

Año 27 No. 99
julio-septiembre, 2022



Año 27 No. 99

julio-septiembre, 2022

Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES

COMO CITAR: Solís Muñoz, J. B., Mantilla Crespo, X. A., Quevedo Vázquez, J. O., y García Suárez, V. L. (2022). Reactivación económica del sector productivo del Cañar, Ecuador: constructo teórico en escenario de COVID-19. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(99), 1008-1026. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.99.10>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 27 No. 99, 2022, 1008-1026
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Reactivación económica del sector productivo del Cañar, Ecuador: constructo teórico en escenario de COVID-19*

Solís Muñoz, Juan Bautista**
Mantilla Crespo, Xavier Augusto***
Quevedo Vázquez, Jorge Oswaldo****
García Suárez, Valeria Lizeth*****

Resumen

El presente artículo responde a la necesidad de reactivación económica por la crisis derivada del escenario COVID-19. El propósito de la investigación es la elaboración de un constructo teórico mediante la aplicación del Análisis Factorial Confirmatorio que agrupe variables observables alrededor de dimensiones o factores. El estudio parte de la revisión de la literatura que aproxima la relación causal del fenómeno. La investigación es de tipo cuantitativo con niveles exploratorios, descriptivos y correlacionales. Se encuentra que los factores: asociatividad, turismo sostenible, ventaja competitiva, orientación al mercado, inclusión digital, innovación agrícola y transferencia del conocimiento guardan asociación con la reactivación económica. Se corrobora con el Análisis Factorial Confirmatorio que reduce de 117 a 47 ítems el instrumento de medición para el estudio de la reactivación económica en la provincia del Cañar, Ecuador con cargas factoriales superiores 0,6. Se concluye que es posible estudiar el fenómeno contando con un cuestionario validado sobre la asociación bivariada de las variables de investigación.

Palabras clave: Análisis Factorial Confirmatorio; Reactivación Económica; Turismo Sostenible; Asociatividad; Ecuador.

Recibido: 12.12.21

Aceptado: 10.03.22

- * Esta investigación ofrece resultados parciales del proyecto de investigación: Modelo óptimo de reactivación económica de la Zona 6: Azuay, Cañar y Morona Santiago, en escenarios de emergencia sanitaria, COVID-19.
- ** Magister en Administración de Empresas, Mención Recursos Humanos y Marketing por la Universidad de Guayaquil, Ecuador. Ingeniero Empresarial por la Universidad Católica de Cuenca, Ecuador. e-mail: jbsoilizm@ucacue.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5148-6923>
- *** Docente y Director de Carrera en la Unidad Académica de Administración Sede Azogues de la Universidad Católica de Cuenca, Ecuador, e-mail xamantillac@ucacue.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4110-9921>
- **** Magister en Administración de Negocios por la Universidad Técnica del Norte, Ecuador. Economista. Docente Unidad Académica de Administración Sede Azogues de la Universidad Católica de Cuenca, Ecuador. e-mail joquevedov@ucacue.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1303-4835>
- ***** Estudiante de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues. e-mail: vlgarcias32@est.ucacue.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2591-9825>

Economic reactivation of the productive sector of Cañar, Ecuador: theoretical construct in the COVID-19 scenario

Abstract

This article is a response to the need for economic reactivation because of the crisis resulting from the context of COVID-19. The purpose of the research was to elaborate a theoretical construct through the application of Confirmatory Factor Analysis that gathers observable variables around dimensions or factors. The study begins with a review of the literature that approximates the causal relationship of the phenomenon. The research has a quantitative approach with exploratory, descriptive and correlational designs. The following factors such as associativity, sustainable tourism, competitive advantage, market orientation, digital inclusion, agricultural innovation and knowledge transfer were found and they are linked with the economic reactivation. The Confirmatory Factorial Analysis was used in this study which helped to reduce from 117 to 47 items in the measurement instrument for the research of economic reactivation in the province of Cañar in Ecuador with factor loadings higher than 0.6. As a conclusion, it is said that it is possible to study the phenomenon with a validated questionnaire on the bivariate association of the researching variables.

Keywords: Confirmatory Factor Analysis; Economic Reactivation; Sustainable Tourism; Associativity; Ecuador.

1. Introducción

El 31 de octubre de 2019 China anunció al mundo la detección de casos corroborados de personas infectadas por una nueva cepa de la familia del SARS-CoV-2, coronavirus, causante de la enfermedad infecciosa COVID-19. La Organización Mundial de la Salud (OMS), admitió el 30 de enero de 2020 el brote del virus y configuró la emergencia sanitaria como pandemia por su alcance y consecuencias globales. Según ONU Mujeres (2020), el coronavirus afectó a todos los estratos

sociales, especialmente a las mujeres en condición de pobreza y marginalidad, que representa 70% a nivel mundial.

Luego, el descubrimiento de la vacuna contra el virus redujo la curva de contagios y con ello la demanda de asistencia médica en los centros hospitalarios públicos por los casos de gravedad de COVID-19. Sin embargo, durante los días iniciales de la pandemia, ello derivó en otra emergencia mundial, la económica. En ese sentido, las autoridades públicas en los países impusieron restricciones y confinamientos que redujo la actividad

productiva y elevó el desempleo. De acuerdo con Molero et al, (2021), en América Latina y el Caribe, una de las principales manifestaciones de los efectos de la pandemia y las restricciones fue el incremento en el número de desempleados, derivado de una caída en la actividad económica.

En el caso de Ecuador, según un informe de la Escuela Politécnica Nacional (2020), en marzo de 2020 el 53% de las empresas manifestaron que el 100% de su planta laboral se mantenía en teletrabajo, incrementando a 71% de las empresas al mes siguiente. Asimismo, el 77% de las empresas reportaron una disminución del 80% en sus ingresos, el 51% de las unidades económicas evaluaron el cierre definitivo de sus emprendimientos, y el 67% de las empresas reflejaron una disminución de la nómina en cuanto se impuso la cuarentena por parte del gobierno nacional. En torno a este último punto, existe evidencia previa que refleja importantes incrementos en el desempleo cuando la economía ecuatoriana incurre en recesión de la actividad productiva (Ontaneda-Jiménez, 2020; Molero et al, 2019).

