenían como objetivo inducir el dialogo. Del mismo modo, se registraron los elementos perceptivos de la dinámica a través de una matriz que fueron desarrollando los propios participantes, y que tenía la función agrupar por categoría las problemáticas y soluciones levantadas por el grupo de estudio.

Se establecieron tres criterios que fueron vinculados a la dinámica de grupo de enfoque, con el objetivo de identificar la capacidad asociativa entre emprendedores. En este sentido, para describir estos criterios se registraron las aptitudes del grupo, mediante la evaluación de la:

- Capacidad del grupo en problematizar la realidad e identificar problemas comunes.
- Capacidad del grupo en identificar soluciones comunes.
- Capacidad del grupo en buscar formas para solucionar en conjunto los problemas.

Por lo tanto, la forma en que se identificará la capacidad asociativa, será a través de las capacidades de los individuos en identificar problemas comunes y reconocer soluciones comunes, por lo tanto, la matriz estará mediada por los criterios ya mencionados, buscando dar respuesta a si se logran identificar capacidad asociativa a nivel grupal. Ahora bien, con respecto a la forma en que se presentarán los resultados del grupo de enfoque, estos se exhibirán mediante la sistematización de la matriz elaborada por los participantes y el análisis de los tres criterios establecidos.

Cuadro 4 Pauta de Grupo de Enfoque

Pauta de grupo de enfoque

a) Inicio:

Bienvenida a los emprendedores.

- Agradecer por la presencia.
 - Dar a conocer como se estructurará el encuentro. (Metodología de Lluvia de ideas)
 - Explicación de la metodología que se realizara:
1. La metodología que se utilizara se llama lluvia de ideas, consiste en obtener una idea general de las percepciones de los actores frente a una propuesta o evento.
 2. Se le pasa a cada persona un papel, donde debe anotar alguna problemática o necesidad que visualicen en la localidad de matanzas.
 3. Luego se expondrán y se anotaran en la pizarra y se categorizaran por temática.
 4. Se pasará nuevamente un papel, donde se debe anotar una posible solución al problema identificado.
 5. Se finaliza con una retroalimentación de la actividad.

Explicación e inducción a la problemática.

- Existen altas posibilidades de que la localidad de matanzas siga creciendo, y que, a su vez, se comiencen a desarrollar diversos proyectos, por lo cual se debería tener una postura al respecto.
- La asociatividad es una forma de enfrentar determinadas amenazas u oportunidades en común.
- Matanzas se identifica como un conglomerado de servicios y la idea es potenciarlo, pero pensando en un crecimiento sea armónico y que beneficie a otros actores locales.
- El desarrollo económico local, es un sistema que genera un desarrollo sinérgico, buscando un encadenamiento productivo.

Preguntas para inducir a la conversación

- ¿Qué es lo que queremos de nuestra localidad?
- ¿Cómo nos queremos mostrar?
- ¿Cuáles son los problemas que se observan en la localidad? De estos problemas ¿Cuáles afectan a nuestro emprendimiento?

Fuente: Elaboración propia

7.3 Determinar elementos que fortalezcan la asociatividad a nivel local.

Para determinar los elementos que fortalecen la asociatividad a nivel local, se sistematizó toda la información recolectada durante las etapas anteriores de la investigación, con el fin de encontrar patrones que conduzcan a determinar elementos que fortalezcan la asociatividad a nivel local. Por tanto, la suma de todos los datos recolectados, registrados y observados, se reducen a una codificación y relación entre ellos.

Esta fase se caracteriza por depurar de forma empírica y conceptual los datos y análisis previamente elaborados, por lo tanto, en esta fase se debe articular todo el sistema de categorías establecido en los pasos anteriores, buscando de esta forma apuntar a una categoría núcleo que englobe a todas las demás. (Escudero y Cortez Suarez, 2018)

Siguiendo la idea del autor, para determinar elementos que fortalecen la asociatividad, se utilizaron dos métodos:

1. Se utilizó la muestra de estudio que ya había sido identificada por medio de los emprendedores que participaron de las encuestas y del grupo de enfoque. Posteriormente se relacionó la información obtenida del análisis del cruce de las respuestas de la encuesta, y del análisis obtenido en la sistematización de la matriz del grupo focal.

La forma en que se relacionaran ambos análisis, fue a través de cinco nuevas categorías: confianza, liderazgo, comunicación, participación y compromiso. Estas categorías buscaran resumir y concluir, si efectivamente es posible determinar elementos asociatividad que puedan fortalezcan la asociatividad entre emprendedores. En este sentido, los cuatro elementos nombrados, son características esenciales para instaurar y mantener la asociatividad en un determinado grupo, por lo cual, es necesario reconocer si estos rasgos se visualizan dentro de la muestra de estudio, principalmente para

saber si es posible pensar en una próxima etapa de asociatividad la cual pueda concluir naturalmente en planes estratégicos entre emprendimientos.

Ahora bien, se debe aclarar que, dependerá del concepto a evaluar, para conocer cuales fueran los elementos que se tomaron de la relación entre la encuesta y del grupo de enfoque. Lo anterior se menciona debido a que, para reconocer la capacidad asociativa, los análisis hacían referencia a la interpretación de los individuos de forma individual y la interpretación de los individuos de forma grupal, por lo tanto, lo que se realizó fue una codificación de ambas percepciones para de este modo lograr determinar elementos que fortalecieran la asociatividad entre emprendedores dentro de la localidad de Matanzas.

Dicho lo anterior, a continuación, se dan a conocer las características involucradas de los análisis de la encuesta y grupo focal que sirvieron para describir los conceptos propuestos.

- **Confianza:**

La confianza se determinará a través de los resultados obtenidos de la pregunta de la encuesta que hacía referencia a ¿Que emprendimiento de su cercanía observa cómo competencia? A la que se le sumaran los registros obtenidos del grupo focal con respecto a la capacidad del grupo en compartir principios o valores comunes.

Las respuestas obtenidas de la competencia, nos dará un panorama general de las relaciones donde no hay vínculos de confianza y por el contrario donde si los hay, ya que, de no existir competencia, los aspectos relacionados a la confianza tenderían a divisarse. Con respecto al grupo focal, se consideraron las apreciaciones que hicieran alusión a la posibilidad de que los individuos de

forma grupal llegaran a compartir razonamientos comunes y que fueran representados en la matriz, donde de ser así, se podría llegar a percibir la confianza como un valor.

En términos conceptuales la confianza se entenderá como un proceso de conocimiento mutuo donde se comparten objetivos comunes y visiones a futuro. Se entiende como un elemento esencial para que la asociatividad se pueda desarrollar desde una perspectiva colaborativa y solidaria (Espinoza Lastra y Gómez López, 2018).

- Liderazgo:

Para determinar el liderazgo, se consideró la respuesta obtenida de la pregunta de la encuesta que hacía referencia a ¿Cómo ve su emprendimiento a futuro, con respecto al desarrollo económico de la localidad? Sumado a los registros obtenidos en el grupo focal, con respecto a la identificación de los compromisos y toma de decisiones que se reconocieran en los individuos.

Por lo tanto, para el caso de las respuestas obtenidas sobre el futuro de los emprendimientos en el desarrollo económico local, se seleccionarían las respuestas que tuvieran que ver con proyecciones de desarrollo pensadas en la colaboración como un elemento clave para el desarrollo, ya que, por medio de esa forma de concebir el desarrollo, se haría alusión a un liderazgo potencial, que en este caso se evaluaría de forma positiva con respecto a la identificación de elementos que puedan fortalecer la asociatividad entre emprendimientos. En el caso del grupo focal, el fin fue reconocer si existía algún participante que se visualizara con atributos de liderazgo. En este sentido la evaluación de estos atributos sería a través de la capacidad de adquirir compromisos y tomar

decisiones concretas con respecto al futuro de alguna de las temáticas analizadas en la matriz de problemas y soluciones.

En términos conceptuales, el liderazgo es entendido como un factor que posibilita la conducción de los grupos en miras a desarrollar mayores niveles de competencia. El líder debe tener motivación, compromiso y decisión buscando beneficios colectivos para fortalecer la organización (Espinoza Lastra y Gómez López, 2018).

- Comunicación:

Para determinar la comunicación, se consideró la respuesta obtenida de la pregunta de la encuesta que hacía referencia a ¿Le gustaría organizarse en conjunto con los demás emprendimientos? Lo anterior, sumado a los resultados del grupo de enfoque respecto a los vínculos entre emprendedores mediados por las soluciones de problemáticas en conjunto establecidas por ellos mismos en la matriz.

Con respecto a la pregunta de, si le gustaría organizarse con los demás emprendimientos, las respuestas en este caso, estarían vinculadas a un sí o a un no, no obstante, si la respuesta es positiva, se abriría la posibilidad de reconocer la existencia de una organización previa, lo anterior se debe a que, las respuestas solo podrían aludir a dos aspectos: al deseo de organizarse o la realidad de una organización establecida. Por lo tanto, para identificar la comunicación entre emprendedores, se seleccionarán solo las respuestas que tengan que ver con experiencias previas desde una perspectiva colaborativa u de organización, ya que, a través de estas experiencias se podrá determinar la existencia de una comunicación regular entre los emprendedores, sea percibida bajo la perspectiva comercial o social.

Ahora bien, con respecto al grupo focal, la comunicación será evaluada según la capacidad del grupo en llegar a resoluciones en conjunto, ya que, a medida que los individuos se reconocen a si mismo con atributos similares, la comunicación fluirá entre ellos, logrando establecer acuerdos y pasos a seguir.

Conceptualmente la comunicación se entiende como necesaria para lograr que las relaciones entre individuos sean duraderas en el tiempo y a través de aquello se involucren lineamientos estratégicos entre ellos. Además, para el establecimiento y permanencia de una organización, la comunicación se convierte esencial para que las relaciones sean exitosas en las diferentes etapas asociativas.

- Participación

Para determinar la participación se considerará solo a los participantes que asistan al grupo focal. En este sentido, la participación fue evaluada según la cantidad de participante al momento de desarrollar la dinámica, como también la participación de los individuos, según sus capacidades para dirigirse a los demás y opinar temáticas de relevancia para la elaboración de la matriz.

Conceptualmente la participación es el resultado de la confianza al interior de un grupo, y en cierto punto es la organización que debe generar estos espacios para opinar y representar sus ideas. Existen mecanismos efectivos para que la participación se fortalezca como las asambleas y el establecimiento de funciones en la organización. (Espinoza Lastra y Gómez López, 2018)

- Compromiso

El compromiso se determinará a través del grupo focal y por medio de los acuerdos que los individuos adquieran grupalmente en la dinámica. Es así que, durante el proceso del grupo focal, los participantes buscarán reconocer soluciones en común, asimismo, deberán adquirir ciertos compromisos para enfrentar las problemáticas, y como no, delimitando roles entre ellos para ejecutar la acción, en ese momento, cuando eso ocurra, se habrá identificado el compromiso como elemento.

Conceptualmente el compromiso es entendido como un afianzamiento del grupo, que sucede producto de la comunicación interna. En este sentido, el compromiso adquiere más importancia en la medida que se van logrando objetivos, ya que, de esta forma el grupo se afianza aún más (Espinoza Lastra y Gómez López, 2018)

Los cinco conceptos recién tratados, se consideran como claves para el fortalecimiento organizacional, ya que, mediante la práctica y articulación continua de estos componentes, es posible evidenciar capacidades asociativas y, por lo tanto, determinarlas como elementos fundamentales para la asociatividad.

Ahora bien, la forma en que espera presentar estos resultados, es a través de un esquema que englobe cada uno de estas categorías, donde se detalle, si luego de haber analizado y comparado los pasos metodológicos anteriores, es posible lograr evidenciar patrones vinculados a la confianza, liderazgo y comunicación.

En definitiva, los resultados se reducen a una descripción de elementos fundamentales que busque determinar la identificación de patrones que conduzcan a un siguiente nivel asociativo.

2. El segundo método a utilizar, tuvo que ver con el análisis de las relaciones espaciales. Mediante este proceso se buscó determinar elementos que fortalezcan la asociatividad desde una perspectiva espacial.

En este sentido, el criterio a emplear tuvo que ver con patrones de proximidad entre emprendimientos, donde se buscaran determinar patrones de sub conglomerados.

Dichos criterios serán representados por medio de cartografías y el propósito radica en determinar elementos espaciales que abran la posibilidad de trabajar con patrones de sub conglomerados por medio de estrategias que potencien a los emprendimientos y el desarrollo económico local mediante el fortalecimiento de estas relaciones espaciales.

Partiendo de la base que la localidad de Matanzas ya es un conglomerado de servicios a nivel comunal, determinar los sub conglomerados, tiene la premisa de que, a mayor cercanía espacial entre emprendimientos, aumenta la posibilidad de que se identifiquen externalidades positivas, en especial, los grupos que presentan una mayor conexión producto de su ubicación (Gatica, Segura, y Vidal, 2005).

Por lo tanto, determinar elementos asociativos desde el análisis espacial, con la identificación e interacción de los sub conglomerados, se hace esencial para analizar elementos que fortalecen lo asociativo. Este punto se complementará con las categorías establecidas en los pasos anteriores, como

flujo y movimiento, relación de aglomeración con el fin de determinar el potencial de interacción entre emprendimientos.

Para realizar las asociaciones de sub conglomerados se utilizará el sistema de información geográfica ArcGis, con el propósito de sistematizar la información y obtener un claro panorama de las relaciones espaciales.

8 Resultados

Esta investigación se planteó como un estudio que tenía el objetivo general de analizar y examinar la asociatividad territorial entre diferentes emprendimientos dentro de la localidad de Matanzas. poniendo especial énfasis en establecer vínculos asociativos entre emprendedores, como también el de establecer relaciones espaciales entre emprendimientos, lo anterior, con la finalidad de evidenciar si se lograban encontrar lazos que advirtieran que en dicho espacio era posible la práctica de la asociatividad.

El propósito que motivo a este estudio, estuvo enfocado en la búsqueda de sistemas alternativos al propuesto por la competencia territorial y las lógicas de individualismo. Asimismo, al de indagar sobre si los actores locales insertos en un sistema productivo local podían ser capaces de involucrar en sus prácticas cotidianas paradigmas colaborativos que confluyeran en su auto identificación como agentes transformadores del territorio y con incidencia en la oportunidad de participar en un desarrollo económico local sostenible en función al crecimiento de la localidad y de la comuna. La escala territorial se tomó como como un punto de referencia, ya que, es en el territorio donde confluyen las relaciones sociales y de poder, por tanto, es ahí donde se debe trabajar con los grupos que componen el sistema, entendiendo que, para que efectivamente exista un desarrollo económico local, debe existir participación de los diferentes actores que componen la comunidad, y en este caso los emprendedores vienen a ser una parte de dicho sistema.

8.1 Características de los Emprendimientos

Es evidente que, para los estudios e investigaciones desde la perspectiva geográfica, las agrupaciones de elementos y atributos son fundamentales para el análisis de diferentes fenómenos, sean estos, ambientales, geológicos, climáticos, sociales, ecológicos, urbanos, rurales, etc. Estos sistemas de clasificaciones a su vez van originando nuevas clasificaciones que se van dividiendo en categorías y este proceso sigue repetitivamente hasta llegar a un sistema que agrupe en lo posible todos los atributos.

En este sentido y para efectos de esta investigación, la clasificación de los emprendimientos fue esencial para posteriormente identificar diferentes aspectos característicos de los emprendimientos, como su distribución, su oferta, su tamaño e incluso, también fue posible observar dinámicas asociadas a los flujos de personas, incidencia en el territorio y captación de turistas a la localidad.

