

Factores que impactan en la reactivación económica del sector industrial del Cañar- Ecuador

Factors that impact the economic reactivation of the industrial sector of Cañar-Ecuador

Mirian Maribel Lema Lema

Universidad Católica de Cuenca

<https://orcid.org/0009-0001-0145-1773>

mirianlema.20@est.ucacue.edu.ec

Cuenca, Ecuador

Edison Alejandro Lema Abad

Universidad Católica de Cuenca

<https://orcid.org/0000-0003-0715-9244>

edison.lema.26@est.ucacue.edu.ec

Cuenca, Ecuador

Noelia Melisa Guamán Cáceres

Universidad Católica de Cuenca

<https://orcid.org/0009-0001-8650-4896>

nohelia.guaman.71@est.ucacue.edu.ec

Cuenca, Ecuador

Juan Bautista Solis Muñoz

Universidad Católica de Cuenca

<https://orcid.org/0000-0002-5148-6923>

jbsolizm@ucacue.edu.ec

Cuenca, Ecuador

David Ricardo Siguenza Martinez

Universidad Católica de Cuenca

<https://orcid.org/0000-0001-6090-9767>

david.siguenza.84@est.ucacue.edu.ec

Cuenca, Ecuador

Juan Diego Ochoa Crespo

Universidad Católica de Cuenca

<https://orcid.org/0000-0003-0781-2020>

jdochoac@ucacue.edu.ec

Cuenca, Ecuador



<https://doi.org/10.58995/lb.redlic.34.243>

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo presenta los mecanismos de la innovación y reactivación más relevantes en el contexto actual. Dichas herramientas se clasifican según su naturaleza jurídica y empresarial. También se sugieren escenarios estándar según el tipo de intervención competitiva, la etapa de desarrollo de la invención y el tamaño de la empresa. En particular, se discute qué mecanismos son adecuados para qué casos, con referencia a las diferencias en el uso de mecanismos de protección de la innovación entre las pymes, mediana empresa y las grandes empresas. En última instancia, existe un diagnóstico rápido de los mecanismos utilizados para innovar con éxito, según el tamaño de la empresa.

Las disposiciones clave del modelo de desarrollo de incentivos financieros para la innovación de actividades para empresas en el sector industrial. La investigación se orienta a determinar la relación que existe entre los incentivos económicos y las actividades de innovación en el sector industrial. Se trata de un modelo que desarrolla la recompensa por innovación y el impacto que tiene en las actividades de innovación del sector industrial. En el contexto de estudio los incentivos son financieros y están orientados a promover la motivación de los clientes internos de la industria en tarea de investigación, desarrollo e innovación. Se halla que los incentivos financieros inciden positivamente en la innovación del sector industrial y sus repercusiones en el Producto Interno Bruto de Rusia. Se concluye que, la innovación se potencia con actividades de recompensa (Manshilin & Leshchinskaya, 2022).

1.2 Definición de innovación

La innovación es muy importante en la parte económica y social, lo que ha sido un factor clave tanto a nivel de organizaciones como a nivel nacional. Refiriéndose a nivel de empresa, la innovación cumple con un rol fundamental por las aportaciones que realiza tanto a la productividad como a la competitividad económica a largo plazo (Rojo et al., 2019).

1.2.1 Innovación en México

Las estrategias de calidad permiten la estandarización de los procesos de producción y manufactura, así como el establecimiento de controles en las operaciones, con lo cual se genera conocimiento para el autoaprendizaje y la mejora continua. Por ello, para dar respuesta a los retos de la competitividad, así como al entorno incierto y dinámico, el conocimiento es un factor que se capitaliza para la resolución de problemas y la formulación de estrategias, pues según Urgal et al (2011). En tanto, la innovación provoca cambios organizacionales que permiten a la empresa aumentar la productividad (Camacho et al., 2020) y se relaciona con mejoras en los procesos productivos (Kim et al., 2012).

La muestra estuvo conformada por 236 cuestionarios válidos que fueron aplicados a 30 empresas industriales en una planta de procesamiento urbana. Los resultados de la prueba de validez convergente muestran que las variables están correlacionadas y de acuerdo con los valores de varianza promedio obtenidos, la correlación es fuerte. Las puntuaciones de ajuste indican que lo que se observa en los datos coincide con lo que se propone en el modelo. La relación entre calidad, conocimiento e innovación es positiva y significativa, por lo que no se rechaza la hipótesis de investigación. Las estrategias de mejora de la calidad y gestión del conocimiento pueden influir positivamente en el desarrollo de la innovación de procesos. (Mendoza et al., 2022, p. 83)

1.2.2 Innovación en Ecuador

La innovación permite ventajas competitivas en el mercado. De manera metodológica, una propuesta sobre los principales aspectos a considerar en el proceso de innovación como factor importante en el logro de ventajas competitivas y así para la expansión en el mercado en Ecuador. (García et al., 2007)

1.2.3 Innovación en Azogues

Un estudio en el contexto de Azogues – Ecuador sobre emprendimiento e innovación propuesto por Solis-Muñoz et al (2021) señala que esta condición aporta a la actividad económica y sus actores, sobre todo a los emprendimientos en MiPymes dada la necesidad de encontrar financiamiento de capital de trabajo para actividades de innovación de producto, proceso y gestión empresarial. La

investigación busca determinar los factores que inciden en el emprendimiento e innovación encontrando que el valor al cliente y la ventaja competitiva cuentan con evidencia estadística para afirmar que efectivamente explican por sobre el 50% la varianza total de la variable dependiente. Sin embargo, la transformación digital y el liderazgo no contaron con evidencia estadística por lo que se abren nuevas líneas para futuras investigaciones. Se concluye que una mayor calificación a las variables estadísticamente significativas incidirá en el emprendimiento e innovación de las MiPymes en el contexto específico de estudio. En esta línea la pregunta científica se circunscribe a ¿Qué factores impactan en la reactivación económica del sector industrial del Cañar- Ecuador? enfocándose a la investigación a determinar los factores que impactan en la reactivación económica del sector industrial del Cañar-Ecuador.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Aproximaciones teóricas sobre la reactivación económica