A pesar que, inicialmente se puede esperar un crecimiento de la producción y disminución del desempleo en cuanto se desmontan las medidas de confinamiento por la pandemia, un reporte del diario El Comercio de Quito, Ecuador (2020) señaló que la reanudación de las actividades no implicó reactivación económica sino un alivio en las pérdidas. En función a lo anterior, la presente investigación se enmarca dentro de la elaboración de constructos teóricos que aproximen niveles de asociación bivariada entre los indicadores involucrados en el proceso de reactivación económica. Para ello, se

parte de teorías y estudios aplicados en distintos contextos sobre la reactivación económica, considerando las correlaciones y los modelos explicativos de las variables de investigación.

Desde el punto de vista metodológico, se sitúa en el paradigma positivista, de tipo cuantitativo y de alcance exploratorio, descriptivo y correlacional. Los sujetos de investigación son los productores asociados de la provincia del Cañar, Ecuador. El objeto de investigación son las asociaciones de productores, partiendo de una población de 6.386 productores y el marco muestral constituye la base de datos del gobierno autónomo descentralizado (GAD) provincial del Cañar.

El tamaño de la muestra es de 362 encuestas con un nivel de confianza del 95% y un límite de error de estimación del 5% (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). El muestreo realizado es no probabilístico por conveniencia y transversal y se utilizó el software SPSS para aplicar el método de Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), desde el cual se redujeron los ítems y su agrupación alrededor del constructo teórico con una carga factorial superior a 0,6 (Ortega, 2020; García, Ochoa y Valenzuela, 2021).

2. Factores determinantes de la reactivación económica: aproximaciones teóricas

Partiendo de la revisión de la literatura sobre los factores o variables que determinan la reactivación de los sectores productivos, conforme algunos autores se pueden señalar las siguientes: asociatividad (Narvéez, Fernández & Senior, 2008); turismo sostenible (Moral-Moral y Fernández-Alles, 2019);

ventaja competitiva (Rodríguez, 2004); orientación al mercado (Valenzuela, Merigó y Nicolás, 2017); inclusión digital (Gómez, et al, 2021); innovación agrícola (Monge y Hartwich, 2008); transferencia del conocimiento (Domínguez et al, 2012); y reactivación económica (Balás

et al, 2018).

En el Cuadro 1, se establecen las relaciones entre los factores de la reactivación económica en el contexto específico de estudio y que son parte de la revisión sistemática de la literatura.

Cuadro 1 Relación de factores con la reactivación económica

VARIABLES INDEPENDIENTES	VARIABLE DEPENDIENTE
X1 = Asociatividad	
X2 = Turismo sostenible	
X3 = Ventaja competitiva	
X4 = Orientación al mercado	
X5 = Inclusión digital	
X6 = Innovación agrícola	
X7 = Transferencia del conocimiento	

Fuente: Elaboración propia.

Con base en el constructo del Cuadro 1, se realiza la revisión teórica de las variables de investigación. En ese sentido, Landero y González (2016) consideran la aplicación previa del AFC para reducir factores, y se debe ahondar en la literatura las teorías y estudios que aporten evidencia estadística sobre el constructo teórico propuesto explicando las asociación y relaciones causales entre las variables independientes con la variable dependiente. A continuación, se describen algunas consideraciones en torno a las variables determinantes de la reactivación económico, conforme la literatura.

2.1. Asociatividad

Conforme Piñol (2004), una estrategia eficaz para afrontar

aspectos como la baja productividad, escasa competitividad y reactivación económica consiste en la asociatividad. Según Rodríguez y Cervilla (2020), la asociatividad empresarial fortalece la integración en redes interempresariales que generan ventaja competitiva en la industria. La asociatividad permite el desarrollo de clúster para las MiPymes y, con ello, mayores capacidades de producción y comercialización de bienes y servicios generando valor agregado frente a la competencia (Pérez, 2020). Un estudio en el contexto ecuatoriano, señala que el desconocimiento de las organizaciones sobre los beneficios que nacen de la asociatividad formal impide el desarrollo integral del ecosistema empresarial y conspira a la reactivación económica de los sectores productivos (Andrade y Delgado, 2021).

2.2. Turismo sostenible

El turismo es una herramienta de crecimiento y desarrollo de la economía (Orgaz-Agüera, 2013). La sostenibilidad del turismo depende de su encadenamiento con los bienes y servicios que ofrecen los sectores económicos a nivel comunitario (Orozco y Núñez, 2013). En efecto, el turismo sostenible y la reactivación económica en escenario COVID-19 van de la mano (Alvis, 2021).

Un estudio propuesto por Ortega, Gutiérrez y Olmos (2020) diseña la metodología de un proyecto de turismo sostenible con la participación de comunidades locales para reactivar el sector turístico, hotelero y gastronómico. Los resultados muestran una potente correlación con la reactivación económica (Barros, 2021). En el contexto mexicano se desarrolló un análisis del turismo sostenible en la Sierra Gorda de Querétaro como estrategia de reactivación económica ante la pandemia que facilita la sinergia entre pares para fomentar una organización grupal que favorece a los actores turísticos en la cadena de valor a largo plazo (Ortega, Gutiérrez y Olmos, 2020).

Por otro lado, una investigación realizada por Mejía (2021) encuentra que el turismo experimentó un crecimiento sostenido en los últimos tiempos, reinventando los servicios de los destinos turísticos con sistemas de información y gestión. Se concluye que el turismo sostenible explica de forma positiva el comportamiento de la variable de reactivación económica.

2.3. Ventaja Competitiva

Constituye la estrategia de

creación de valor que supera al costo de tal creación (Tarziján, 2002). La ventaja competitiva se halla explicada en tal sentido por la Teoría General de Sistemas (Sarabia, 1995); Teoría de Recursos y Capacidades (Huerta, Navas y Almodóvar, 2004); Teoría del Caos (Pidal, 2009); Teoría Basada en la Gestión del Conocimiento y Ventaja Competitiva (Aramburo, 1999).