Esta identificación de los emprendimientos por medio de clasificaciones y categorías, tuvo un objetivo claro, y ese objetivo tenía que ver con, reconocer y comprender quienes eran los actores económicos que estaban detrás de ese acelerado desarrollo productivo que hizo pasar a Matanzas de ser un pueblito vagamente conocido, a ser la localidad más visitada de la comuna y eje estratégico para el turismo regional. Por lo tanto, si se querían conocer a estos grupos, lo primero que había que hacer, era saber dónde se encontraban y que hacían. Es aquí, donde se dio inicio al proceso de clasificación, transitando desde lo particular a lo general y concluyendo en una clasificación para los 50 emprendimientos según nombre y rubro (ver cuadro 5), esta clasificación derivó a tres categorías: servicios comerciales, servicios de alojamiento-alimentación y servicio de comida rápida. Cada una de estas categorías agrupa a emprendimientos con similitud en los servicios ofrecidos, y se dividieron de esta forma para trabajar con ellas por medio de la relación y comparación.

Cuadro 5 Clasificación de los emprendimientos de la localidad de Matanzas

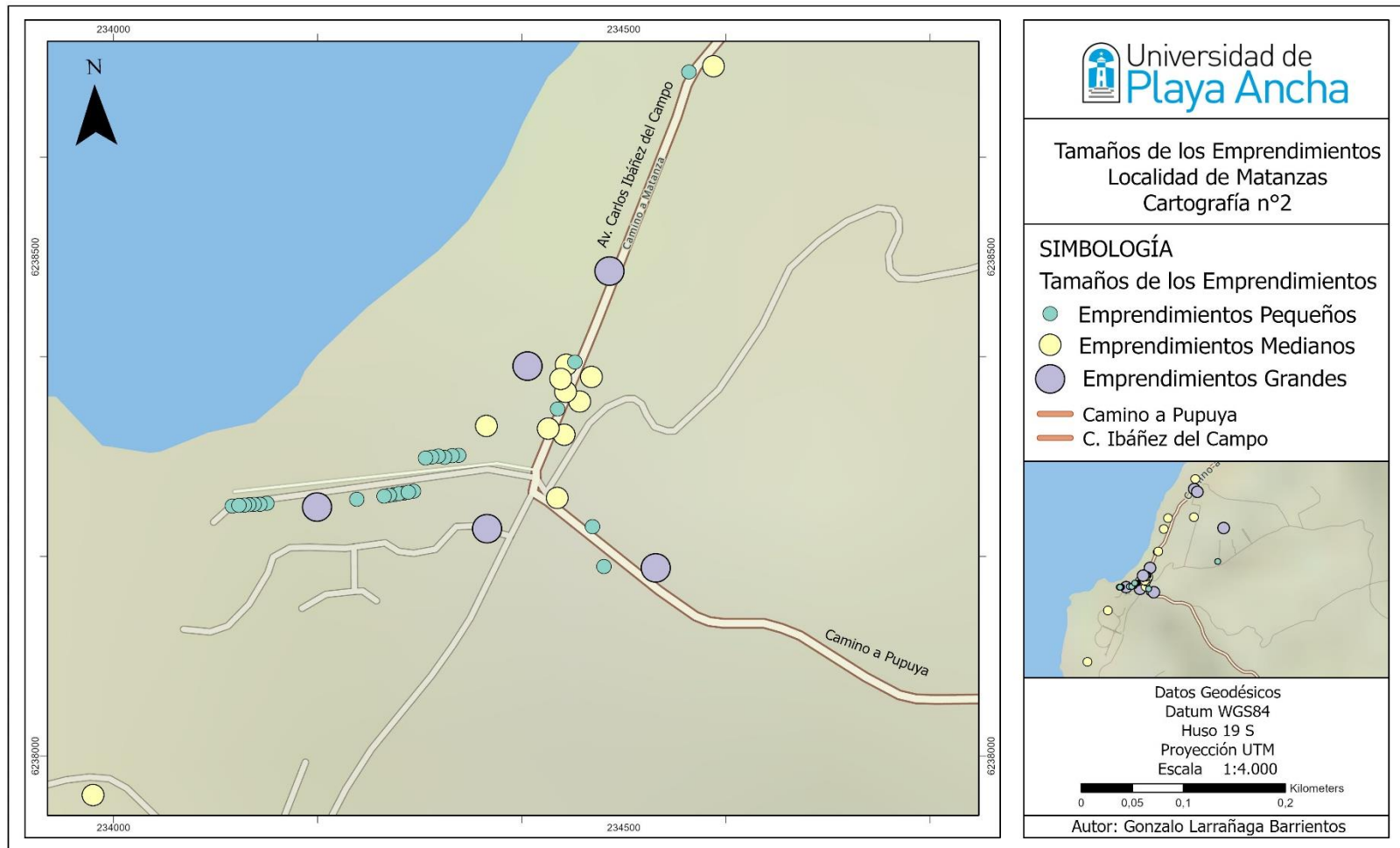
CLASIFICACION DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA LOCALIDAD DE MATANZAS								
SERVICIOS COMERCIALES			SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y ALIMENTOS			SERVICIOS DE COMIDA RAPIDA		
N°	Nombre de Emprendimiento	Rubro	N°	Nombre de Emprendimiento	Rubro	N°	Nombre de Emprendimiento	Rubro
1	La Santona	Almacen	1	Mirador Mtza	Cabañas	1	Cevicheria	Comida al paso
2	Arte Mandala	Almacen	2	Cabañas Centinela	Cabañas	2	Cevicheria	Comida al paso
3	Alagua	Arriendo Departamento	3	Cabañas La Caleta	Cabañas	3	Empanadas	Comida al paso
4	Puesto de Artesania	Artesania	4	Cabaña La Lobera	Cabañas	4	Cafeteria	Comida al paso
5	Puesto de Artesania	Artesania	5	Cabaña Vista al Oceano	Cabañas	5	Thai Delights	Comida al paso
6	Puesto de Artesania	Artesania	6	Cabañas Alta Vista Matanzas	Cabañas	6	Cochelo	Comida al paso
7	Puesto de Artesania	Artesania	7	Cabñas La Trilla	Cabañas	7	La Pica del Yoyo	Comida al paso
8	Puesto de Artesania	Artesania	8	Cabañas Cerca del Mar	Cabañas	8	Jugos Naturales	Comida al paso
9	Puesto de Artesania	Artesania	9	Cabañas Vista Matanzas	Cabañas	9	La Helader.ia	Heladeria
10	Puesto de Artesania	Artesania	10	Playa de Matanzas	Camping	10	Jugos Naturales	Jugos Naturales
11	Artesania y Bazar	Artesania y Bazar	11	Omz	Hotel/Rest/Camping	11	Pescaderia	Pescaderia
12	La Pandilla	Juguetes	12	Surazo	Hotel/Rest			
13	Odonturero	Odontologia	13	Mar Blanco	Hotel/Rest			
14	Komax	Prendas de vestir	14	Hotel Don Mario	Hotel			
15	Mi Ruca	Residencial	15	La Taka	Hotel			
16	Arte Mandala	Ropa y Accesorios	16	La Pizzeria	Restaurant			
17	Veterinaria	Veterinaria	17	Violeta	Restaurant			
18	Supermercado Magaly	Supermercado	18	Oceanico	Restaurant			
19	Supermercado del Mar	Supermercado						
20	Super Matanzas	Supermercado						
21	Escuela de Surf Omz	Escuela de Surf						

Fuente: Elaboración propia.

8.1.1 Tamaño de los emprendimientos

El segundo aspecto a analizar desde una perspectiva descriptiva, tiene que ver con el tamaño de los emprendimientos. En la cartografía 2, se puede visualizar que en general predominan los emprendimientos pequeños y medianos, con una clara concentración en el sector de la costanera y el eje principal, la mayoría de los emprendimientos de menor tamaño se caracterizan por ser puestos de comida rápida, artesanía y almacenes. Los emprendimientos de tamaño medio, se vinculan al rubro de supermercados, cabañas y restaurante, y los de gran tamaño se caracterizan por ser hoteles, camping y conjuntos de cabañas.

Cartografía 2



En este sentido, lo que particularmente interesa del tamaño de los emprendimientos, es su incidencia en el dinamismo con el territorio, ya que, para este caso en específico, el tamaño tiene directa relación con la cantidad de turistas que llegan a la localidad, de hecho, y según los registros obtenidos en terreno, emprendimientos como el complejo turístico Omz (el de mayor dimensión en el territorio), se encuentra equipado con hotel-restaurant, sector de camping y sector de cabañas, llegando a recibir en los meses de mayor demanda a 4.000 personas aproximadamente (C. Lisboa, 29-11-2021,18:38), por tanto, emprendimientos como Omz, categorizado como mediana empresa, deberían involucrarse en las estrategias de desarrollo económico local donde su visión tendría que estar puesta a una lógica de generar vínculos con los demás sectores productivos de la comuna, para establecer así encadenamientos productivos.

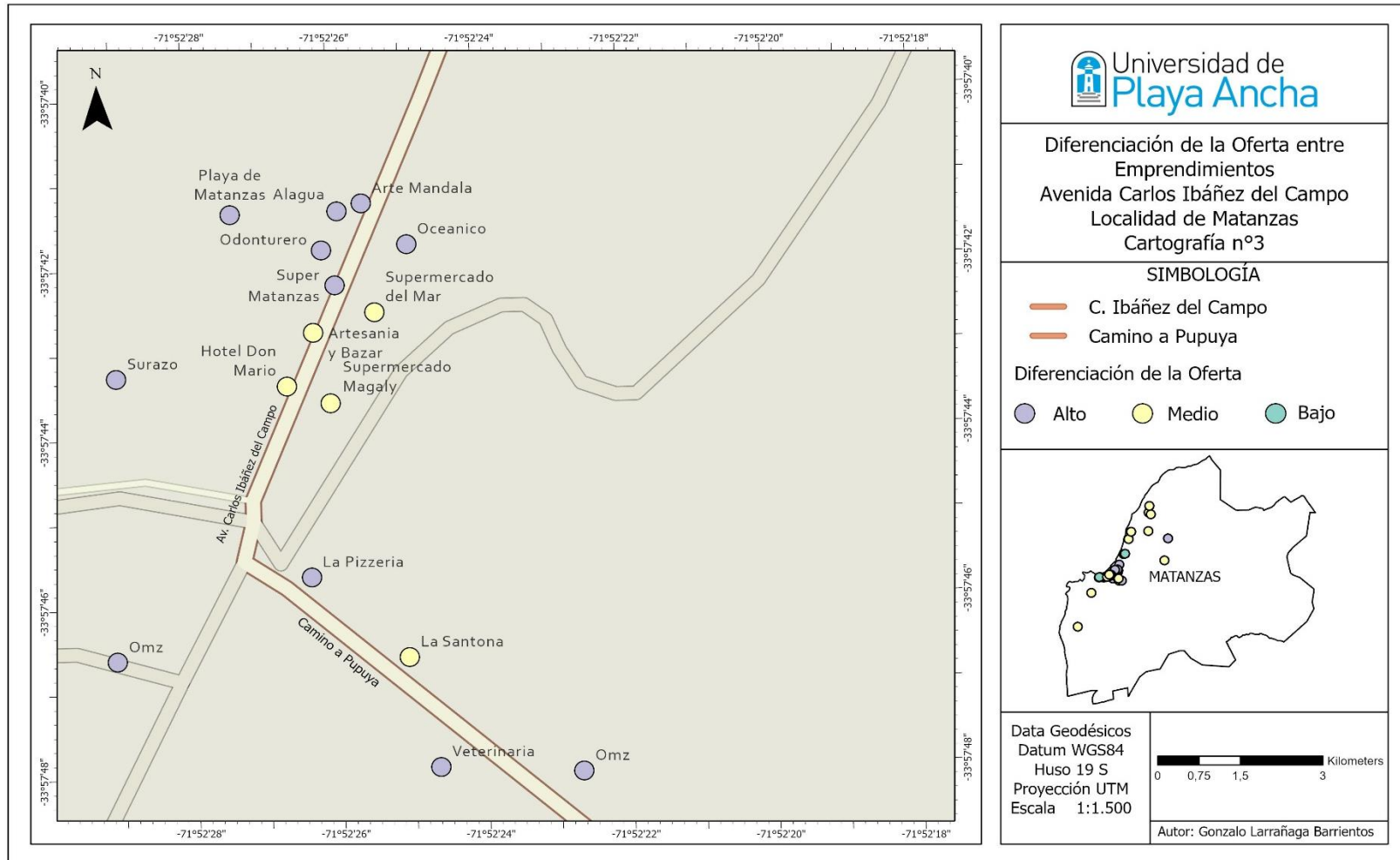
Es importante dar cuenta que la caracterización con respecto al tamaño del emprendimiento tiene total incidencia en la participación de la asociatividad, ya que empresas de estas dimensiones, no visualizan la asociatividad con otros emprendimientos menores como una opción válida para su desarrollo, en cambio los emprendimientos más pequeños por tamaño y por incidencia buscan la asociatividad como una opción para mejorar sus condiciones.

8.1.2 Diferenciación de la oferta

El segundo aspecto que tienen que ver con la diferenciación de la oferta, se puede mencionar que, en general la mayoría de los emprendimientos tiene un alto estándar tanto en la variedad como en el atractivo de sus productos o servicios. Lo anterior, se puede comprender debido a que la mayoría de los locales, por no decir todos, se encuentran evocados al servicio turístico, convirtiéndose en una necesidad destacarse con respecto al resto.

Con respecto a la diferenciación de la oferta, se pudo evidenciar que existe una relación continua y aglomerada entre los emprendimientos que obtuvieron rangos medio o alto, de hecho, como se puede observar en la cartografía 3, los servicios de alojamiento, supermercados, restaurant, artesanía e incluso un servicio odontológico, obtuvieron rangos similares, lo cual, nos da una noción clara de la alta competitividad que se mantiene en el eje principal de la localidad de Matanzas.

Cartografía 3



El rubro de supermercados, que en realidad se deberían considerar como pequeños supermercados, se encuentran cercanos entre sí, lo anterior genera que exista un evidente tránsito en este eje, debido a que son los principales locales de abastecimiento de productos en la localidad. En cuanto a su oferta, son muy similares, no obstante, se intentan diferenciar entre ellos, por medio de sectores delimitados al interior del local con productos diferenciadores como: vinoteca, cafetería, juguetes. Los precios se encuentran en lineamiento a la oferta turística de alta demanda, por lo cual, los productos adquieren a un precio elevado, generando un desplazamiento de los habitantes de la localidad, quienes buscan otros lugares en la comuna para abastecerse.

