



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Licenciadas de Empresas

TEMA: “La cultura organizacional en la innovación del sector agrícola bananero de la provincia de Los Ríos”

AUTORAS:

Jazmine Gabriela Ashqui Sigcha

Verónica Daniela Sevilla Solís

TUTOR: Ing. MBA Amparito Cecilia León Saltos

AMBATO - ECUADOR

Febrero 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA Amparito Cecilia León Saltos

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutora del trabajo de Titulación “**La cultura organizacional en la innovación del sector agrícola bananero de la provincia de Los Ríos**” presentado por las señoritas **Jazmine Gabriela Ashqui Sigcha y Verónica Daniela Sevilla Solís** para optar por el título de Licenciadas de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 10 de febrero del 2022

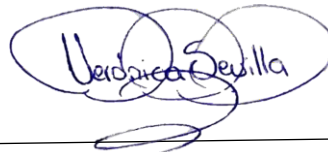
Ing. MBA Amparito Cecilia León Saltos
C.I.: 1707931976

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Jazmine Gabriela Ashqui Sigcha** y **Verónica Daniela Sevilla Solís**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos, en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciadas de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Jazmine Gabriela Ashqui Sigcha
C.I: 1850600477



Verónica Daniela Sevilla Solís
C.I: 1805124698

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Mg. Juan Gabriel Saltos Cruz, PhD
C.I.: 1802570984

Ing. Mg. César Andrés Guerrero Velástegui
C.I.: 1803101243

Ambato, 10 de febrero del 2022

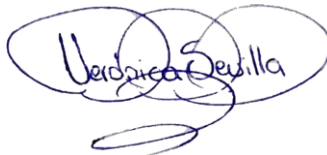
DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo académico con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este proyecto de investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autor.



Jazmine Gabriela Ashqui Sigcha
C.I: 1850600477



Verónica Daniela Sevilla Solís
C.I: 1805124698

DEDICATORIA

Llenas de gratitud y júbilo, dedicamos este proyecto primero a Dios por ser nuestra guía e iluminarnos, a nuestros padres por todo el esfuerzo que han realizado por nosotras, darnos la educación y poder cumplir con sus sueños de ser profesionales, nos han impulsado siempre en cada uno de nuestros objetivos propuestos y nos han brindado ese apoyo incondicional.

A nuestras hermanas y demás seres queridos que han sido de fuente de motivación y apoyo con nosotras para poder culminar con esta gran meta. Gracias a todos por confiar en nuestro potencial.

Gracias a nuestros amigos que nos han acompañado a lo largo del camino, a los que siempre han estado en las alegrías, tristezas, brindándonos una mano y apoyándonos para salir adelante ante cualquier adversidad.

Gabriela Ashqui & Daniela Sevilla

AGRADECIMIENTO

Principalmente agradecemos a Dios por todas las bendiciones, por la salud, por siempre estar junto a nosotras y guiarnos hacia el buen camino.

A la Facultad de Ciencias Administrativas y a cada uno de los miembros que lo conforman, a nuestros queridos profesores docentes ya que han sido pilar para nuestra formación académica y todas las anécdotas compartidas, sobre todo a nuestra tutora Ing. Amparito León por brindarnos su tiempo, proporcionarnos sus conocimientos y guiarnos en el desarrollo del presente trabajo para así poder cumplir con nuestros objetivos.

Agradecemos a la Asociación de Productores Bananeros del Ecuador por su tiempo, colaboración y apoyo en todos los aspectos que requerimos para desarrollar la investigación.

Finalmente agradecemos a nuestros compañeros de la universidad por todas las gratas experiencias que hemos vivido y su apoyo en momentos difíciles.

Gabriela Ashqui & Daniela Sevilla

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DERECHOS DE AUTOR.....	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	xvi
1.1 ANTECEDENTES	1
1.2 La Cultura Organizacional.....	7
1.2.1 Origen de las pautas culturales	8
1.2.2 Incidencia de la cultura organizacional	9
1.2.3 Tipos de cultura organizacional.....	9
1.2.4 Formas en las que se manifiesta la cultura organizacional.....	11
1.2.5 Clima laboral.....	12
1.2.6 Funciones de la cultura organizacional	13
1.2.7 Modelo de formadores de cultura	14
1.2.8 Desarrollo de la cultura organizacional.....	15
1.2.9 Características de la cultura organizacional	15
1.2.10 Factores que influyen en la cultura organizacional.....	16
1.2.11 Prácticas donde se muestran las tipologías culturales	17
1.2.12 Beneficios de tener una cultura organizacional	18
1.2.13 Transmisión de la cultura organizacional a los empleados	19
1.3 INNOVACIÓN	22
1.3.1 La innovación desde un enfoque contemporáneo	23
1.3.2 Importancia y razón de innovar	24
1.3.3 Tipos de innovación	25
1.3.4 Componentes para un modelo de cultura innovadora	28

1.3.5	Variables teóricas que caracterizan la capacidad de innovación empresarial.....	29
1.3.6	Capacidades de innovación.....	30
1.3.7	La empresa innovadora y el impacto de la innovación	33
1.3.8	Factores relativos a los objetivos y los efectos de la innovación	33
1.3.9	Principales Características de una Empresa Innovadora	33
1.3.10	Modelos de la Innovación.....	34
1.4	Objetivos.....	40
1.4.1	Objetivo General	40
1.4.2	Objetivos específicos.....	40
1.5	Problema de Investigación.....	41
1.5.1	Análisis del Árbol de Problemas.....	43
2	<i>Enfoque investigación</i>.....	46
2.1	Enfoque cuantitativo	46
2.2	Tipo de investigación	47
2.2.1	Investigación Descriptiva	47
2.2.2	Analítico	47
2.2.3	Correlacional.....	47
2.3	Modalidad de investigación	48
2.3.1	Bibliográfica	48
2.3.2	Investigación de campo	48
2.4	Población y muestra	49
2.4.1	Población	49
2.4.2	Muestra	49
2.5	Recopilación y procesamiento de la información	50
2.5.1	Encuesta.....	51
2.5.2	Cuestionario.....	51
2.6	Método de validación con el Alfa de Cronbach.....	52
2.6.1	Resultados del Alfa de Cronbach.....	53
3.1	Análisis de resultados	54
3.2	Verificación de hipótesis	69

3.2.1	Hipótesis	69
3.2.2	Aplicación del método de Correlación de Rho Spearman.....	69
3.2.3	Cálculo Estadístico	70
3.3	Análisis e interpretación de los resultados	72
4	<i>PROPUESTA</i>	76
4.1	Objetivos.....	76
4.1.1	Objetivo general.....	76
4.1.2	Objetivos específicos.....	76
5	<i>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	92
5.1	Conclusiones	92
5.2	Recomendaciones.....	93
6	<i>Bibliografía</i>	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Cuadrantes de la cultura organizacional	8
Gráfico 2 Modelo de formadores de la cultura Organizacional	14
Gráfico 3 Elementos de la Cultura Organizacional	15
Gráfico 4 Cultura Organizacional.....	18
Gráfico 5 Transmisión de la cultura organizacional a los empleados.....	20
Gráfico 6 La innovación desde un enfoque contemporáneo	24
Gráfico 7 Proceso de Innovación.....	28
Gráfico 8 Esquema del Modelo lineal Technology-Push.....	35
Gráfico 9 Esquema del Modelo Lineal Market Push	36
Gráfico 10 Modelo por etapas departamentales	37
Gráfico 11 Modelo de innovación tecnológica interactivo según Kline.....	38
Gráfico 12 Árbol de problemas	45
Gráfico 13 Alfa de Cronbach	53
Gráfico 14 Resultados acerca de lineamientos, políticas, misión, visión.....	55
Gráfico 15 Resultados toman en cuenta a los colaboradores para tomar decisiones .	56
Gráfico 16 Resultados acerca de aplican de ética y moral en el entorno	57
Gráfico 17 Resultados sobre lazos comunicativos en la empresa	58
Gráfico 18 Resultado sobre la recompensa el buen rendimiento de los colaboradores	59
Gráfico 19 Resultados sobre el Ambiente laboral cómodo.....	60
Gráfico 20 Planean estrategias para la mejora continua	61
Gráfico 21 Creación de una cultura innovadora.....	62
Gráfico 22 Resultados sobre recursos humanos, financieros, material para innovar.	63
Gráfico 23 Resultados sobre innovación en procesos de marketing y ventas.....	64
Gráfico 24 Resultados sobre innovación en servicios, productos y procesos	65
Gráfico 25 Resultados sobre desarrollo de competencias y actualización de conocimientos.....	66

Gráfico 26 Resultados acerca del presupuesto para desarrollo de actividades
innovadoras 67

Gráfico 27 Resultados acerca de estrategias proactivas para anticiparse a los cambios
..... 68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficios de la implementación de la Cultura Organizacional	18
Tabla 2 Análisis de los factores de la cultura Organizacional.....	21
Tabla 3 Principales diferencias entre innovación Incremental y Radical	26
Tabla 4 Variables teóricas que caracterizan la capacidad de innovación empresarial	29
Tabla 5 Tipos de capacidades de Innovación	31
Tabla 6 Modelo de Red.....	39
Tabla 7 Coeficiente de correlación de Spearman	70
Tabla 8 Correlación Rho Spearman en SPSS.....	71
Tabla 9 Modelo de Responsabilidad Social Corporativa	77
Tabla 10 Entrada y Diagnóstico: Proceso de siembra.....	79
Tabla 11 Entrada y Diagnóstico: Proceso de cosecha.....	80
Tabla 12 Prácticas Laborales sustento ISO 26000;2010.....	83
Tabla 13 Prácticas laborales y Resultados del proceso de siembra	84
Tabla 14 Prácticas Laborales y Resultados del proceso de cosecha	86

RESUMEN EJECUTIVO

Las pequeñas empresas bananeras de la provincia de Los Ríos cumplen un papel imprescindible en la siembra, cosecha y comercialización del banano ecuatoriano, para esto se analizó sus procesos productivos, el ambiente organizacional juntamente con la cultura que se aplica y la innovación.

La presente investigación se desarrolló con el objetivo de determinar el tipo de cultura organizacional e innovación que existe en las empresas bananeras, el estudio es cuantitativo, tomando en cuenta las dos variables planteadas.

Para comprobar esta relación, se utilizó el coeficiente Rho de Spearman y se obtuvo que la asociación entre variables es media, por lo que tiene incidencia la cultura organizacional en la innovación, el instrumento de investigación utilizado fue la encuesta aplicada a los directivos de las empresas bananeras. Los hallazgos principales del estudio establecen que las empresas bananeras pequeñas no utilizan innovación de productos o servicios, por lo que se propone a través del modelo de Responsabilidad Social Corporativa, derivado del proyecto de investigación “Desarrollo de un modelo conceptual de Responsabilidad Social en los procesos productivos y de comercialización para las empresas productoras bananeras”, la aplicación de prácticas laborales basado en la norma ISO 26000.

Como conclusión se propone el constante análisis y aplicación de la innovación en cada proceso para mejorar los resultados productivos, como también evaluar el sistema cultural aplicado, fortaleciendo cada una de las áreas productivas e incentivando a las empresas a la aplicación de la responsabilidad social corporativa y medioambiental.

PALABRAS CLAVE: INVESTIGACIÓN, CULTURA ORGANIZACIONAL, INNOVACIÓN, PROCESOS, RESPONSABILIDAD SOCIAL.

ABSTRACT

Small banana companies in the province of Los Ríos play an essential role in the planting, harvesting and commercialization of Ecuadorian bananas, and for this purpose their production processes, organizational environment, and the culture and innovation applied were analyzed.

This research was developed with the objective of determining the type of organizational culture and innovation that exists in banana companies, the study is quantitative, considering the two variables proposed.

To verify this relationship, Spearman's Rho coefficient was used, and it was found that the association between variables is medium, so that the organizational culture has an impact on innovation; the research instrument used was the survey applied to the managers of banana companies. The main findings of the study establish that small banana companies do not use product or service innovation, so it is proposed through the Corporate Social Responsibility model, derived from the research project "Development of a conceptual model of Social Responsibility in production and marketing processes for banana production companies", the application of labor practices based on the ISO 26000 standard.

In conclusion, it is proposed the constant analysis and application of innovation in each process to improve productive results, as well as to evaluate the cultural system applied, strengthening each of the productive areas and encouraging companies to apply corporate social and environmental responsibility.

KEYWORDS: ORGANIZATIONAL CULTURE, INNOVATION, PROCESSES, SOCIAL RESPONSIBILITY.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES

Los antecedentes de investigación con estas variables se refieren a un proyecto de investigación que fue desarrollado en la Universidad Técnica de Ambato en la Facultad de Ciencias Administrativas denominado “Desarrollo de un modelo conceptual de Responsabilidad Social en los procesos productivos y de comercialización para las empresas productoras bananeras” cuyos resultados se obtuvo la siguiente información:

En el trabajo de investigación desarrollado por Arcos & Caisa (2020) con el título: “La responsabilidad social corporativa en la imagen de marca empresarial. Análisis de empresas bananeras de la provincia de Los Ríos-Ecuador”; planteó el objetivo de determinar los elementos de la responsabilidad social corporativa en imagen de marca y reputación empresarial en las empresas bananeras de la provincia de los Ríos. En la ISO 26000 trata sobre La responsabilidad social Corporativa en donde establece estándares como guía global para mejorar las prácticas de responsabilidad social y ética. Y de esta manera tener como beneficio, la generación de una ventaja competitiva, ya que de esta forma puede alinear sus prácticas de producción y comercio con el manejo responsable con las relaciones ambientales, sociales económicas y laborales para así fomentar las buenas prácticas empresariales, generando “valor agregado” a la organización. Hoy en día las organizaciones tienen un sinnúmero de obligaciones, compromisos con su entorno y deben actuar de manera ética y de esta manera contribuir a un desarrollo sostenible.

En este trabajo Arcos & Caisa, (2020) ocupó la metodología de empleo la investigación de campo, en donde se realizó una encuesta dirigida a 166 empresas bananeras de los Ríos, según los resultados reflejados al emplear el Alfa de Cronbach es equivalente a 0.905 lo que significa que existe una alta confiabilidad en los resultados. Es la interpretación de los resultados de la encuesta se determina que estas empresas bananeras debe considerar de

mucha vitalidad e importancia implementar la ISO 26000 en este sector, ya que es fundamental emplear prácticas justas de operación y la dimensión ambiental para su efectivo desempeño, además de ello la imagen de marca es esencial para así poder crear valor agregado y de esta manera lograr tener una mejor percepción por parte de los consumidores, y así cumplir con los exigentes requerimientos del mercado.

En el siguiente trabajo de investigación realizado por León, León & Saltos, (2020) con el tema “La responsabilidad Social Empresarial en contexto del Capital Humano de las empresas bananeras de la provincia de los Ríos-Ecuador”, donde su objetivo principal es determinar de qué manera la RSE es aplicada en el capital humano dentro de las empresas bananeras abarca el estudio hacia los factores internos y externos que son; talento humano, consumidores, sociedad y medioambiente.

a) En el factor de talento humano hace referencia al enfoque de nivel de educación de sus colaboradores, es decir en su formación ya que se ve refleja directamente en el crecimiento de la organización. Y de esta manera la RS es responsable en transparentar las operaciones de las empresas mediante una buena fomentación de cultura organizacional en donde contenga políticas internas de contratación, reclutamiento y capacitación a sus empleados para así generar una adecuada implementación de la RS, b) Consumidor, se hace referencia a todos los requerimientos y expectativas de los consumidores sobre nuestros productos o servicios, ya que nuestro capital humano que existe en las bananeras tiene en conocimiento la importancia de garantizar el óptimo proceso de producción y superar las expectativas del cliente. Para ello la aplicabilidad de la RS es esencial ya que es el cumplimiento de la normativa y así cumplir con las regulaciones y brindar seguridad al consumidor y de esta forma garantizar la satisfacción y fidelización del consumidor, c) sociedad con relación a la RS hace relación al ambiente adecuado, la justicia social, ligadas con la ética y moralidad. Y Así generar la maximización de capital intangible de las empresas y cumplimiento con condiciones propicias para el trabajo, d) medioambiente con relación con la RSE habla de la relación que existe directamente con el capital humano de las empresas, para de esta manera concientizar el impacto ambiental y tomar medidas correctivas y actuar de forma responsable para reducir contaminación y conservar las especies (León, León, & Saltos, 2020).

Para este trabajo de investigación León, León & Saltos (2020) , realizó la metodología cuantitativa, y el alcance es descriptivo, la encuesta fue aplicada a 120 empresas bananeras de los Ríos, los datos son altamente confiables ya que el Alfa de Cronbach es de 0.951. Los resultados reflejan que el capital humano dentro de estas empresas bananeras de los Ríos es importante y la aplicación de la RSE ayudará de forma muy positiva ya que genera valor agregado y un compromiso con sus factores internos y externos del óptimo uso del capital humano que se reflejaran en la maximización de sus ganancias y su activo intangible empresarial.