2.1.1. Binomio: crédito vs reactivación

2.1.1.1. Teorías del crédito

Los créditos en su máxima expresión han estado presentes en los diferentes sujetos de la colectividad para tener como resultados diversos productos. Los negociantes para que adquieran y obtengan herramientas e instrumentos que faciliten y posibiliten su trabajo. El plazo del dinero conocido como crédito durante varios años ha servido como una herramienta variada para estas épocas pasadas, la mayor parte de estas acciones lo ocupaban los negociantes y los mercaderes para de esta forma poder obtener un crecimiento en sus emprendimientos. En los siglos XIX Y XX este famoso crédito se tomó como un método que a su vez era para reactivar la economía. (Morales J. & Morales A, 2014)

2.1.1.2. Definición del crédito de la variable

El crédito nos muestra que la variable es la capacidad para poder ayudar a alguien más y satisfacer su necesidad. Unión contraída por un testamento compromiso y garantía, según la ley el acreedor quién sería el prestamista tiene como obligación abrir una carta de crédito. Detallar la cantidad que se necesita a disposición del

prestamista o tener un acuerdo con el prestatario. Teniendo en mente estas situaciones seguramente se aprovechará de forma acordada en términos y condiciones para que ninguno de los dos (prestamista) y/o (acreedor) salga perjudicado. Según (Austin et al., 2006; Mair y Martí, 2006; Shaw & Carter, 2007; Zahra et al., 2007).

2.1.1.3. Teorías de la reactivación

Como teoría para la reactivación el aprovechamiento del cáñamo como una potencial alternativa en el Ecuador tras la crisis de la pandemia y post pandemia. Para ello se estudiaron 3 puntos principales que son: el enfoque económico, en donde puede visualizar la situación actual de la economía ecuatoriana y el flujo de dinero que genera el cáñamo a nivel mundial, esto permitirá crear numerosas plazas de trabajo en los distintos sectores como pueden ser el agrícola, comercial e industrial (Gallegos, 2021).

2.1.2. Binomio: emprendimiento social vs reactivación económica

2.1.2.1. Teorías del emprendimiento social

Existe una necesidad creciente de desarrollar formas de capital nuevas e innovadoras. La tecnología facilita la creación de instituciones sociales (Bull, 2008; Nichols, 2006; Zara et al. 2008). Pero como interés académico en el emprendimiento social, ha habido controversia sobre su definición exacta en las últimas décadas. El emprendimiento social se enfoca en conceptualizar y probar este fenómeno.

2.1.2.2. Definición del concepto de emprendimiento social

Acerca del emprendimiento nos encontramos con múltiples opiniones de diferentes autores. Acebedo y Velasco (2017) citado por Pérez et al. (2017) Acebedo y Velasco resaltan lo importante que es el emprendimiento social como herramienta para enfrentar problemáticas y promover modelos de asistencia social más eficiente, destacando así la capacidad de la sociedad para tomar una decisión y buscar soluciones más allá de buscar simplemente el desarrollo económico, en lo cual proponen lo siguiente:

Emprendimiento

Hace relación al desarrollo educativo así también a la actitud ciudadana para dar solución a problemas en el contexto en el que se encuentra un sujeto o de tal manera mejorar la calidad de vida de un cierto conjunto de personas. Es el contexto en el que se forma la personalidad emprendedora y el fundamento de otras formas de hacer negocios.

La consecuencia de esto ha sido el desarrollo de muchas formas de emprendimiento social, impulsadas por la capacidad de la sociedad para hacer frente a situaciones problemáticas y promover mejores modelos de asistencia social. En mi opinión puedo decir que en la definiciones que da el autor en base al emprendimiento social y muy importante y además son temas fundamentales en el emprendimiento social y los distintos puntos que nos da a conocer mediante estas 6 definiciones hace que tengamos una clara y exhaustiva visión del emprendimiento social y la innovación de estas teorías que nos hacen ver qué tenemos que realizar un cambio social y está nos ayudar a ver qué el emprendimiento social no puede generar muchas soluciones a los problemas sociales y ambientales y así poder generar una empatía muy buena en la sociedad.

2.1.2.3. Reactivación económica

La reactivación económica es algo que ha afectado a nivel mundial por la pandemia del Covid-19, siendo esto, la que ha causado que la mayoría de las personas estén fuera de sus trabajos y varias empresas cerraron temporalmente debido a que el capital no le dan para pagar empleados, falta de recursos, o por alguna otra situación, por ello, los problemas económicos de las mismas les ha llevado a reactivar su economía aplicando estrategias para apoyar la pérdida y gastos que obtuvieron en el sector industrial causados por la pandemia.(Huilca & Baño, 2021)

2.1.2.4. Teorías de la reactivación económica

Según el estudio de Huilca & Baño (2021) dice que las teorías de la administración se debe realizar seguimientos aplicados a un método deductivo, esto significa que debe usar un tipo de pensamiento de los más básico hasta lo más lógico, con el fin de encontrar el origen de los problemas que está afecta a la economía, creando así estabilidad que le permita superar la crisis económica que afrontan los procesos por

el COVID-19, por esta razón es necesario crear políticas de calidad con el fin de impulsar a los mercados representativos.

2.1.3. Binomio innovación agrícola

2.1.3.1. Teorías de la innovación agrícola

El primer componente es la definición del alcance de la teoría, que identifica el entorno en el que se puede aplicar la teoría.

El segundo componente es un acercamiento a problemas específicos que caen dentro del ámbito de la teoría e impulsan el proceso de construcción.