El nuevo orden mundial reconfigurado por la pandemia del COVID-19 exige propuestas de valor en la cadena productiva. En consecuencia, la ventaja competitiva es fuente de reactivación económica a largo plazo sobre los fundamentos de la creación de valor para el consumidor (Aragón, González y Mendivil, 2020). En esta línea, la ventaja competitiva aporta a la estrategia de adopción de tecnologías limpias con menores costos ambientales y mayor imagen corporativa para responder a la necesidad de la responsabilidad social en la reactivación económica de los sectores productivos (Canales, 2020).

2.4. Orientación al mercado

Es la técnica que se fundamenta en el ejercicio de segmentación que toma en cuenta la emotividad genética, mayor fidelización a la marca y una marginal susceptible a bienes y servicios circundantes como los impactos publicitarios (Latour, Latour & Wansink, 2017). La orientación al mercado segmentado de las empresas, según Baena, Sánchez y Montoya (2003), condiciona el desempeño al influir en la relación directamente proporcional a sus resultados esperados como ventas e innovaciones.

El sector turístico como ejemplo

afrenta un escenario de incertidumbre agravado por la pandemia del COVID-19. Para potenciar su competitividad y garantizar mejores resultados necesita identificar las estrategias de conexión con los consumidores detectando y aprovechando los nichos de oportunidades del negocio. Mojica et al, (2021) ofrecen un análisis del impacto de la orientación al mercado en la reactivación económica de las empresas turísticas de Aguascalientes en México.

El estudio se hizo a 285 administradores de emprendimientos turísticos, aplicándose la técnica de regresión lineal simple y hallando que la orientación al mercado explica el 15,4% de las variaciones en la reactivación económica. En consecuencia, evidencian asociación bilateral y relación causal entre la orientación al mercado y la reactivación económica.

2.5. Inclusión digital

Definida como el conjunto de políticas de incorporación de las tecnologías de información y comunicación como oportunidades de desarrollo de las comunidades culturales históricamente excluidas (Salinas y de Benito, 2020). En este contexto, se estudia la importancia de la alfabetización digital en la salud electrónica como una medida preventiva a los contagios de la COVID-19 y los efectos en las cadenas de valor productivos.

Por ejemplo, un estudio realizó una revisión sistemática utilizando los principios del PRISMA, en bases de datos como Scopus, Web of Science (WoS) y PubMed. De los 694 artículos procesados se seleccionaron ocho (8) de ellos, y de estos uno se interesó en el impacto del nivel socioeconómico en la alfabetización en salud electrónica

y las condiciones de prevención. Se concluye que, al mejorar los niveles de alfabetización e inclusión en salud electrónica, se incrementa el cumplimiento de las pautas de prevención por COVID-19 y disminuye la incidencia en la cadena de valor productiva que a su vez influye positivamente en la reactivación económica (Ameri et al., 2022).

2.6. Innovación agrícola

Esta responde al contexto de los sujetos de estudio inmersos en la cadena de valor de los sectores productivos de la provincia del Cañar en Ecuador. La innovación agrícola es un proceso elaborado desde la base social y comprende la producción, el mercado, los sistemas gubernamentales, las normas sociales y, en general, todos los actores que fomentan los incentivos a la innovación en el sector productivo (Berdegué y Escobar, 2001; Monge y Hartwich, 2008; Aguilar-Gallegos et al., 2017; Tudela, Málaga y Aliaga, 2021).

La reactivación económica es una necesidad apremiante en territorio, en consecuencia, las redes de confianza, técnicas, estrategias y normativas de adopción de tecnologías que están incorporadas a la producción muestran una asociación entre redes normativas e innovación agrícola. Esta correlación producto de un estudio en el contexto colombiano con enfoque en sistemas territoriales de innovación agrícola fomenta estrategias de intervención local con base en evidencia estadística (Ramírez, Robledo & Aguilar, 2020).

2.7. Transferencia del conocimiento

Esta variable se torna

imprescindible en entornos complejos ocasionados por la pandemia de la COVID-19 enfocada en la reactivación económica. Por lo tanto, la generación del conocimiento y la creación de organizaciones que capturen y transfieran el aprendizaje, exigen un conjunto de valores, supuestos y actitudes de los involucrados en la cadena de valor productiva. La transferencia del conocimiento demanda un escenario ágil que fomente la capacidad colaborativa entre los niveles ejecutivos y operativos (Philomene, 2016).

Según Lugo et al, (2021), la transferencia del conocimiento resuelve la dualidad entre el conocimiento y la experiencia de las personas, lo cual a su vez influye en el crecimiento de las organizaciones. Desde esta perspectiva, se presenta una estrategia para la transferencia del conocimiento aplicado a los procesos del sector público.

2.8. Reactivación económica

Comprende un proceso orientado al estímulo de la economía con el objetivo de promover su recuperación y crecimiento económico ante crisis provocadas por fenómenos exógenos. En ese orden de ideas, Cantillo et al, (2021), en una investigación para el contexto colombiano, proponen un análisis y medición de las escalas de reactivación económica de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) posterior al aislamiento obligatorio debido al COVID-19.

En dicho trabajo, se aplicó la encuesta a 44 MiPymes sobre las variables observables de actividad económica principal y secundaria. El estudio corrobora la necesidad de colaborar con las empresas que presentan bajas utilidades para apoyar

a los pequeños empresarios y disminuir la incidencia negativa del confinamiento en el sector productivo y aportar la reactivación económica del área de influencia de la ciudad de Barranquilla.

Por su parte, el estudio de Hidalgo y Escobar (2020) analiza para el contexto ecuatoriano el impacto de los microcréditos concedidos por el sistema financiero en la reactivación económica de los comerciantes de Portoviejo. Los resultados indican que los sujetos de investigación gestionaron créditos para mejorar los negocios y compra de mercadería, concluyendo que las cooperativas de ahorro y crédito y la banca pública favorecieron en mejores condiciones los créditos en comparación con la banca privada e incidieron en la reactivación económica de Portoviejo.