Además, en el trabajo de investigación de Cambisaca, Guamán & Saltos, (2020) titulado “Medición de resultados económicos en el sector bananero en la provincia de los Ríos - Ecuador”, el cual habla sobre la importancia de este sector para así fomentar la sostenibilidad económica del país. La producción, comercialización interna y la exportación del banano generan la evolución económica del Ecuador ya que representa un 1.8% del PIB, teniendo en cuenta que se tiene bastante competencia con otros países de la explotación del banano, sin embargo, los medianos y grandes productores del banano trabajan bajo regulaciones en materia de protección social y protección de sus colaboradores para de esta manera efectuar de forma óptima la responsabilidad social. El objetivo principal es la medición de los resultados económicos en este sector de producción del banano y estos son:

- a) Uso de los recursos locales: con relación a la comunidad hace énfasis con la producción agrícola del banano, este fruto se caracteriza por su calidad y su sabor, el recurso más importante es la tierra ya que sirve como soporte para la producción, para ello se debe tener en cuenta una buena inversión en este activo, y además hay que tener en cuenta que el cambio climático que afecta directamente a la sostenibilidad económica para ello se debe efectuar un plan para reducir el impacto. B) Gestión del capital del trabajo, analizar todas las alternativas posibles para la obtención de fondos de financiación para que de esta manera exista mayor liquidez a través de las inversiones a corto plazo y de esta manera se beneficien y puedan crecer productivamente. C) Marketing responsable, se requiere fomentar el marketing verde para que de esta manera exista un menor impacto ambiental, generando conciencia social, responsabilidad ecológica y a su vez la satisfacción del cliente. D) Innovación, este factor es importante ya que se refiere a los cambios, transformaciones significativos o completamente nuevos en sus procesos o productos, y son necesarios en el sector bananero para poder

adaptarse al mercado volátil. E) Comunidad local, se refiere a un grupo humano en donde relaciones comunales intereses compartidos y velan por el bienestar mutuo. F) Economía General, es un factor externo y dicha información sirve para extraer conocimientos que impulsen cambios en procedimientos y así maximizar los resultados económicos. G) Para la elaboración de este se empleó la metodología de investigación con un enfoque cuantitativo, su alcance es descriptivo y explicativo para lo cual se elaboró, una encuesta que fue aplicado a 110 empresas del sector bananero de los Ríos, los mismos que pertenecen a la Asociación de productores bananeros del Ecuador. Para su confiabilidad se empleó el Alfa de Cronbach con un 0.932 lo que significa que sus resultados son altamente confiables (León, León, & Saltos, 2020).

La comercialización del banano a nivel mundial se manifiesta en índices crecientes, mientras que su producción en Ecuador representa un total de 16,47%. Del territorio que se dedica a su cultivo, un gran número de empresas poseen certificaciones a nivel internacional, además de tecnificar sus procesos para un mejor desarrollo (León, León, & Saltos, 2020).

En una investigación de Villagrán, León & Saltos (2020), se plantea: El proceso inicial del tratamiento del banano recae en almacenar la fruta en centros de acopio de las productoras, después se procede a empacar el producto previamente seleccionado para ser distribuido en contenedores al respectivo puerto ya que también cuentan con la presencia de pequeños productores que trabajan juntamente con empresas para su exportación y correcta distribución. Consecuentemente el producto es madurado y trasladado al lugar de destino donde se venderá a tiendas de consumo, quienes se encargan de llegar a su consumidor final.

Como menciona Villagrán, León & Saltos (2020) al tratarse de varias empresas que se dedican al cultivo y comercialización de banano, generan un incremento de plazas de empleo en el país, por lo cual cumplen altos estándares de calidad. A su vez define de manera clara sus canales de distribución cada proceso cumple con controles que identifican cualquier tipo de fallos posiblemente existentes. Al ser varias las empresas que participan en el cultivo del banano se formulan estrategias en las cuales se busca obtener una producción a gran nivel para lograr comercializar a gran escala internacional. Por lo mismo constantemente se examinan cada proceso, buscando obtener mayor mejora

continua. Anteriormente se analizaron 110 empresas que se dedican al cultivo del banano de las totales 396 empresas productoras de banano que se encuentran en el país. La fruta que es comercializada muestra que cumple con la aprobación de calidad, por lo cual se denomina un excelente producto para su libre comercio.

Referente a Villagrán, León & Saltos (2020), menciona que en la comercialización se analizó la disposición del mercado objetivo para adquirir y realizar la correcta distribución en las zonas solicitadas, analizando cualquier imprevisto para su completa entrega. Entre sus importantes lugares de destino se encuentra al Medio Oriente, Rusia, Mar del Norte, es allí y cada procedimiento que se deben incluir cadenas productivas y de suministros, jugando así la logística un rol fundamental. Por lo general los canales de distribución se generan en mayoristas y minoristas. Los minoristas son aquellos que comercializan directamente con el consumidor final de una manera directa sin involucrar intermediarios, mientras que el mayorista está conformado por un conjunto de intermediarios que se encargan de conseguir proveedores para luego ellos llevar a la comercialización con consumidores finales.

Según el estudio Villagrán, León & Saltos (2020) manifiesta que entre las asociaciones que principalmente participan en las exportaciones de la Provincia de Los Ríos están las siguientes: ASISBANE (Asociación de la Industria Bananera del Ecuador), AEBE (Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador), AGROBAN (Asociación de Productores Bananeros del Ecuador). En los últimos años la variación de precios en el banano tuvo ciertos cambios, como en el 2016 su valor por caja de 43 libras era de USD 6,16 dólares americanos, mientras que para el año 2017 la misma caja tuvo un valor de USD 6,26 dólares americanos. Las empresas siempre buscan ser transparentes para poder aprovechar su productividad y logran obtener mayor competitividad con otros productores y comerciantes. Teniendo siempre presente la responsabilidad social corporativa comprometiéndose éticamente con todos los factores que la componen. Para las empresas bananeras es imprescindible cumplir con los deberes que abarcan la implementación de la responsabilidad social, cumpliendo a cabalidad cada una de las especificaciones y entes reguladores que proporcionan mejoras.

Dentro del proyecto de investigación denominado “Responsabilidad social corporativa, un enfoque desde los stakeholders en el sector bananero ecuatoriano”, como menciona los autores Guamán, Salvador, & León (2020), la actualidad las empresas muestran cierta incertidumbre, ya que su entorno constantemente presenta dificultades. Esto genera que las empresas necesariamente fortalezcan sus políticas, objetivos, metas, estrategias y planes. Las exportaciones que realizan las empresas bananeras constituyen el 2% del PIB del país, generando mayor participación e incremento del empleo ecuatoriano. Estas empresas necesitan minimizar de una manera más significativa el impacto ambiental generando estrategias en base a la Responsabilidad Social.

Los autores Vergara & Olalla (2020), menciona que la responsabilidad social corporativa hace referencia al compromiso que tienen las empresas con aspectos sociales y culturales e influyen en la toma de decisiones empresariales. Al tomar en cuenta los aspectos mencionados, existe mayor compromiso al cumplir las reglamentaciones establecidas para el buen desarrollo de los procesos.

La responsabilidad social debe tener mayor eficiencia e incremento en la ética empresarial para alcanzar conductas responsables, por lo cual cada empresa se esfuerza por llegar a cumplir todo este tipo de lineamientos, buscando mejorar para lograr una mayor identidad y preferencia por parte de los compradores. Las empresas también tienen enfoque en su dirección con relación a sus niveles jerárquicos, ya que se especifica el cumplimiento de cada obligación del colaborador y la capacitación que el mismo tiene.

Como menciona en su estudio Vergara & Olalla (2020), entre unos de los factores importantes que lleva a cabo la investigación se toma en cuenta a los empleados, quienes constantemente dirigen y realizan los procesos productivos, además de tener interacción con los pobladores que habitan en la localidad. Se muestra que la ética con las que estas empresas laboran es alta ya que se toma en cuenta el respeto de las políticas estipuladas, mostrando la puesta en práctica de las responsabilidades que conlleva el cargo de cada uno. Al tomar en cuenta la Responsabilidad social corporativa, se pudo observar la necesidad de conocimiento de sus planteamientos y de la planeación de estrategias que

esta conlleva al tratarse del medio ambiente. Cuando se trata sobre los competidores se analiza el comportamiento ético al respetar los precios productivos, en donde pueda existir mayor estabilidad para la ofertar al mercado. Así también se toma a los sindicatos que llegan a establecerse con dirección a formar una cultura organizacional estable, así como también las capacitaciones que constantemente se desarrollan.

Otro factor como menciona Vergara & Olalla (2020) ,son los accionistas, ya que estos tienen una orientación enfocada en el comportamiento de los dirigentes al dirigirse a los trabajadores, además de su cumplimiento de la visión y misión corporativa y la puesta en práctica de cada uno de los principios fijados. Las empresas deben tener que cumplir necesariamente con cada un de las obligaciones que tiene con el estado. La responsabilidad social es fundamental en cada una de las empresas, ya que genera una actitud de responsabilidad ante un bienestar compartido, de otra manera puede identificarse al buscar beneficios, estos pueden ser económicos, mediante la toma de decisiones y así cumplir con las metas que la organización se propone.

1.2 La Cultura Organizacional

La cultura organizacional tiene como uno de sus objetivos el poder dar identidad a una empresa u organización, poder colaborar en conjunto para cumplir con metas y objetivos planteados por la institución, generar un ambiente adecuado para el desarrollo de actividades de la empresa con relación a su entorno y a estar presta a realizar cambios de ser necesarios, teniendo una estructura clara y efectiva en su manejo interno Al tratarse a la cultura organizacional como un conjunto de valores, costumbres que tiene en común una organización, puede llegar a ser un factor determinante en donde la empresa toma buenas o malas decisiones que pueden llegar a afectar o impulsar de manera significativa a la empresa (Carro, Sarmiento, & Rosano, 2017).

La cultura organizacional va conjuntamente de la mano de la innovación, ya que los colaboradores deben tener como un valor fundamental la constante innovación, sabiendo que cada uno de ellos buscará innovar en su campo o área de trabajo (Carvache, Frías, & Gutiérrez, 2017).

Como el modelo Denison propone cuatro cuadrantes con los cuales la cultura organizacional se desempeña:

Gráfico 1 Cuadrantes de la cultura organizacional

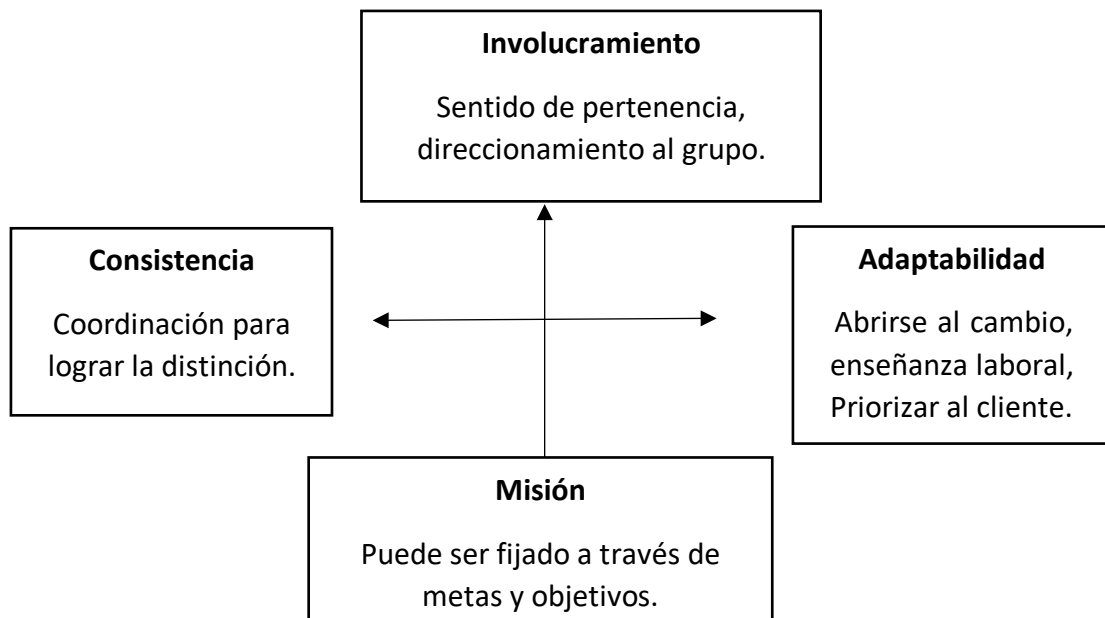


Imagen 1
Fuente: Denison, Haalans, & Goelzer (2003)
Elaborado por: Autoras

1.2.1 Origen de las pautas culturales

En referencia a Salas & García (2017), mencionan que, al hablar de cultura organizacional, trata sobre la percepción que los colaboradores tienen y como resultado de esto se generan valores, competencias, creencias, y expectativas en la institución. Al desarrollar un conjunto de premisas laborales creadas ya sean fundadas o desarrolladas por equipos de trabajo para poder afrontar problemas internos o externos, estas se desarrollan en el ambiente y constantemente se las transmite a los nuevos colaboradores para que así ellos

tengan una percepción de identidad y conocimiento para hacer frente a algún tipo de problema que pueda existir.

La cultura organizacional puede verse expresada en los procesos de la organización, así como también en las practicas diarias, volviéndose creencias compartidas que actúan de manera natural. Para esto se toman tres pautas que son: las creencias, referencias y los sistemas (Bustamante, 2018).

1.2.2 Incidencia de la cultura organizacional

El enfoque hacia las personas debe tomarse para tener mayor estabilidad y reflejo positivo de los resultados que muestra la organización como menciona (Navarro, Rey, & Barrera, 2017), para esto se puede definir el siguiente proceso:

a) Definir un equipo: aquí se selecciona uno o más líderes, con el enfoque a una mejora constante; b) Definir objetivos: su concordancia de alineación debe ser compartida con los principios organizacionales; c) Análisis de la cultura actual: es necesario un análisis FODA, definir los planes. d) Definir la cultura deseada: participar con los colaboradores al definir aspectos importantes como es la misión, visión, políticas y tener en claro los lineamientos a cumplir y compartir como aprendizaje a los demás para que ellos puedan practicarlos y abstraerlos; e) Identificar diferencias entre la cultura actual y la deseada: donde estoy y adonde me dirijo f) Realizar un plan de acción: la evaluación permite medir necesidades y brindar soporte de ser necesario; g) Implementación del plan de cultura: Generar estrategias que incrementen las ventas y mejoramiento de procesos, buscando mejorar los resultados; h) Seguimiento: se toman en cuenta las acciones que se hacen para poder examinarlas (Navarro, Rey, & Barrera, 2017).

1.2.3 Tipos de cultura organizacional

La cultura organizacional puede tener varios tipos, como lo menciona los autores León, Otoya, & Romero (2019) a continuación, se detallan cada uno de ellos;

Cultura de Poder – Mercado

La cultura de mercado plantea la superación a los competidores, enfocándose como elemento fundamental a los clientes, se preocupa por obtener información de estos, así

como de sus intereses y criterios. Esto genera una ventaja competitiva y ayuda al mejor rendimiento en las empresas (Hordoñez & Zoratto, 2020).

Cultura de la Función – Jerárquica

Tiene un enfoque con mayor interés en los procesos, detallando cada actividad para optimizar los recursos, dando mayor forma y estructura a cada uno de ellos. Esto también implica que mientras el cargo sea más alto, la persona tiene que cumplir con más responsabilidades. De esta manera la empresa tendrá mayor control interno. Para esto es de gran importancia definir correctamente la estructura empresarial, ya que, al existir diferentes niveles, se requiere de una participación proporcional y con mayor o menor responsabilidad del colaborador (Maya & Vallejo, 2019)

Cultura de la Tarea – Clan

Se enfoca en los miembros de la organización al tomar en cuenta los resultados que muestran en la organización, además de analizar su continua preparación y planes de superación académica y laboral, esto genera impulso para mejorar la especialización en las tareas que desempeñe dentro de la empresa, dando mejores resultados (Vásconez & Guerrero, 2019).

Cultura de la Persona – Adhocracia

Como plano fundamental está en la preparación de cada uno de los miembros de la organización, su capacidad de respuesta ante problemas que pueden llegar a existir en la organización, así como también su agilidad para genera ideas, crear estrategias que encaminen a un mejoramiento, con el objetivo de optimizar tiempo y recursos (Calderón, 2018).

Cultura Fuerte

La cultura fuerte es aquella que plantea de una forma clara cada uno de sus ideales, encaminando sus objetivos, así como también los valores, de esta manera se genera un ambiente tranquilo, de cumplimiento y participación, así se puede llegar a aprovechar cada una de las fortalezas de los colaboradores, generando involucramiento directo para un

mayor sentido de pertenencia. Como prioridad también el ambiente laboral en el que se realizan las actividades es tranquilo y llevadero (Mendez, 2019).

Cultura Débil

Sucede cuando no se genera un ambiente tranquilo en la organización, sino más bien cada colaborador toma decisiones de una manera más personal, los objetivos no están bien definidos por lo cual es difícil encaminar hacia una meta fija al grupo de trabajo. La contratación es muy variante por lo cual no existe estabilidad laboral, además de que el control puede ser muy rígido y autoritario (Pérez, 2019).

Cultura Responsable

Se impulsa al involucramiento de valores para encaminar hacia una misma meta al equipo de trabajo, teniendo siempre la ética y moral presentes. Los esfuerzos de en todas sus jerarquías están enfocados en ofrecer el mejor bien o servicio a los clientes, además de optimizar tiempos y recursos (García, 2017).

Cultura Humanística

Se enfoca en la obtención de talentos en los miembros que forman parte de la organización, con el fin de generar relaciones e impulsar a la superación constante de cada uno de ellos, haciéndoles partícipes de un trabajo solidario en equipo para poder aprovechar cada una de sus fortalezas (León, Otoyá, & Romero, 2019).

1.2.4 Formas en las que se manifiesta la cultura organizacional

La cultura Organizacional involucra la percepción que tienen los colaboradores directamente con las características que plantea la empresa, entre ellas se pueden encontrar las que se detallan a continuación (Bayón, 2019).

- 1) El carácter con la que la organización ejecuta sus acciones y el modo de tratar a sus colaboradores o clientes;
- 2) La aplicación del poder y la influencia que tiene sobre los demás rangos;
- 3) Los lineamientos para la toma de decisiones con relación a lo permitido y el

planteamiento de iniciativas; 4) El carácter de involucramiento que tiene cada colaborador en relación al cumplimiento de los objetivos empresariales (Bayón, 2019).

Los valores de la organización fomentan a crear una cultura organizacional más sólida, ya que genera un aliento en el comportamiento de los miembros de la organización. El colaborador puede percibir de distintas formas la cultura organizacional que existe en una empresa, su nivel también se identifica como el involucramiento que tienen los trabajadores para participar y generar un desempeño en la empresa, haciéndose participe de los objetivos desarrollados en la organización, esto a su vez puede provocar un mayor compromiso y sentido de identidad dando resultados positivos (Rivera & Carrillo, 2018).