El tercer componente de la construcción de teorías es el modelo de conocimiento que apoya el proceso de construcción de teorías. Un modelo consta de conceptos que son los antecedentes de una teoría y las relaciones entre ellos y su relación con el campo teórico.

El cuarto elemento es el modo de razonamiento o inferencia, que indica la forma lógica de conocer, también llamada teoría utilizada o método de construcción lógica. Sin embargo, su aplicabilidad depende del campo de aplicación y la etapa teórica, además, rara vez se encuentran en estado puro. Otra forma de construir una teoría es a través del razonamiento abductivo. Este es el paso de la abstracción sintética del entorno no estructurado observado antes de la construcción de la teoría.

Un quinto componente del desarrollo de la teoría es su poder predictivo. Tradicionalmente, con base en la lógica deductiva, se cree que las teorías se prueban mediante predicciones falsables. Aquí sugerimos que una teoría buena y útil es aquella cuyo potencial heurístico mejora la capacidad de la sociedad para ver el futuro en términos tanto de posibilidad como de probabilidad.

El sexto y último componente del proceso de construcción de la teoría consiste en las expectativas e implicaciones éticas de la teoría. Por su parte, la conciencia de las implicaciones éticas de la teoría remite a la idealización de la "ciencia sin valor", un paradigma muy posicionado. Este componente no puede ser ignorado en

el proceso de construcción teórica de problemáticas sociales complejas, por ejemplo, en el campo de la innovación rural.

2.1.3.2. Definición del concepto de innovación agrícola

La innovación agrícola hace alusión a los procesos innovadores que tienen lugar en distintos sectores operativos dedicados a la producción de alimentos, fibras u otros adjetivos o complementos que acompañan al sustantivo "innovación". Según Sonnino, A., & Ruane, J. (2013) considera a los agricultores como el principio y el fin del proceso de innovación agrícola, en cuanto se intentaba empezar por el conocimiento de sus necesidades y terminar brindando recursos tecnológicos desarrollados por los centros de investigación agrícola. Ya que a partir de estos modelos se evalúan y se pueden disponer de cambios y mejoras en las formas de producción, tecnologías generadoras, modelos de agronegocios y redes de actores para así tener eficiencia y productividad del sector para lograr su competitividad.

2.1.4. Binomio asociatividad vs reactivación

2.1.4.1. Teorías de la asociatividad

Con la teoría de la Asociatividad y la teoría de Competitividad como elemento fundamental para el análisis. Caracterizar a la asociatividad, se consideran a varios autores importantes, por ejemplo: Rosales en 1997, Perales en 2003, Morán en 2010, Dini en 1997, entre otros, por lo que se definió como: El proceso colaborativo entre empresas independientes, basado en recursos complementarios entre diferentes empresas relevantes, orientadas al desempeño de una ventaja competitiva, propuesto por Dini en 1997, citado por Narváez, M., Fernández, G., Gutiérrez, C., Revilla, J., Pérez, C., & Pérez, C. (2009), que se reflejan en la competitividad que no podrían ser alcanzadas en forma propia.

2.1.4.2. Asociatividad empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná

La innovación rural sería como una construcción social del área que está determinada por gente en particular a los que se encuentra, como la relación de lo tradicional y el área que los rodea. En la actualidad, la presencia de tradiciones, continuidad de la agricultura en vez de las industrias, la importancia del medio

ambiente, en comparación con la cultura, la adaptabilidad a los cambios y la innovación que son aspectos al avance del desarrollo (Bustos, 2014).

2.1.4.3. Definición del concepto de asociatividad empresarial

Es una de las estrategias poderosas, en un equipo de empresas con las mismas finalidades compartidas y mejorar su compatibilidad en mundo del negocio, en la cual permite conocer la economía y permitir acceder a nuevos servicios técnicos especializados, en el financiamiento y en el proceso, como una oportunidad de optimizar los recursos y la capacidad de enfrentar algún desafío juntamente con los demás empresarios. En el aspecto industrial en su agrupación instintiva de otras pequeñas empresas que pertenecen a la misma, que comparte su geografía y la cultura de una forma similar, sin la participación del gobierno, esto permite que puedan compartir sus conocimientos de manera confiable y segura (Sánchez, R, Diana, 2010).

2.1.5. Binomio estrategia de marketing vs reactivación económica

2.1.5.1 Teorías del marketing

Este estudio tiene como propósito analizar las estrategias de marketing para la recuperación financiera de Crucita después de una condición patológica. Se implementó un estado de emergencia y excepción sanitaria dentro de todo el país, esto afectaría al sector empresarial y turístico. Debido a la pandemia del COVID-19. Este estudio tiene un carácter explicativo, cuantitativo, no experimental longitudinal, puesto que se realizaron dos mediciones, una inicial y otra final, en hoteles, establecimientos alimenticios, y clientes potenciales, se hizo el uso de cuestionarios para responder a la pregunta: ¿Cuál es la prevalencia del marketing? ¿Estrategias en la economía de negocios de hospitalidad y comida de Crucita en recuperación? Se puede llegar a la conclusión que las estrategias de marketing utilizadas en la segmentación, producto o servicio, posicionamiento, diferenciación y precio son los atractivos necesarios para atraer a clientes potenciales para el consumo del producto o servicio durante fiestas y feriados (Pico, 2021, p. 2111-2129).

2.1.5.2. Definición del concepto de la variable marketing

El marketing es un conjunto de actividades y también es una herramienta de suma importancia en toda organización u empresa, enfocadas para satisfacer necesidades en el mercado para poder así obtener más aceptación de un producto o servicio, ya que con dicha herramienta podremos satisfacer las necesidades de los clientes de tal manera que las ventas se impulsen. Esta herramienta es de suma importancia. A su vez, el marketing es una herramienta que cada vez está en constante cambio para poder satisfacer las necesidades del mercado ya que hoy en día los clientes actuales cada vez son más exigentes. Estos avances que ha tenido el marketing a lo largo del tiempo se lo designan como nueva tendencia. El marketing tiene un proceso que une la investigación y el análisis del mercado (Luque et al., 2017).