Tomando en consideración lo antes mencionado, la variable reactivación económica se encuentra asociada a variables como: asociatividad, turismo sostenible, ventaja competitiva, orientación al mercado, inclusión digital, innovación agrícola y transferencia del conocimiento.

3. Resultados mediante el AFC

La aplicación del AFC parte de la revisión sistemática de la literatura, donde se encuentran siete (7) dimensiones de investigación en función de un factor de respuesta para medir la reactivación económica (Landeró y González, 2016). Así, se proponen 117 ítems que se someten al proceso de análisis factorial. La prueba Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de adecuación de muestreo indica hasta qué punto es apropiado aplicar el AFC, advirtiéndose que si los valores están entre 0,5 y 1 es recomendable su aplicación (Suárez, 2007).

Por lo tanto, una prueba KMO del

0,768 con un nivel de significancia menor a 0,05 es pertinente (Patlán, 2016). La varianza total explicada de la variable dependiente es del 68,94%. La matriz de componentes rotados determina la reducción a 47 ítems. De esa forma, los 70 ítems eliminados corresponden a valores absolutos iguales o menores a 0,6.

En efecto, los valores de la diagonal de la matriz de correlación

anti-imagen, según Suárez (2007), que superen el 0,5 permite proseguir con la metodología de AFC y significa el negativo de la correlación parcial entre dos variables (Palma et al, 2019). La comunalidad es la suma de los pesos factoriales al cuadrado y es aquella parte de la variabilidad explicada por un conjunto de factores comunes con las demás variables (Martínez y Leyva, 2021), como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1
Matrices Anti-imagen y Comunalidades

NO.	ITEMS	CORRELACIÓN ANTI-IMAGEN	COMUNALIDADES
P1	Existen políticas en la asociación u organización que estimulen la innovación agrícola	0.643a	0.546
P2	Las instituciones públicas y privadas motivan a la conformación de nuevas redes de agricultores de forma que al contar con nuevos competidores se fomente la calidad de los productos	0.655a	0.744
P3	La comercialización de los productos agrícolas mantiene las líneas de producción del mercado local o han sido mejorados considerando la innovación de producto de la competencia	0.831a	0.750
P4	El turismo sostenible es un área estratégica del sector productivo y de la economía nacional	0.803a	0.848
P5	El turismo sostenible promueve la reducción de la pobreza y la generación de fuentes de empleo	0.782a	0.866
P6	El turismo sostenible actúa como un estímulo para la generación de productos locales, como la gastronomía	0.779a	0.868
P7	El turismo sostenible se considera una vía para el desarrollo de las comunidades urbanas y rurales	0.850a	0.815
P8	El turismo sostenible desarrolla propuestas de valor en el portafolio de productos	0.761a	0.813
P9	El turismo sostenible genera redes colaborativas nacionales e internacionales	0.778a	0.840
P10	El turismo sostenible desarrolla el empleo productivo	0.812a	0.795
P11	Las políticas públicas promueven la inclusión digital	0.727a	0.656
P12	El internet es un derecho universal de inclusión	0.747a	0.761
P13	La organización productiva tiene libre acceso al internet todo el tiempo	0.807a	0.846
P14	La cobertura de internet llega a su zona geográfica	0.651a	0.811
P15	Los contenidos que busca en internet están a su alcance en forma gratuita	0.761a	0.825

Cont... Tabla 1

P16	Usa el internet para buscar mercados y posicionar la marca de su producto	0.828a	0.764
P17	Su organización ha creado redes digitales para promover alianzas estratégicas	0.820a	0.761
P18	El estar asociado , le ha permitido tener mayor especialización en la producción de bienes y servicios	0.925a	0.930
P19	Trabajar en asociatividad , es una ventaja para negociar con sus proveedores y clientes	0.897a	0.958
P20	Cree que la asociatividad empresarial , ofrece la oportunidad de ingresar a nuevos mercados y posicionarse	0.871a	0.939
P21	Considera que asociarse a otra asociación u organización de producción aumentaría la productividad y competitividad	0.903a	0.975
P22	Cree que manteniéndose asociado le abre la oportunidad de acceder a beneficios de carácter económico y legal	0.892a	0.956
P23	Conoce que el estar asociado otorga espacios de participación e intercambio de buenas prácticas de producción y comercialización	0.859a	0.953
P24	Conoce que la asociatividad promueve mecanismos para el manejo eficiente de procesos productivos, administrativos y de comercialización	0.891a	0.968
P25	Considera que los beneficios que recibe actualmente son superiores a los que recibía antes de ser miembro de la asociación u organización	0.911a	0.877
P26	La asociatividad le ha permitido acceder a beneficios de entidades públicas y privadas para el manejo de la producción y comercialización de sus productos	0.927a	0.944
P27	La asociatividad ha creado redes de producción en la provincia	0.921a	0.901
P28	El impulso de la asociatividad fomenta el empleo local	0.853a	0.938
P29	Se dedica el tiempo necesario para enseñar las técnicas productivas a los productores jóvenes	0.710a	0.934
P30	Se cuenta con las habilidades para enseñar técnicas de producción ancestrales y modernas	0.695a	0.936
P31	La flexibilidad en las necesidades cambiantes de los clientes	0.806a	0.610
P32	Interactuar con clientes para establecer estándares de fiabilidad y capacidad de respuesta	0.825a	0.683
P33	Adopción y prácticas de justo a tiempo	0.771a	0.678
P34	Usted considera el precio óptimo para el cliente	0.761a	0.732
P35	Se enfoca en el cliente para decidir precio y calidad	0.661a	0.647
P36	Producto diferenciado en un segmento de mercado específico	0.785a	0.620
P37	Habitualmente se introduce en el mercado nuevo productos y servicios antes que la competencia	0.813a	0.748
P38	El incremento de la producción agrícola contribuye a la reactivación económica	0.789a	0.526
P39	Una adecuada política de innovación agrícola influye en la reactivación económica	0.831a	0.665