1.2.5 Clima laboral

Refiere a las emociones que tienen los grupos de trabajo en la empresa y puede evidenciarse en la motivación del personal en todos los aspectos posibles, un buen clima laboral puede verse reflejado en el rendimiento y resultado de los colaboradores (Ramos & Tejera, 2017).

El clima que se forma entre los colaboradores de la organización habitualmente se define por los elementos que se presentan a continuación:

Entorno físico: Comprende todas las instalaciones y equipos a disposición de la empresa, la temperatura del lugar de trabajo, luminosidad, higiene, las comodidades de acceso al mismo (Ramos & Tejera, 2017).

Ambiente social: Se refiere a la relación entre empleados, gerentes, departamentos, características estructurales. Incluye, entre otras cosas, la estructura jerárquica de la organización, su estructura formal y el estilo de gestión (Pilligua & Arteaga, 2019).

Características personales: Incluye todas las expectativas, actitudes, motivaciones, deseos y metas de los empleados (Jacome & Jácome, 2017).

Comportamiento organizacional: Se relaciona con el nivel de satisfacción en la organización, la forma en que el absentismo, las demoras, el nivel de rotación de empleados o no, la presión con la que se trabaja a diario (Giraudier, 2018).

1.2.6 Funciones de la cultura organizacional

Al tomar en cuenta cada una de las funciones la organización tendrá mayor control y mejor desempeño en el rendimiento, coordinando funciones para obtener mayores logros (Mena, 2019).

- Genera mayor interacción en un ambiente que normalmente trabaja de manera mecánica, dando a entender que se puede tener mayor compromiso para así obtener buenos resultados (Palafox, Ochoa, & Jacobo, 2019).
- Trabaja los sentimientos de los colaboradores, al no dejarlos crear un ambiente rutinario, ni mucho menos estresante, más bien impulsa a la colaboración constante y proactividad en las empresas (Pérez S. , 2016).
- Impulsa el compromiso, al dar importancia a las necesidades de los trabajadores y al atender sus interrogantes en un ambiente de respeto (Navarro, Rey, & Barrera, 2017).
- Crea un ambiente en dónde se pueda interactuar cómodamente, dónde se forjarán relaciones de amistad entre personas que tienen un trato diario (Larrosa, Cruz, & Guerrero, 2020).
- Ofrece beneficios directos, estipulados mediante políticas, dónde se respete las peticiones laborales o personales que se lleguen a solicitar (Carballo, Belloni, & López, 2017).
- Genera un estado de autonomía en cada uno de los trabajadores, al ser capaces de tomar decisiones en busca de la mejora empresarial Hualcapi et.al. (2017).
- Recompensa el trabajo bien ejecutado, puede ser de manera monetaria o social para crear mayor compromiso (Rivas & Perero, 2018).

- Fomenta las relaciones internas, cómo son los grupos amistosos o sociales de la empresa (Palafox, Ochoa, & Jacobo, 2019).
- Permite un estado de confianza en todos los niveles jerárquicos, para poder respaldarse en caso de ser necesario (Larrosa, Cruz, & Guerrero, 2020)
- La comunicación es muy importante, así como también la expresión transparente, teniendo accesibilidad con los trabajadores y el fomentar a la formación de lazos comunicativos empresariales (Mena, 2019).

1.2.7 Modelo de formadores de cultura

Para formar una cultura que se pueda implantar en la organización hay que tener en claro 6 ítems o factores que lo influyen, y estos son:

Gráfico 2 Modelo de formadores de la cultura Organizacional

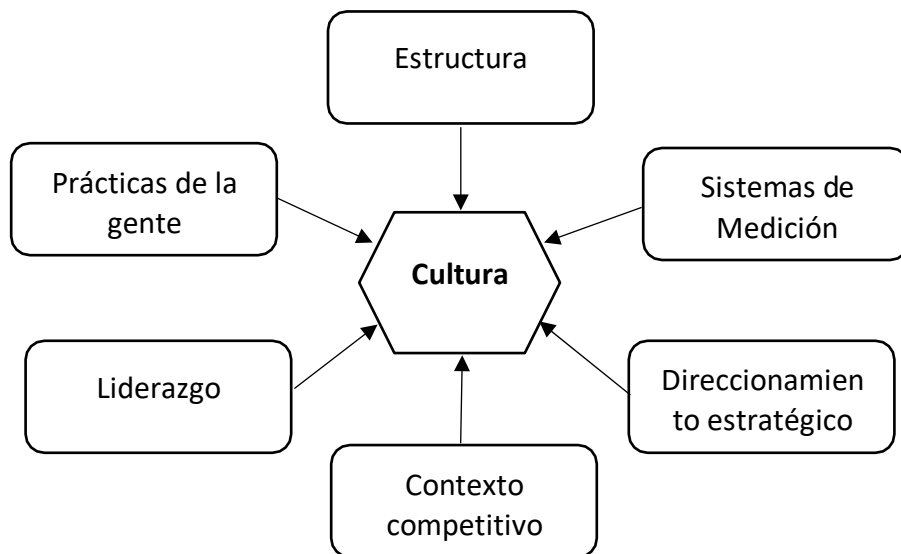


Imagen 2
Fuente: González (2017)
Elaborado por: Autoras

1.2.8 Desarrollo de la cultura organizacional

El ambiente laboral en el que se encuentre la empresa se puede identificar, ya que tiene que ver todo tipo de relaciones de los miembros, además de tomar en cuenta su actitud ante diferentes escenarios, a su vez que el sentido de identidad que tienen los colaboradores de la empresa entre sí, otro elemento de importancia también es el fijar normas y estatutos con los cuales la empresa se pueda regir, teniendo en cuenta que es lo que sucede si se llegara a incumplir o desobedecer (Meza, 2019).

Su desarrollo está compuesto por tres elementos fundamentales y estos son:

Gráfico 3 Elementos de la Cultura Organizacional

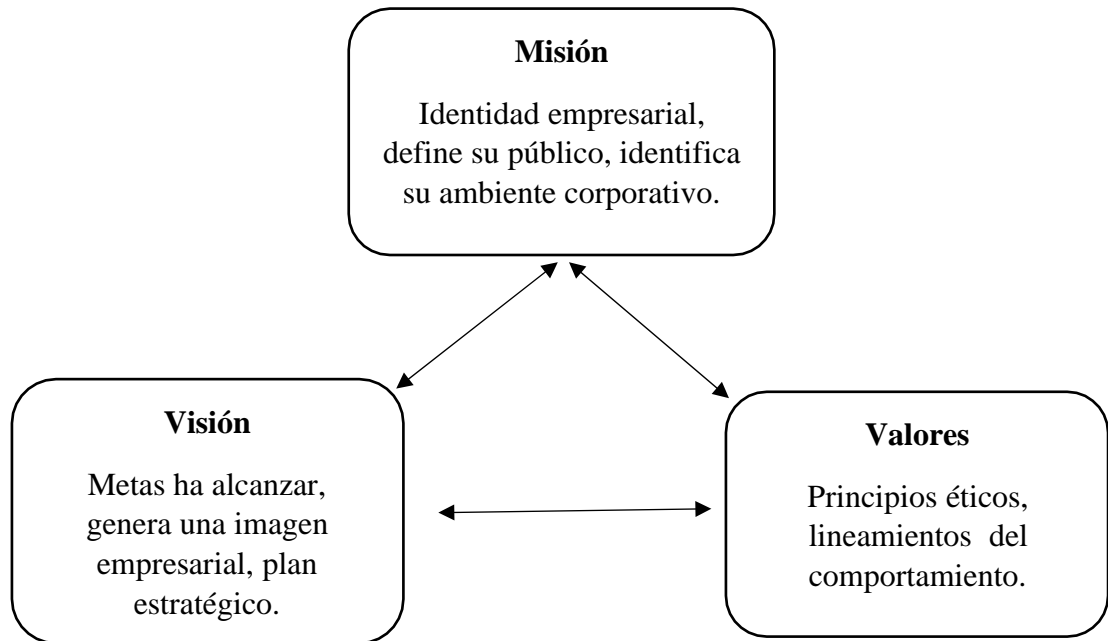


Imagen 3
Fuente: Meza (2019)
Elaborado por: Autoras

1.2.9 Características de la cultura organizacional

Las características de la cultura organizacional permiten tomar en cuenta la influencia de cada uno de los factores existentes sobre el colaborador.

Los autores Cueva & Gómez (2018), relacionan diez características de esta cultura, las cuales son:

- a) Identificación de los miembros sucede cuando la empresa participa de manera activa con sus colaboradores y les da sentido de pertenencia, integrándolos como un todo en las actividades;
- b) La fortaleza grupal el trabajado no se realiza de manera individual, sino que más bien se analizan las aptitudes de todo el grupo y se desempeñan creando una fortaleza de trabajo;
- c) Orientación hacia las personas se toma en cuenta la reacción que los colaboradores puedan tener ante cada una de las decisiones que se tomen de los niveles jerárquicos más altos de la organización;
- d) Unificación de las áreas al desarrollar las actividades con un trabajo coordinado en cada una de las áreas de una manera unificada la función se desarrolla de una manera independiente y llevadera;
- e) El control crea un ambiente ordenado, con mejor control y resultados, teniendo mejor control sobre los colaboradores y su conducta.
- f) La flexibilidad al riesgo provoca que los colaboradores puedan ayudar a hacer frente a los riesgos que se puedan producir, generando un espíritu de valentía, audacia y creatividad;
- g) Los principios de retribución mediante lo que cada trabajador produzca, tendrá la oportunidad de tener una mayor retribución, de esta manera se establecen recompensas, aumentos de sueldo u otro tipo de motivación;
- h) La forma hacia el logro de metas o de los medios conlleva al cumplimiento total de las metas y objetivos que tiene la organización, sin enfocarse en los procesos,
- i) La orientación hacia un sistema abierto es la reacción y la manera en que maneja la organización la presenta hacia los cambios externos que puedan suscitarse;
- j) Comprensión del conflicto significa que los miembros de la institución puedan exponer las problemáticas existentes para el diálogo y posteriormente solución del problema (Cueva & Gómez, 2018).

1.2.10 Factores que influyen en la cultura organizacional

Cada uno de los factores que intervienen en el desarrollo de la cultura organizacional juegan un rol importante ya que permite examinar a la organización interna y externamente. A su vez, los autores Martínez & Natxo (2018) relacionan los factores como organizacionales y de entorno, los cuales son:

1.2.10.1 Factores organizacionales

a) El medio circundante de la organización: se determina por la asignación de valores y características que maneja la organización en su desempeño; b) Factores circundantes: en este factor puede incluirse a la tecnología, la sostenibilidad que se desarrolla para realizar una función; c) Factores físicos: puede determinarse por el lugar donde se encuentre ubicada la empresa, así como también su entorno y su accesibilidad; d) Factores geográficos: también influye la ubicación geográfica ya que puede tener varias ubicaciones con relación a sucursales y su cultura organizacional no se centra en un solo lugar (Martínez & Natcxo, 2018).

1.2.10.2 Factores del entorno

a) Escenario físico: son las diferentes características que se dan en el trabajo a los colaboradores como es la comodidad y beneficios para su mejor desempeño; b) Historia de la organización: la creación de filosofía a través del tiempo de la empresa, sus orígenes y desarrollo por medio de los que la crearon; c) Idiosincrasia: las actividades o características que tome la organización se consideran un distintivo, teniendo adaptabilidad al entorno que posea; d) Grupos y líderes: los gobiernos también toman importancia sobre la cultura de la organización, ya que, si existe demasiada presión en las leyes aplicadas, esto no permitirá un desarrollo esperado y adecuado; e) Procesos culturales: tiene que ver la manera globalizada existente, así como su comercio electrónico, cultura sostenible y demás procesos influenciadores (Martínez & Natcxo, 2018).

1.2.11 Prácticas donde se muestran las tipologías culturales

En el siguiente gráfico se presentan cinco formas en donde se puede evidenciar las tipologías culturales.

Gráfico 4 Cultura Organizacional



Imagen 4
Fuente: Meza (2019)
Elaborado por: Autoras

1.2.12 Beneficios de tener una cultura organizacional

Entre los beneficios que se puede encontrar para incrementar una cultura organizacional fuerte en una empresa están los siguientes:

Tabla 1 *Beneficios de la implementación de la Cultura Organizacional*

1	Fomenta a la creación de una reputación buena, esto genera mayor preferencia hacia la empresa, ya que más proveedores, clientes y colaboradores tendrán mayor interés en la misma.
---	--

2	Se incrementa la seguridad laboral, ya que no existe un cambio demasiado constante de los miembros que laboran, creando mayor lealtad y un ambiente tranquilo.
3	La imagen que brindará la empresa interna y externamente, creando reconocimiento y buenas críticas de la misma, incrementando su reconocimiento y compromiso.
4	Al dar identidad personalizada a la empresa, se pueden planificar estrategias que busquen en mejoramiento constante, dando una mejor visualización de las metas y propósitos empresariales.
5	Cuando el ambiente es cómodo las personas tienden a producir más y de mejor manera, así que es bueno enfocarse en las necesidades internas d los colaboradores.

Fuente: Carrillo (2018)
Elaborado por: Autoras

Al definir correctamente una cultura organizacional, no solamente se podrá beneficiar de los factores antes mencionados, sino que también se dará un distintivo en donde se define la personalidad y presentación de esta. (Carrillo, 2018)

1.2.13 Transmisión de la cultura organizacional a los empleados

Es importante tomar en cuenta cómo se puede fomentar en cada uno de los miembros las prácticas para desarrollar una buena cultura organizacional, como menciona, (Sheen, 2018), se pueden transmitir mediante:

1.2.13.1 Historias

Son relatos en los cuales se mencionan los orígenes de la empresa, bajo que fundamentos se formó, experiencias que vivió la empresa en su transcurso de desarrollo, equivocaciones o fortalezas que la ayudaron a crecer, y el porqué de las acciones que en la actualidad se han tomado o adaptado (García & Anzures, 2018).

1.2.13.2 Rituales

Acciones que constantemente se repiten, estas pueden fortalecer los valores estipulados, como también el poder premiar un buen desempeño y costumbres que la organización sigue teniendo (Chavez, 2019).

1.2.13.3 Símbolos materiales

Estatus que identifican las áreas por secciones, teniendo seccionado cada uno de los lugares de la empresa, puede ser medido en función de la cantidad de metros cuadrados (Sheen, 2018).

Gráfico 5 *Transmisión de la cultura organizacional a los empleados*

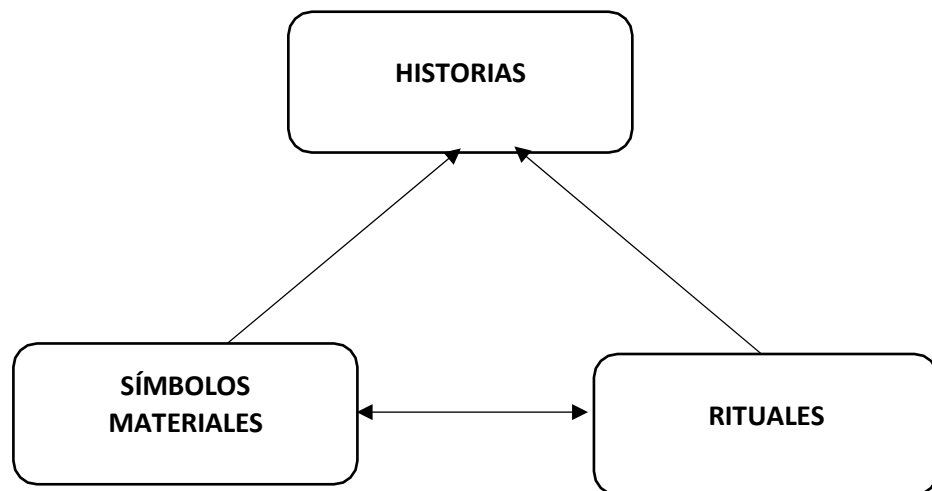


Imagen 5
Fuente: Sheen (2018)
Elaborado por: Autoras

Para poder encaminar correctamente a las empresas e impulsar su desarrollo sustentable se examina el siguiente recuadro.

Tabla 2 *Análisis de los factores de la cultura Organizacional*

Factor de la cultura organizacional	Acciones	Factor desarrollo sustentable
Involucramiento	<p>Fortalecer las medidas de protección social para todos los trabajadores.</p> <p>Fortalecer los recursos para la salud y bienestar del personal.</p> <p>Aumentar la investigación y mejorar la capacidad tecnológica.</p> <p>Promover actividades para fomentar el emprendimiento, la creatividad y la innovación.</p>	<p>Seguridad y salud en el trabajo.</p> <p>Administración de los recursos humanos.</p>
Adaptabilidad	<p>Mejorar el reciclado y la reutilización del agua.</p> <p>Promover el uso de fuentes de energía renovable.</p> <p>Adoptar prácticas sostenibles e informar de sus resultados.</p> <p>Garantizar en todos los niveles la adopción de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades.</p>	<p>Gestión de recursos naturales.</p> <p>Integración medioambiental.</p>
Misión	<p>Proteger los derechos laborales y promover un entorno seguro y sin riesgos.</p> <p>Reducir el impacto ambiental en las poblaciones.</p>	<p>Seguridad y salud en el trabajo.</p>

		Responsabilidad social corporativa.
Consistencia	Permitir el acceso igualitario a hombres y mujeres en su formación técnica y profesional. Brindar oportunidades a personas con capacidades diferentes. Erradicar la explotación laboral.	Administración de recursos humanos. Responsabilidad social corporativa.

Fuente: Carro, Sarmiento, & Rosano (2017)

Elaborado por: Autoras

Al tomar en cuenta el involucramiento, adaptabilidad, misión y consistencia y procesarlas mediante un mejoramiento se pueden desarrollar fortalezas que ayudan a eliminar los puntos deficientes de las organizaciones.