2.1.6. Reactivación económica vs crédito

Según el estudio realizado por Guachamín et al., (2021) la pandemia dio un impacto sumamente negativo en los trabajadores, uno de ellos y de los más graves fue el desempleo, varias personas por esta crisis sanitaria perdieron su trabajo por lo que causó la reducción en sus ingresos esto debido a que las empresas también se vieron afectadas por la pandemia. El crédito es muy importante para reactivar la economía, este estudio está enfocado en dar a conocer la necesidad de un crédito para público en general y de igual manera a trabajadores que tengan un ingreso menor a \$5.000, hay que tomar en consideración varios factores inherentes como laborales, socioeconómicos de los trabajadores. Aquellas personas que tengan varios tipos de inconvenientes en lo que refiere a ingresos necesitan un crédito como: personas que no gozan de una vivienda, déficit en sus ingresos y de igual manera personas que tienen ahorros.

2.1.7. Reactivación económica vs innovación agrícola

Este apartado comprende un diagnóstico del estado del sector agropecuario en la ciudad de Chinácota, los problemas actuales y los obstáculos en el surgimiento del sector económico de la ciudad, y presenta una serie de estrategias con el objetivo principal de mejorar la calidad de vida al sector involucrando a los agricultores y en

definitiva al desarrollo del sector soluciones a los problemas existentes de recuperación económica. (Restrepo, 2017, p. 6)

2.1.8. Reactivación económica vs asociatividad

El trabajo analiza la relación entre la industria textil y su impacto en la producción y reactivación económica en el municipio de Portoviejo, Provincia de Manabí, con el objetivo de determinar las mejores vías para reactivar el oficio de artesanos textiles y de confecciones. Incluye estudios teóricos que toman en cuenta parámetros generales, sustantivos y empíricos que permiten una comprensión clara de los conceptos y conclusiones de estudios previos sobre el tema. Se desarrollaron métodos de entrevista y encuesta estructurada a los principales participantes del estudio, lo que determinó que las empresas de la región costera, en particular de Portoviejo, están creando comunidades para cumplir con los principales requerimientos del Instituto Nacional de Economía Masiva y Solidaria, los cuales se definen solo en EPS.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Aspectos Metodológicos de la Investigación.

3.1.1 Paradigma

El paradigma de la presente investigación es el positivista porque se fundamenta en datos cuantitativos para resolver el problema de causa y efecto del fenómeno de estudio (Bunge, 1999).

3.1.2. Diseño metodológico

El diseño metodológico de la investigación describe al tipo de investigación siendo esto cuantitativa. El estudio tiene un alcance exploratorio, descriptivo y correlacional. La investigación es probabilística y no experimental.

Es exploratoria porque la reactivación económica como fenómeno de estudio en el contexto de Azogues, Biblián y Déleg, Ecuador no ha sido abordado a profundidad. Es descriptiva porque se vale de información contenida en tablas y figuras de estudios previos. Es correlacional porque mediante un modelo teórico asocia linealmente las variables independientes con la variable dependiente (Hernández, et al.2016).

La investigación es probabilística porque utiliza la base de datos de los productores de la provincia del cañar y existe aleatoriedad al seleccionar los elementos muestrales. Es no experimental porque el investigador no manipula deliberadamente las variables. Además, el estudio es transversal porque los datos se toman en un solo momento (Rojas, 2021).

3.1.3 Población, marco muestral y muestra.

La población se refiere al número de productores asociados en la provincia del Cañar-Ecuador es de 5.073 El marco muestral constituye son la base de datos y los listados de productores de cooperativas de organizaciones campesinas y asociaciones. El tamaño de la muestra se calculó con un 95% de nivel de confianza y con un 5% de límite de error.

De donde:

$N =$ población: 5.073. $P =$ proporcional poblacional 0.5. $Q = 1 - p = 0.5$. $E = 0.05$. $Z = 1,96$.

$$n = 357,18$$

3.1.4. Validación del instrumento

Para la recolección de datos se aplica un instrumento de medición llamado cuestionario. El diseño del cuestionario se hace con escala Likert y consta de tres partes. El encabezado donde se registra información sobre el objetivo de la investigación.

Una segunda parte donde está la definición de los conceptos las variables y los ítems y una tercera parte la final donde se registra las variables de control.

3.1.5. Validación de contenido

Es un proceso mediante el cual expertos sobre el problema de investigación dan su opinión. Generalmente son impares. La calificación de los jueces es así:

1. Irrelevante, 2. Relevante, 3. Poco relevante, 4. Muy relevante.

Se saca un promedio de calificación de los jueces y los ítems iguales o superiores de 3.0/4 se quedan. Este proceso permite mejorar la estructura gramatical de los

ítems y la eliminación de los ítems menores a 2.9/4. De 64 ítems mediante la validación de contenido se redujo a 59 ítems que sirven como variables observables para la prueba piloto. El pilotaje se realiza con 30 sujetos de investigación y se procede a calcular el coeficiente de Alpha de Cronbach.

3.1.6. Fiabilidad del instrumento

La fiabilidad del instrumento se logra calculando el coeficiente del Alpha de Cronbach que mide la consistencia interna de los ítems con relación al concepto de la variable. La literatura menciona que el lumbral de Alpha de Cronbach es 0.6.