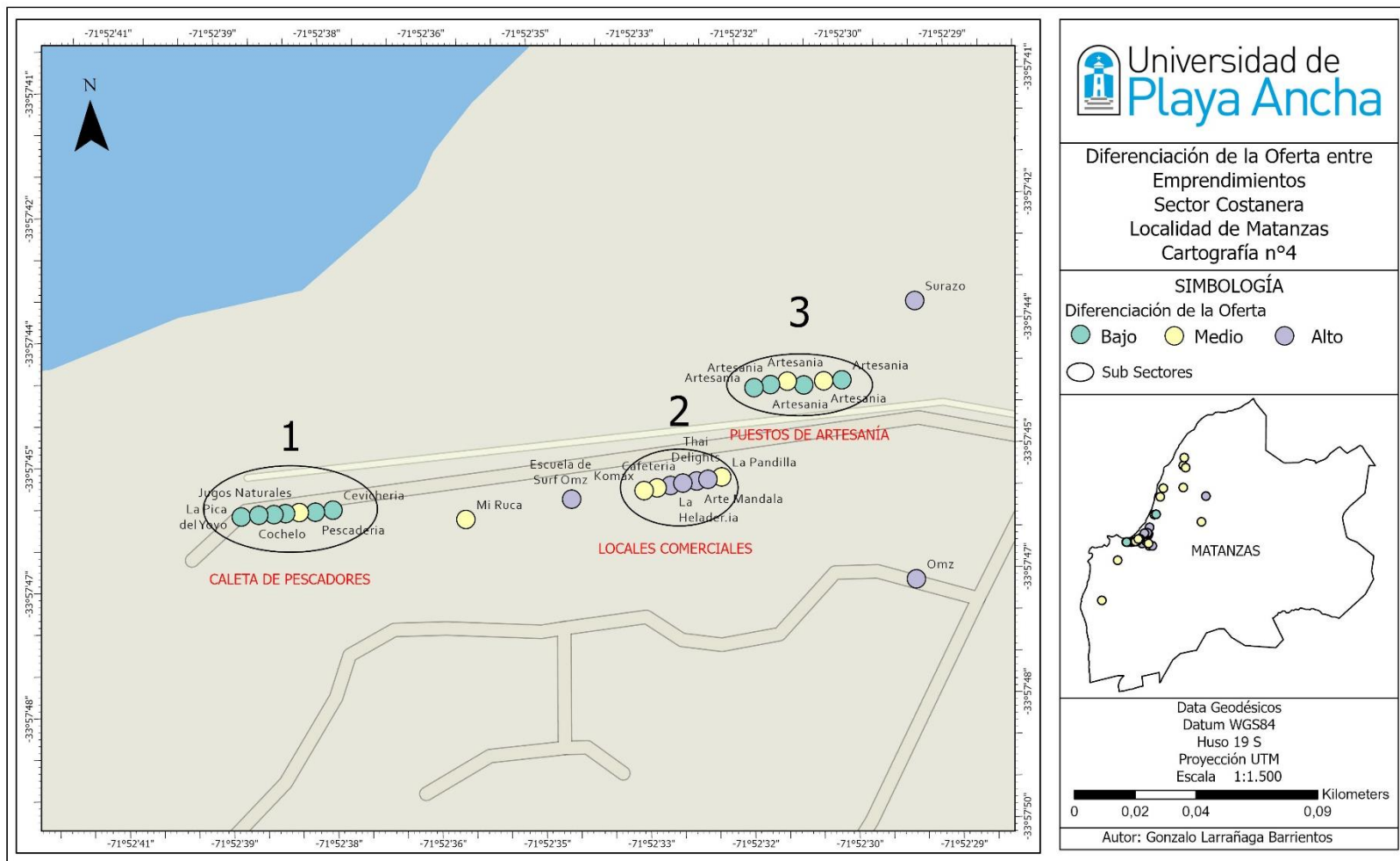
Con respecto al rubro de hoteles/restaurant se consideran a dos: Omz y Surazo, ambos logran captar al grueso de turistas que, sobre todo vienen a practicar deportes como surf, windsurf y kitesurf, principalmente por su cercanía a la playa. Además, existen características diferenciadoras en su oferta que los destacan de los demás alojamientos de la comuna, ya que, por un lado, Omz al considerarse un complejo turístico contiene mayor equipamiento, como también actividades recreativas. Surazo por su lado, atribuye principalmente su oferta a la gastronomía local e internación, y por la arquitectura de sus alojamientos.

Sobre este punto, se debe mencionar que ambos grupos han sido altamente determinantes en la dinamización económica de la localidad, pero también en el cambio identitario del territorio, lo anterior, se debe a que, por medio de su oferta, incidieron en la atracción de grupos sociales con mayor nivel adquisitivo, generando una necesidad de adaptación de los demás emprendimientos apuntando hacia un estándar más elevado. Lo anterior repercutió en el alza de la mayoría de los productos y servicios que se ofrecen en la localidad. Según datos del programa de Turismo de la Municipalidad de Navidad (2021), el valor promedio de los hoteles en Matanzas se encuentra en \$125.000 por día, y los campings se encuentran a un valor aproximado de \$48.000 por día.

En definitiva, se puede decir que el valor de la oferta turística, tanto en alojamientos como en supermercados se considera bastante elevada en este sector, y en la localidad en general, lo cual repercute principalmente a los habitantes de Matanzas.

En su contraposición podemos observar lo que sucede en la costanera, sector que se caracteriza al igual que el eje principal por presentar un alto flujo y movilidad debido a su cercanía a la playa de Matanzas. Dicho sector, y como se puede observar en la cartografía 4 se puede dividir en tres sub sectores. El 1, es identificado como la caleta de pescadores, actualmente le pertenece al Sindicato de Pescadores de Matanzas (PLADECO, 2021), y es el sindicato con sus afiliados, quienes vendrían a ser los propietarios de este espacio. En este sub sector todos los rubros están asociados al servicio de comida rápida, y al analizar su diferenciación en la oferta, ese sector obtiene los rangos más bajos, de hecho, los productos que se ofrecen son repetitivos y no destacan entre ellos.

Cartografía 4



En este sentido, se pueden mencionar dos cosas, en primer lugar, este sector tiene un alto nivel de asociatividad, lo anterior se traduce en uno de los formatos asociativos más reconocidos, el sindicato. Por tanto, este grupo a lo largo del tiempo ha ido consolidando capacidades comunitarias que han derivado en una configuración y apropiación espacial de un sector estratégico y productivo, además, este grupo a diario participa en las acciones cotidianas de la localidad y son reconocidos como parte de un sector productivo que aún mantiene la identidad y tradición en Matanzas.

En segundo lugar, se debe destacar que, independiente de las indudables capacidades asociativas de este grupo, materializadas en la creación de un sindicato, bajo un paradigma colaborativo, a su vez, no ha sido evidente su organización con respecto a la consolidación de este sub sector como parte importante del núcleo productivo, lo anterior se menciona, porque además de evidenciar rangos bajos en la oferta, muchos de estos locales permanecen cerrados durante la semana e incluso los fines de semana, algo sin mucho sentido, ya que si bien la localidad tiene mayor dinamismo los fines de semana y sobre todo en verano, aun así, la caleta sigue siendo un lugar llamativo, de alto flujo y altamente comercial. Este último punto repercute indudablemente a ellos y en el núcleo de servicios turísticos en su generalidad, ya que, estos pequeños emprendimientos se encuentran en un sector estratégico y no han sido capaz de involucrar buenas estrategias entre ellos para consolidar económicamente este sector, a pesar de aquellos, y de su baja y repetitiva oferta, existe una gran atracción por parte de los grupos de personas que visitan la localidad.

Ahora bien, para el caso del sub sector 2 y 3, ambos se caracterizan por enfocarse en el rubro comercial. El sector 2, se encuentra alineado a una oferta más diversificada y atractiva, debido a que su enfoque se encuentra hacia grupos especializados, no obstante, en general es un sector con emprendimientos distintos, quienes además se encuentran alineados bajo una lógica colaborativa y han podido darle un carácter propio a dicho sector. El sector 3, está compuesto

netamente por artesanos. Este sector, tiene una lógica de rangos bajos y medios muy similar a la caleta, lo anterior se debe a que, si bien la oferta expuesta es diferente entre los puestos, existe una constante con respecto a la ausencia de ellos, ya que la mayoría del tiempo permanecen cerrados. En definitiva, este sector estratégico de la localidad y al igual que la caleta, no ha logrado consolidarse.

8.1.3 Flujo y Movimiento

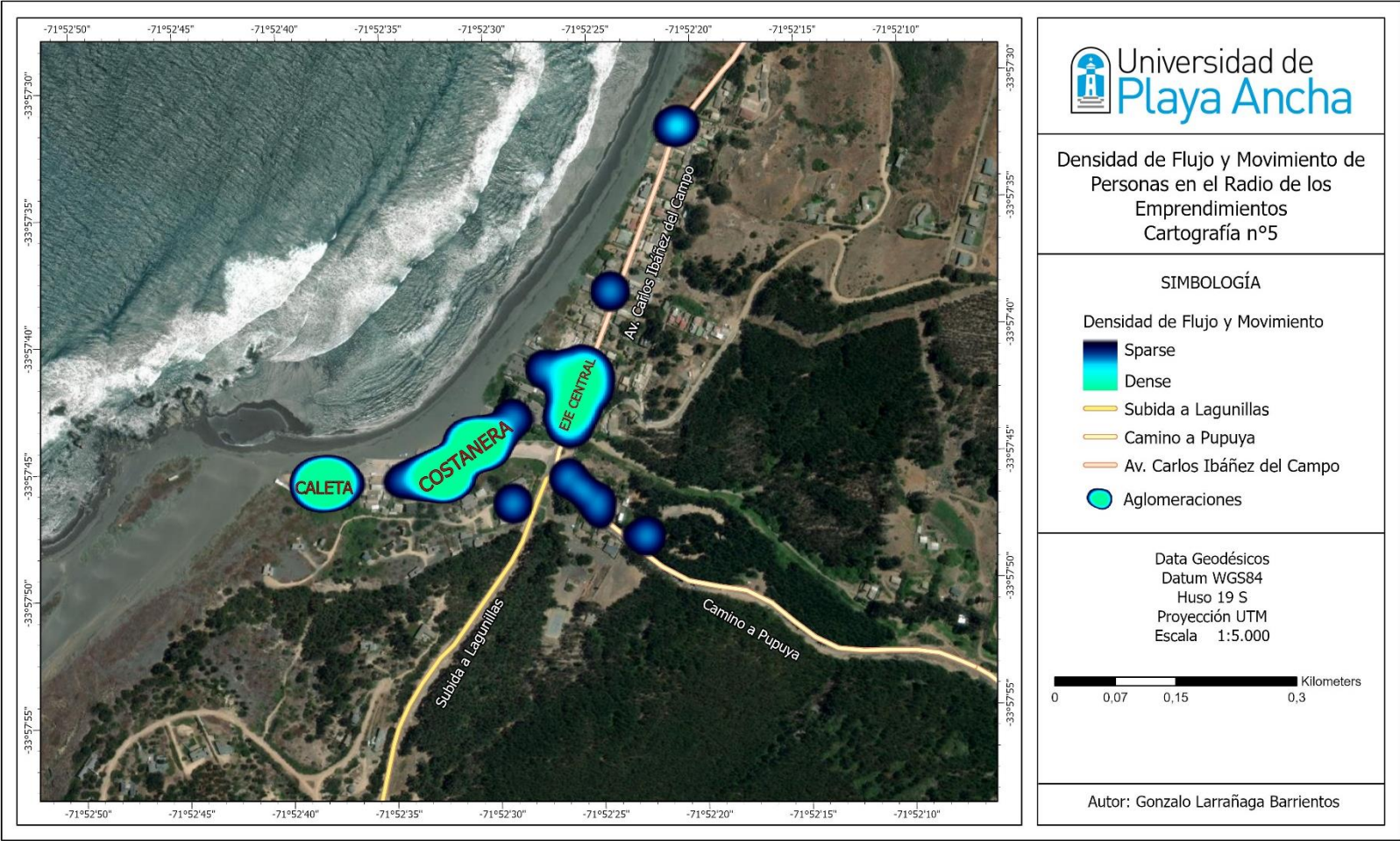
Los resultados obtenidos de la dinámica de flujo y movimiento de personas que transitaban e interactuaban con los emprendimientos dio una visión clara de la intensidad en la que estaban expuestos determinadas áreas de la localidad.

Fue así que, las densidades del flujo y movimiento se evidencio principalmente en el sector de la costanera, y el eje principal (ver cartografía 5). Es en ambos sectores donde se identifica los focos más considerables. La tendencia que se puede observar, es que la mayoría de las densidades se encuentran asociadas a las cercanías de la playa, pero también, en la confluencia de los tres ejes viales. Se ven focos menores en el inicio de le eje principal y en el eje vial noreste de la localidad.

En general la mayoría de las densidades se contrastan con el flujo y movimiento de la localidad en su generalidad, si bien estas intensidades fueron creadas en el radio de influencia de los emprendimientos, la lógica de flujo y movimiento al interior de la localidad apunta hacia esas direcciones, de hecho, en el eje vial de la entrada norte existe un flujo permanente de autos que entran y salen a la localidad, a su vez, en esa esquina existe la presencia de una cevicheria categorizada como comida de paso, donde se aglomeran autos en una avenida reducida de solo una vía, generando de esta manera,

estancamientos constantes en la puerta principal de la localidad. Lo mismo pasa en el eje noreste, donde no hay tanta presencia de emprendimientos, sin embargo, en el radio de la cartografía se observa una inclinación hacia esa dirección. En este sector y producto de la falta de infraestructura urbana, se concentran autos que buscan estacionar sus vehículos para dirigirse al sector playa.

Cartografía 5



Algo similar, pero con mayor intensidad ocurre en los tres grandes focos, los cuales se caracterizan por contener a las tres categorías de servicios, además, estos focos representan la mayor densidad de flujo y movimiento. Con respecto a lo mencionado, se hace posible relacionar que, a mayor flujo y movimiento de personas en los emprendimientos, mayores son las posibilidades de que los emprendimientos se vean beneficiados económicamente. Estos polos de movimiento, por lo tanto, se ven como una oportunidad, ya que, mediante esta dinámica, es posible reconocer relaciones entre los emprendimientos y su incidencia territorial desde la perspectiva económica, logrando a través de esta relación, establecer cuáles son los grupos con mayor y menor incidencia, y bajo esta lógica analizar con qué grupo existe afinidad para trabajar aspectos colaborativos y estratégicos que busque fortalecer el desarrollo económico local a través de lineamientos que sean sostenibles en el tiempo.

Para la localidad de Matanzas, los polos de flujo y movimientos son claros, y en estos radios se encuentra el dinamismo de la localidad.