1.3 INNOVACIÓN

Según los autores Salinas & Gándara (2009) se manifiesta que, una innovación es una mejora que se realiza en la actividad empresarial, que consiste en realizar cambios en los modelos de negocio, en sus procesos, en la organización, de sus productos o servicios y la comercialización para que de esta manera la empresa sea más eficiente y logre posicionarse en el mercado, cuando se innova se puede alcanzar a generar un hecho diferencial ante los competidores es decir lograr ventajas competitivas dentro del mercado, no obstante todo proceso de cambio genera resistencia, sin embargo son necesarios para poder lograr el éxito dentro de una organización. Los autores Vélez, Arias & López, (2019) menciona que consolidar la cultura de innovación dentro de una organización se ha convertido en un requisito primordial para lograr la competitividad de las empresas.

Además, Díaz & Guambi (2018) mencionan que la innovación no puede darse por sí sola, sino que debe estar anclada con algunos factores importantes como lo es la investigación y el conocimiento, y así constituir elementos diferenciadores ante su competencia.

Según el autor Cummings (2019) manifiesta que la innovación en el ámbito empresarial es aquella que realiza las transformaciones sustanciales en sus sistemas empresariales, los mismos que se caracterizan por ser elementos novedosos, los cuales aumentan su competitividad. Además de ello genera impactos sociales y también ambientales que son muy importantes para los trabajadores que están vinculados así sus cadenas de valores y comunidades cercanas.

1.3.1 La innovación desde un enfoque contemporáneo

La innovación se la define como aquel proceso que está asociado al óptimo uso de todas las capacidades existentes de una organización para la creación de estrategias que son encaminadas a la generación de cambios significativos y como la creación de nuevos productos o servicios y/o o mejorar los mismo Acosta et al. (2020).

Gráfico 6 La innovación desde un enfoque contemporáneo

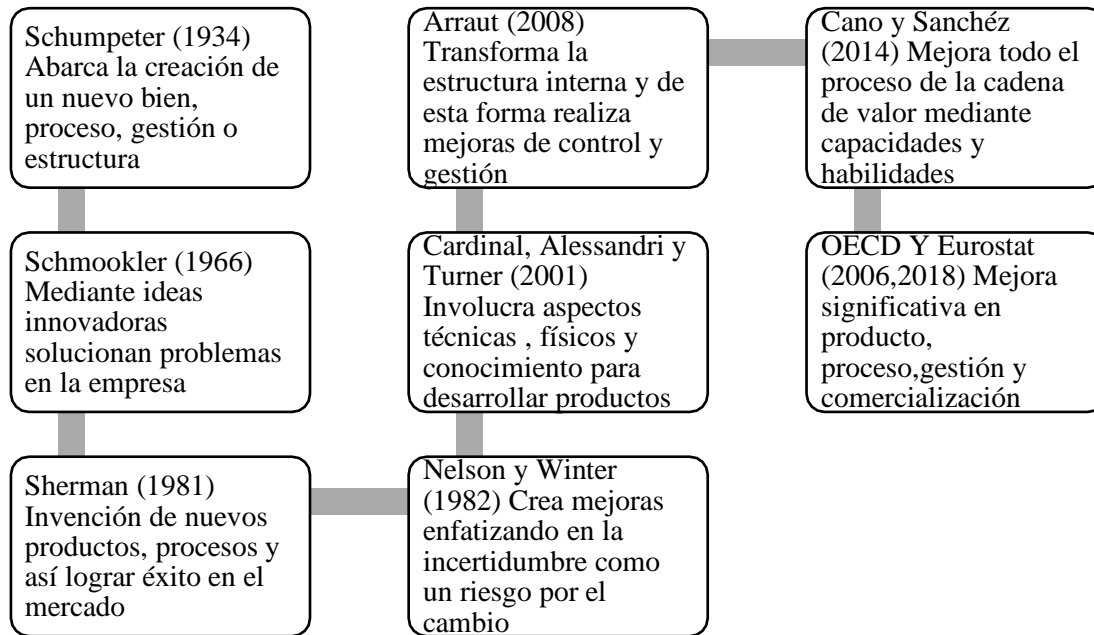


Imagen 6

Fuente: Acosta et al. (2020)

Elaborado por: Autoras

1.3.2 Importancia y razón de innovar

Según Ibarra (2019) manifiesta que, la innovación trae muchos beneficios entre ellos, permite generar, crear valor y a su vez ayuda a la optimizar sus procesos. Estas innovaciones realizan muchos cambios los cuáles pueden ser organizacionales, productivos tecnológicos y ayudando a que se logre:

1. Transformación: Que es una serie de cambios necesarios para de esta manera incrementar la productividad en las organizaciones. Para lograr un crecimiento se debe involucrar desde los recursos humanos, recursos financieros, materiales y hasta los tecnológicos.
2. Crecimiento: Después de la transformación la organización comienza a consolidarse. Este crecimiento se ve reflejado en la incrementación de la oferta de sus productos o servicios y se logra maximizar la rentabilidad económica.

3. Competitividad: Después de emplear correctamente las estrategias se logra un incremento de posicionamiento dentro del mercado debido a la satisfacción de sus clientes y usuarios (Ibarra, 2019).

La importancia de la innovación dentro de una organización es que ayuda a maximizar la productividad de los recursos y de esta forma alcanzar la competitividad dentro del mercado la innovación se la define como una estrategia de diferenciación ante la competencia (Cuadros & Samaniego, 2017).

1.3.3 Tipos de innovación

Según Palacios & Arévalo (2017) menciona que existen varios autores importantes que hablan sobre la innovación, tal es el caso de Schumpeter y el Manual de Oslo que fue escrito en colaboración (OCDE & Eurostat, 2006; 2018) en donde se concuerda que se pueden realizar diferentes tipos innovaciones y se puede aplicar en diferentes ámbitos dentro de la organización y éstos son; innovación en producto, procesos, mercadotécnica, organizativa, tecnológica.

Sin embargo, los autores Dussauge, Hart & Ramanantsoa (1992) manifiestan que además existen innovaciones según su magnitud o grado de innovación y estos son; incrementales y radicales, arquitecturales y modulares. A continuación, se describirá cada uno de ellos.

1.3.3.1 Según el grado de innovación

Innovación Incremental: Esta innovación hace énfasis en los cambios que son mínimos y estos están enfocados en la mejora continua de un producto/servicio, pero conservando la funcionalidad de este. Este tipo de innovación se la califica como adaptativa, y se basa en realizar mejoras según requieran las necesidades de sus clientes, y se realizan ajustes menores en la tecnología de uso, haciendo que exista un perfeccionamiento progresivo tanto productos/servicios y procesos Acosta et al., (2020).

Innovación Radical: Se refiere a la innovación en la que existe una modificación completa desde sus estructuras, organización es decir la creación de un producto complejamente nuevo. Se cambios drásticos a sus productos o servicios enfocados a

nuevos mercados basadas en las necesidades de sus clientes. Aquí la adopción de tecnología es esencial y forma parte de una estrategia de cambio estructural (Shih, 2018).

Tabla 3 Principales diferencias entre innovación Incremental y Radical

INCREMENTAL	RADICAL
Ocupa el conocimiento existente	El conocimiento es a través de nuevas fronteras
La inversión es baja	La inversión es moderada, alta
Genera un riesgo bajo a moderado	Genera un alto riesgo
Las ventajas competitivas son moderadas	Las ventajas competitivas son altas

Fuente: García (2015)
Elaborado por: Autoras

Innovación Modular: En este tipo de innovación se realizan cambios radicalmente en los componentes modulares de un producto, pero permanece intacto su arquitectura (García F. , 2015).

Innovación Arquitectural: Se modifica la forma en que se articulan los componentes y conceptos del producto, pero los componentes y conceptos únicamente se refuerzan o permanecen sin cambio (García F. , 2015).

1.3.3.2 Según su paradigma

Según el autor Chesbrough (2003) manifiesta que existe la innovación según su paradigma la cual está dividida en innovación cerrada y la innovación abierta la misma que permite plantear a las organizaciones alcanzar cada uno de sus objetivos, aplicando las diferentes estrategias.

Innovación Cerrada: también es conocida como innovación tradicional y consiste en aplicar estrategias verticales en donde se desarrollan de manera exclusiva a nivel interno (Greco & Cricelli, 2017).

Es un modelo clásico consiste en emplear el conocimiento y los recursos internos que posee una organización para la creación de proyectos de investigación, la creación de ideas y su desarrollo, bajo sus propios riesgos (Aros & Álvarez, 2018) .

Innovación Abierta: esta innovación distingue a que emplea las dos fuentes de conocimiento tanto interna como externa que al unir las o fusionar las hacen posible que se mejoren la competitividad de la empresa, y de esta forma crear proyectos de investigación y desarrollo (Jamett & Manturana, 2017).

La innovación abierta nace de la globalización destinar mismo de los mercados y el fortalecimiento de la investigación y desarrollo. (Badir, Bjorn, & Bogers, 2019)

1.3.3.3 Según la Naturaleza de la innovación

OCDE & Eurostat (2006:2018) en el manual de Oslo hace referencia a varios tipos de innovación y son:

Innovación Tecnológica: Trata sobre el tipo de innovación en la cual implica la inclusión o un cambio total en lo que a la tecnología concierne, y se puede aplicar a cualquier proceso de la cadena de valor.

Además los autores, Cuadros & Samaniego (2017), manifiesta que al contar con innovaciones tecnológicas trae un sinnúmero de beneficios como por ejemplo sacar provecho a los sistemas organizados porque así los colaboradores pueden gestionar de forma óptima sino que además seguir mejorando continuamente, este tipo de innovación permite tener información de manera más veloz.

Innovación Comercial o Marketing: Esta innovación consiste en fomentar nuevas maneras de comercializar el producto o servicio, posicionamiento, precio, promoción, fomentar las relaciones con sus clientes internos y externos y la negociación. Consiste en crear nuevos métodos de entrega de productos preexistentes o cambios en embalaje o empaque OCDE & Eurostat (2006:2018).

Innovación Organizativa: Esta innovación trata sobre la forma de reinventarse en los procesos de estructura en las empresas, jerarquía y manual de funciones. Cambios en la forma de organización y su gestión, y administración del proceso productivo, OCDE & Eurostat (2006:2018).

1.3.3.4 Según la aplicación de la innovación

Innovación de producto: Esta innovación consiste en un sin número de modificaciones de un producto ya sea esto en sus aspectos técnicos o intangibles. Es la creación de nuevos productos y servicios. OCDE & Eurostat (2006:2018).

Innovación de proceso: Consiste en redefinir los procesos de producción para que de esta manera se optimice los recursos y poder ser más competitivos. Este sí atontar nuevos métodos de producción o significativamente mejorados para de esta manera aumentar la eficiencia de la producción OCDE & Eurostat (2006:2018).

Gráfico 7 *Proceso de Innovación*



Imagen 7

Fuente: Lugones (2008)

Elaborado por: Autoras

1.3.4 Componentes para un modelo de cultura innovadora

Según los autores Pertuz & Pérez (2017) mencionan que existen componentes esenciales para poder fomentar un buen modelo de cultura innovadora y su buena ejecución de cada uno de ellos, asegurará el éxito y desempeño para la organización

- Articulación de la innovación a la estrategia competitiva
- Desarrollo de competencias en el personal

- Retroalimentación con los clientes
- Planificación y documentación de estrategias de innovación
- Seguimiento a las estrategias y acciones
- Adopción de la cultura de cambio
- Interacción con el medio externo (Pertuz & Pérez, 2017).

1.3.5 Variables teóricas que caracterizan la capacidad de innovación empresarial.

Tabla 4 Variables teóricas que caracterizan la capacidad de innovación empresarial

VARIABLE	DEFINICIÓN	SUBVARIABLES
Actitud Innovadora	Indica la postura de la organización hacia el liderazgo y la vanguardia tecnológica en su sector de actividad	Promoción de la cultura de la innovación: Implica la actitud de los directivos y trabajadores para gestionar las nuevas ideas y gestión empresarial
		Recursos internos para innovar: Los primordiales son; financieros y uso adecuado de las TIC logísticas, humanos y la infraestructura
Actividades Innovadoras	Las empresas innovan para mejorar sus resultados aumentan de esta manera su demanda y minimizan sus costos de producción	Actividades innovadoras de producto: Mejoras en producto/servicio o creación de uno nuevo, para satisfacer las exigencias del consumidor
		Actividades innovadoras de proceso: Agrega valor a la cadena de producción; mediante la inversión en la adquisición de maquinaria, insumos, equipos,

		materiales de calidad y mejorando el conocimiento técnico.
		Actividades de mercadeo: Abrir nuevos mercados, buscar estrategias de publicidad y promoción, estrategias de precio, estudio de tendencias
		Actividades innovadoras de organización: cambios en los métodos organizativos, relaciones exteriores, integrar un nuevo modelo de negocio.
Vínculos con el entorno	Requiere relacionarse con el entorno y de esta manera aprovechar dicha información para aprovechar la oportunidad, estrategias innovadoras estar al tanto de las tendencias, actualizar los conocimientos y de esta manera desarrollar	<p>Información para la innovación: Trata sobre la adquisición de información potencial aprovechable en una organización y esta puede ser de acceso gratuito, asesorías, información científica o tecnológica</p> <p>Relacionamiento con el entorno para la innovación: El trabajo colectivo ayuda a obtener múltiples ventajas las que favorecen los vínculos los cambios de mayor impacto y estas acciones innovadoras favorezcan la sostenibilidad colaborativa</p>

Fuente: Pérez C., (2019)
 Elaborado por: Autoras

1.3.6 Capacidades de innovación

Las capacidades de innovación son aquellas que se caracterizan por ser integradoras con otras capacidades estratégicas empresas y además con otro tipo de actores claves

involucrados en la gestión del desarrollo económico local. Es decir que dichas capacidades se integra y además coordina con los departamentos de producción, recursos humanos, financiero, investigación y desarrollo en donde su principal función es la de diseñar e implementar nuevas iniciativas innovadoras para las empresas (Carrera, Espejel, & Arroyo, 2020).

Hoy en día para el desarrollo de procesos de innovación se emplea los indicadores sistemáticos y gestionados y de esta manera se promueve el progreso empresarial tanto productivo y económico (Ortiz, 2020).

Tabla 5 *Tipos de capacidades de Innovación*

CAPACIDADES	DESCRIPCIÓN
Capacidad de aprendizaje organizacional	Proviene del conocimiento y de esta manera construir un ambiente circundante y una organización que aprende.
Capacidad de I+D	Se llevan a cabo dentro de un departamento I+D en donde se realizan actividades para la creación de conocimiento científico y tecnológico que tiene como fines la producción de los productos servicios y procesos la cual se realiza de manera interna en las organizaciones y de manera externa asociados con universidades o centros tecnológicos. A través de los ensayos e investigaciones tiene como fin evaluar la efectividad y viabilidad.

Capacidad de gestión de recursos	Identifica adquiere y asigna de forma adecuada y correcta cada uno de los recursos como son: el capital, la experiencia y la tecnología que son necesarios para los procesos de innovación.
Capacidad de producción	Se integran las innovaciones dentro de los procesos productivos para de esta manera satisfacer las necesidades que exige el mercado.
Capacidad de mercadeo	Analiza las necesidades de los grupos de interés y de esta manera publicita y realza el valor de las innovaciones. Implementar nuevas propuestas o enfoques, al igual que la habilidad para implementar programas de mercadeo innovadores para sus productos y servicios para mantenerse adelante y sobresalir en el mercado.
Capacidad de organización	Activa una cultura organizacional organizada con unas buenas prácticas en donde existe la armonía y fomentan el espíritu de grupo innovador.
Capacidad de dirección estratégica	Genera estrategias y se pone en marcha cada una de las estrategias que requiere la organización. Y así resolver los problemas de los clientes de maneras innovadoras.

Fuente: (Romero & León, 2020) (García, Quinteros , & Arias, 2014)

Elaborado por: Autoras

1.3.7 La empresa innovadora y el impacto de la innovación

Las innovaciones que se realizan en una empresa no siempre tienen éxito, muchas fracasan. La incertidumbre es inherente a todo proceso de innovación. Existen dos tipos de empresas innovadoras unas son las que han desarrollado innovaciones por sí mismas y las otras cuando adoptan las innovaciones desarrolladas por otras organizaciones. Para medir los resultados sobre el impacto de la innovación estos suelen ser reflejados en los efectos sobre las ventas y la cuota de mercado en referencia a su productividad y eficiencia, estos suelen estar medidos por porcentajes haciendo referencia a la cantidad de acogida y aceptación por parte del mercado de sus productos o servicios nuevos o significativamente mejorados (OCDE & Eurostat, 2018).

1.3.8 Factores relativos a los objetivos y los efectos de la innovación

Los factores relativos a la organización sirven para saber hacia dónde van dirigidos los cambios organizacionales, dichas relaciones tienen referencia con clientes, la eficiencia operativa y también trata sobre la adquisición de conocimiento y la forma en cómo se la emplea. (OCDE & Eurostat, 2018)

1.3.9 Principales Características de una Empresa Innovadora

Según el autor Suárez (2018) manifiesta que el rol de del proceso innovador es muy complejo y que dichos cambios, mejoras y transformación generan ventajas competitivas y se reflejan en la acogida y aceptación por parte del cliente.

Las principales características de una empresa innovadora son:

- Debe establecer una estrategia de innovación definida, clara y concisa
- Ser visionarios para que de esta manera poder identificar y así y anticiparse ante las tendencias del mercado volátil.
- Generar una cultura organización dispuesto a innovar, aceptar el cambio. Es decir, contar con la aptitud de cooperación interna y externa.

- Contar con recursos humanos y económicos
- Interés constante de superación organizacional y profesional (Suárez, 2018)

1.3.10 Modelos de la Innovación

Existen algunos modelos de innovación creados en diferente lapso, países, y autores. Las ideologías han sido plasmadas y puesto en práctica en las empresas a nivel mundial según su requerimiento, y de esta manera empleando estos modelos, se ha logrado resultados positivos a través de las ventajas competitivas que se han creado y así cumplir con las metas propuesta por cada organización (Barreto & Petit, 2017).

1.3.10.1 Modelo Lineales:

Este modelo se caracteriza específicamente porque inician con una investigación básica después de esto se desarrolla la investigación aplicada para que después se desarrolle el prototipo de esta manera ver la aceptación y las innovaciones (Barreto & Petit, 2017).