Variables Independientes	Ítems con validez de contenido	Alpha de Cronbach prueba piloto	Ítems finales
X1	Crédito	0.731	5 elementos
X2	Emprendimiento social	0.607	5 elementos
X3	Innovación agrícola	0.721	6 elementos
X4	Asociatividad	0.812	12 elementos
X5	Estrategia de Marketing	0.770	6 elementos
Variable dependiente			
Y	Reactivación económica		7 elementos
Alpha de Cronbach de la escala general		0.869	41 elementos

3.1.7. Método estadístico

Tablas cruzadas de investigación

Tabla 1. Crédito vs Asociatividad

		Tabla cruzada				Total	
		Asociatividad					
		2	3	4	5		
Crédito	3	Recuento	0	0	3	0	3

	% dentro de p1	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Recuento	0	0	2	7	9
4	% dentro de p1	0,0%	0,0%	22,2%	77,8%	100,0%
	Recuento	1	1	0	0	2
5	% dentro de p1	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Recuento	1	1	5	7	14
Total	% dentro de p1	7,1%	7,1%	35,7%	50,0%	100,0%

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,533 ^a	6	,002
Razón de verosimilitud	18,249	6	,006
Asociación lineal por lineal	1,790	1	,181
N de casos válidos	14		

a. 12 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,14.

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

La tabla 1 Existe dependencia entre las variables Crédito y Asociatividad. Significa que, mientras más asociados estén los sujetos de estudio más probabilidades de acceder a créditos en condiciones ventajosas existen. La prueba estadística del chi-cuadrado da un valor de 0,02 menor al p-valor de 0,05, por tanto, es estadísticamente significativa.

Tabla 2. Crédito vs Innovación agrícola

		Tabla cruzada				Total	
		Innovación agrícola					
		2	3	4	5		
Crédito	3	Recuento	3	0	0	0	3
		% dentro de p1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	4	Recuento	0	7	1	1	9
		% dentro de p1	0,0%	77,8%	11,1%	11,1%	100,0%
	5	Recuento	0	0	1	1	2
		% dentro de p1	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
Total		Recuento	3	7	2	2	14
		% dentro de p1	21,4%	50,0%	14,3%	14,3%	100,0%

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,444 ^a	6	,003
Razón de verosimilitud	19,434	6	,003
Asociación lineal por lineal	8,243	1	,004
N de casos válidos	14		

a. 12 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es de ,29.

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

Existe la dependencia entre las variables crédito y la innovación agrícola. Significa que mientras más estén los sujetos de estudio en innovación agrícola más

probabilidades tienen de acceder a créditos. La prueba estadística del chi-cuadrado me da un valor de 0,03 menor al p-valor de 0,05, por tanto, es estadísticamente significativa.

Tabla 3. Emprendimiento social VS Crédito

		Crédito			Total	
		2	4	5		
Emprendimiento social	2	Recuento	1	0	0	1
		% dentro de p9	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	3	Recuento	0	2	0	2
		% dentro de p9	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	4	Recuento	0	4	1	5
		% dentro de p9	0,0%	80,0%	20,0%	100,0%
	5	Recuento	0	1	5	6
		% dentro de p9	0,0%	16,7%	83,3%	100,0%
	Total	Recuento	1	7	6	14
		% dentro de p9	7,1%	50,0%	42,9%	100,0%

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023).

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,922 ^a	6	,002
Razón de verosimilitud	14,739	6	,022
Asociación lineal por lineal	8,901	1	,003

N de casos válidos	14
a. 12 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07.	

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

En la tabla 3 se muestran los resultados de dependencia cruzada entre las variables dependientes emprendimiento social y el crédito. Esto quiere decir que mientras más emprendimientos sociales existan en los sujetos de estudio más va a haber las probabilidades de crédito. Lo afirmado se corrobora con prueba estadísticamente significativa del 0.02 a un nivel menor al 0.05 del p- valor.

Tabla 4. Emprendimiento social VS Asociatividad

		Asociatividad				Total	
		1	3	4	5		
Emprendimiento social	2	Recuento	0	0	0	1	1
		% dentro de p9	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	3	Recuento	0	2	0	0	2
		% dentro de p9	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	4	Recuento	0	0	3	2	5
		% dentro de p9	0,0%	0,0%	60,0%	40,0%	100,0%
	5	Recuento	1	0	1	4	6
		% dentro de p9	16,7%	0,0%	16,7%	66,7%	100,0%
	Total	Recuento	1	2	4	7	14
		% dentro de p9	7,1%	14,3%	28,6%	50,0%	100,0%

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,150 ^a	9	,033
Razón de verosimilitud	15,647	9	,075
Asociación lineal por lineal	,032	1	,858
N de casos válidos	14		

a. 16 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07.

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

En la tabla 4 se muestran los resultados de dependencia cruzada entre las variables dependientes emprendimiento social y asociatividad. Los hallazgos se respaldan en la prueba estadística del chi- cuadrado a un nivel de significancia bilateral del 0.05 del p- valor.

Tabla 5. Innovación agrícola VS Emprendimiento social

		Tabla cruzada				Total	
		Emprendimiento social					
		2	4	5	6		
Innovación agrícola	1	Recuento	0	0	1	0	1
		% dentro de p16	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	2	Recuento	0	0	0	1	1
		% dentro de p16	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	3	Recuento	1	0	1	0	2
		% dentro de p16	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	4	Recuento	0	1	3	0	4

	% dentro de p16	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%	100,0%
	Recuento	0	3	3	0	6
5	% dentro de p16	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	Recuento	1	4	8	1	14
Total	% dentro de p16	7,1%	28,6%	57,1%	7,1%	100,0%

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,313 ^a	12	,034
Razón de verosimilitud	13,943	12	,304
Asociación lineal por lineal	,321	1	,571
N de casos válidos	14		

a. 20 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07.

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

En la tabla 5 se muestran los resultados de dependencia cruzada entre las variables dependientes Innovación agrícola VS Emprendimiento social. Los hallazgos se respaldan en la prueba estadística del chi-cuadrado a un nivel de significancia bilateral del 0.05 del p-valor.