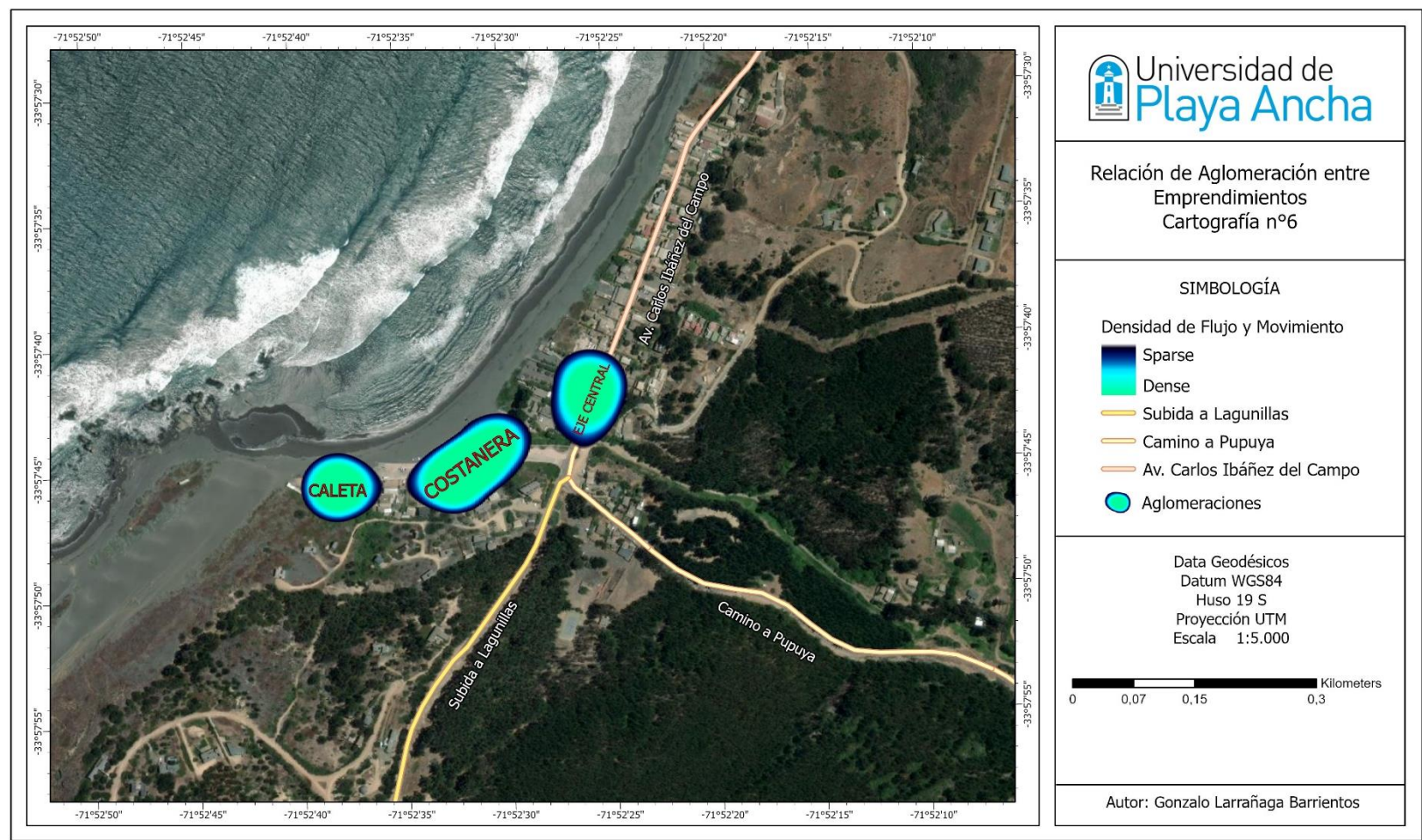
8.1.4 Relación de aglomeración

Es necesario destacar que, la relación de aglomeración entre emprendimientos, se encuentran totalmente relacionada a los flujos y movimientos, lo anterior se debe a que existe una relación directa que, a mayor cercanía entre emprendimientos el flujo y movimiento también es mayor. Lo anterior parece algo obvio, sin embargo, cuando la aglomeración es analizada en territorios rurales, adquiere un valor agregado, ya que una de las bases para proyectar a un territorio rural en el desarrollo económico local, está dada por identificar núcleos productivos, y desde estos núcleos, comenzar un proceso de reactivo de fortalecimiento del entretejido productivo, económico, tecnológico y social, todo esto, mediado por estrategias que involucren a la totalidad de los actores, pero por sobre todo, a los productivos.

Es así que, para el caso de la localidad de Matanzas, y más específicamente en el interior del núcleo productivo de servicios turísticos, se lograron reconocer tres grandes aglomeraciones que se diferencian entre ellas por su ubicación, por sus productos o servicios ofrecidos, por su vocación y por su dinamismo con el territorio.

Dicho lo anterior, y como se puede observar en la cartografía 6, los resultados de la relación de aglomeración, expresaron sus cercanías en la misma lógica que los flujos y movimientos. Desde una orientación oeste-este se puede identificar a la caleta de pescadores, los locales y puestos de la costanera, y al aglomerado comercial del eje central.

Cartografía 6



Lo esencial de reconocer a estas tres aglomeraciones es saber cuáles son sus características, algunas de ellas ya se han comentado en los apartados anteriores, no obstante, hay otras que, no tiene que ver precisamente con la individualidad de cada emprendimiento, sino más bien, lo que hace o lo que podrían hacer ellos como conjunto.

Lo primero que se puede evidenciar es que estos grupos por aglomerados, son actores que estructuran fuertemente el territorio, desde lo infraestructural, como también por medio de la imagen que proyectan hacia una identidad comercial del territorio. Para los tres casos aplica la misma lógica. Por ejemplo, en la caleta de pescadores se puede mencionar que, las capacidades asociativas son reales y simbolizadas en el sindicato. Desde el punto de vista infraestructural, se hizo una remodelación estructurante en la caleta, con el objetivo de que los productores asociados al mar, tuvieran un espacio clave para dar a conocer sus productos locales y gastronomía costumbrista, sin embargo, lo que actualmente podemos ver, es todo lo contrario, se observa una oferta de productos pre elaborados e industriales, productos del mar que no son de la localidad, etc. Por lo tanto, este espacio, en vez de dar un imaginario identitario que distinga la caleta por sus características únicas en coherencia con la producción local, más bien se acopla a un imaginario comercial, de oferta y demanda que ni siquiera se puede considerar como bien logrado, ya que, el estándar de los productos ofrecidos es menor en comparación a los demás emprendimientos de la localidad.

El aglomerado ubicado en la costanera, considera a dos sectores, locales de artesanos y locales comerciales, a estos últimos locales, se le complementa una escuela de surf y una residencial. Con respecto a lo estructurante, se puede mencionar que luego de la remodelación de la costanera en el año 2013, el panorama productivo cambio completamente. En primer lugar, mencionar que exceptuando la residencial, esta aglomeración, se crea a los pies del complejo turístico Omz, mediana empresa que transformo su estructura de equipamiento

interna en conjunto a la remodelación de la costanera, por lo tanto, ese conglomerado, pasa a destacar rápidamente por lo infraestructural y por la innovación de los productos y servicios, de hecho, en este conglomerado se encuentran cafeterías, heladerías, venta de artículos para la práctica de surf y en definitiva una gran variedad de productos novedosos. Al frente de esta hilera de locales comerciales, se encuentra el sector de los artesanos, muchos de ellos locales. Los productos son variados en su generalidad, sin embargo, no hacen uso a diario de estos puestos, generando un vacío en esta suerte de paseo comercial de la costanera.

En conclusión, esta zona se potencia entre emprendimientos y se requieren entre ellos, a veces sin saberlo, por un tema fundamental, y acá pasamos al segundo punto, los actores tienden a agruparse para generar economía de escala (proximidad), lo que, a su vez va generando formas particulares de territorios, por lo tanto, y a menor escala estos locales considerados de tamaño pequeño, también son parte de la producción espacial del territorio, y de hecho, por su ubicación estratégica, pasarían a ser claves en la construcción de imaginario local.

El conglomerado del eje central, adjunta a emprendimientos variados, representado a dos de las tres categorías, servicios comerciales y servicios de alojamiento-alimentación. A este sector se le podría caracterizar como el “centro comercial” de la localidad, en cierto punto el flujo en este lugar es parmenente, y los emprendimientos se encuentran muy cercanos entre sí.

En esta área se pudo evidenciar una fuerte competencia en supermercados y almacenes, pero sobre todo entre supermercados, además, estos dos rubros se destacan, debido a que son los emprendimientos que tienen el potencial innato de exponer en sus vitrinas productos locales de la zona, buscando junto a ello, involucrar un encadenamiento productivo, lo anterior se trabajara a fondo en los próximos apartados, sin embargo, es necesario señalar que este

aglomerado es altamente productivo, generador de puestos de trabajo y en gran medida, se cundiera este eje un articulador de los demás emprendimientos.

Para finalizar, mencionar que en la cartografía 6, en el mapa referencial de la delimitación de Matanzas, se puede apreciar que la principal aglomeración de emprendimientos se encuentra en el sector costero, destacando a estas sub aglomeraciones recién descritas, por lo cual, es evidente que el sector costero se ha ido dinamizando en línea, y se espera que ese desarrollo siga así. Por otro lado, y no menos importante es lo que sucede en el sector de centinela de Matanzas representado por el foco norte, donde la construcción de casas para arriendo y hoteles se encuentra en plena sucesión, generando un posible segundo núcleo relacionado específicamente al servicio de alojamientos.

8.2 Capacidad asociativa entre emprendimientos

8.2.1 Análisis de encuestas

Hasta el momento ha sido posible dar cuenta que existe una evidente relación entre los emprendimientos y los distintos aspectos de las dinámicas espaciales al interior de la localidad de Matanzas. Este núcleo evocado al turismo, sin dudas a generado que exista un flujo permanente en lo productivo, en lo económico y en lo social, ya que por medio de estos tres ejes se ha ido articulando una nueva identidad que ha caracterizado a la localidad como un espacio emergente.

Con respecto a lo anterior, se hace necesario comprender algunas de las características de los actores que se encuentran detrás de las transformaciones del territorio, y en qué medida se han visto involucrado en las acciones pasadas, actuales y presentes.

Es por tal razón que, en coherencia a una primera inserción con el grupo de estudio, se generó un reconocimiento de las percepciones de los individuos a través de preguntas.

Partiendo de lo general a lo particular, se puede decir que la identificación de capacidades asociativas para esta muestra, se consideró diversa, ya que los rubros de los emprendimientos encuestados, en su mayoría eran distintos, lo cual incidió en las interpretaciones de las respuestas.

Ahora bien, se logró establecer un patrón claro con respecto a dos dimensiones sobre la capacidad asociatividad:

1. Los emprendedores en su generalidad tienden a visualizar la organización como una alternativa para apoyarse frente a problemáticas esporádicas derivadas principalmente de la temporada alta de verano. Es en esta temporada, donde intermitentemente se pueden evidenciar vínculos estratégicos y articulaciones netamente locales, entre emprendimientos de servicios comerciales y emprendimientos de servicios de alojamiento-alimentación.

2. Los emprendedores, se encuentran dispuesto a fomentar el dialogo entre ellos, como un primer paso para generar lineamientos basados principalmente en mejorar su posicionamiento en el mercado.

Dicho lo anterior, se hace posible evidenciar que, en lo potencial, existe una intención clara por parte de los actores en asociarse entre ellos, no obstante, las relaciones que se esperan de esta asociación tienden a ser resolutiveas, ya que a medida que surge alguna necesidad, se buscan lazos para contrarrestar el problema.

Por otro lado, se evidencia que la asociatividad, ni siquiera está en una etapa de gestación, ya que solo existe una voluntad y deseo por organizarse y dialogar, por tanto, en cierto punto solo es posible evidenciar un potencial con respecto a sus capacidades asociativas.

Sin embargo, en lo práctico y referente a la temporada de verano, fue posible por medio del dialogo con los individuos entender que, si existen vínculos, por ejemplo, lo que sucede con los hoteles-restaurant, donde en temporadas altas, y producto de la alta demanda, los primeros en quedar sin abastecimiento de productos son precisamente estos emprendimientos y cuando esto ocurre, se activa desde una perspectiva económica lo asociativo, donde son

los supermercados de la localidad, quienes recurren a esta urgencia de forma oportunista, de igual modo, ajustan sus precios en la medida del volumen. Dentro de lo mismo, los hoteles, cuando se quedan sin cupos, derivan a las personas a las cabañas u residenciales de la localidad, generando de esta forma un lazo asociativo, no estratégico, pero colaborativo a la vez.

Otro nexo que se puede hacer con respecto a los encadenamientos, tiene que ver con las compras esporádicas que generan los hoteles, supermercados y almacenes a los diferentes emprendimientos locales, entre ellos se pueden destacar verdulerías, pequeños distribuidores y algunos productores locales asociados a cultivos agrícolas de temporada.

En su contraposición podemos mencionar brevemente, sobre la competencia que se evidencio en el eje central de lo localidad, entre supermercados y entre hoteles. Los supermercados al encontrarse tan cercanos entre sí, generan que exista una competencia directa, ya que la única forma de que se diferencien entre ellos, es por medio de los precios o por uno u otro producto que los destaquen. Además, entre ellos se observan como competencia directa. Algo similar ocurre con los hoteles, ya que entre ellos también se visualizan como competencia directa, por dos razones principales la captación de turistas por alojamiento y restaurant, y la captación de turistas por el imaginario de deportes con fines específicos como el surf y windsurf.

Lo importante de lo mencionado, y según la interpretación de los individuos consultados, es que, esta competencia impide el dialogo entre actores, lo anterior, claramente no es visualizado como un síntoma positivo para la articulación asociativa, ya que los servicios de alojamiento en su generalidad, funcionan como enlaces para el dinamismo del territorio.

En definitiva, dentro de lo que se puede concluir con respecto al set de preguntas que se desarrollo es que:

- A los 10 emprendimientos consultados, todos consideraron su disposición en generar vínculos con lo demás emprendimientos. Estos vínculos a su vez, estarían en función a necesidades y requerimientos empresariales, una oportunidad válida para la asociatividad, pero no ideal para fortalecer el desarrollo económico local. Si estas necesidades son trabajadas con estrategias y lineamientos, puede repercutir en posicionar a Matanzas en un mejor lugar en el mercado turístico.
- La capacidad asociativa principalmente fue posible reflejarla como un potencial, ya que en lo concreto solo fue posible evidenciar aspectos prepositivos, a excepción de la acción vinculante entre rubros comerciales que se buscan entre sí, como una opción para trabajar a economía de escala.
- El hotel-restaurant Surazo y el restaurant Oceánico emprendimientos claves en el territorio, se consideraron como las muestras más representativas, ya que sus dueños ven la asociatividad, no solo como una oportunidad, sino que también como un modelo para la sostenibilidad del desarrollo económico de la localidad. Ambos emprendimientos mantienen un perfil bajo en el territorio, sin embargo, sus emprendimientos tienen una alta demanda. Los dueños de estos emprendimientos, tienen importantes capacidades asociativas, ya que buscan la interacción con otros emprendimientos con fines comunes. Al ser actores claves en el territorio, podrían cumplir un rol de liderazgo buscando llevar a los demás emprendedores a una etapa de gestación de la asociatividad.
- Las proyecciones a futuro de los emprendedores, se encuentran enfocadas en la mejora de sus locales y servicios, lo anterior, podría generar un

valor agregado al territorio. Si estas proyecciones se ejecutan asociativamente, se produciría un crecimiento sinérgico entre ellos.

- En conclusión, se determina que existe un alto interés de la comunidad de emprendimientos en establecer planes y estrategias colaborativas, las que podrían llegar a repercutir positivamente en sus negocios como en la localidad.

En este sentido se hace necesario que los emprendedores cuenten con la presencia de líderes, los cuales puedan llevar a los demás emprendimientos a visualizar las aptitudes del territorio y junto a ello, planificar estrategias comunes. Por tanto, hasta el momento existe en estos grupos una capacidad asociativa no desarrollado, que puede ser vista como un potencial a ser fomentado.

8.2.2 Análisis Grupo Focal

El grupo focal fue realizado con el propósito de seguir con el reconocimiento de las percepciones de los individuos, pero esta vez bajo el concepto de lo grupal.

En este sentido, los resultados que se obtuvieron fueron mucho más representativo en comparación a la encuesta, y también, con respecto al reconocimiento de la capacidad asociativa, ya que se lograron evidenciar nexos vinculantes entre el grupo, lo cual solo se podía dar en una instancia de asambleísmo, donde los individuos pudieron verse cara a cara con otros emprendedores y a través de ello, verificar cual es el pensamiento del otro con respecto a problemáticas y soluciones similares o contrapuestas.

En general la mayoría del grupo participo, dándose una dinámica participativa que dio como resultado una matriz de problemáticas y soluciones elaboradas por los mismos emprendedores (cuadro 6).