A) Modelo de impulso de la tecnología. -se lo describe como un proceso racional en donde se puede, planificar, programar y controlar actividades independientes para simplificar su gestión, en este método se da mucho importa a I+D como desencadenante del proceso innovativo (Barreto & Petit, 2017).

Gráfico 8 Esquema del Modelo lineal Technology-Push

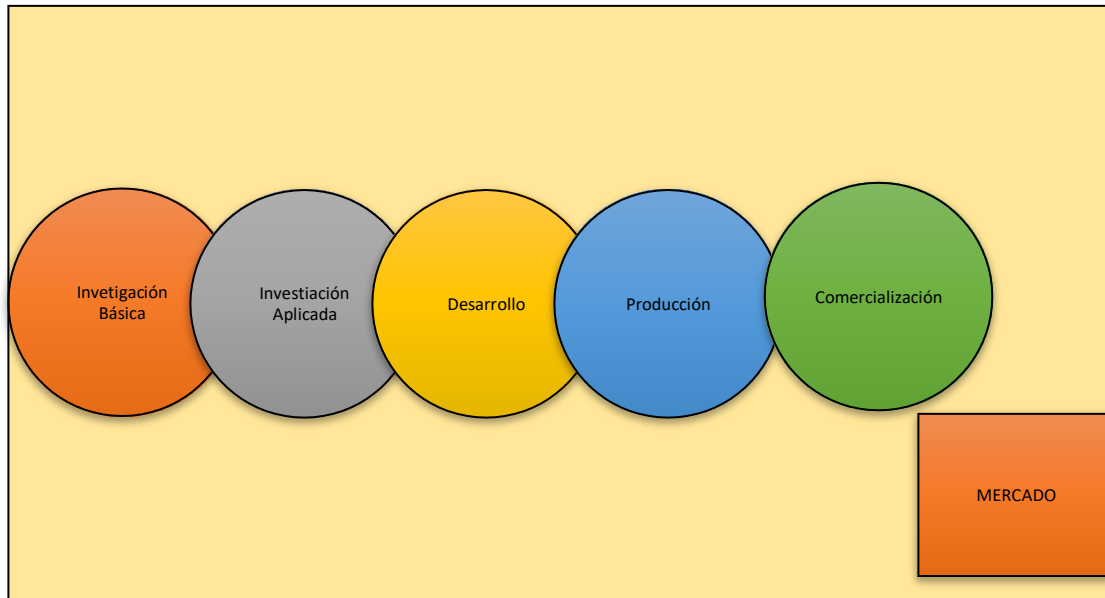


Imagen 8

Fuente:(Nuchera, León, & Pavón, 2002)

Elaborado por: Autoras

B) Modelo de tirón de la demanda Market pull. - este modelo se caracteriza por poner mayor énfasis en el mercadeo como proceso innovador, es decir que las necesidades de los consumidores son su principal fuente de ideas para generar el proceso innovador. Aquí el rol de i+D es importante para el desarrollo o mejoras significativas en los procesos o productos (Barreto & Petit, 2017).

Gráfico 9 *Esquema del Modelo Lineal Market Push*

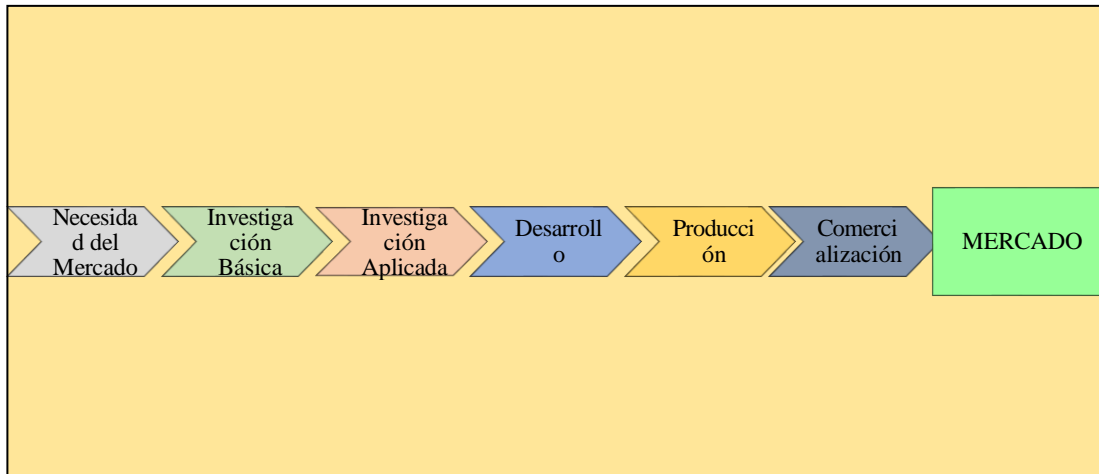


Imagen 9

Fuente: (Nuchera, León, & Pavón, 2002)

Elaborado por: Autoras

1.3.10.2 Modelo por Etapas

El modelo por etapas interviene varios departamentos de una empresa, que son necesarios para el proceso de innovación, todo empieza por una idea la cual se convierte en una entrada, para el departamento de i+D, para continuar con el proceso de innovación procede el departamento de diseño, ingeniería, producción, mercadeo y finalmente se obtiene la salida del proceso o producto (Barreto & Petit, 2017).

Este es un modelo lineal en donde el proceso de innovación se lo hace mediante una serie de etapas consecutivas en donde en cada departamento existen actividades particulares contienen 3 fases: generación de una idea, desarrollo de la idea, implementación y difusión a través de un plan de marketing. Castro et al., (2017).

Gráfico 10 Modelo por etapas departamentales

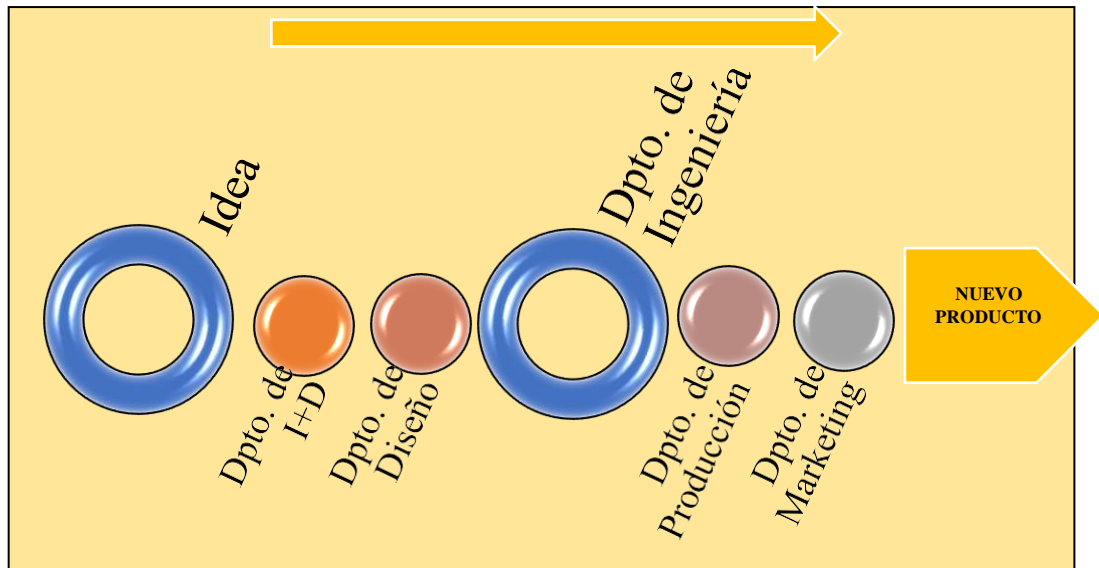


Imagen 10
Fuente: (Sarem, 1984)
Elaborado por: Autoras

1.3.10.3 Modelo de innovación según Marquis

Este modelo se caracteriza porque las ideas innovadoras proceden de cualquier departamento no precisamente de departamento de I+D, las principales ideas salen del capital intelectual del personal, como el área de ventas, marketing, producción logística, recursos humanos, entre otros (Barreto & Petit, 2017).

1.3.10.4 Modelo de innovación según Kline

Este modelo se caracteriza por no tener un único curso principal de actividad como modelo lineal, sino que este contiene cinco trayectorias, las cuales están entrelazadas con tres áreas importantes y específicas dentro de una organización y son: Investigación, el conocimiento y la cadena central del proceso de innovación tecnológico. Gracias a estas

relaciones con estas áreas es posible crear innovaciones radicales a partir de nuevos descubrimientos científicos. Kline relaciona la ciencia y la tecnología en todas las partes del modelo y no sólo al principio (Barreto & Petit, 2017).

Gráfico 11 *Modelo de innovación tecnológica interactivo según Kline*

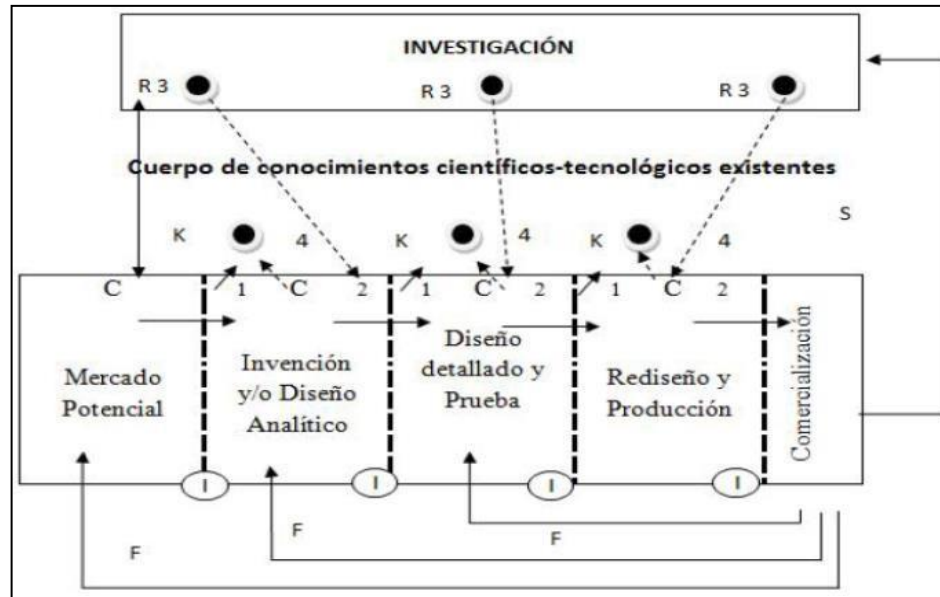


Imagen 11
 Fuente: Escorsa & Valls (2005)
 Elaborado por: Autoras

1.3.10.5 *Modelo de Red*

Este modelo se caracteriza por tener eficientes relaciones con su red de proveedores clientes y colaboradores externos ya que emplea herramientas electrónicas que de esta manera maximiza la velocidad y eficiencia en el desarrollo de nuevos productos y procesos uno de los mayores beneficios potenciales, es el manejo de información en tiempo real gracias al proceso de innovación (Barreto & Petit, 2017).

Modelo de Red

Tabla 6 *Modelo de Red*

Aprendizaje de Recursos	Utilización de recursos Internos
<ul style="list-style-type: none">• Sociedad• Competidores• Proveedores• Distribuidores• Usuarios o Clientes• Alianzas estratégicas• Universidades• Conocimiento• Público	<ul style="list-style-type: none">• Mercadeo y Ventas• Finanzas• Ingeniería y Producción• Investigación y Desarrollo

Fuente: (Trott, 2002)
Elaborado por: Autoras

1.3.10.6 Modelo de la London Business School

Es considerado un proceso complejo de creatividad en donde deben interaccionar las fuerzas del empuje tecnológico (Escorsa & Valls, 2005) . Con el arrastre del mercado, este es un modelo sistemático donde se desarrolla la tecnología y comercialización y se debe emplear de manera correcta las competencias organizativas; talento humano, financiero, sistemas y herramientas adecuadas para el correcto proceso de innovación. Castro et al., (2017).

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar el tipo de cultura organizacional e innovación que existe en las empresas bananeras.

1.4.2 Objetivos específicos

- Investigar la fundamentación científica del tema de estudio.
- Realizar un diagnóstico sobre la cultura organizacional y la innovación de las empresas bananeras.
- Relacionar las variables de estudio con el fin de analizar su impacto.

1.5 Problema de Investigación

En el Ecuador existen algunos sectores económicos, los cuales son responsables de la generación de ingresos para nuestro país y así contribuir al desarrollo eficiente de una economía sustentable. En cada uno de estos sectores, existen bastantes empresas de diferentes tamaños. Las que más contribuyen a la economía son las grandes y medianas empresas, la mayoría de ellas se caracterizan porque tienen una adecuada cultura organizacional y según los autores Carro, Sarmiento, & Rosano, (2017) manifiestan que la cultura organizacional es poder colaborar en conjunto para cumplir con metas y objetivos planteados por la organización y así generar un ambiente adecuado para el desarrollo de actividades de la empresa con relación a su entorno y a estar presta a realizar cambios de ser necesarios, teniendo una estructura clara y efectiva en su manejo.

Por otro lado, Ecuador en los últimos años ha tenido un incremento severo en la creación y consolidación de pequeñas y microempresas lo cual es muy positivo ya que genera ingresos y fuentes de empleo, sin embargo, carecen de una buena cultura organizacional lo cual se ve afectado directamente en el liderazgo, desempeño, productividad. Es importante tomar en cuenta la importancia de la fomentación de una adecuada cultura organizacional ya que son necesarias para poder cumplir con las metas organizacionales y asegurar posicionarse dentro del mercado.

Además de ello, hoy en día la innovación es esencial en las empresas sin importar su tamaño ya que generan muchas ventajas competitivas. Según los autores Acosta, Vega, González & Carmenate, (2020) la innovación es crucial para la creación de estrategias que son encaminadas a la generación de cambios significativos y como la creación de nuevos productos o servicios o mejorar significativo de los mismo.

Las empresas grandes y medianas ponen en práctica la aplicación de la innovación dentro de sus organizaciones y generan dichas ventajas competitivas y tienen gran acogida dentro del mercado y se refleja en sus ingresos y generación de utilidades. Sin embargo, las pequeñas y microempresas no cuentan con el dinero para poder invertir en todos los recursos necesarios para generar innovación y esto tiene como consecuencia bajas ventas, poca acogida en el mercado, carecer de fidelización y a la larga ir a la quiebra.

Con relación a la provincia de Los Ríos, la problemática no vista de la realidad de las empresas ecuatorianas porque la estructura de la provincia de los Ríos es similar con lo antes mencionado en relación con las grandes y medianas empresas frente a las pequeñas y microempresas.

Según el Banco Central del Ecuador manifiesta que la provincia de Los Ríos es la cuarta provincia más poblada del Ecuador y su economía es sostenida principalmente por el sector agrícola en las áreas del banano y del maíz. Sin embargo, según un estudio, la producción por rama en esta provincia está estructurada de la siguiente manera: Agricultura, ganadería y silvicultura 40%, Comercio 13.37%, Construcción 10.43%, transporte 9.55%, enseñanza 7.75%.

En esta provincia; las grandes, medianas, pequeñas y microempresas son muy importantes para generar ingresos y brindar oportunidades de trabajo a la sociedad. Por otra parte, la cultura organizacional es muy deficiente en las pequeñas y microempresas, hablando específicamente del sector agrícola, se ve reflejada en las mínimas ventajas competitivas que generan y es un punto en contra ya que existe demasiada competencia y peor aún no pueden calificar para ser exportadores, ya que el mercado extranjero es muy exigente tanto en capacidad como en calidad de los productos.

Pero no solo la cultura organizacional causa desventaja a estas empresas pequeñas, sino que además la innovación no puede ser posible aquí, principalmente por no contar con los recursos económicos necesarios, lo que hace imposible adquirir tecnología, maquinarias para poder realizar las mejoras significativas para los productos, servicios o los procesos. El mercado es muy exigente y volátil, cada vez las necesidades y requerimientos de los clientes son más difíciles de satisfacer, es por esto que estas empresas a largo plazo fracasar si no toman en consideración la importancia de establecer una buena cultura organizacional y la necesidad de realizar innovaciones.

En la ciudad de Quevedo, provincia de Los Ríos, se presentan alrededor de 260 empresas bananeras que, según los datos de Ministerio de agricultura del año 2014, indican que alrededor de 110 empresas pertenecen a los pequeños productores. Las pequeñas y

microempresas productoras de banano presentan problemas de la cultura y la innovación empresarial. Con relación a la innovación los autores Escorsa & Valls, (2021) mencionan que las empresas no pueden quedarse siempre con la misma capacidad de producción y continuar elaborando los mismos productos con las mismas características. El mercado les obliga de alguna manera a rediseñar su negocio, lo que los hará crecer en todos los sentidos. Una de las formas de lograrlo es a través de la innovación; Estos elementos no se desarrollan con estas características en las empresas bananeras por lo tanto existen falencias y errores en los procesos productivos con relación a los resultados obtenidos. Como uno de los problemas que se ubica que, en las bananeras ubicadas en el sector primario se da especialmente en las empresas pequeñas, que tienen alrededor de 10 hectáreas. Los dueños de estas empresas no tienen una adecuada formación por lo cual su desempeño se realiza de manera empírica, sin tecnificar sus acciones ni decisiones, esto tiene como efecto el no poder formar estrategias apropiadas que pueden llevarse a cabo en el momento de querer mejorar los procesos o al querer dirigir y poner en práctica un plan de acción.