Cont... Tabla 1

P40	La organización productiva mediante la asociatividad promueve la reactivación económica .	0.776a	0.738
P41	La transferencia o intercambio del conocimiento contribuye a la reactivación económica .	0.871a	0.709
P42	El enfoque en el cliente y la gestión del mercado contribuye a la reactivación económica .	0.827a	0.690
P43	La diferenciación del producto pensada como fuente de ventaja competitiva influye en la reactivación económica .	0.794a	0.721
P44	La generación de redes de innovación agrícola beneficia a la reactivación económica .	0.864a	0.697
P45	Las redes asociativas productivas influyen en la reactivación económica .	0.884a	0.778
P46	La sostenibilidad del conocimiento por transferencia o intercambio beneficia a la reactivación económica .	0.838a	0.702
P47	La productividad y competitividad del sector productivo influye en la reactivación económica .	0.851a	0.754

Fuente: Elaboración propia.

Con la eliminación de 70 ítems se mejora la prueba de KMO y Bartlett a 0.834 con una significancia estadística

menor a 0.05. La Varianza total explicada es ahora de 79,182%, conforme se presenta en la Tabla 2.

Tabla 2
Varianza total explicada

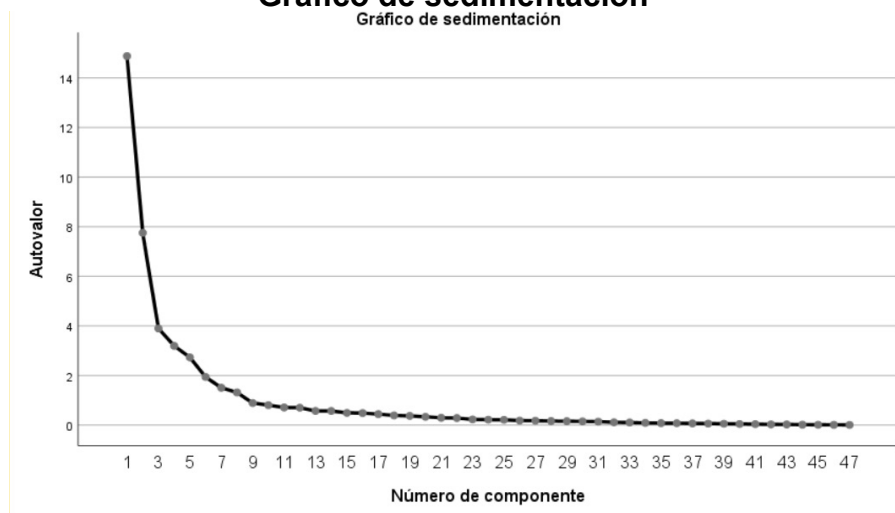
COMPONENTES	AUTOVALORES INICIALES			SUMAS DE CARGAS AL CUADRADO DE LA EXTRACCIÓN			SUMAS DE LAS CARGAS AL CUADRADO DE LA ROTACIÓN		
	TOTAL	% VARIANZA	% ACUMULADO	TOTAL	% VARIANZA	% ACUMULADO	TOTAL	% VARIANZA	% ACUMULADO
1	14.878	31.656	31.656	14.878	31.656	31.656	10.531	22.405	22.405
2	7.752	16.494	48.15	7.752	16.494	48.15	6.725	14.309	36.714
3	3.896	8.289	56.439	3.896	8.289	56.439	6.054	12.88	49.594
4	3.196	6.799	63.238	3.196	6.799	63.238	3.917	8.335	57.929
5	2.731	5.811	69.049	2.731	5.811	69.049	3.307	7.035	64.964
6	1.94	4.127	73.176	1.94	4.127	73.176	2.521	5.364	70.328
7	1.507	3.205	76.381	1.507	3.205	76.381	2.294	4.88	75.208
8	1.316	2.8	79.181	1.316	2.8	79.181	1.868	3.974	79.182

Fuente: Elaboración propia a partir SPSS.

Se corrobora la Varianza con la Figura 1 que recoge el gráfico de sedimentación, la cual muestra que el

eje de las X (número de componentes) se aplana a partir del componente 8 (Contreras y González, 2021).

Figura 1
Gráfico de sedimentación
 Gráfico de sedimentación



Fuente: Elaboración propia.

Las dimensiones que se presentan en la Tabla 2 son producto de un nuevo constructo teórico a partir de la revisión de la literatura y evidencia estadística en la provincia del Cañar, Ecuador: X1 Asociatividad (Asoc.), X2

Reactivación económica (R. Ec.), X3 Turismo sostenible (T.S.), X4 Ventaja competitiva (V.C), X5 Orientación al mercado (O.M), X6 Inclusión digital (I. Dig.), X7 Innovación agrícola (I.A.) y X8 Transferencia del conocimiento (T.C.).

Tabla 2
Nuevo constructo de la reactivación económica

NOMENCLATURA	VARIABLES OBSERVABLES	DIMENSIONES							
		Asoc.	R. Ec.	T. S.	V. C	O.M	I. Dig.	I. A.	T.C.
P1 Aumento de productividad	Considera que asociarse a otra asociación u organización de producción aumentaría la productividad y competitividad.	0.948							
P2 Beneficios económicos	Cree que manteniéndose asociado le abre la oportunidad de acceder a beneficios de carácter económico y legal.	0.943							