Tabla 6. Innovación agrícola VS Asociatividad

		Asociatividad				Total
		2	3	4	5	
1	Recuento	0	1	0	0	1

Innovación agrícola		% dentro de p16	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Recuento	0	0	1	0	1
	2	% dentro de p16	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Recuento	1	0	1	0	2
	3	% dentro de p16	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
		Recuento	0	0	0	4	4
	4	% dentro de p16	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		Recuento	0	0	3	3	6
	5	% dentro de p16	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		Recuento	1	1	5	7	14
	Total	% dentro de p16	7,1%	7,1%	35,7%	50,0%	100,0%

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	26,400 ^a	12	,009
Razón de verosimilitud	19,466	12	,078
Asociación lineal por lineal	3,928	1	,047
N de casos válidos	14		

a. 20 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07.

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

En la tabla 6 se muestran los resultados de dependencia cruzada entre las variables dependientes Innovación agrícola VS Asociatividad. Los hallazgos se respaldan en la prueba estadística del chi- cuadrado a un nivel de significancia bilateral del 0.05 del p- valor.

Tabla 7. Asociatividad VS Reactivación económica

		Tabla cruzada				
		Reactivación económica			Total	
		3	4	5		
Asociatividad	3	Recuento	2	0	0	2
		% dentro de	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		p21				
	4	Recuento	0	2	3	5
		% dentro de	0,0%	40,0%	60,0%	100,0%
		p21				
	5	Recuento	0	3	4	7
		% dentro de	0,0%	42,9%	57,1%	100,0%
		p21				
Total		Recuento	2	5	7	14
		% dentro de	14,3%	35,7%	50,0%	100,0%
		p21				

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,011 ^a	4	,007
Razón de verosimilitud	11,493	4	,022
Asociación lineal por lineal	4,436	1	,035
N de casos válidos	14		

a. 9 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es de ,29.

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

En la tabla 7 se encuentra el cruce de las variables asociatividad vs reactivación económica. Los hallazgos de información respecto a la asociatividad demuestran que el 57,1% tiene la posibilidad de acceder a nuevos mercados para mejorar la eficiencia y eficacia en la gestión empresarial para reactivar la economía, mientras que el 40% busca aprovechar las fortalezas y recursos de cada empresa.

Tabla 8. Asociatividad VS Estrategia de marketing

		Tabla cruzada				Total	
		Estrategia de marketing					
		2	3	4	5		
Asociatividad	3	Recuento	0	0	1	1	2
		% dentro de p21	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	4	Recuento	2	1	0	2	5
		% dentro de p21	40,0%	20,0%	0,0%	40,0%	100,0%
	5	Recuento	0	0	0	7	7
		% dentro de p21	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Total		Recuento	2	1	1	10	14
		% dentro de p21	14,3%	7,1%	7,1%	71,4%	100,0%

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

Pruebas de chi-cuadrado		
	Valor	df
		Significación asintótica (bilateral)

Chi-cuadrado de Pearson	13,020 ^a	6	,043
Razón de verosimilitud	11,748	6	,068
Asociación lineal por lineal	1,859	1	,173
N de casos válidos	14		

a. 11 casillas (91,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,14.

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

En la tabla 8 se presenta la variable Asociatividad, vs Estrategia de marketing con un porcentaje mayoritario del 100% de personas que están totalmente en acuerdo de la asociatividad con la estrategia de marketing ya que se encuentra mucho más relacionada con ambas variables.

Tabla 9. Reactivación económica VS Emprendimiento social

		Tabla cruzada			Total	
		Emprendimiento social				
		2	4	5		
Reactivación económica	4	Recuento	0	6	1	7
		% dentro de p38	0,0%	85,7%	14,3%	100,0%
	5	Recuento	1	1	5	7
		% dentro de p38	14,3%	14,3%	71,4%	100,0%
Total		Recuento	1	7	6	14
		% dentro de p38	7,1%	50,0%	42,9%	100,0%

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

Pruebas de chi-cuadrado		
Valor	df	Significación asintótica (bilateral)

Chi-cuadrado de Pearson	7,238 ^a	2	,027
Razón de verosimilitud	8,260	2	,016
Asociación lineal por lineal	,419	1	,517
N de casos válidos	14		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es de ,50.

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

En la tabla 9 se presenta la variable Reactivación económica, vs Emprendimiento social que cuenta con un porcentaje de 85.7% de personas que están de acuerdo y le sigue un 71.4% que dicen que el emprendimiento social si está asociado con la reactivación económica. Estos resultados los corroboran la prueba del chi-cuadrado que no es resultable ya que cuenta con un porcentaje mayor al 0.05 del p-valor por lo tanto no es estadísticamente significativa.

Tabla 10. Reactivación económica VS Asociatividad

		Asociatividad				Total	
		2	3	4	5		
Reactivación económica	4	Recuento	0	2	5	0	7
		% dentro de p38	0,0%	28,6%	71,4%	0,0%	100,0%
	5	Recuento	1	0	0	6	7
		% dentro de p38	14,3%	0,0%	0,0%	85,7%	100,0%
Total		Recuento	1	2	5	6	14
		% dentro de p38	7,1%	14,3%	35,7%	42,9%	100,0%

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,000 ^a	3	,003
Razón de verosimilitud	19,408	3	,000
Asociación lineal por lineal	2,854	1	,091
N de casos válidos	14		

a. 8 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,50.

Nota. Adaptado a partir de las salidas del SPSS (2023)

En la tabla 10 se presenta la variable Reactivación económica, vs Asociatividad social que cuenta con un porcentaje de 14.3% de personas dicen que no están de acuerdo y le sigue un 85,7% que sí están totalmente de acuerdo lo que llega a ser resultable en porcentaje de totalidad mayor.

4. DISCUSIÓN

Al realizar la investigación de lo general a lo particular se especifica que en la ciudad de Azogues en el aspecto de innovación se puede tener cambios constantes dependiendo de la normativa jurídica de las organizaciones, que se podría implementar nuevas fuentes de empleo para el desarrollo económico de la misma zona específicamente. A comparación con otros países, Ecuador respecto a la innovación tiene la posibilidad de generar ganancias altas como una ventaja competitiva y tener un crecimiento en el mercado.