1.5.1 Análisis del Árbol de Problemas

El principal problema es el deficiente desarrollo en la cultura organizacional y la innovación en las empresas productoras bananeras en la provincia de Los Ríos. Esto se da por tres causas:

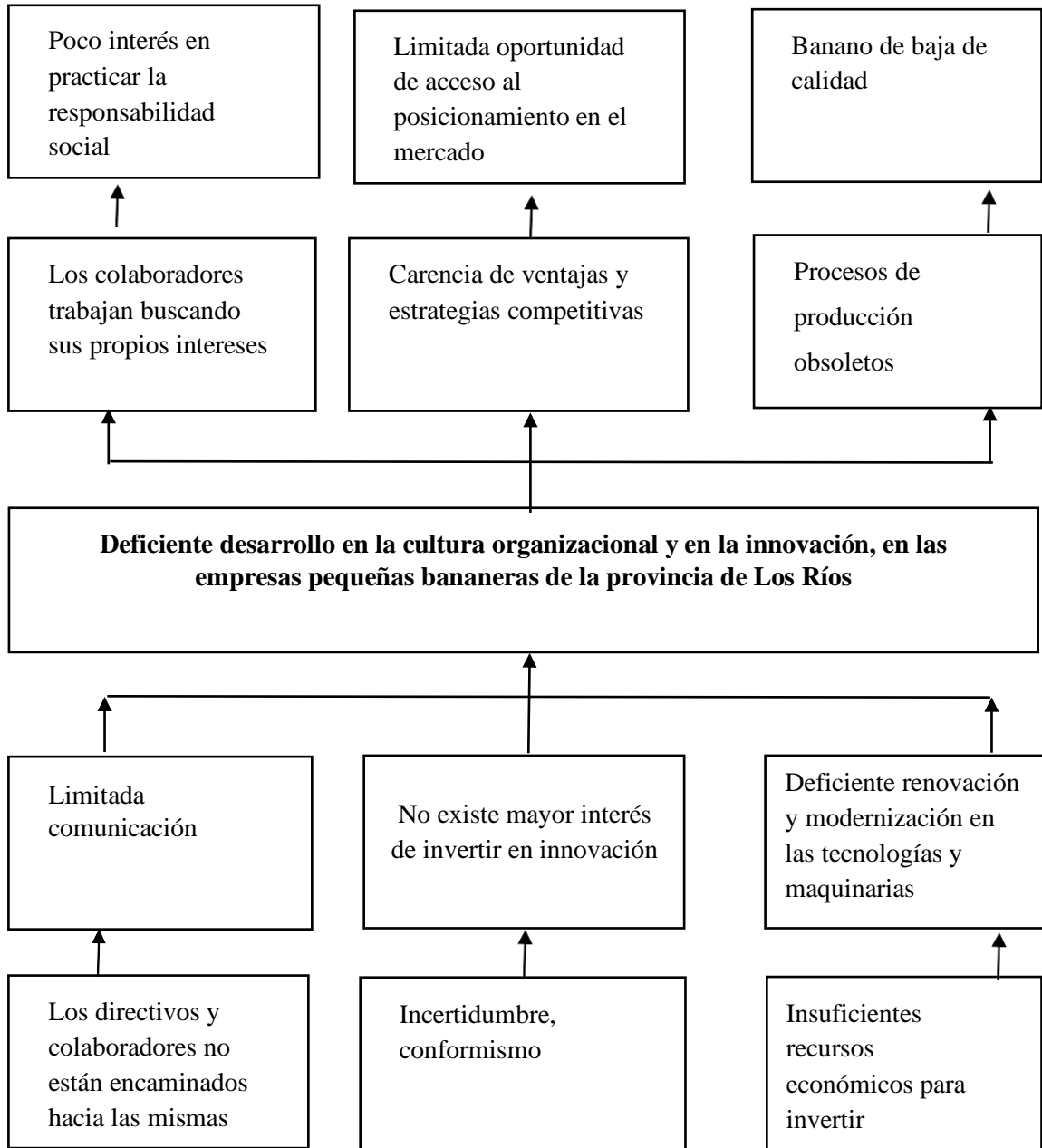
La primera causa es que existe una limitada comunicación, lo que repercute en la cultura organizacional convirtiéndola en una cultura deficiente, además de aquello, los directivos y colaboradores no están encaminados hacia las mismas metas y objetivos, estas causas producen los efectos negativos sobre los colaboradores, ya que ellos trabajan buscando sus propios beneficios e intereses, teniendo como repercusión el poco interés de practicar la responsabilidad social.

Como segunda causa se determina que no existe un adecuado interés por invertir en innovación, lo que genera la inexistencia de un plan de acción a seguir, provocando que los procesos productivos se vuelvan obsoletos e imposibilitando el poder crear y generar ventajas estratégicas competitivas para su mejora continua.

Como tercer punto se toma en cuenta que no existe la debida renovación, ni modernización en las tecnologías y maquinarias que se ocupan en la organización por diversos motivos, como puede ser el tema económico, así como también lo es el sobreprecio de cada proceso de mantenimiento u el coste de nuevas máquinas, dejando obsoletos a los procesos productivos y dando como resultados banano de baja calidad, de esta manera los consumidores toman en cuenta el tipo de banano que se está ofertando y se pierde fidelización de consumidores.

Gráfico 12 *Árbol de problemas*

Árbol de Problemas



Elaboración propia

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

La metodología se define como una herramienta en el campo de la investigación conformada por un conjunto de métodos, técnicas de manera sistemático garantizando de esta manera unos resultados fiables y válidos para la solución del problema. La investigación está conformada por un proceso que dirige la información resultante por medio de modelos para ampliar los conocimientos. Buscando obtener mejores resultados aplicando métodos, paradigmas, entre otros factores hacia la población. Los modelos deben ser utilizados de una manera correcta para que el estudio tenga un resultado óptimo (Siddique, 2019). A continuación, se investigó la metodología en el trabajo de investigación sobre el sector agrícola bananero de Los Ríos.

2 Enfoque investigación

2.1 Enfoque cuantitativo

Este enfoque es secuencial y probatorio, es decir que, mediante la recolección de los datos, estos se emplean para probar la hipótesis, con base a la medición numérica y estadística, y así probar dichas teorías (Gallardo, 2017).

En cuanto al enfoque cuantitativo se refiere a la aplicación de métodos como la medición, observación, modelización, experimentación, contrastación y la encuesta de los datos encontrados de las variables de estudio (Ortega, 2018). La presente investigación utiliza el enfoque cuantitativo ya que mediante la recolección de datos de las bananeras de la provincia de los Ríos servirán para realizar las respectivas estadísticas, y análisis.

2.2 Tipo de investigación

2.2.1 Investigación Descriptiva

Este tipo de investigación se efectúa cuando se quiere o desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad, es decir que se tiene como objetivo primordial puntualizar las características de la población que permiten entender el comportamiento del fenómeno de estudio. Es aquella utilizada para manifestar hechos que son nuevos, buscando darle un significado al estudio, obteniendo información del campo estudiado para obtener información verídica de importancia (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020).

Se empleó este tipo de investigación, ya que fueron necesarios para la recolección de información de las empresas bananeras de Los Ríos, los cuáles han sido de mucha utilidad para la parte de los antecedentes, marco teórico, y a su vez estos datos han sido analizados e interpretados para un correcto estudio.

2.2.2 Analítico

Muñoz, (2017) consiste en la descomposición de un objeto en cada una de sus partes, para que de esta forma puedan ser estudiadas y analizadas uno a uno. Compara variables por medio de agrupaciones que gestionen el control y planteamiento de hipótesis para comprobar su veracidad. Busca entender las relaciones existentes por medio de lo que están compuestas (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020).

En este trabajo el método analítico es esencial ya que nos sirve para diagnosticar los problemas que existen en las empresas pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos y de esta manera se puede generar posibles soluciones para poder resolver dichos problemas.

2.2.3 Correlacional

Este tipo de investigaciones pretenden visualizar su relación entre variables, y ver si se relacionan o no y de pronto están vinculadas con fenómenos entre sí (Moreno, 2018). En otras palabras, se dice que, mide variables de manera estadística, para evaluarlas y

entenderlas, sin ser una investigación experimental, optando por el estudio solo de variables internas para mejor precisión (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020).

En la presente investigación se va a correlacionar la variable dependiente con la variable independiente del objeto de estudio y a través de los resultados estadísticos comprobar el grado de relación entre ambas partes.

2.3 Modalidad de investigación

2.3.1 Bibliográfica

Es un factor importante en el desarrollo de trabajos ya sean académicos o científicos, su búsqueda se puede desarrollar mediante revistas, libros, tesis, teniéndolos al alcance de manera virtual o física, usando fuentes verídicas de la información (Martín & Lafuente, 2015). Para este tipo de investigación se utiliza el material de información que contemplan los últimos cinco años con información seleccionada como material significativo en el desarrollo de la investigación. La bibliografía es la estructura, clasificación y descripción de los documentos y fuentes de información que se utilizaron para una investigación unificada, es decir, todo el material utilizado en la preparación de una monografía o trabajo de investigación de cualquier tipo. También se conoce como referencias bibliográficas. Al investigar y generar conocimiento, es importante ser lo más responsable y ético posible (Amezcuca, 2015).

Se empleó la modalidad bibliográfica, la cual fue útil para la elaboración de la parte de los antecedentes, realizar el marco teórico en relación con las variables de estudio; cultura organizacional y la innovación, desde los diferentes puntos de vista de los autores, también es de gran utilidad para poder sustentar la parte de la propuesta.

2.3.2 Investigación de campo

Esta investigación se caracteriza por buscar información del hecho investigado empleando serie de técnicas o instrumentos de datos como son la observación el diseño de

cuestionarios técnicas de entrevista y encuestas y la recolección de muestras y especímenes (Muñoz, 2017). La investigación de campo sirve para la obtención de nuevos conocimientos y es realizada en el lugar donde sucedieron los hechos o fenómenos de estudio a este tipo de investigación se la conoce como in situ debido a que se debe llevar a cabo en el mismo terreno donde acontece o se encuentra el objeto de estudio para que de esta manera el entorno sea más confiable (Cabezas, Andrade, & Torres, 2018).

Se ejecutó la investigación de campo ya que al tener que aplicar las encuestas se llevó a cabo en el lugar de origen, en este caso en la provincia de Los Ríos, en la ciudad de Quevedo.

2.4 Población y muestra

2.4.1 Población

López & Fachelli (2017) La población también conocida como universo son expresiones equivalentes para referirse al conjunto total de elementos que constituyen el ámbito de interés analítico y sobre el cual inferir las conclusiones de nuestro análisis conclusiones de naturaleza estadística y también sustantivas o teóricas. Además, los autores Milagros et al., (2020) afirman que se la puede definir como el conjunto de casos que tiene una serie de especificaciones en común y se encuentran en un espacio determinado cómo es casi imposible analizar toda la población por cuestiones de tiempo y recursos humanos se debe trabajar con una parte llamada muestra. La población para este estudio corresponde a 180 pequeñas y microempresas que se encuentran activas en la provincia de Los Ríos.

2.4.2 Muestra

La muestra es esencialmente un subconjunto de la población. Es decir, es un subconjunto de elementos que pertenecen a este conjunto, que se define en sus características, y al que se le llama población. En realidad, rara vez es posible medir toda la población, por lo que se obtiene o se selecciona una muestra y, por supuesto, se quiere que este subconjunto refleje toda la población. Todas las muestras en el enfoque cuantitativo deben ser

representativas; Por lo tanto, el uso de los términos aleatorio solo denota un tipo de proceso mecánico en relación con la probabilidad y selección de elementos o unidades, pero no aclara el tipo de muestreo o el proceso de muestreo. (Hernández & Fernández, 2015).

La muestra según Gallardo, (2017) manifiesta que es un subconjunto representativo y finito que se extrae de algunas variables o fenómenos de la población. Según el autor Toledo, (2017) menciona que la muestra hace referencia a la parte de la población de interés que refleja las mismas características que la población. La cual se calcula con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{z^2 \cdot P \cdot Q + Ne^2}$$

Dónde:

- **n**= Tamaño de la muestra
- **Z**= Nivel de confianza (1.96)
- **P**= Probabilidad a favor (0.5)
- **Q**= Probabilidad en contra (0.5)
- **N**= Población o universo (180)
- **e**= Nivel de error (5%)

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (180)}{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) + (180)(0,05)^2}$$

$$n = 72.91$$

El tamaño de la muestra es igual a 73 pequeñas y microempresas bananeras.

2.5 Recopilación y procesamiento de la información

2.5.1 Encuesta

La encuesta es un método utilizado para recolectar datos sobre actitudes, creencias u opiniones a través de cuestionarios estandarizados. La técnica de la encuesta es muy utilizada para el procedimiento de la investigación porque permite obtener y la elaboración de datos de forma rápida y eficiente Pozzo & Borgobello (2019). Es decir, la encuesta es una técnica de recopilación de datos que utiliza un cuestionario sobre una muestra de personas. Las encuestas se pueden utilizar para determinar las opiniones, actitudes y comportamiento de los ciudadanos. En una encuesta, a una muestra de personas seleccionadas de acuerdo con un conjunto de reglas científicas se le hace una serie de preguntas sobre uno o más temas que dan como resultado que esa muestra de personas sea seleccionada de acuerdo con un conjunto de reglas científicas que componen esa muestra como un todo, representante de la población en general (Reyes, 2015). La encuesta consta de un total de 14 preguntas, tienen la herramienta de medición según la Escala de Likert con un rango de cinco ítems de respuesta.

2.5.2 Cuestionario

Según Meneses (2017) El cuestionario es una herramienta que permite al investigador plantear un conjunto de preguntas para recoger información estructurada sobre una muestra de personas, empleando el tratamiento cuantitativo y agregado de las respuestas para describir a la población a la que pertenecen y/o contrastar estadísticamente algunas relaciones entre medidas de su interés.

Mientras que el autor Meneses (2017) menciona que el cuestionario se encarga de recopilar información que se dirige a los intereses del investigador, basada en un grupo de personas en la muestra con modelos de consulta estandarizados, de modo que las preguntas para toda la población de la población. El estudio se trata o en ausencia. de muestra. Su utilidad es muy importante porque esta herramienta está alojada en todo tipo de información.

En la presente investigación se aplicó un cuestionario y se realizó un total de 14 preguntas relacionadas a las variables que se analizaron.

2.6 Método de validación con el Alfa de Cronbach

Coefficiente Alfa de Cronbach

Se trata de un índice utilizado para medir la confiabilidad del modelo de consistencia interna de la escala, es decir evaluar la confiabilidad con la que se correlacionan los ítems de un instrumento. Este coeficiente también puede entenderse como una medida de donde una construcción, concepto o factor medido de está presente en cada elemento. (Ventura, 2019)

El coeficiente Alpha de Cronbach requiere el uso del instrumento y produce valores que fluctúan entre 0 y 1. Su ventaja es que no hay necesidad de dividir los elementos del calibre por la mitad, basta con 'aplicar la medida y cálculo del coeficiente. Entre los beneficios de esta medida está la capacidad de para evaluar cómo mejoraría (o empeoraría) la confiabilidad de la prueba si se excluyera cierto elemento (Oviedo & Campo, 2005).

La popularidad del coeficiente alfa de Cronbach se debe a la conveniencia de su uso, ya que solo requiere una prueba de administración. A su vez, tiene la ventaja de ser el promedio de los resultados posibles de la comparación realizada durante división de escalas en mitades. Una de las formas más simples de calcular el valor del alfa de Cronbach es multiplicar el promedio de las correlaciones observadas en elementos por el número de elementos para los cuales se forma una escala, luego se divide el producto por el resultado de totales de 1 más el producto de multiplicar por la media de todas las correlaciones observadas con el resultado de restar de 1 a el número de entradas: $\{a = n.p / 1 p (n- 1)\}$, significando que n es el número de entradas y p es el promedio de todas las correlaciones (Caycho, 2017).

El coeficiente alfa de Cronbach debe tener un mínimo de 0,70. Menor a este valor, la consistencia interna de la escala utilizada es débil. Por su parte, el valor máximo esperado es 0,90; Por encima de este valor se consideran redundancias o duplicados. Varios

elementos miden exactamente el mismo elemento de una estructura; Por lo tanto, los artículos sobrantes deben desecharse. Por lo general, se prefieren valores alfa entre 0,80 y 0,90. Sin embargo, en ausencia de una mejor herramienta, los valores alfa de Cronbach más bajos pueden ser aceptables, teniendo en cuenta esta limitación (Ventura, 2019).

2.6.1 Resultados del Alfa de Cronbach

Gráfico 13 Alfa de Cronbach

Scale: ALL VARIABLES			
Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	73	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	73	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	N of Items		
,809	14		

Elaboración propia a través de SPSS

Para la obtención del coeficiente del Alfa de Cronbach se empleó, el programa SPSS el cual nos arrojó un resultado de 0.809 lo que significa que, si existe una alta confiabilidad en el instrumento de medición, en este caso la encuesta que fue realizada a la muestra de 73 pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de los Ríos.

CAPÍTULO III

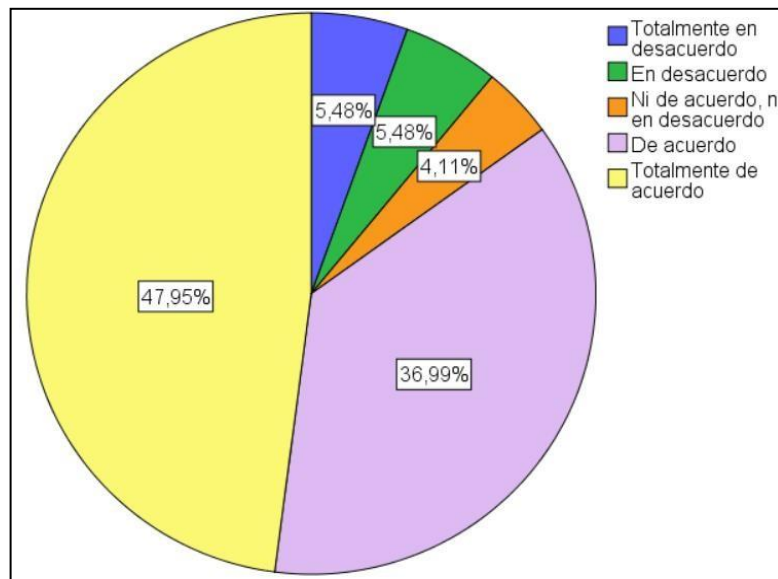
3.1 Análisis de resultados

Por medio de la información recolectada a las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos con la aplicación del instrumento de la Encuesta, conformada con 14 preguntas, se realizó la debida tabulación de los datos obtenidos, continuamente se ejecutó las tablas de frecuencia con sus respectivos gráficos circulares, los cuáles son de gran utilidad para realizar un correcto análisis e interpretación.