Cuadro 6 Sistematización de problemáticas y soluciones grupo focal

SISTEMATIZACION DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DEL GRUPO FOCAL		
CATEGORÍAS	PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS	SOLUCIÓN IDENTIFICADAS
INFRAESTRUCTURA PUBLICA	1. Estacionamientos públicos. La falta de estacionamientos en la localidad es evidente, lo anterior repercute en el tránsito y en los estacionamientos en lugares no habilitados, afectando principalmente a los emprendimientos y sus ventas. 2. Lugares de encuentro, se considera que no existen lugares de encuentros como plazas, jugos para niños, etc. 3. Los cortes de luz en la localidad son constantes, este hecho, repercute principalmente a los locales que tienen máquinas de frío y en general al funcionamiento nocturno de la localidad. 4. Plan regulador. Existe desconfianza en lo que pueda pasar con las construcciones en alturas. En general no se ve como un efecto positivo este tipo de construcciones.	La mayoría de las problemáticas planteadas en este punto, difícilmente puedan ser solucionadas por la comunidad, ya que son problemáticas estructurales que ni siquiera dependen del municipio. A pesar de aquello, se lograron dar posibles soluciones como, ver la posibilidad de habilitar terrenos privados para los estacionamientos, demarcación de estacionamientos en sectores alejados de la costanera, postulación a proyectos de paneles solares por los cortes de luz y cierre de la costanera para un paseo peatonal.
SECTOR COSTANERA	1. Existen baños públicos en la localidad de Matanzas, los cuales son administrados por el municipio y solo abren en la temporada de verano, lo anterior, se visualiza poco lógico, ya que un espacio turístico debería contar con ciertos estándares mínimos. 2. Fiscalización del comercio ambulante, en los últimos años el comercio ambulante ha aumentado, lo anterior se visualiza como un efecto negativo para los emprendimientos.	1. Baños Públicos. Se estableció un compromiso por parte de los artesanos, en hacerse cargo de los baños, con el fin de que permanezcan abiertos todos los fines de semana en temporada baja. 2. Fiscalización del comercio y limpieza de costanera. Se determinó tener una mejor comunicación entre los emprendimientos y los departamentos municipales de seguridad, y aseo y ornato.

CATEGORÍAS	PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS	SOLUCIÓN IDENTIFICADAS
SECTOR COSTANERA	3. Limpieza de la costanera, producto del exponencial aumento de turistas, este sector acumula más basura, lo cual repercute en lo ambiental y en lo paisajístico. 4. Falta de comunicación con los emprendimientos de la caleta. Este punto fue tratado producto de que, el sindicato de la caleta, se margina del grupo de emprendimientos, lo cual genera una desconexión en un sector de alta demanda turística. 5. Exceso de autos y alta velocidad.	3. Falta de comunicación con los emprendimientos de la Caleta. Se espera volver a reactivar las relaciones, pensando en ideas colectivas. 4. Producto del exceso de vehículos, se propone generar un cierre de la costanera a modo de marcha blanca, para dar paso a un paseo peatonal.
LOCALES DE ARTESANÍA	1. Reparación de puestos artesanales. Actualmente los puestos artesanales se encuentran en un estado deficiente, con problemas con las iluminarias y el techo. 2. Pérdida de representatividad de los artesanos. Los artesanos perciben una falta de representatividad como actores. 3. Venta de artesanía comercial. Los artesanos perciben que existen grupos que venden productos no elaborados por ellos, lo cual repercute en la originalidad.	1. Mejoramiento de puestos artesanales. Se percibe un dejo por parte del municipio con respecto a los puestos artesanales, debido a que es el municipio quien brinda este espacio para los artesanos, se espera que sea el gobierno local quienes rearmen dicho sector. 2. Formación de sindicato. Producto de la falta de representatividad, se piensa que el sindicato sería una buena opción. 3. Compromiso en vender artesanía hecha por ellos mismos.

CATEGORÍAS	PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS	SOLUCIÓN IDENTIFICADAS
TURISMO	1. Alta población flotante y turistas en verano. La población flotante es vista como un beneficio y un problema, en este caso, al no existir planes de contención, la alta población se visualiza como un problema. 2. Poca información turística. Se percibe que en las casetas turística la información no es clara. 3. Mejoramiento página web municipal. Se espera tener una página web que contenga los destinos turístico y servicios en formato de mapas y de directorio.	1. Paso peatonal alrededor de la playa. Producto de la alta población turística, se propone como opción, generar un paseo peatonal por la playa, con el objetivo de descongestionar el área. 2. Mejorar la entrega de información en casetas de turismo, apuntando a la entrada de la localidad.
MEDIO AMBIENTE	1. Necesidad de más basureros y redistribución, mayor frecuencia en limpieza sobre todo los fines de semana 2. Faltan puntos de reciclaje. 3. Mejor manejo en el santuario de la naturaleza del bosque de Calabacillo.	1. Mejor relación público-privado con dirección de medio ambiente. 2. Educación medioambiental.

Elaboración propia.

Se consideraron tres criterios para evaluar la matriz resultante de la metodología de lluvia de ideas, los resultados obtenidos mediante el análisis de las interpretaciones y percepciones de los individuos es el siguiente:

a) Capacidad del grupo en problematizar la realidad e identificar problemas comunes.

En general el grupo tuvo gran participación y fue prepositivo con respecto a problematizar la realidad, la mayoría de las problemáticas fueron identificadas en el sector de la costanera, ya que es un lugar representativo y de alto flujo en la localidad, y también se identificaron significativamente problemáticas infraestructurales.

Con respecto a la identificación de problemas comunes, algunos puntos importantes a analizar tienen que ver con:

- Identificación de ausencia de espacios públicos, apelando sobre todo a lugares de encuentro.
- Identificación y necesidad de hacerse parte y conocer temáticas relacionadas al plan regulador comunal.
- Identificación de problemáticas derivadas del cierre de baños públicos y su efecto en el imaginario turístico.
- Identificación de falta de comunicación entre actores, desconexión entre la costanera y la caleta.
- Identificación de pérdida de representatividad del sector de artesanos.
- Identificación de falta de información turística, donde los emprendimientos en su generalidad se vean representados y accesibles para los visitantes.

Los puntos recién mencionados, fueron los más destacados con respecto a la identificación de problemáticas comunes. Según lo anterior, se puede concluir que los emprendedores por grupo, lograron reconocerse a sí mismo, y a su vez, darse cuenta que ciertas problemáticas que eran visualizadas individualmente, también afectaban a los demás. Por lo tanto, se puede mencionar que existe un patrón común en estos seis puntos descritos, que se esperaba que sean trabajados con el objetivo de afianzar la capacidad asociativa.

b) Capacidad del grupo en identificar soluciones comunes.

Todas las soluciones presentadas por el grupo estuvieron en función a dos ejes, soluciones que deberían ser desarrolladas por otros, sea el gobierno local, otros privados, el estado, etc. Y soluciones abordadas por el grupo.

Con respecto a las soluciones que posiblemente podrían ser abordadas por el grupo, se destacan las siguientes:

- Paseo peatonal en la costanera, cierre del perímetro a modo de marcha blanca.
- Mejorar las relaciones entre los emprendedores y el gobierno local. Mejorar las relaciones estratégicas entre emprendedores de la caleta y la costanera.
- Compromisos con respecto al control de los baños.
- Formación de sindicatos para el caso de los artesanos.
- Mejorar la entrega de información turística.
- Abrir espacios públicos de la localidad para conversar sobre la educación ambiental.

En general la mayoría de las soluciones descritas, pueden terminar en acciones concretas, ya que se interpretan como realizables. Lo que acá importa en estas soluciones, tuvo que ver con la posibilidad de que los actores lograran visualizar en los problemas, posibles soluciones, y que si bien, hay varios de estos problemas que la comunidad no puede hacer nada, hay otras que son posibles solucionarlos en común.

c) Capacidad del grupo en buscar formas para solucionar en conjunto los problemas.

Fue posible observar con respecto a este punto, algunas posibles acciones a realizar que fueron determinadas por los individuos, buscando soluciones comunes. En el caso de la costanera, y con respecto al gran flujo de vehículos en este sector, se propuso generar un cierre a modo de marcha blanca en los días de semana de temporada baja. En esta ocasión, el cierre sería llevado por los emprendedores de la costanera, representados por los artesanos y locales comerciales, quienes propusieron cerrar el perímetro, con la intención de que generar un paseo peatonal.

En este punto se pueden evidenciar dos cosas, por un lado, el cierre en sí mismo, implica una acción colaborativa entre varias personas, asimismo, el fin que hay detrás se vincula a mejorar la experiencia de los visitantes, mejor captación de los posibles clientes y la necesidad de generar espacios públicos.

Por lo tanto, si reducimos esta solución grupal a la identificación de capacidad asociativa, se podría decir que, en esta posible acción existen relaciones colaborativas que buscan estrategias vinculadas al turismo, a lo público y a lo productivo. Dentro de lo mismo, se propuso como solución reactivar las relaciones con los emprendimientos de la caleta de pescadores, con el

objetivo de buscar estrategias junto a todos los emprendedores de la costanera y caleta.

Otras soluciones comunes que se identificaron fue por medio de la postura de los artesanos, quienes buscaron soluciones en conjunto con respecto a su falta de representatividad, analizando la posibilidad de crear un sindicato, y comprometiéndose a acciones concretas como llevar el control de los baños públicos para que la costanera se viera beneficiada pensando en lo turístico.

En consecuencia, se define que existe un claro interés del grupo participante en dar soluciones colaborativas a las problemáticas. Es posible evidenciar estrategias propositivas y comunes en un sector dinámico como la costanera, y también lineamientos que busquen ordenar y fortalecer el turismo. La capacidad asociativa del grupo, se logran visualizar como positivas, y el próximo paso sería analizar si finalmente estas posibles soluciones fueron concretadas.

8.3 Elementos que fortalezcan la asociatividad a nivel local.

8.3.1 Patrones de elementos asociativos entre emprendimientos

La asociatividad es medida por etapas, cuando un grupo se encuentra con potencial para la práctica de la asociatividad, el siguiente paso estaría marcado por la gestación de una organización. Posteriormente, vendría una segunda etapa, donde se comienza la estructuración, acá se afinan los objetivos, roles y planes de acción. Y una última etapa, estaría dada por la gestión y acción de las ideas.

En este sentido, se hace necesario clasificar al grupo de estudio, para saber en cuál de estas etapas se encuentra, ya que, la acumulación de resultados obtenidos fue dando una visión clara del estado asociativo en el que se encuentran los emprendimientos en matanzas.

Sobre lo mismo, reconocer en qué etapa se encuentran los emprendimientos, se hace más importante aún, para comprender cuáles serían las próximas misiones a seguir junto a este grupo, pensando en la activación de un desarrollo económico local asociativo.

Es así que, si clasificamos al grupo de estudio dentro de estas etapas, sería posible ubicarlo en una etapa potencial, ya que si bien, a lo largo de la investigación fue posible identificar elementos, capacidades y vínculos asociativos en la muestra de estudio, dichos atributos no fueron posible medirlos en consideración a acciones concretas, debido a que se identificó que no existían trabajos previos con respecto a trabajos asociativos que dieran una base para la construcción de una etapa de gestación.

No obstante, se hace importante saber cuáles fueron los atributos que destacaron de este grupo de estudio, con el fin de buscar evaluar patrones positivos o negativos, según el caso, y junto a ello, aproximarse a cuáles podrían

ser los próximos pasos a seguir para fortalecer la asociatividad grupal en un futuro cercano.

Se utilizaron cinco categorías para establecer patrones asociativos entre emprendimientos, elementos que son considerados como indispensables para la práctica y desarrollo de la asociatividad. A continuación, se pasan a describir.

a) Confianza

La confianza es entendida como un proceso de conocimiento mutuo entre actores, donde ciertas características como ideas, visiones, objetivos y proyecciones, se van reconociendo y asimilando entre individuos dando paso a una instancia de intimidad con un otro.

Los vínculos de confianza en este sentido, son fundamentales para que las relaciones puedan perdurar en el tiempo, lo anterior se debe a que la confianza genera seguridad, y cuando este simbolismo permanece las posibilidades de éxito de una organización aumentan.

Ahora bien, cuando aplicamos este concepto al grupo de estudio se pueden constatar algunos puntos interesantes con respecto al tema. En primer lugar, la confianza propiamente tal, es un elemento difícil de medir, ya que es un atributo subjetivo de las personas y que dependerá de sus intereses y sus lazos con los otros, sin embargo, es posible demostrarla por medio de la acción de los individuos, pues, cuando en un grupo existen vínculos, en paralelo se van desarrollando actividades concretas que repercuten en lo grupal y en lo individual, y que, para el caso de estudio, también repercute en lo territorial.

En segundo lugar, al analizar a la muestra de estudio, se lograron reconocer algunos patrones que fueron traducidos como vínculos fragmentados en el territorio, ya que se evidenciaron lazos de confianza, sin embargo, estos se

reducían a la espontaneidad del momento. Frente a este aspecto, se menciona lo siguiente:

- La confianza se aproxima en función a la cercanía entre emprendimientos. Lo anterior quiere decir que, en la medida que los emprendimientos se encuentran con mayor grado de aglomeración, la confianza se ve mejor reflejada.
- Según lo anterior, la confianza tiende a localizarse entre sub conglomerados, apelando en este caso a: sector de la caleta, sector de la costanera. Esto se debe a una necesidad de agruparse para generar economía de escala.
- Asimismo, también es posible encontrar estos lazos entre rubros, como es el caso de los servicios de alojamiento y entre rubros similares como supermercados-hoteles, cabañas-hoteles, almacenes-artesanía.
- En lo que respecta a ideas, decisiones y acciones, existe un nivel de confianza que nuevamente va en coherencia a la cercanía, por lo cual, las posibilidades de articular a los actores, dependería de un trabajo por sectorial y no generalizado.
- Lo anterior, es posible identificarlo producto de las diferentes necesidades que tienen los emprendimientos, ya que las visiones y objetivos dependen en gran medida del rubro y por lo tanto la confianza se inclinara más a metas comunes.

También es posible evidenciar aspectos contrarios que podrían poner en peligro este reconocimiento de confianza sectorial, y es que, en la mayoría de los casos, la competencia se visualiza como un ente que se encuentra presente en todos los servicios. En este sentido, los niveles de confianza se ven interrumpidos generando que no exista un desarrollo profundo de esta creencia.

b) Liderazgo

El liderazgo puede ser visto como la capacidad de un individuo en incentivar y motivar a otros a materializar ideas y visiones pre establecidas por un grupo. En este sentido, el líder debería ser capaz de llevar a una organización a tomar decisiones comunes que repercutan en el beneficio del grupo y en el éxito de concretar un plan.

Dentro de lo mismo, el liderazgo tomaría un protagonismo en la asociatividad, puesto que si bien, la asociatividad debería ser trabajada bajo un concepto de horizontalidad, la jerarquización de roles es fundamental para la efectividad en una organización, de ello depende las posibilidades de proyectar el futuro en conjunto.

Analizando el liderazgo en el grupo de estudio, se puede mencionar que en general, no fue posible encontrar actores relevantes dentro del proceso asociativo, no obstante, si fue posible identificar a potenciales líderes y a individuos que podrían estructurar sus objetivos con el fin de incentivar a otros sujetos a desarrollar ideas similares.