La reactivación económica está entrelazada positivamente en el crédito, emprendimiento social, asociatividad, en la innovación agrícola y en la estrategia de marketing, que son alternativas para solucionar el problema económico del país, tanto como en el medio ambiente y en la sociedad. Por lo cual, se debe tener una visión efectiva para reactivar la economía del país mediante estrategias especialmente en las empresas.

Este trabajo presenta los mecanismos de la innovación y reactivación más relevantes en el contexto actual. Dichas herramientas se clasifican según su naturaleza jurídica y empresarial. También se sugieren escenarios estándar según el tipo de intervención competitiva, la etapa de desarrollo de la invención y el tamaño de la empresa. En particular, se discute qué mecanismos son adecuados para qué casos, con referencia a las diferencias en el uso de mecanismos de protección de la innovación entre las pymes, mediana empresa y las grandes empresas.

La muestra estuvo conformada por 236 cuestionarios válidos que fueron aplicados a 30 empresas industriales en una planta de procesamiento urbana. Los resultados de la prueba de validez convergente muestran que las variables están correlacionadas y de acuerdo con los valores de varianza promedio obtenidos, la correlación es fuerte. Las puntuaciones de ajuste indican que lo que se observa en los datos coincide con lo que se propone en el modelo. La relación entre calidad, conocimiento e innovación es positiva y significativa, por lo que no se rechaza la hipótesis de investigación. Las estrategias de mejora de la calidad y gestión del conocimiento pueden influir positivamente en el desarrollo de la innovación de procesos.

La discusión sobre la innovación en Ecuador proporciona una visión integral de cómo este factor contribuye a la ventaja competitiva en el mercado. El enfoque propuesto resalta la importancia de considerar aspectos clave del proceso de innovación para lograr la expansión del mercado en Ecuador. La investigación específica de Azogues complementa la perspectiva regional, enfocándose en el emprendimiento y la innovación. La identificación de factores que afectan a las empresas, especialmente a las PYME, muestra la necesidad de financiar actividades innovadoras. La relación estadística entre el valor para el cliente y la ventaja competitiva refuerza la importancia de estos elementos en el contexto de investigación específico y proporciona orientación para mejorar la calificación de variables importantes e impulsar la innovación.

Una sección sobre el emprendimiento social y su relación con la recuperación económica proporciona una nueva perspectiva. La teoría del emprendimiento social aborda la necesidad de formas innovadoras de capital, mientras que las definiciones enfatizan la capacidad de la sociedad para tomar decisiones fuera del desarrollo

económico. La importancia del emprendimiento social para resolver problemas y promover modelos más efectivos de asistencia social está respaldada por varias definiciones que brindan una base sólida. En resumen, la discusión analiza los principales aspectos de la innovación en el Ecuador, con especial enfoque en las zonas de Azogues y un marco teórico que explora el binomio crédito versus reactivación y emprendimiento social versus reactivación económica. La diversidad de enfoques y la conexión con la realidad económica y social del país enriquece la comprensión de estos temas.

5. CONCLUSIONES

Las conclusiones que se extrajeron de este capítulo, se menciona cuánta importancia conlleva la reactivación económica y los diferentes factores que actúan entre sí, se encontró información muy valiosa, dado que, al tener múltiples variables para el estudio, se analizaron diferentes tablas estadísticas, el análisis de las tablas cruzadas de variables independientes como: crédito, emprendimiento social, innovación agrícola, asociatividad, estrategia de marketing y una variable dependiente: reactivación económica esta, investigación proporciona una visión integral de los factores interrelacionados que impactan en la reactivación económica del sector industrial en Cañar, Ecuador.

Al explorar las relaciones entre las variables clave como crédito, asociatividad encontramos un hallazgo con una fuerza estadística de precisión, al contar con una prueba de chi-cuadrado con un valor de 0.02, significancia bilateral menor al 0.05 del P-valor. Seguidamente observamos la tabla, emprendimiento social vs crédito arrojando datos muy significativos, afirmando lo que corrobora con pruebas estadísticamente significativas del 0.02 a un nivel menor al 0.05 del P-valor, mientras tanto la asociatividad vs estrategias de marketing logramos examinar datos no tan favorables, dado que estos hallazgos cuentan con una prueba de chi-cuadrado que no es propicio, demostrando un porcentaje mayor al 0.05 del P-valor, por lo que no es estadísticamente significativa, estos datos descriptivos de las diferentes tablas estadísticas revelan patrones y conexiones significativas. Estas conexiones pueden ofrecer un camino para encontrar las soluciones valiosas para la toma de decisiones y para las planificaciones económicas a futuro, permitiendo así la diseñar estrategias más efectivas para impulsar el desarrollo industrial de la región.