A continuación, se procede a realizar los análisis e interpretaciones de las preguntas del cuestionario de la encuesta ubicada en el Anexo 1, la muestra es de 73 pequeñas y microempresas del sector bananero de la provincia de Los Ríos.

1.- ¿Qué tan importante considera que las empresas bananeras definan sus lineamientos, políticas, misión, visión de una manera correcta y enfocada?

Gráfico 14 Resultados acerca de lineamientos, políticas, misión, visión



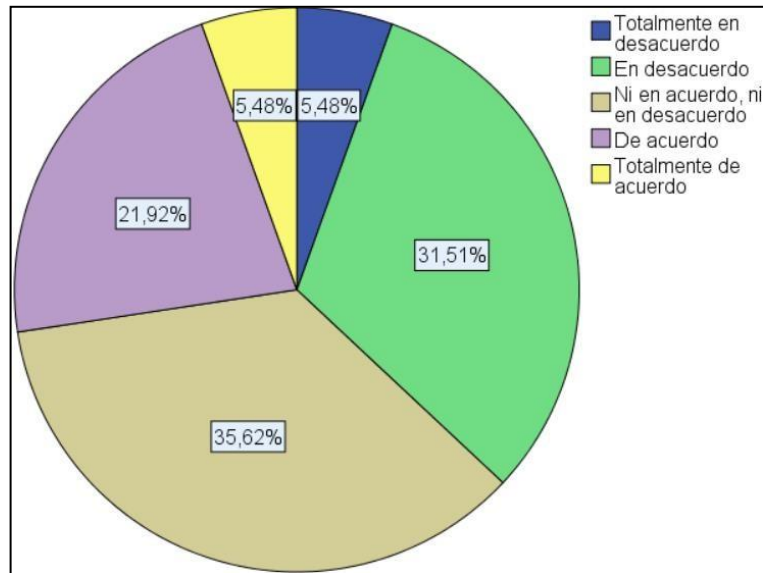
Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos con relación a la definición de lineamientos, políticas, misión, visión de una manera correcta y enfocada, el 47.95% está totalmente de acuerdo, mientras que el 36.99% se encuentra de acuerdo, el 5.48% en desacuerdo, el 5.48% totalmente en desacuerdo y tan sólo el 4.11% no se encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Lo que quiere decir que las empresas bananeras, no implementan, ni definen de manera correcta sus lineamientos, políticas, así como también su misión y visión, esto da como resultado la falta de identidad a cada una de las empresas, ya que, al no definir estos puntos, no se genera confianza a nivel interno, como son los colaboradores al no tener bien definido aspectos que son importantes y necesarios para el equipo de trabajo y manera externa a quien se provee la producción, además de la inexistencia de fundamentos empresariales para poder tomar acción.

2.- ¿Piensa que las empresas bananeras toman en cuenta las ideas, comentarios y sugerencias de sus colaboradores para la toma de decisiones?

Gráfico 15 Resultados toman en cuenta a los colaboradores para tomar decisiones



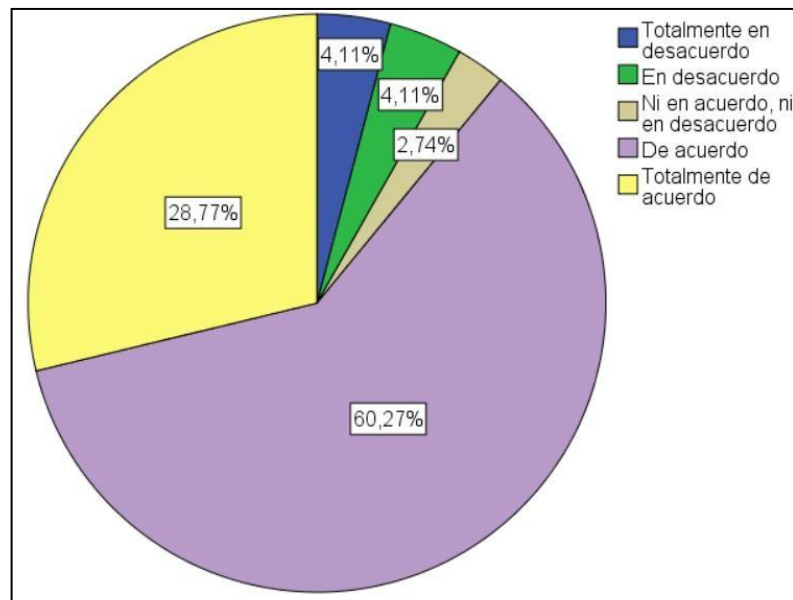
Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos con referencia a tomar en cuenta las ideas, comentarios y sugerencias de los colaboradores para la toma de decisiones, el 32.62% no se encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo, el 31.51% en desacuerdo, el 21.92% se encuentra de acuerdo, el 5.48% totalmente de acuerdo y el 5.48% totalmente en desacuerdo. Lo que quiere decir que las empresas bananeras no toman como prioridad los comentarios o sugerencias que los colaboradores pueden tener, por lo cual esto puede afectar al rendimiento o inclusive a que los colaboradores no se sientan seguros o estables en su lugar de trabajo, por lo mismo el clima organizacional no será el más óptimo al no generar y ambiente de confianza controlado, y puede ser que para algunas decisiones se necesite tomar en cuenta la opinión del colaborador.

3.- ¿Considera que las empresas bananeras desempeñan sus actividades aplicando la ética y moral en su entorno?

Gráfico 16 Resultados acerca de aplican de ética y moral en el entorno



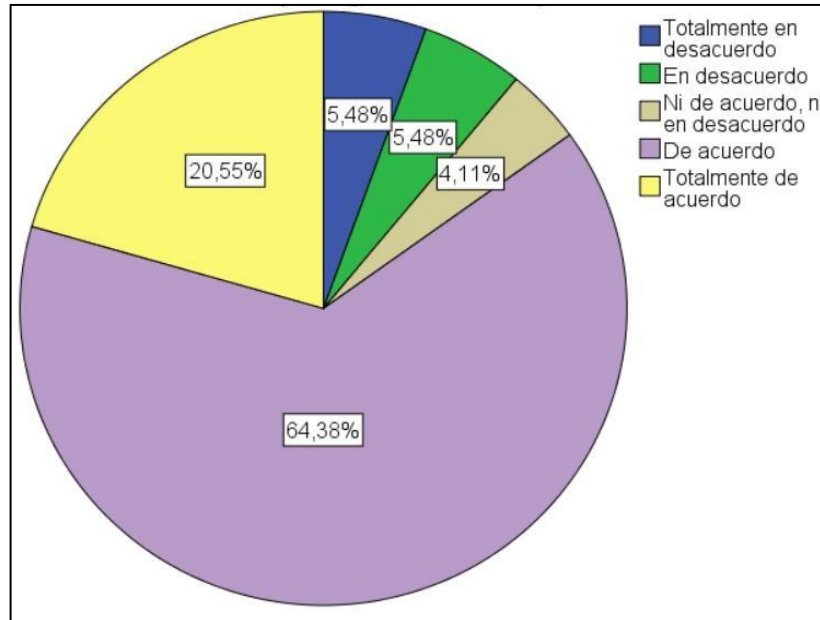
Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos en relación con el desempeño de actividades mediante la aplicación de la ética y moral; el 60.27% se encuentran de acuerdo con su aplicación, mientras que el 28.77% se encuentra totalmente de acuerdo, el 4.11% en desacuerdo, el 4.11% totalmente en desacuerdo y tan solo el 2.74% no se encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Esto quiere decir que las empresas aplican la ética y moral en sus procesos y actividades en un mayor porcentaje, siempre es necesario incrementar la calidad para obtener buenos resultados. Las empresas deben generar actitudes de responsabilidad, comportamiento honesto, así también manteniendo los datos confidenciales de sus clientes para garantizar confiabilidad.

4.- ¿Qué tan buenos considera que son los lazos comunicativos con los colaboradores que se generan en las empresas bananeras?

Gráfico 17 Resultados sobre lazos comunicativos en la empresa



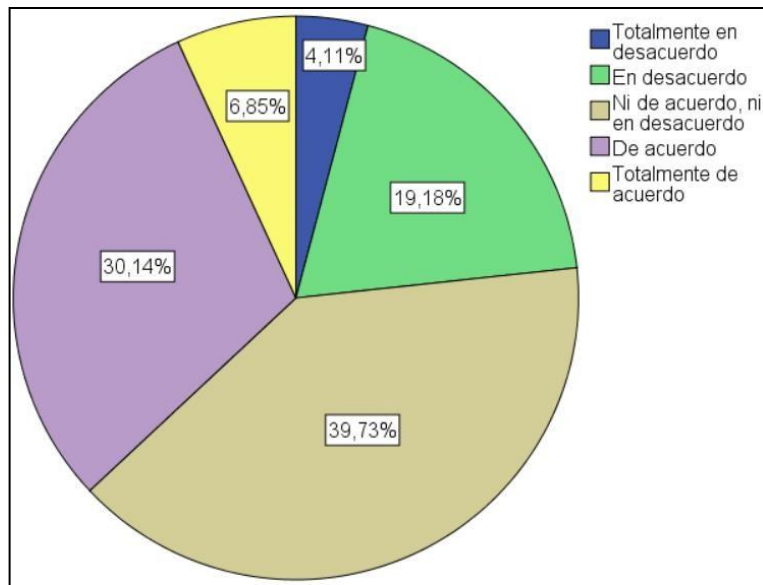
Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos en referencia a los lazos comunicativos que los colaboradores establecen en la organización; el 64.38% se encuentra de acuerdo que los lazos son buenos, mientras que el 20.55% encuentra totalmente de acuerdo, a su vez el 5.48% está en desacuerdo, el 5.48% totalmente en desacuerdo y el 4.11% no se encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Por lo cual es de suma importancia la comunicación en las empresas, ya que sin la misma no se estaría fomentando un ambiente de libre, además de un clima de trabajo integrador, esto podría mejorar la efectividad empresarial, creando soluciones rápidas, mediante las ideas y opiniones debatidas, a su vez el equipo de trabajo podrá tener en cuenta por cual situación está atravesando la empresa.

5.- ¿Las empresas bananeras recompensan y motivan el buen rendimiento de los colaboradores en sus actividades?

Gráfico 18 Resultado sobre la recompensa el buen rendimiento de los colaboradores



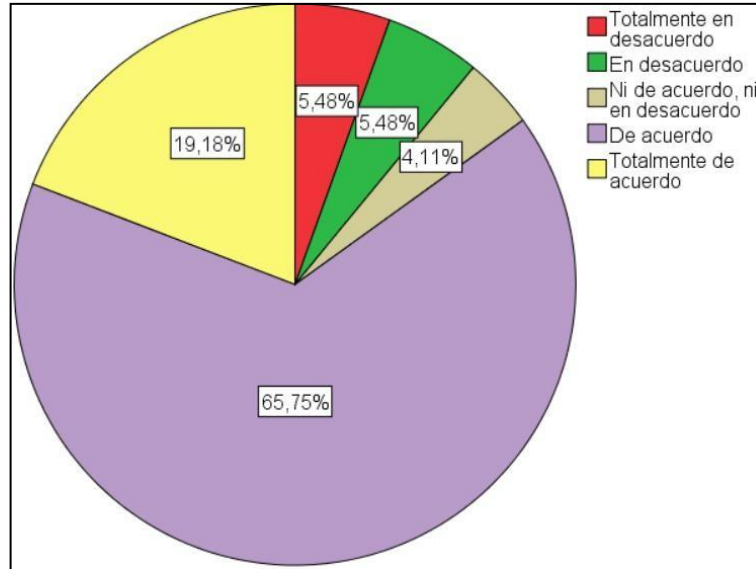
Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos en relación con recompensar y motivar el buen rendimiento de los colaboradores en sus actividades; el 39.73% no se encuentra de acuerdo, ni en desacuerdo, el 30.14% se encuentra de acuerdo, el 19.18% en desacuerdo, el 6.85% se encuentra totalmente de acuerdo y finalmente el 4.11% está en total desacuerdo. Esto quiere decir que las empresas bananeras no recompensan, ni motivan de una forma adecuada el buen rendimiento de los colaboradores en las actividades que eso ellos desempeñan, por lo mismo los colaboradores no muestran eficacia y eficiencia en los procesos que desarrollan, esto resulta de manera desfavorable para la empresa ya que los buenos talentos pueden encontrar mejores oportunidades en la competencia provocando fugas de cerebros.

6.- ¿Cree usted que en las empresas bananeras existe un ambiente laboral cómodo, donde se puede interactuar entre colaboradores y llevar a cabo el trabajo de forma eficaz?

Gráfico 19 Resultados sobre el Ambiente laboral cómodo



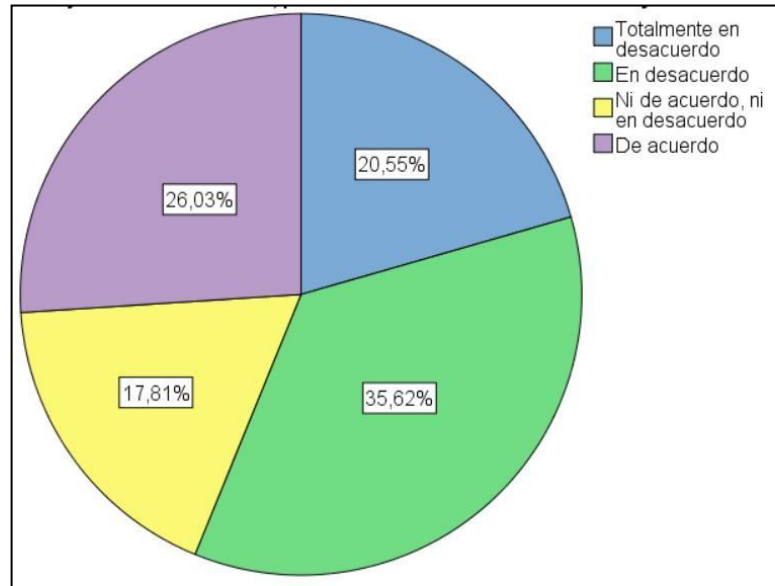
Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos en referencia a la existencia de un ambiente laboral cómodo en la organización donde se pueda interactuar entre colaboradores para el desarrollo de un trabajo eficaz; el 65.75% se encuentran de acuerdo, el 19.18% totalmente de acuerdo, 5.48% en desacuerdo, 4.48% totalmente en desacuerdo y el 4.11% ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Esto quiere decir que es muy importante la interacción entre los distintos cargos, para el desarrollo de un trabajo óptimo, brindando soporte a las actividades complementarias para que cada una de las empresas incrementen su trabajo de forma eficaz.

7.- ¿Las empresas bananeras plantean nuevas estrategias que buscan un mejoramiento constante, para satisfacer necesidades internas y externas?

Gráfico 20 *Planean estrategias para la mejora continua*



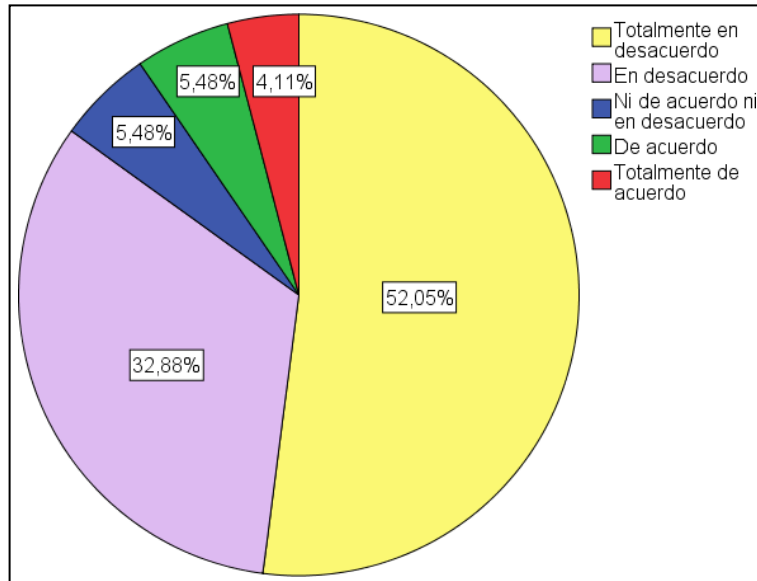
Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos en relación con el planteamiento de nuevas estrategias en busca de un mejoramiento constante, satisfaciendo necesidades internas y externas; el 35.62% están en desacuerdo, el 26.03% de acuerdo, el 20.55% totalmente en desacuerdo, 17,81% ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Esto muestra que las empresas bananeras carecen de desarrollo de estrategias por lo cual se podría generar pérdidas de oportunidades, necesidad en la planificación, ausencia de competitividad, y desperdicio o inadecuada asignación de recursos, evitando que se cumplan las metas propuestas y mostrando resultados desfavorables.

8.- ¿Las empresas bananeras impulsan a la creación de una cultura de innovación para generar una adecuada competitividad?

Gráfico 21 *Creación de una cultura innovadora*



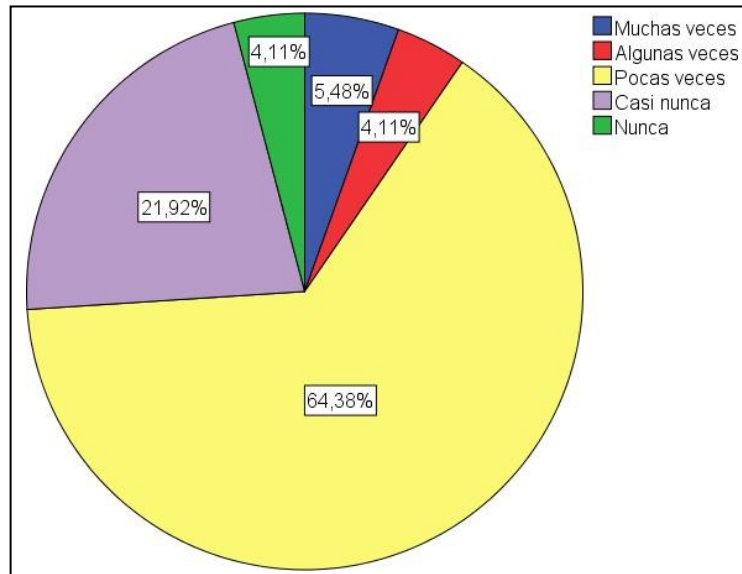
Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos en relación con la creación de una adecuada cultura de innovación y así generar competitividad; el 52.05% están totalmente de desacuerdo, el 32.89% en desacuerdo, 5.48% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 5.48% de acuerdo y tan sólo el 4.11% está totalmente de acuerdo. Lo que significa que existe un gran problema en la mayoría de estas empresas, ya que no observan la debida importancia al generar una correcta cultura innovadora y esto provoca que se vuelvan incompetentes y no generar ningún tipo de mejora en ningún aspecto dentro de la organización y no poder alcanzar sus metas planteadas.