Cont... Tabla 2

P3 Trabajo en asociatividad	Trabajar en asociatividad, es una ventaja para negociar con sus proveedores y clientes.	0.943
P4 Procesos productivos	Conoce que la asociatividad promueve mecanismos para el manejo eficiente de procesos productivos, administrativos y de comercialización.	0.941
P5 Mayor especialización	El estar asociado, le ha permitido tener mayor especialización en la producción de bienes y servicios.	0.932
P6 Manejo de la producción	La asociatividad le ha permitido acceder a beneficios de entidades públicas y privadas para el manejo de la producción y comercialización de sus productos.	0.932
P7 Asociatividad empresarial	Cree, que la asociatividad empresarial, ofrece la oportunidad de ingresar a nuevos mercados y posicionarse.	0.935
P8 Espacios de intercambio	Conoce que el estar asociados otorga espacios de participación e intercambio de buenas prácticas de producción y comercialización	0.931
P9 Beneficios comparados	Considera que los beneficios que recibe actualmente son superiores a los que recibía antes de ser miembro de la asociación u organización.	0.905
P10 Redes producción provinciales	La asociatividad ha creado redes de producción en la provincia	0.902
P11 Fomento al empleo	El impulso de la asociatividad fomenta el empleo local.	0.928
P12 Redes asociativas	Las redes asociativas productivas influyen en la reactivación económica	0.826
P13 Productividad y competitividad	La productividad y competitividad del sector productivo influye en la reactivación económica	0.812
P14 Fomento a reactivación	La organización productiva mediante la asociatividad promueve la reactivación económica	0.792
P15 Generación de redes	La generación de redes de innovación agrícola beneficia a la reactivación económica	0.788
P16 La diferenciación fuente de ventaja	La diferenciación del producto pensada como fuente de ventaja competitiva influye en la reactivación económica.	0.786

Cont... Tabla 2

P17 Intercambio del conocimiento	La transferencia o intercambio del conocimiento contribuye a la reactivación económica.	0.767
P18 Sostenibilidad del conocimiento	La sostenibilidad del conocimiento por transferencia o intercambio beneficia a la reactivación económica	0.765
P19 Gestión del mercado	El enfoque en el cliente y la gestión del mercado contribuye a la reactivación económica.	0.757
P20 Política de innovación	Una adecuada política de innovación agrícola influye en la reactivación económica.	0.733
P21 Incremento de producción	El incremento de la producción agrícola contribuye a la reactivación económica.	0.605
P22 Reducción de pobreza	El turismo sostenible promueve la reducción de la pobreza y la generación de fuentes de empleo.	0.911
P23 Gastronomía	El turismo sostenible actúa como un estímulo para la generación de productos locales como la gastronomía	0.909
P24 Área estratégica	El turismo sostenible es un área estratégica del sector productivo y de la economía nacional.	0.904
P25 Empleo productivo	El turismo sostenible desarrolla el empleo productivo.	0.886
P26 Redes colaborativas	El turismo sostenible genera redes colaborativas nacionales e internacionales	0.886
P27 Portafolio de productos	El turismo sostenible desarrolla propuestas de valor en el portafolio de productos.	0.882
P28 Comunidades	El turismo sostenible se considera una vía para el desarrollo de las comunidades urbanas y rurales.	0.844
P29 Acceso a internet	La organización productiva tiene libre acceso al internet todo el tiempo.	0.878
P30 Cobertura de internet	La cobertura de internet llega a su zona geográfica.	0.870
P31 Contenidos de internet	Los contenidos que busca en internet están a su alcance en forma gratuita.	0.825
P32 Mercados de internet	Usa el internet para buscar mercados y posicionar la marca de su producto.	0.805

Cont... Tabla 2

P33 Redes digitales	Su organización ha creado redes digitales para promover alianzas estratégicas.	0.769
P34 Precio óptimo	Usted considera el precio óptimo para el cliente.	0.816
P35 Justo a tiempo	Adopción y práctica de justo a tiempo.	0.769
P36 Enfoque al cliente	Se enfoca en el cliente para decidir precio y calidad.	0.717
P37 Interacción clientes	Interactuar con clientes para establecer estándares de fiabilidad y capacidad de respuesta.	0.705
P38 Flexibilidad en necesidades	La flexibilidad en las necesidades cambiantes de los clientes.	0.647
P39 Derecho universal	El internet es un derecho universal de inclusión.	0.719
P40 Promoción turismo	Las políticas públicas promueven la inclusión digital.	0.694
P41 Nuevos productos	Habitualmente se introduce en el mercado nuevos productos y servicios antes que la competencia.	0.692
P42 Producto diferenciado	Producto diferenciado en un segmento de mercado específico.	0.670
P43 Redes de agricultores	Las instituciones públicas y privadas motivan a la conformación de nuevas redes de agricultores de forma que al contar con nuevos competidores se fomenta la calidad de los productos.	0.825
P44 Mejora de producto	La comercialización de los productos agrícolas mantiene las líneas de producción del mercado local o han sido mejorados considerando la innovación de producto de la competencia	0.722
P45 Políticas internas	Existen políticas en la asociación u organización que estimulan la innovación agrícola.	0.657
P46 Habilidades para enseñar	Se cuenta con las habilidades para enseñar técnicas de producción ancestrales y modernas.	0.901
P47 Transferencia del conocimiento	Se dedica el tiempo necesario para enseñar las técnicas productivas a los productores jóvenes.	0.866

Fuente: Elaboración propia a partir de SPSS.

4. Conclusiones

La reactivación económica es un imperativo de los países y las localidades. Ninguna política pública será válida si la decisión obedece al azar. La necesidad cada día creciente de contar con herramientas válidas y confiables para la toma de decisiones se torna latente y demanda esfuerzos conjuntos de la academia, las empresas y el Estado.

Es papel de la universidad producir nuevo conocimiento y ponerlo a disposición de la comunidad. Es rol de la empresa fundamentar sus decisiones en instrumentos fiables. Es deber del Estado orientar políticas públicas que favorezcan a la reactivación económica y con ello el empleo, la creación y redistribución de la riqueza.

El artículo resuelve la cuestión metodológica del constructo teórico descrito con los factores de asociatividad, turismo sostenible, ventaja competitiva, orientación al mercado, inclusión digital, innovación agrícola y transferencia del conocimiento que inciden en la reactivación económica. En consecuencia, investigadores interesados en medir la reactivación económica encontrarán los ítems buscados para adaptar a sus investigaciones en contextos específicos.