Además, la identificación de las relaciones estadísticas específicas, como la influencia de la asociatividad en la reactivación económica o el papel de crédito en la innovación agrícola, proporcionando información práctica que puede ser aplicada en la implementación de políticas y programas destinados a fortalecer la economía local. En este artículo, al examinar detalladamente estos factores en el contexto Cañar, Ecuador, contribuye de manera significativa al conocimiento de sobre la reactivación económica en el ámbito industrial, ofreciendo una base sólida para futuras investigaciones y acciones estratégicas.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Acebedo - Afanador, M. J., & Velasco Abril, M. (2017). Emprendimiento social femenino: prolegómenos conceptuales y estudio de casos [Female social entrepreneurship: conceptual preliminaries and case studies]. *Revista Arbitrada del Centro de Investigación y Estudios Gerenciales*, 27, pp.102-116.
2. Ana L. Burgos y Gerardo Bocco (2018). Contribuciones a una teoría de la innovación rural (Contributions to a theory of rural innovation) *Cuadernos de Economía*, vol. XXXIX, núm. 79, pp. 219-247.
3. Bunge, M. (1999). Paradigma Positivista. Buscar la filosofía en las ciencias sociales. siglo XXI.
4. Cadena, J., Pereira, N., & Pérez, Z. (2019). La innovación y su incidencia en el crecimiento y desarrollo de las empresas del sector alimentos y bebidas del Distrito Metropolitano de Quito (Ecuador) durante 2017. [Innovation and its impact on the growth and development of companies in the food and beverage sector of the Metropolitan District of Quito (Ecuador) during 2017]. *Revista Espacios*, 40(22), 17-27.
5. Castro, A. M., & Castro, J. A. M. (2014). Crédito y cobranza. Grupo Editorial Patria.
6. El Crédito, A. (s/f). MÓDULO II OPERACIONES FINANCIERAS FUNDAMENTALES. Wwww.uv.mx. Recuperado el 4 de enero de 2022, de <https://www.uv.mx/personal/joacosta/files/2010/08/MODULO-II-OPERACIONES-FINANCIERAS-FUNDAMENTALES>.
7. Gallegos Dávila, H. A. (2021). Aplicaciones de cáñamo como alternativa rentable a la reactivación económica de Ecuador tras la pandemia de COVID-19.
8. García, L., Mathison, L., Gándara, J., & Primera, C. (2007). Innovación: factor clave para lograr ventajas competitivas. *Negotium*, 3(7), 65-83.
9. González Gamarra, V, Ipaz Erazo, L y Turriago Garzón, Y. (2022). La tecnología como factor de innovación en el mejoramiento de procesos administrativos de las empresas en Colombia. [Technology as a factor of

- innovation in the improvement of administrative processes of companies in Colombia] Fundación Universitaria del Área Andina , 2022.
10. Hernández Gracianteparaluceta, A. (2022). Mecanismos de protección para la innovación empresarial.
 11. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). Metodología de la investigación. 6ta Edición Sampieri. Soriano, RR (1991). Guía para realizar investigaciones sociales. Plaza y Valdés. ISO 690
 12. Huilca, D. M. y Baño Carvajal, A. E. (2021). La Reactivación de la Economía Ecuatoriana durante la Pandemia por COVID-19. *Crítica y Derecho: Revista Jurídica*, 2(3), 79-89. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/criticayderecho/article/view/3191/3765>
 13. Ibáñez, D. P. S., Cabrera, B. C. C., Martínez, J. A. A., Martínez, A. R., & Maldonado, J. R. (2015). Asociatividad para la competitividad en la agroindustria de Oaxaca, México. (Associativity for competitiveness in the agroindustry of Oaxaca, Mexico) *Revista mexicana de agronegocios*, 36, 1167-1177.
 14. Infante Mejía, S. C., & Aranzazu Alzate, M. (2017). Riesgo de crédito en el sector salud: el caso aplicado para una empresa de transporte de pacientes (Doctoral dissertation, Universidad EAFIT).
 15. Luque, F. V., Lozano, L. A. H., & Quiroz, A. F. B. (2017). Las Tendencias del Marketing: Cuáles son y definiciones. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 1(5), 974-988.
 16. Manshilin, S., & Leshchinskaya, A. (2022). Modelo de Incentivos Financieros para la Actividad de Innovación en el Sector Industrial: Desarrollo y Previsión de la Eficiencia []. *Revista Finanzas: teoría y práctica*. 26(2), pp. 74-87. Doi: 10.26794/2587-5671-2022-26-2-74-87.
 17. Mendoza-Arviso U., & Solís-Rodríguez, F. Th. (2022). Calidad, conocimiento e innovación de procesos de manufactura en Ciudad Juárez, México. [Quality, knowledge and innovation of manufacturing processes in Ciudad Juárez, México.] *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23), pp. 83-109. Doi: 10.17163/ret.n23.2022.05.

18. Moreira, G., & Fernanda, M. (2016). La Asociatividad en el Sector textil y su impacto en la reactivación productiva y económica.
19. Moreira, P., & Urriolagoitia, L. (2011). El emprendimiento social. *Revista española del tercer sector*, (17), 17-40.
20. Pico, M. Y. M., & Cuenca, T. E. F. (2021). Estrategias de marketing en la reactivación económica de Crucita, post estado de excepción. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(3), 2111-2129.
21. Restrepo Bonet, C. A. (2017). Caracterización Socioeconómica y Productiva del sector Agrícola del municipio de Chinácota - Norte de Santander [Trabajo de Grado Especialización, Universidad de Pamplona]. Repositorio Hulago Universidad de Pamplona. <http://repositoriodspace.unipamplona.edu.co/jspui/handle/20.500.12744/2708>
22. Rojas, V. M. N. (2021). Metodología de la Investigación: diseño, ejecución e informe. Ediciones de la U.
23. Rojo Gutiérrez, M. A., Padilla-Oviedo, A., & Riojas, R. M. (2019). La innovación y su importancia. *Revista Científica UISRAEL*, 6(1), 9-22.
24. Sánchez-Céspedes, J. M.-M.-P. (Abril de 2022). CIDC. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/18576-Texto%20del%20art%C3%ADculo115439-1-10-20220507.pdf>
25. Solis – Muñoz, J., Neira- Neira, M., Ormaza – Andrade, J., & Quevedo – Vázquez, J. (2021). Emprendimiento e innovación: Dimensiones para el estudio de las MiPymes de Azogues – Ecuador [Entrepreneurship and innovation: Dimensions for the study of MiPymes in Azogues-Ecuador]. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(1), pp. 315–333. Doi: 10.31876/racs.v27i1.35318.
26. Sonnino, A. &. (2013). Biotecnología e innovación. Obtenido de <https://www.fao.org/3/ar635s/ar635s.pdf>