Dicho lo anterior, se lograron encontrar algunos patrones con respecto al liderazgo con respecto a:

- Se identificaron expresiones de liderazgo en función a las actividades que los emprendedores desarrollan en sus emprendimientos y que repercuten en el territorio. Es así que, locales de como La Pizzería y hoteles-restaurant como Surazo, se visibilizan como fomentadores de que sus negocios sean puntos de encuentro, donde además de alinearse con la lógica comercial, son capaces de generar actividades distintivas que llaman la atención del público y generan puntos de sociabilización por medio de la innovación, traducida en encuentros deportivos, música en vivo e incluso en el caso del hotel Surazo, sus actividades han llevado que unos pocos productores locales puedan instalarse en sus inmediaciones para vender productos.
- Dentro de lo anterior, los emprendedores de estos locales, se podrían considerar líderes potenciales, ya que, mediante sus acciones individuales, son capaces de abarcar a los demás emprendedores a mejorar sus ventas producto del mayor flujo al interior de la localidad.
- Por lo tanto, si estos potenciales líderes, se identificaran a sí mismo como actores claves en el desarrollo económico local, lo más probable que podrían llevar a los demás emprendimientos a unirse a una lógica asociativa que repercuta en el beneficio de todos, como también en lo sostenible de sus actividades.
- Con respecto a los emprendedores que vieron el futuro de sus emprendimientos enfocados en el desarrollo económico local colaborativo, se puede decir que lo colaborativo aún no se considera como una opción para los emprendimientos, más bien el razonamiento de este concepto es entendido

como una estrategia de mercado, más que una idea enfocada en la sinergia productiva comunal y local.

- Otro punto importante, es la identificación de liderazgos en lo que entendemos como sub conglomerados. En dichos sectores, existe una mayor horizontalidad de la toma de decisiones y las resoluciones de problemáticas son expeditas.
- Dentro del grupo focal, participo la presidenta de la junta de vecinos de Matanzas, organización comunitaria que también puede ser vista como una posibilidad para liderar el proceso de desarrollo económico local al interior de la localidad.

En definitiva, no es posible evidenciar grandes liderazgos entre emprendedores, lo cual no quiere decir que no existan, sin embargo, el patrón apunta a una falta de liderazgo en la localidad la que es materializada en la ausencia de organización, planes de acción y estrategias a futuro. Se espera, por tanto, la intervención de uno o varios individuos que puedan tomar el rol de líder y llevar el desarrollo económico local en conjunto a la asociatividad a ser una realidad.

c) Comunicación

La comunicación como un acto para establecer vínculos colaborativos, también se convierte en un pilar primordial para el desarrollo de la asociatividad, esto se debe a que la comunicación es el principio y el fin de todas las etapas asociativas, ya que mediante este canal es posible dar paso a las demás categorías descritas.

Por tal razón la comunicación fue valorada por su capacidad de crear redes, de establecer contactos y de crear nuevos diseños para abordar problemáticas comunes que, para este caso, tuvieron que ver con temáticas vinculadas a lo turístico, productivo, económico y a lo organizacional.

Dentro del grupo de estudio la comunicación fue percibida como una acción que se encontraba presente en un formato similar a la confianza, fragmentada. Lo anterior quiere decir que por un lado si fue posible encontrar este acto, sin embargo, el patrón predominante apuntaba a una comunicación sectorial, más que a una comunicación entre diferentes actores.

Con respecto a lo anterior, se puede mencionar lo siguiente:

- Existe un evidente interés por parte de los emprendedores en afianzar lazos comunicacionales entre ellos, lo anterior, con el objetivo principal de reconocerse a sí mismos y de saber en qué situación se encuentra cada uno. Por lo tanto, se evidencia la necesidad de involucrar espacios de encuentro, donde este grupo se pueda coordinar y volver a reconocerse bajo una lógica de intereses comunes.
- Lo anterior, nuevamente nos lleva a la ausencia de liderazgos vinculado no solo a los emprendedores, sino que también al compromiso por parte del gobierno local, para que estos grupos se enlacen entre ellos en miras a un desarrollo local.

- No existe evidencia de organizaciones previas entre ellos, a excepción, del único sindicato presente en el territorio, el que se valoriza como el nivel más alto de asociatividad en la localidad, sin embargo, los mismos emprendedores identificaron en el sindicato de pescadores una suerte de auto marginación de este grupo. A pesar de lo mencionado, existe la disposición de volver a instaurar la comunicación como un puente que busque re valorizar el sector de la costanera desde una perspectiva turística.
- La mayoría de los nexos comunicativos que se lograron identificar, estaban asociados aspectos comerciales de compra y venta de productos y al traspaso de contactos en la derivación turística hacia los alojamientos. Por tanto, los servicios asociados a esta lógica tenían que ver principalmente con servicios de alojamiento-alimentaciones y servicios comerciales
- La comunicación analizada en el grupo de enfoque, tuvo características vinculantes, ya que los participantes en general al iniciar el dialogo, se iban posicionado rápidamente en soluciones concretas y junto a ello, se coordinaban rápidamente para resolver problemáticas en conjunto.

En conclusión, la comunicación como un puente para la asociatividad, claramente se debe seguir fomentando, en este sentido, producto de que los emprendedores hasta el momento no han logrado visualizarse entre ellos como actores dinamizadores del territorio, se esperaría que el gobierno local se hiciera participe en la conducción de este territorio, y que, en conjunto con los emprendimientos, generen estrategias para fomentar un desarrollo sinérgico a nivel local y comunal.

d) Participación

La participación es entendida como un acto de intervención donde los individuos dan a conocer sus ideas y visiones, las cuales son manifestadas a otros individuos en una lógica de involucramiento mutuo, con la intención final de tomar decisiones grupales y responsabilidades comunes.

Es así, que el acto de participar asume responsabilidades por parte de los individuos, ya que el simple hecho de participar, también implica hacerse cargo de alguna realidad a través de las decisiones que puedan llegar repercutir en los demás. Este concepto, por lo tanto, es una capacidad, ya que, no todos los individuos buscan adquirir responsabilidades, debido a que la participación se asocia a la ciudadanía y, por lo tanto, a lo político.

Dentro del grupo de estudio, y más precisamente entre los participantes del grupo de enfoque, se lograron extraer algunos puntos claves para darle cuerpo a este concepto. A continuación, se pasan a describir:

- Antes de la realización del grupo de enfoque, fueron entregadas 40 invitaciones, en una población de 50 emprendimientos. De estas 40 invitaciones, lograron llegar 15 individuos. Por lo tanto, solo llegó un 30% de la población total de emprendedores.
- Lo anterior, no se consideró como un aspecto negativo, ya que, en gran medida, para poder analizar si efectivamente existían capacidades asociativas, era necesario identificarlo por medio de lo experimental.
- Este hecho se puede explicar por dos razones, por un lado, y por medio de los resultados obtenidos durante este proceso investigativo, se pudo dar cuenta que los emprendimientos no están habituados a mecanismos de asambleísmos, incluso, en este proceso de grupo focal, se evidenció un constante reconocimiento entre emprendedores, sinónimo de la falta de

comunicación. En segundo lugar y vinculado a lo mismo, al no tener una cultura de organización cualquier posibilidad que se presente para organizarse, no será vista como primordial y de gran relevancia. Sin dudas, al no tener dichas capacidades la participación será un acto de pocos.

- Una constante de la participación, es que, a medida que existe en un grupo estrategias que luego son concretadas y estas a su vez logran tener éxito en el grupo, la participación por si sola comienza a aumentar. Por lo tanto, este grupo focal, fue un primer paso de reconocimiento entre los participantes, donde en lo practico se llegaron a varios acuerdos comunes, llegando a establecer roles y funciones para temáticas relacionadas a la costanera de Matanzas, mejorar los diálogos entre actores y promocionar el turismo.
- Durante el proceso focal, la participación en su generalidad fue dinámica y participativa, la mayoría de los individuos comunicaron sus visiones, creando lazos entre ellos, los cuales se esperaba que prosperen en el futuro.

En definitiva, la participación como un acto de involucrarse con otros individuos, para el caso de este grupo fue totalmente activa, además, por medio de la participación, fue posible entender claramente la percepción de los individuos con respecto a sus ideas, ya que, bajo la lógica grupal, los individuos se expresaron libremente y con una firme intención de establecer nuevos espacios de dialogo.

e) Compromiso

Se puede entender el compromiso como un sistema de acciones que compromete a un individuo bajo una lógica de sacrificios. Estos sacrificios a su vez son voluntarios y adquieren un gran sentido de disciplina, ya que, independiente de lo mucho o poco que se deba hacer para lograr algún deseo, el objetivo mismo de lograrlo, es entendido como un compromiso

Por lo tanto, la voluntad de comprometerse, es la base de todo, ya que, desde acá nacen dos ejes, un compromiso individual o un compromiso colectivo. La colectividad para este estudio, es la constante, la que mediada por los individuos, nos lleva a comprender la realidad asociativa de los emprendedores.

El compromiso fue evaluado en la dinámica del grupo focal, donde por medio de los compromisos adquiridos entre los participantes, fue posible extraer un panorama general de lo que se entiende como compromiso. Lo que se pudo captar con respecto a lo anterior, fue lo siguiente:

- El grupo que participo en la dinámica focal, logro consensuar acuerdos y compromisos en temáticas relacionadas a mejorar la comunicación, la organización y el imaginario turístico.
- Con respecto a la comunicación, el compromiso adquirido por el grupo de emprendedores ubicado en el sector de la costanera, estuvo en coherencia con mejorar las relaciones de interacción con los demás emprendimientos, lo anterior, si bien ya fue comentado en apartados anteriores, este gesto comunicativo es visualizado como una capacidad asociativa que eventualmente podría llegar a fortalecer la costanera, desde una perspectiva social y productiva. Por otro lado, también se habló sobre mejorar la comunicación con las diferentes direcciones de la Municipalidad, este punto también se considera como relevante, ya que, para lograr un desarrollo económico local, se deben articular todos los actores del territorio.

- Con respecto a la organización, surgió la necesidad de crear sindicatos entre artesanos. Los sindicatos sin duda son la expresión máxima de la organización, por lo tanto, el compromiso que se tomó entre artesanos con respecto a su futuro, podría repercutir fuertemente en la localidad, ya sea por medio de una interacción del sindicato con otros emprendimientos, o con otros sindicatos de la comuna y la posibilidad de generar proyectos para la postulación de fondos, entre otros. Lo importante de este punto es que el compromiso existe, y de lograr llevar esta idea a su creación, sin dudas sería totalmente beneficioso para la asociatividad de la localidad.
- Con respecto a los compromisos asociados al turismo, se puede decir que, los consensos estuvieron ligados a resolver problemas del momento, uso de baños, mayor traspaso de información turística y la puesta en marcha de un paseo peatonal en la costanera.

Sin dudas, dichos acuerdos se consideran situacionales, no obstante, posibilitan la apertura de nuevos caminos entre emprendedores. Para este caso, no necesariamente se esperaba que los consensos entre ellos solucionaran todas las problemáticas de la localidad, más bien, lo que importaba, era entender si los emprendedores eran capaces de establecer sacrificios para lograr un objetivo.

En definitiva, para este grupo que participo de la dinámica focal, si fue posible encontrar el compromiso entre emprendedores como un elemento para fortalecer la asociatividad, sin embargo, los compromisos que se establecieron fueron a corto plazo, lo cual se asocia a un aspecto de carácter resolutivo, más que proyectivos en el tiempo, claramente lo anterior, se debe a la falta de comunicación y organización entre emprendedores.

8.3.2 Sub conglomerados

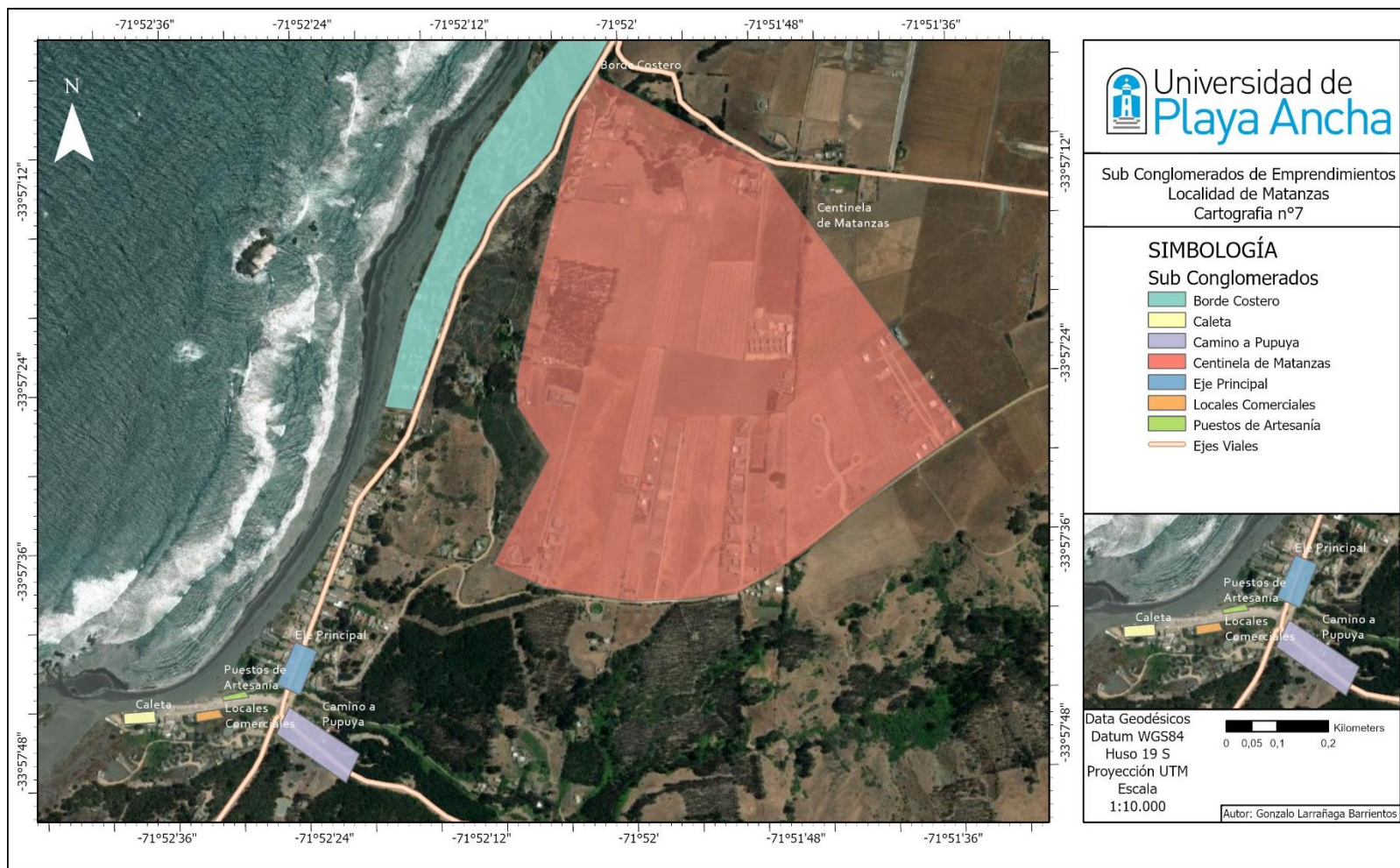
Las relaciones espaciales se encuentran presentes en todas las escalas y por lo tanto en todos los espacios, no obstante, dependerá del fenómeno o problemática a ser analizada para que esta escala se ajuste a un espacio particular, así también, el tipo de relación espacial que se requiera comprender.

Para el estudio de los sub conglomerados, se propuso trabajar con las relaciones espaciales de proximidad, las cuales se enfocan en el grado de cercanía de los eventos, basándose en la distancia como atributo principal.