De esta forma el Análisis Factorial Confirmatorio y su aplicación al desarrollo de escalas en la presente investigación ha hecho posible un número de variables observables alrededor de cada una de las siete dimensiones teóricas que miden la reactivación económica, facilitando el trabajo de futuras investigaciones que se inclinen por indagar el comportamiento de la reactivación económica como un factor clave del crecimiento y desarrollo

económico de las naciones.

Referencias Bibliográficas

- Ameri, F., Dastani, M., Sabahi, A., Rajabi, E., y Yaghooby, P. (2022). El papel de la alfabetización y la salud electrónica en los comportamientos preventivos para COVID-19: una revisión sistemática. *Revista de Alfabetización en Salud*, 6(4), 88-97.
- Aguilar-Gallegos, N., Olvera-Martínez, J., Martínez-González, E., Aguilar-Ávila, J., Muñoz-Rodríguez, M. y Santoyo-Cortés, H. (2017). La intervención en red para catalizar la innovación agrícola. *Redes: Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 28(1), 9-31. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.653>
- Alvis, J. (2021). Turismo sostenible: catalizador de la reactivación económica en Cartagena. [Tesis. Universidad de los Andes]. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/53878/24908.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andrade, D. y Delgado, G. (2021). Asociatividad en el emprendimiento: estrategias de financiamiento, Cantón Guayaquil. [Tesis de Grado. Universidad de Guayaquil].
- Aramburo, M. (1999). El conocimiento como fuente de ventaja competitiva. En La gestión de la diversidad: XIII Congreso Nacional, IX Congreso Hispano-Francés, Logroño (La Rioja), 16, 17 y 18 de junio, 1999 (pp. 485-490). Universidad de La Rioja.
- Aragón, M., González, A. y Mendívil, B. (2020). La creación de la ventaja competitiva desde la perspectiva de las teorías administrativas. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*, 24(1), 72-92. <http://dx.doi.org/10.30972/rfce.2414362>

- Baena, E., Sánchez, J. y Montoya, O. (2003). El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. *Scientia et Technica*, IX(23), 61-66. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4845158>
- Balás, J., Onofre, I., Velasco, A. y Valverde, W. (2018). Reactivación económica ecuatoriana: ¿Impacta al sector productivo en el primer semestre del año 2018? *INNOVA Research Journal*, 3(8), 147-164. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n8.2018.885>
- Berdegú, J. y Escobar, G. (2001). *Innovación agrícola y reducción de la pobreza*. RIMISP, Santiago de Chile.
- Barros, F. (2021). Alcances del turismo sostenible: un análisis cualitativo de las experiencias de dos comunidades en Ecuador. *Siembra*, 8(1). <https://doi.org/10.29166/siembra.v8i1.2414>
- Canales, H. (2020). Tecnologías limpias como fuente de ventaja competitiva empresarial. *ACADEMO, Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 7(1), 97-104. <https://doi.org/10.30545/academo.2020.ene-jun.10>
- Cantillo, R., Retamoso, J., Ruiz, A., Zapata, O. y Segura, S. (2021). Análisis sobre el nivel de reactivación económica en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en Barranquilla post-emergencia sanitaria (Covid-19). *Investigación y Desarrollo en TIC*, 12(1). <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/identico/article/view/5417>
- Contreras, C. y González, R. (2021). Contraste de resultados para validación de una escala Likert usando un enfoque tradicional y nuevas recomendaciones. *Revista Espacios*, 42(16), 61-78. <https://doi.org/10.48082/espacios-a21v42n16p05>
- Diario El Comercio de Quito, Ecuador (2020). Cuenca reactiva lentamente su economía y los casos de covid-19 aumentan. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/cuenca-reactivacion-economia-covid19-aumento.html>
- Domínguez, J., Mónaco, R., García, L., Bonaguro, L. y Vásquez, J. (2012). La investigación universitaria como eje de la transferencia social del conocimiento. *Publicaciones en Ciencias y Tecnología*, 6(1), 41-51. <https://revistas.uclave.org/index.php/pcyt/article/view/1037>
- Escuela Politécnica Nacional. (2020). Impacto económico en las empresas y el empleo por el Covid-19. <https://www.epn.edu.ec/wp-content/uploads/2020/05/Resultados-Empresas-Covid-EPN-1.pdf>
- García, J., Ochoa, I. y Valenzuela, A. (2021). Impacto económico y social del Covid-19 en México y otros países. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1-18. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.13>
- Gómez, G., Hinojo, F., Aznar, I. y Romero, J. (2021). Análisis de productividad en torno a la alfabetización informacional en la etapa de la educación superior. *Texto Livre: Linguagem e Tecnologia*, 14(2). <https://doi.org/10.35699/1983-3652.2021.33694>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hidalgo, M. y Escobar, M. (2020). Microcrédito: Alternativa de reactivación económica para comerciantes de Portoviejo, Manabí, Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(2), 431-459. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i2.1177>

- Huerta, P., Navas, J. y Almodóvar, P. (2004). La diversificación desde la Teoría de Recursos y Capacidades. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, (14), 87-104. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1301196>
- Landero, R. y González, M. (2016). *Estadística con SPSS Paquete estadístico para las Ciencias Sociales y Metodología de la Investigación*. Editorial Trillas.
- Latour, K., Latour, M. & Wansink, B. (2017). The impact of supertasters on taste test and marketing outcomes how an innate characteristic shapes taste, preference, experience, and behavior. *Journal of Advertising Research*, 58(2). <https://doi.org/10.2501/JAR-2017-030>
- Lugo, D., Lugo, L., Suárez, D. y Peña, G. (2021). Estrategias para fomentar la transferencia del conocimiento en una entidad del sector defensa. *Signos, Investigación en Sistemas de Gestión*, 13(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.15332/24631140.6344>
- Mejía, G. (2021). *Sistemas de información y desarrollo turístico sostenible*. [Tesis. Universidad Técnica de Ambato].
- Martínez, S. & Leyva, O. (2021). Escalas de medición de aculturación en estudiantes de Educación Superior. *Educación y Humanismo*, 23(41), 138-163. <https://doi.org/10.17081/eduhum.23.41.4831>
- Molero, L., Salcedo, V., Campuzano, J., y Bejarano, H. (2019). Análisis econométrico del comportamiento del desempleo en el Ecuador (segundo trimestre 2007 a cuarto trimestre 2017). *Tendencias*, XX(2), 22-48. <https://doi.org/10.22267/trend.192002.119>
- Molero, L., Álava, H., Campuzano, J., y Dávila, J. (2021). Desempleo en América Latina y el Caribe: análisis bajo un enfoque de descomposición. *Eca Sinergia*, 12(1), 136-151. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/2937/3183>
- Mojica, E., Rodríguez, I., Maldonado, G. y Marín, J. (2021). Desempeño de las empresas turísticas en México: Orientación al mercado y emprendedora. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(esp. 3), 266-280. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36508>
- Monge, M. y Hartwich, F. (2008). Análisis de redes sociales aplicado al estudio de los procesos de innovación agrícola. *Redes, Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 14(1), 1-31. <https://raco.cat/index.php/Redes/article/view/115235/144109>
- Moral-Moral, M. Y Fernández- Alles, M. (2019). Percepciones del residente local ante el turismo industrial como modelo de desarrollo sostenible. *Revista de Estudios Regionales*, 114(segunda época), 45-69. <http://www.revistaestudiosregionales.com/documentos/articulos/pdf/articulo-2561.pdf>
- Narváez, M., Fernández, G. & Senior, A. (2008). Local development based on business associativeness: A strategic proposal. *Opción*, 24(57), 74-92. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872008000300006&lng=pt&nrm=iso&tlng=es
- Ontaneda-Jiménez, D. (2020). La ley de Okun en Ecuador. Un Análisis de Cointegración, 2007-2019. *INNOVA Research Journal*, 5(3), 209-232. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2020.1436>
- Orgaz-Agüera, F. (2013). El turismo comunitario como herramienta para

- el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Nómadas, Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 38(2). http://dx.doi.org/10.5209/rev_NOMA.2013.v38.42908
- Orozco, J. y Núñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo: En el análisis del turismo sustentable. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, 14(27), 144-167. <https://www.redalyc.org/pdf/666/66627452008.pdf>
- Ortega, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. *RETOS, Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 233-247. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.03>
- Ortega, B., Gutiérrez, P. y Olmos, J. (2020). El turismo sostenible en la Sierra Gorda de Querétaro en México, como estrategia de reactivación económica ante la pandemia. *Meio Ambiente*, 2(5), 20-27. <https://meioambientebrasil.com.br/index.php/MABRA/article/view/89/68>
- Palma, M., Garcés, F., Quinga, M. y Paredes, D. (2019). Actitud hacia la estadística: estudio con estudiantes de la Escuela Superior Militar de Aviación Cosme Rennella B., de la Universidad de las Fuerzas Armadas-Espe. *Journal of Education and Human Development*, 8(2), 60-69. <https://doi.org/10.15640/jehd.v8n2a8>
- Patlán, J. (2016). Construcción y propiedades psicométricas de la escala de calidad de vida en el trabajo. *Ciencia & trabajo*, 18(56), 94-105. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cyt/v18n56/art04.pdf>
- Pérez, F. (2020). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad de las PYMES en el Ecuador. *Revista Eruditus*, 1(2), 39-52. <http://dx.doi.org/10.35290/re.v1n2.2020.308>
- Philomene, R. (2016). Transferencia del conocimiento como mecanismo divulgador de alcances investigativos del talento humano en el sector salud público. *CICAG: Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 13(2), 390-412. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6932700>
- Pidal, M. (2009). La teoría del caos en las organizaciones. *Cuadernos unimetanos*, 18, 29-33.
- Piñol, D. (2004). *Posibilidades de la Teoría de Capital Social aplicada a la PYME: Un caso de Asociatividad Interempresarial*. [Tesis. Universidad de Chile]. https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/106396/pinol_d.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Ramírez, C., Robledo, J. & Aguilar, J. (2020). Trust networks and innovation dynamics of small farmers in Colombia: An approach from territorial system of agricultural innovation. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias*, 52(2), 253-266. <http://www.scielo.org.ar/pdf/refca/v52n2/v52n2a20.pdf>
- Rodríguez, G. (2004). Factores explicativos de la divulgación voluntaria de información de las fuentes de ventaja competitiva empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 33(122), 705-739. https://www.aeca.es/old/refc_1972-2013/2004/122-5.pdf
- Rodríguez, M. y Cervilla, A. (2020). Asociatividad empresarial y fuentes de capital social. *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 30(77), 107-122. <https://doi.org/10.15446/innovar.v30n77.87452>
- Sarabia, Á. (1995). *La teoría general de sistemas*. Isdefe.

- Salinas, J., y de Benito, B. (2020). Competencia digital y apropiación de las TIC: claves para la inclusión digital. *Campus Virtuales*, 9(2), 99-111. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8005984>
- Suárez, O. (2007). Aplicación del análisis factorial a la investigación de mercados. Caso de estudio. *Scientia Et Technica*, 1(35), 281-286. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84903549.pdf>
- Tarzján, J. (2002). La ventaja competitiva de la empresa revisada. *Revista Abante*, 5(1), 31-50.
- Tudela, J., Málaga, M. y Aliaga, G. (2021). Análisis de la adopción de innovaciones agrícolas en productores de quinua de Cabana, Puno (Perú). *Revista de Investigaciones Altoandinas*, 23(2), 93-102. <https://doi.org/10.18271/ria.2021.242>
- Valenzuela, L., Merigó, J. y Nicolás, C. (2017). Universidades influyentes en investigación sobre orientación al mercado. Una visión general entre 1990 y 2014. *Revista Estudios Gerenciales*, 33(144), 221-227. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.07.001>