Por lo tanto, y como este estudio se desarrolló a una escala territorial, más precisamente en una localidad, la idea de reconocer relaciones de proximidad fue con el fin de identificar sub conglomerados de emprendimientos a través de su cercanía, pero también a través de sus características y particularidades, ya que en conjunto a estos elementos los sub conglomerados adquieren sus propias personalidades. En definitiva, la idea fue analizar a estos sub conglomerados no solo como estructuras espaciales, sino que también analizando su dinamismo y sus proyecciones presentes y futuras en el territorio.

Según lo anterior, y como se puede ver en la cartografía 7 se lograron reconocer siete sub conglomerados: borde costero, caleta, camino a Pupuya, centinela de Matanzas, calle Carlos Ibáñez del Campo, locales comerciales y puestos de artesanía.

Cartografía 7



a) Borde Costero:

Este sub conglomerado se caracteriza por presentar una estructura lineal, donde se aglomeran casas residenciales, de segunda residencia y del rubro de cabañas de arriendo. La intensidad de casa en este sector es notoria y lo cierto es que se lograron identificar solo tres emprendimientos del rubro de cabañas en este sector, sin embargo, claramente existen otras casas de arriendo que no pudieron ser agregadas a este estudio debido a que no se logró evidenciar la veracidad, de si efectivamente eran de arriendo o no. De igual modo, este sector se destacó por dos razones, en primer lugar, la relación de proximidad entre casas es evidente, ya que se encuentran cercanas entre sí. En segundo lugar, y según los registros en terreno, la expansión inmobiliaria del borde costero sigue avanzando, por lo cual, se espera que existan mas casa de arriendo y por lo tanto más cercanía entre ellas, pasando a ser un sub conglomerado enfocado principalmente al rubro de cabañas.

Con respecto a lo asociativo, aun no es posible identificar en este grupo si existen elementos que contribuyan a la asociatividad, sin embargo, trabajar con ellos desde la perspectiva turística y de alojamientos, sería una buena forma de entrar a establecer lazos asociativos.

b) Caleta

La caleta de pescadores, como se ha mencionado en los apartados anteriores, se caracteriza por estar administrada por el sindicato de pescadores. Dicha organización se ha establecido con 7 locales del rubro de comida rápida, caracterizando a este sector por ser de alto flujo y movilidad.

A este sub conglomerado se le puede asociar una estructura lineal y con una proximidad de cercanía, y se le atribuyen grandes potencialidades a ser desarrolladas desde la perspectiva comercial y asociativa. Lo anterior se debe a

su posición estratégica en el territorio, tienen altas ventajas de competir con los demás emprendimientos, incluso con los emprendimientos mas grandes de la localidad por medio de una economía a escala. Y, por otro lado, al estar asociados a un sindicato las posibilidades de involucrarse exitosamente a un desarrollo económico local se ven mucho más altas que otros sub conglomerados. En definitiva, aun se debe trabajar bastante con este grupo, ya que en ellos existe un evidente potencial.

c) Camino a Pupuya

Este sub conglomerado aún se encuentra en desarrollo, pero con un evidente potencial de expansión, se le podría atribuir una estructura aleatoria y con una baja proximidad. Actualmente solo existen 4 emprendimientos de diferentes rubros, dos de ellos de gran relevancia en el territorio por su dinamismo: La Pizzería y Camping Omz, actualmente este espacio no tiene asociado ninguna posibilidad de expansión, ya que existe un bosque de pino que aún no ha sido extraído, sin embargo, a medida que el crecimiento de la localidad siga su curso, el primer espacio en expandirse será este sector de camino a Pupuya, ya sea por medio de servicios comerciales, de alojamiento u otros. Lo anterior se menciona, debido a que, en Matanzas, y según el Plan Regulador Comunal, el único sector que aún se encuentra disponible para un uso de equipamientos es precisamente el sector donde se encuentra el bosque, que es el camino a Pupuya.

En definitiva, este sub conglomerado aún no se ha desarrollado, pero se espera que un futuro cercano, esta expansión sea una realidad.

d) Centinela de Matanzas

En el caso de Centinela, y cómo fue posible ver en los apartados anteriores, este sector se encuentra asociado a un crecimiento rápido en los últimos 10 años, se le puede atribuir una estructura aleatoria y con baja proximidad. Dicho crecimiento a diferencia del borde costero a estado mediado por conjuntos de cabañas y ahora durante este año, a hoteles tipo lodge (alojamientos en entornos naturales o rurales). Las características principales de este sub conglomerado, tienen que ver con su rubro, ya que en su totalidad se encuentran relacionados a servicios de alojamiento. Y, por otro lado, a la notoria posibilidad de expansión que aún tiene este sector. Por lo tanto, Centinela aun es visualizado como un espacio en expansión, sin embargo, cada día se van aglomerando más conjuntos de cabañas y otros servicios de alojamientos relacionados.

e) Avenida Carlos Ibáñez del Campo

Este eje fue considerado como el “centro comercial” de la localidad, ya que en este punto se encuentran asociados los rubros de supermercado, almacén, bazar, artesanía, camping, hoteles, restaurant, odontología y venta de productos de deportes con fines específicos. A esta avenida se le atribuye una estructura de aglomeración y con una proximidad de cercanía. En general este espacio tiene su propia identidad debido a su permanencia en el tiempo, y no se visualiza con mayores proyecciones de expansión, pero si con proyecciones en mejorar sus ofertas y sus competencias del mercado a nivel turístico.

Con respecto a la asociatividad, y producto de su mayor cercanía, debería existir una tendencia a las buenas relaciones, sin embargo, en ese eje es donde existe mayor competencia entre emprendimientos, pero que irónicamente, fue acá donde se identificaron actores claves que podrían llegar a asumir liderazgos para la práctica asociativa.

f) Locales Comerciales

Los locales de la costanera, denominados comerciales para diferenciarlos, contemplan servicios comerciales y de comida rápida. Este sector se caracteriza por tener asociado un alto flujo y movilidad, producto de su cercanía a la playa. Los emprendedores que son dueños de estos locales, se consideraron alineados a posibles prácticas asociativas, lo anterior se da por dos razones. En primer lugar, acá existe una proximidad de cercanía, que para efectos de este sub conglomerado, aplica que la cercanía es sinónimo de mejores relaciones entre emprendedores. En segundo lugar, este grupo se identifica con un gran potencial para el desarrollo de la asociatividad, lo anterior se debe a que su participación en el grupo focal dio evidencia de un compromiso claro con el desarrollo económico local y con su interés de establecer acciones concretas en el territorio.

Por lo tanto, se esperaba que ese grupo en algún momento salga de este estado de potencialidad, y logre elaborar planes y lineamientos reales que busquen llevar sus ideas a lo material.

g) Puestos de Artesanía

Similar a los locales descritos, los puestos de artesanía se encuentran de frente a los locales comerciales, estableciendo un contacto directo y regular. La estructura es lineal y su proximidad cercana. De este sub conglomerado se puede destacar que, se manifiesta una necesidad por involucrarse en las decisiones del territorio, sin embargo, su poca regularidad en los puestos artesanales y al no pertenecerles a ellos, ya que como se mencionó en apartados anteriores, ese sector es municipal, no se evidencia un sentido de pertenecía por el sector. Lo anterior, genera que sus compromisos no sean avalados por los demás emprendedores de la costanera, generando una desarticulación en un sector fundamental para la localidad.

En lo asociativo, fueron los que más participaron en el grupo focal y sus intenciones de establecerse como sindicato puede llegar a ser un síntoma de mayor asociatividad en el territorio.

Para cerrar este último ítem de resultados y con respecto al análisis de las relaciones espaciales, se puede concluir que existen grandes posibilidades de trabajar con los grupos por medio de sub conglomerados, por una parte, el primer método dio la posibilidad de visualizar que los elementos que fortalecían la asociatividad, se encontraban en directa relación con la cercanía y con el tipo de servicio, y por otro lado el análisis espacial dio la referencia agrupada de las relaciones que ahí ocurren.

En definitiva, la mejor forma de fortalecer los elementos asociativos entre emprendedores, es a través del trabajo asociativo sectorizado, para que, en una primera etapa, exista un trabajo previo con cada uno de estos grupos, para que posteriormente en una segunda etapa, se unan a todos los sub conglomerados en mesas de trabajo para buscar estrategias comunes bajo una lógica colaborativa para que exista un fortalecimiento del desarrollo económico local en la localidad de Matanzas.

9 Conclusiones y recomendaciones

9.1 Conclusiones

A lo largo de esta investigación, la asociatividad fue trabajada a través de los estudios asociativos en el ámbito empresarial y comunitario, lo anterior se debe a que, en estos ambientes, el asociarse involucra una búsqueda de cooperación, entendiendo este último concepto, como una suma de esfuerzos de distintos individuos que buscan alcanzar objetivos comunes. Bajo esta lógica colaborativa, se comienzan a construir caminos alternativos, atravesados por la solidaridad y fortaleciendo a su paso lo organizativo y lo social. Es por tal razón, que la asociatividad adquiere un gran simbolismo, debido a que posibilita el encuentro de distintos individuos que establecen colaborativamente estrategias y planes de acción que idealmente benefician a toda la organización.

Ahora bien, esta investigación estuvo basada en el análisis de la asociatividad entre emprendimientos de la localidad de Matanzas, en este sentido, se tomó la asociatividad como punto de partida, precisamente por el carácter social de su mecanismo. Los emprendimientos fueron considerados como grupo de estudio, debido a que son actores con la capacidad de transformar el territorio, y a su vez, el territorio seleccionado fue la localidad de Matanzas, producto del evidente crecimiento con respecto al aumento de población, expansión inmobiliaria y desarrollo turístico. Por lo tanto, las combinaciones de todos estos elementos, generaron que este escenario fuese el lugar perfecto para trabajar un modelo asociativo.

Dicho lo anterior, las primeras etapas que se desarrollaron para lograr el objetivo de identificar y analizar la asociatividad territorial entre emprendimientos, estuvieron enfocadas a conocer cuál era la realidad de estos emprendimientos, lo anterior se debe, a que en un principio solo había una cosa clara: los actores

privados venían hace un par de décadas atrás, modificando fuertemente el entorno de la localidad.

Fue así que, los primeros levantamientos de información, estuvieron en sintonía a conocer las características de estas unidades denominadas emprendimientos, buscando reconocer su incidencia y dinamismo en el territorio. En esta etapa lo más interesante que se obtuvo, fue la posibilidad de comprender la interacción que se daba entre los emprendimientos y las personas, donde se logró evidenciar como el movimiento constante y predecible, se encontraba fuertemente asociado a ciertos emprendimientos o al conjunto de ellos. Asimismo, se pudo constatar que la mayoría de los emprendimientos de la localidad, se encuentran dirigidos al turismo, lo anterior se verifico a través de la clasificación por rubro y diferenciación de la oferta.

En una segunda etapa, se generó un plan que ya no apuntaba al emprendimiento como unidad, sino que a los individuos que se encontraba al interior de estos emprendimientos. Por lo tanto, esta segunda fase, estuvo marcada por conocer las capacidades de los sujetos, debido a que, para conocer la asociatividad, se hacía necesario ingresar en la lógica del emprendedor para saber sobre sus ideas, visiones, proyecciones, etc. Fue así que, en esta segunda tanda de levantamiento de información, se comenzaron a aplicar encuestas que tuvieron como fin entrar al campo de estudio para extraer datos que nos condujeran a reconocer capacidades asociativas en los emprendedores. Los resultados que se obtuvieron bajo este formato, posibilitaron dar cuenta del evidente potencial que tenían los emprendedores con respecto al asociarse entre ellos, como una opción para enfrentar problemáticas derivadas de la temporada alta de verano, también fue posible reconocer el interés por fomentar el dialogo.

Posterior a las encuestas, y con la idea de seguir conociendo la percepción de los individuos se generó un espacio para el dialogo grupal, donde por medio de una dinámica de grupo focal, se invitó a los emprendedores a ser parte de un

encuentro para dialogar sobre problemáticas que afectaban a la localidad. En este espacio se pudo comprobar como los individuos lograban reconocer problemáticas comunes, buscando a su vez, dar soluciones en conjunto para resolver problemas. Acá, la capacidad asociativa fue posible visualizarla en acciones concretas como la toma de decisiones, el compromiso y la visión a futuro para mejorar sus condiciones.

La última etapa, estuvo marcada por una vinculación de todas las experiencias descritas, en este punto se logró interrelacionar los elementos más relevantes del estudio, con el objetivo de encontrar patrones que resumieran este proceso. Los resultados estuvieron inducidos a la identificación de elementos claves para la creación y mantención de la asociatividad como: confianza, liderazgo, comunicación, participación y compromiso, destacando fuertemente los elementos de participación y compromiso. En esta etapa, además, se hizo un reconocimiento de los sub conglomerados de emprendimientos, identificándolos como sectores claves para intervenir desde la perspectiva asociativa y productiva.

Ahora bien, luego de haber llevado este análisis a su término, se debe aclarar que los objetivos propuestos, fueron cumplidos en su totalidad, sin embargo, por medio de este análisis asociativo se buscó llegar a un objetivo claro que, en este caso, era identificar en los individuos la posibilidad efectiva de encontrar lazos asociativos que se materializaran en futuras estrategias comunes para lograr ordenar el territorio desde una perspectiva social, económica y productiva. No obstante, las capacidades asociativas, fueron reconocidas como un potencial a desarrollar. Si bien fue posible delimitar capacidades en ciertos individuos, el patrón predominante estuvo en coherencia con el potencial no desarrollado, más que con las capacidades articuladas en la acción. Por otro lado, si fue posible encontrar en los sub conglomerados, patrones asociados a los elementos fundamentales de la asociatividad, que sin

duda también deben ser trabajados, ya que es ahí donde lo asociativo puede llegar a prosperar y proyectarse en el territorio.

Por último, se espera que este análisis sea visto como un registro panorámico y actualizado de la asociatividad entre emprendedores de Matanzas, donde su lectura permita relacionar los procesos que han transformado a la localidad y la posición que tienen los emprendimientos en estas transformaciones.

9.2 Recomendaciones

Como ya se ha mencionado, esta investigación estuvo basada en el estudio de variables que condujeran a resolver problemáticas territoriales por medio del análisis de la asociatividad entre emprendimientos introducidos en un núcleo productivo evocado a servicios turísticos. Sin embargo, esta incursión en la asociatividad dio como resultado la posibilidad de encontrar capacidades asociativas que no han sido desarrolladas, en otras palabras, se evidencio un potencial asociativo que puede ser visto como una fase previa a la primera etapa de gestación de la asociatividad, donde logre existir un interés real por parte de los individuos en participar resolver problemáticas en conjunto.

Los emprendedores de Matanzas, guardan en sus acciones cotidianas un sinfín de potencialidades, ya que, en cierto punto, ellos fueron quienes individualmente cambiaron el rumbo de la localidad, generando que Matanzas pasara de ser un pueblo rural con evidente potencial turístico, a ser definitivamente un destino turístico a nivel regional. No obstante, este proceso se generó producto de la individualidad, por lo tanto, el potencial de los emprendedores asociados de cierta manera podría ser visto como una posibilidad de gestionar el territorio de forma estratégica y pensado en un desarrollo armónico que logre sostener el crecimiento en el futuro.

Referente a lo anterior, surgen dos preguntas importantes: ¿Qué rumbo tendrá Matanzas si el crecimiento sigue articulado bajo el paradigma de la individualidad? ¿Cuáles podrían ser soluciones alternativas para seguir incentivando las asociatividad como modelo?

Con respecto a la primera pregunta, lo más probable es que si la localidad sigue creciendo bajo la individualidad, Matanzas se perfilaría a ser un balneario susceptible a la introducción de las lógicas consumistas, donde a medida que la demanda se incline para un lado, la oferta se inclinara en esa misma dirección, con la intención de alimentar el consumismo. De ser así, la localidad pasaría a

ser un balneario más dentro del proceso emergente, donde al no lograr manejar sus atributos endógenos, se vería obligado a introducirse a un sistema excluyente que se rige de arriba hacia abajo.

Respecto a la segunda pregunta, la única posibilidad que se podría llegar a concretar para que la asociatividad se involucre como modelo, sería la de generar trabajo a escala, donde se parta de lo particular a lo general, involucrando en la comprensión del grupo, las potencialidades de asociarse visualizadas como una oportunidad que repercutan a mediano y largo plazo en la localidad y en la comuna.

Bajo esta lógica, se esperaría que el gobierno local, tome cartas en el asunto y por medio de sus direcciones de desarrollo, busque alternativas para que la localidad se proyecte en el tiempo, y la magia de ser un destino de campo y playa, se vaya perdiendo de manera progresiva y en coherencia a estrategias comunes y no producto de la irrupción del capital.

Este estudio será de utilidad para visualizar un panorama general y actualizado de las capacidades asociativas de los emprendedores de Matanzas. No obstante, se debe recalcar que, muchas de estas capacidades asociativas se encuentran aún en potencia y claramente se esperaría que en una segunda fase esta información sea de interés, para lograr articular a los emprendedores a una etapa de gestación asociativa.

Sin dudas esta investigación queda totalmente abierta a ser complementada con un segundo nivel, que busque trabajar con los grupos de forma sectorizada y sinérgica, en miras a un desarrollo económico local colaborativo, solidario y sostenible.

10 Bibliografía

Albuquerque, F. (1997). Desarrollo Económico Local y Distribución del Progreso Técnico. Santiago, Chile: Naciones Unidas.

Albuquerque, F. (2004). Desarrollo económico local y descentralización. REVISTA DE LA CEPAL n°82, 157-171

Ávila Angulo, E. (2021). La Evolución del Concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. Revista Investigación y Negocio, 32-48.

Barra-Armenta, C. I., & Trejo-Nieto, A. B. (2013). Competencia territorial: Economía, Sociedad y Territorio, vol. xiv, núm. 44, 2014, 49-78., 30.

Base de Datos del Programa Turismo, Municipalidad de Navidad, Dirección de Desarrollo Comunitario (2021). Encuesta de Alojamientos Turísticos, Survey123. Recuperado de la base de datos de Infraestructura de Datos Espaciales Navidad.

Bengoa, J. (2005). Identidad: La Evolución de las Miradas.

Berdegúe, J., Jara, E., Modrego, F., Sanclemente, X., & Schejtman, A. (2010). Comunas Rurales de Chile. Santiago: Rimisp.

Christaller, W. (1966). Central Places in Southern Germany. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Planificación para el desarrollo territorial sostenible en América Latina y el Caribe (LC/CRP.17/3), Santiago, 2019.

Dematteis, G., & Governa, F. (2005). Territorio y Territorialidad en el Desarrollo Local. Boletín de la A.G.E, 31-58.

Echeverri Perico, R., & Pilar Ribero, M. (2002). Nueva Ruralidad Visión del Territorio en América Latina y el Caribe. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

Escudero Sánchez, C., & Cortez Suarez, L. (2018). Técnicas y Métodos Cualitativos para la Investigación Científica. Machala, Ecuador: UTMACH.

Espinoza Lastra, Ó. R., & Gómez López, J. D. (2018). Índice de Capacidades Asociativas. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, n° 94, 285-316.

Fundación para el Desarrollo Local y el Fortalecimiento Municipal e Institucional de Centroamérica y El Caribe. (2009). Guía de Herramientas Municipales para la Promoción del Desarrollo Económico Local. San José, Costa Rica.

Gatica, F., Segura, A., & Vidal, C. (2005). Análisis espacial de flujos: aplicación al estudio de circuitos económicos locales. 2do Congreso internacional de Ciudad y Territorio Virtual, 142-148.

Geilfus, F. (2009). 80 HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO PARTICIPATIVO. San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

Giraldo, P., Lopera, M., & Cardona, M. (2020). La Asociatividad Comunitaria para el Emprendimiento rural: La experiencia de tres asociaciones del corregimiento de tribunas. Estudios Sociedad e Agricultura.

Godoy-Uribe, G. M., Cárdenas-Pérez, R. E., & Figueroa-Gutiérrez, E. E. (2019). Imagen aérea como representación pictórica de la fotointerpretación topográfica de la provincia de Biobío. (pensamiento), (palabra)... Y oBra, 124-141.

Guerrero Bejarano, M. A., & Villamar Cobeña, J. A. (2016). La importancia de la asociatividad para el desarrollo. INNOVA Research Journal, 105-119.

Haesbaert, R. (2010). Regional-global: dilemas de la región y de la regionalización en la geografía contemporánea. Rio de Janeiro, Brasil: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras.

Ibarra-Armenta, C. I., & Trejo-Nieto, A. B. (2013). Competencia territorial: Economía, Sociedad y Territorio, vol. xiv, núm. 44, 2014, 49-78., 30.

Ilustre Municipalidad de Navidad. (2021-2025). Plan de Desarrollo Comunal. Navidad, Chile.

Ilustre Municipalidad de Pichilemu. (2021-2026). Plan de Desarrollo Comunal. Pichilemu, Chile.

Jansen, H. (2012). La lógica de la investigación. Paradigmas, volumen 4, 39-72.

LIENDO, M. G.; MARTÍNEZ, A. M. Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las pymes. In: Sextas Jornadas "Investigaciones en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística, 2011, Universidad Nacional del Rosario, 311-319.

Madroñero-Palacios, S., & Guzmán-Hernández, T. (2018). Desarrollo sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias. Tecnología en Marcha, Vol. 31, N.º 3, 122-130.

Mancilla, C., Amorós, E., & Vaillant, Y. (2016). Análisis de las primeras etapas del proceso emprendedor. REVISTA CHILENA DE ECONOMÍA Y SOCIEDAD, 13-22.

Milton Santos (2001) Por uma outra globalização do pensamento único à consciência universal EDITOR A RECORD R I O D E JANEIR O • SÃ O PAUL O

MONTAÑEZ GÓMEZ, G., & DELGADO MAHECHA, O. (1998). ESPACIO, TERRITORIO Y REGION: CONCEPTOS BASICOS PARA UN PROYECTO NACIONAL. Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía, 120-134.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.5 en línea]. Capacidad. Recuperado el 4 de julio de 2022. <https://rae.es/drae2001/capacidad>.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.5 en línea]. Asociativo. Recuperado el 10 de julio de 2022. <https://rae.es/asociativo>.

Rodríguez Gómez, G., Gil Flores, J., & García Jiménez, E. (1999). Metodología de la Investigación Cualitativa. Granada, España: Aljibe.

Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la Investigación. México: MCGRAW-HILL.

Santos, M. (1996). De la Totalidad al Lugar. Barcelona: oikos-tau.

Seremi de Obras Públicas de O'Higgins. (martes de marzo de 2012). Ministerio de Obras Públicas, O'Higgins. Obtenido de <http://ohiggins.mop.cl/noticias/Paginas/DetalladeNoticias.aspx?item=48>

SERNATUR. (2016). Elementos para la gestión de Destino Turísticos. Santiago, Chile: Subdirección de Desarrollo Sernatur.

Springinsfeld, D. (2017). Mercado Turístico Matanzas [Tesis de licenciatura, Universidad de Chile]. Repositorio U. de Chile.

Turismo, S. d. (2018). Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos.

11Anexos

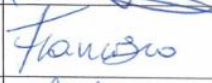
11.1 Listado de Patentes 2022, Comuna de Navidad

LISTADO DE PATENTES 2022				
R.U.T.	NOMBRE O RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD ECONOMICA (G I R O)	PATENTE
076815297-7	ARTE MANDALA SPA	CALETA DE MATANZAS 0 MATANZAS	477102-TIENDA DE ROPA Y ACCESORIOS	COMERCIAL
077234368-K	LA PANDILLA SPA	CAMINO CALETA DE MATANZAS 1 MATANZAS	476400-TIENDA DE JUGUETES	COMERCIAL
005350357-8	MARIA BERRIOS ACEVEDO	CARLOS IBA	472101-ALMACEN ROTISERIA VERDULERI	COMERCIAL
012144789-4	VERONICA NU	CARLOS IBA	477396-ARTESANIA Y BAZAR	COMERCIAL
076354901-1	SOC. COMERCIAL TAPIA Y CRUZ LTDA	CARLOS IBA	471100-SUPERMERCADO	ALCOHOL
010105775-5	MAGALY MIRANDA FARIAS	CARLOS IBA	471100-SUPERMERCADO	ALCOHOL
016098632-8	MARIA VELOSO FERREIRA	CARLOS IBA	1-ARQUITECTO	PROFESIONAL
010755582-K	LUIS VALDES SUAZO	CENTINELA 0 MATANZAS	559009-ARRIENDO DE CABA	COMERCIAL
076153992-2	INMOBILIARA E INVERSIONES MATANZAS SP	CAMINO A MATANZAS 1 MATANZAS	559009-ARRIENDO DE CABA	COMERCIAL
076246831-k	CASA DE SURF MATANZAS LIMITADA	CARLOS IBA	681012-ARRIENDO DE DEPARTAMENTOS	COMERCIAL
078727110-3	INVERSIONES ETTORE Y CIA. LTDA.	CARLOS IBA	559009-CAMPING .CABA	COMERCIAL
077012449-2	THAI DELIGHTS SPA	CALETA DE MATANZAS 0 MATANZAS	561000-CARRO DE COMIDA AL PASO	COMERCIAL
009548642-8	RAIMUNDO GONZALEZ ARRA	CALETA DE MATANZAS 0 MATANZAS	561000-COMIDA AL PASO	COMERCIAL
008761953-2	CESAR ANTONO CABELLO MENARES	CALETA DE MATANZAS 0 MATANZAS	561000-COMIDA AL PASO BEBIDAS CONF	COMERCIAL
076884359-7	CAMILA PAZ GOMEZ FUENZALIDA EIRL	CALETA DE MATANZAS 0 MATANZAS	562900-COMIDA AL PASO TE Y CAFE	COMERCIAL
015473105-9	CAROLINA GUERRERO ESPINOZA	CARLOS IBA	561000-COMIDA CON CONSUMO AL PASO.	COMERCIAL
076803794-9	CAROL ANDREA GONZALEZ ESPINACE	CALETA DE MATANZAS 0 MATANZAS	561000-COMIDA RAPIDA	COMERCIAL
076668461-0	ENGEL Y SPEARING LIMITADA	CENTINELA 0 MATANZAS	452010-CONSTRUCCION	COMERCIAL

015567046-0	JUAN ROJAS HERNADEZ	CARLOS IBA	107909-ELABORACION Y VENTA DE CEVI	COMERCIAL
078727110-3	INVERSIONES ETTORE Y CIA. LTDA.	CAMINO CALETA DE MATANZAS 0 MATANZAS	1-ESCUELA DE SURF	COMERCIAL
005350357-8	MARIA BERRIOS ACEVEDO	CARLOS IBA	472200-EXPENDIO DE CERVEZAS	ALCOHOL
003299226-9	LINDOR HERNAN CEPEDA	CAMINO CALETA DE MATANZAS 1 MATANZAS	561000-FUENTE DE SODA	COMERCIAL
076515584-3	SOCIEDAD HOTELERA Y TURISTICA HOTEL D	CARLOS IBA	551001-HOTEL	ALCOHOL
078727110-3	INVERSIONES ETTORE Y CIA. LTDA.	CARLOS IBA	551001-HOTEL	ALCOHOL
076030382-8	SOC. HOTELERA SURAZO LTDA	CARLOS IBA	551001-HOTEL	ALCOHOL
076381114-k	IBF INMOBILIARIO SPA	CARLOS IBA	551001-HOTEL	ALCOHOL
015786139-5	JESUS RIQUELME ACEVEDO	CALETA DE MATANZAS 0 MATANZAS	561000-JUGOS NATURALES Y COMIDA AL	COMERCIAL
015736074-4	LILIAN ARRATIA LARGO	CARLOS IBA	1-MEDICO VETERINARIO	PROFESIONAL
010187988-7	MANUEL BERRIOS CAVIERES	CALETA DE MATANZAS 0 NAVIDAD	472101-PESCADERIA	COMERCIAL
011434951-8	VALDES ACEVEDO JOSE ANTONIO	CALETA DE MATANZAS 1 MATANZAS	561000-PLATOS PREPARADOS (COMIDA A	COMERCIAL
003299226-9	LINDOR HERNAN CEPEDA	CAMINO CALETA DE MATANZAS 1 MATANZAS	569001-RESIDENCIAL	ALCOHOL
078727110-3	INVERSIONES ETTORE Y CIA. LTDA.	CARLOS IBA	561000-RESTAURANT	ALCOHOL
076030382-8	SOC. HOTELERA SURAZO LTDA	CARLOS IBA	561000-RESTAURANT	ALCOHOL
007162021-2	JUANA FLORES ALARCON	CAMINO A MATANZAS S/N MATANZAS	561000-RESTAURANT	ALCOHOL
005350357-8	MARIA BERRIOS ACEVEDO	CARLOS IBA	561000-RESTAURANT	ALCOHOL
006224303-1	MIGUEL LEON CORTES	CARLOS IBA	561000-RESTAURANT	ALCOHOL
076381114-k	IBF INMOBILIARIO SPA	CARLOS IBA	561000-RESTAURANT	ALCOHOL
077275948-7	EPICUREO SPA	CAMINO CALETA DE MATANZAS 1 MATANZAS	1-VENTA DE ARTESANIA Y VENTA	COMERCIAL
076730926-0	LA HELADERIA. SPA	CALETA DE MATANZAS 0 MATANZAS	1-VENTA DE HELADOS TE CAFE CO	COMERCIAL

11.2 Lista de Asistentes a Grupo Focal

LISTA DE ASISTENCIA

N°	Nombre	Contacto	Nombre del Emprendimiento	Rubro	Firma
1	Adriana Meléndez	75643455584	tejidos Liliana Morales	tejidos telas	
2	Camila Machuca	941655150	Artesanía	Artesanía Larbor Wancha	
3	Mariana Soto V.	976202711	Artesanía	Artesanía en cerámica	
4	Samona Catalán Ochoa	999500656	Artesanía Tejidos	TEJIDOS OTABS	
5	Fernanda Romero Reyes	990803322	La Pandilla / Side On	Tiendas	
6	Pablo Pérez Jara	953537438	Pablo Pérez	ARTESANIA	
7	Michael Sima	973871651	OLIMICOL	CONIERS	
8	Francisco Pelaez A.	933269707	Viento Oeste	Artesanías	
9	Millaray Machuca S	976202711	Plantas / Suculentas	Plantas	
10	Francisco Borzeta F.	999373402	Mar de Luna		

LISTA DE ASISTENCIA

N°	Nombre	Contacto	Nombre del Emprendimiento	Rubro	Firma
1	Nanferi Bardin Z	999323902	family toys	Bazar	
2	Lilian Arraiza	889551411	Veterinaria Natya	Salud	
3	Andrea Castro	985313686	macrame matanzas	Artesanía	
4	Pablo Barríos	990367399	Productos del Pakiño	Alimentos	
5	Xedra Ugarte Z.	12.406.490-2	Arte Puppys + Artesanía Madre		
6					
7					
8					
9					
10					