9.- Las empresas bananeras para realizar la innovación ¿Cuentan con recursos humanos, financieros y materiales necesarios?

Gráfico 22 Resultados sobre recursos humanos, financieros, material para innovar



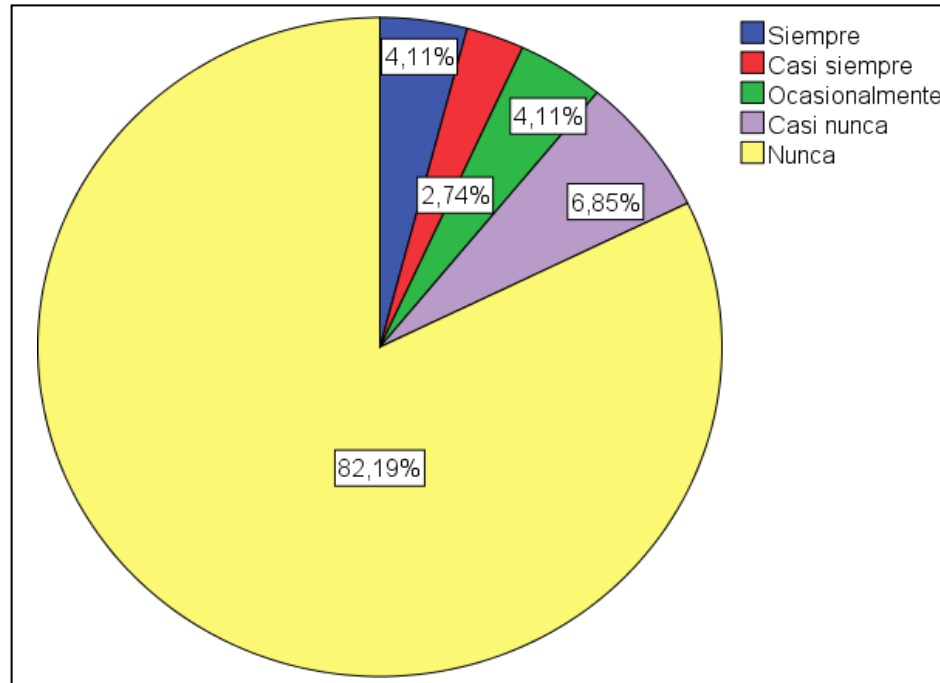
Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos en referencia a contar con los recursos necesarios ya sea humanos, financieros, materiales para realizar la innovación en la organización; el 64.36% muchas veces cuentan con los recursos, el 21.92% algunas veces, 5.49% pocas veces, 4.11% casi nunca y el 4.11% nunca. Lo que significa que la gran parte de estas organizaciones no pueden realizar la innovación por motivos de carencia de recursos, es un punto muy importante que se debe tomar en cuenta ya que sin financiamiento es difícil invertir en innovación y como son pequeñas y microempresas se le dificulta poder solventar estos costos.

10. ¿Las empresas bananeras introducen innovaciones o mejoras significativas en los procesos de marketing y ventas?

Gráfico 23 Resultados sobre innovación en procesos de marketing y ventas



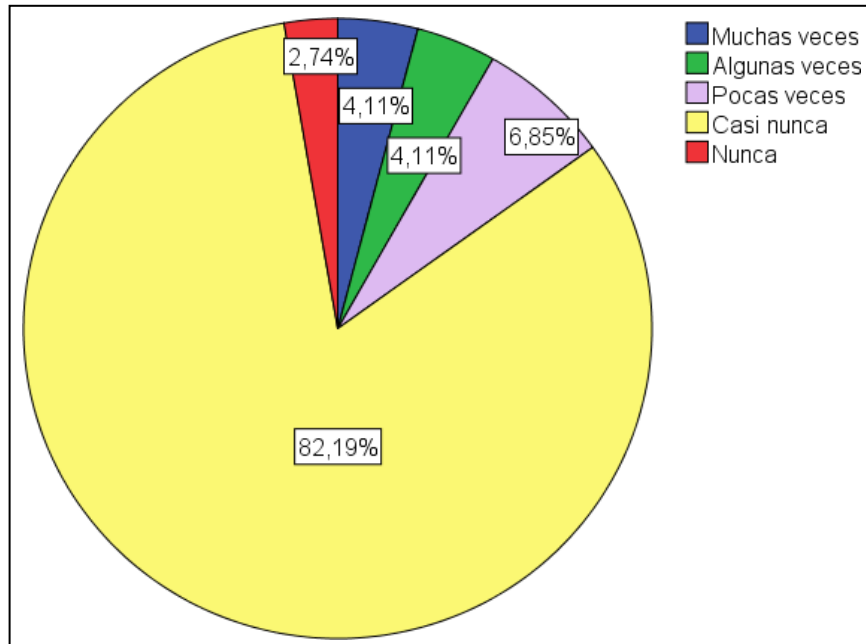
Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos con relación a la introducción de innovaciones o mejoras significativas en los procesos de marketing y ventas dentro de la organización, el 82.19% nunca ha realizado innovación en este campo, el 6.85% casi nunca, el 4.11% ocasionalmente, el 4.11% casi siempre y tan sólo el 2.74% siempre. Lo que indica que más del 90% no han realizado ningún tipo de innovación en marketing ni en ventas, lo cual es malo ya que no tienen peso dentro del mercado, no destacan y esto incide en que pasen desapercibidas en el mercado, causando bajas ventas y un bajo desenvolvimiento operacional.

11.- ¿Las empresas bananeras han realizado en este año, algún tipo de modificaciones o mejoras significativas tanto en servicios/productos como en los procesos de producción?

Gráfico 24 Resultados sobre innovación en servicios, productos y procesos



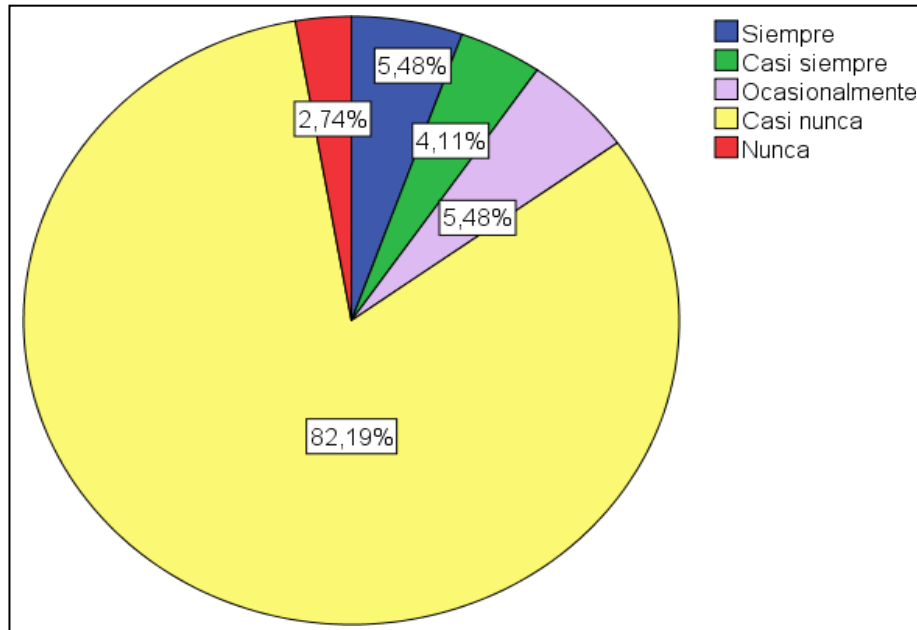
Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos en referencia a la realización de modificaciones o mejoras significativas tanto en los servicios y productos como en los procesos de producción durante este año; el 82.9% lo realizó casi nunca, el 6.85% pocas veces, el 4.11% algunas veces, el 4.11% muchas veces y el 2.74% nunca. Lo que quiere decir que muy pocas empresas conocen y ponen en práctica, la importancia de realizar innovaciones en los servicios, productos y los procesos dentro de las pequeñas y microempresas bananeras, lo cual les brinda mayores oportunidades de aceptación dentro de mercado, aumentar las ventas y generar más utilidades al contrario de quienes no toman en consideración la importancia de las innovaciones.

12.- ¿Las empresas bananeras invierten en el desarrollo de las competencias y la actualización de los conocimientos de sus empleados, para hacer frente a los cambios innovadores?

Gráfico 25 Resultados sobre desarrollo de competencias y actualización de conocimientos



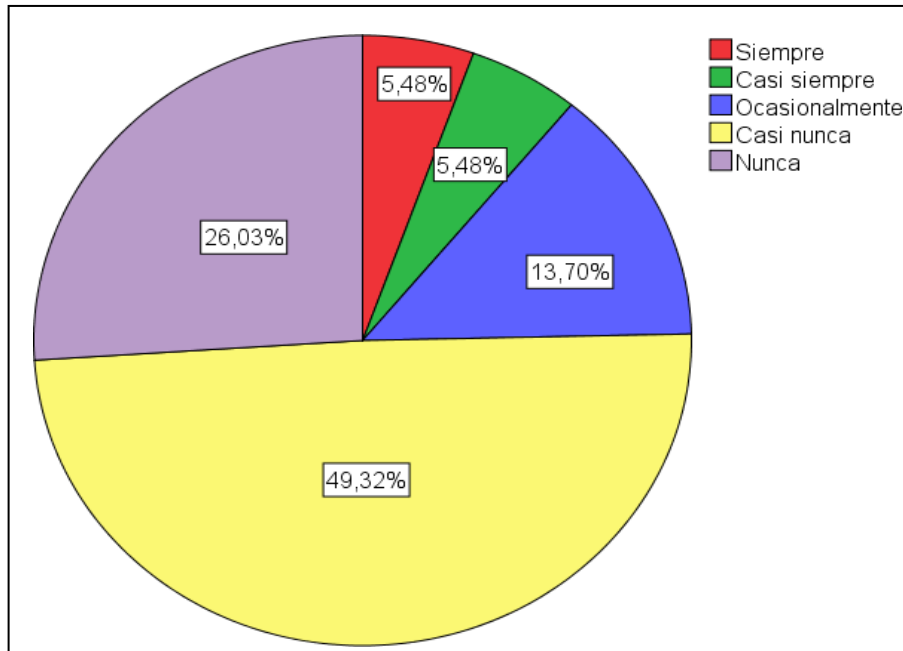
Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos en relación en invertir en el desarrollo de las competencias y actualización de los conocimientos de los empleados, para hacer frente a los cambios innovadores en la organización, el 82.19% casi nunca lo han hecho, el 5.48% en ocasiones, 5.48% Casi siempre, y el 2.74% nunca lo han realizado. Lo que indica que la gran mayoría de estas empresas no considera necesario invertir en su capital humano, y esto trae múltiples consecuencias ya que sus conocimientos no son actualizados, la productividad decae, poca eficacia en las actividades a desempeñar, pésima cultura organizacional, etc. Lo que da como consecuencia que el personal no este apto para reaccionar frente a los posibles cambios innovadores que se realicen en las organizaciones.

13.- ¿Las empresas bananeras destinan el presupuesto necesario para el desarrollo de las actividades de innovación?

Gráfico 26 Resultados acerca del presupuesto para desarrollo de actividades innovadoras



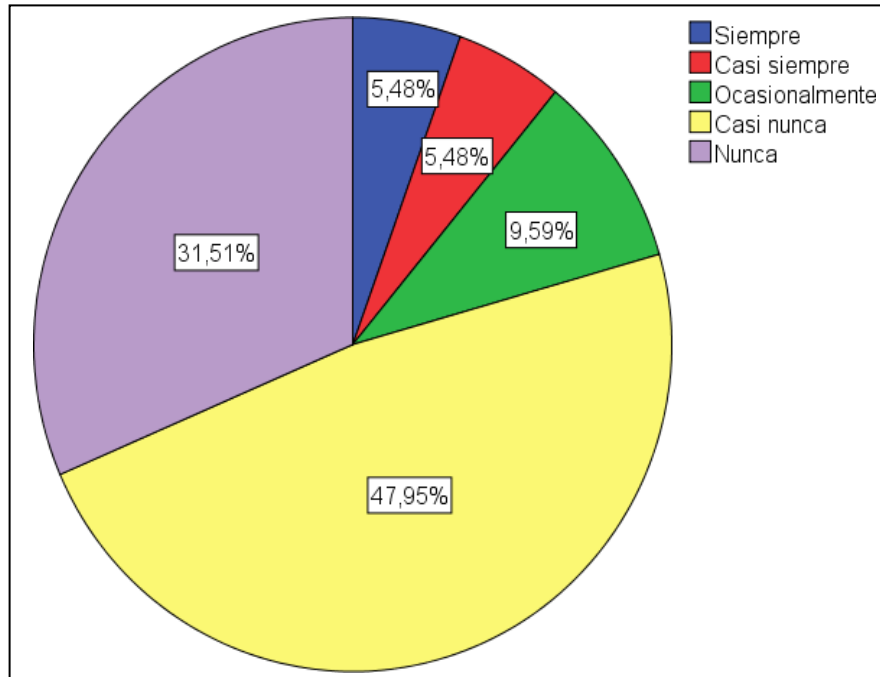
Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos en relación con destinar un presupuesto para así desarrollar actividades innovadoras dentro de la organización; el 49.32% Casi nunca han destinado presupuesto, el 26.03% nunca, el 13.70% ocasionalmente, 5.48% casi siempre y el otro 5.48% siempre. Lo que quiere decir que más de la mitad de estas empresas no destinan ni un solo centavo para el desarrollo de actividades de innovación, lo cual es un punto en contra para los pequeños productores del banano, porque no pueden invertir en maquinaria, marketing, logística, tecnología y sin ninguno de estos recursos es casi imposible realizar algún tipo de innovación dentro de las empresas.

14.- ¿Las empresas bananeras tienen estrategias proactivas que se anticipan a los cambios que se producen en el mercado?

Gráfico 27 Resultados acerca de estrategias proactivas para anticiparse a los cambios



Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de las pequeñas y microempresas bananeras de la provincia de Los Ríos con referencia a las estrategias proactivas que tiene la organización para anticiparse a los cambios constantes que se producen en el mercado, el 47.95% casi nunca han tenido estrategias proactivas, el 31.51% nunca, el 9.59% ocasionalmente, el 5.48% casi siempre y el 5.48% siempre. Lo que se manifiesta que la gran mayoría de estas empresas carecen de estrategias proactivas lo cual les pone en desventaja con la competencia, ya que sí al ser conscientes, el mercado es muy volátil y la exigencia de los clientes cada vez son más estrictas, y al no poseer dichas estrategias causa que no se esté preparados para posibles problemas o amenazas a futuro y no sepan que medidas o acciones tomar al respecto y pueden causar graves consecuencias.

3.2 Verificación de hipótesis

3.2.1 Hipótesis

La hipótesis es una proposición, un supuesto o enunciado que los investigadores formulan como una respuesta, tentativo o resultado razonable. Esta respuesta es una tentativa a un problema de investigación, que se debe comprobar para determinar su validez y el tipo de relación que existe entre las variables en forma de proposición o suposiciones (Sánchez, Reyes, & Mejía, 2018).

A continuación, se plantea la hipótesis nula (H_0) y la hipótesis alternativa (H_1):

H_0 = No existe correlación entre la cultura organizacional en la innovación de las empresas del sector bananero de la provincia de Los Ríos.

H_1 = Si existe correlación entre la cultura organizacional en la innovación de las empresas del sector bananero de la provincia de Los Ríos.

3.2.2 Aplicación del método de Correlación de Rho Spearman

Se puede definir el coeficiente de Rho de Spearman como un estimador de carácter no paramétrico el cuál se puede utilizar en casos donde las variables que son examinadas son ordinales, y se caracterizan por no tener criterios de normalidad o el diagrama de dispersión no muestra una relación lineal entre las variables es decir cuando no se puede aplicar el coeficiente de correlación de Pearson. Es decir, este coeficiente estima la intensidad de relación entre las variables (Santabárbara, 2019).

Para calcular el coeficiente de correlación rho de Spearman según (Triola, 2013):

La forma más sencilla de calcular el coeficiente de Rho de Spearman es transformar los valores originales de las variables en sus rangos y, con ellos, calcular el coeficiente de correlación de Pearson, en el supuesto de que existan empates. Si no existen partes entre los rangos para ninguna de las dos variables, la correlación se puede obtener calculando la diferencia de los rangos de X e Y (d), y aplicando la siguiente expresión:

$$rho = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Interpretación del coeficiente de correlación

Tabla 7 Coeficiente de correlación de Spearman

Valor	Criterio
$R = 1,00$	Correlación grande, perfecta y positiva
$0,90 \leq r < 1,00$	Correlación muy alta
$0,70 \leq r < 0,90$	Correlación alta
$0,40 \leq r < 0,70$	Correlación moderada
$0,20 \leq r < 0,40$	Correlación muy baja
$r = 0,00$	Correlación nula
$r = -1,00$	Correlación grande, perfecta y negativa

Fuente: (Santabárbara, 2019)

3.2.3 Cálculo Estadístico

Mediante el programa SPSS se realizó la correlación de Spearman a partir de la muestra general de 73 pequeñas y microempresas bananeras del sector bananero de la provincia de Los Ríos, según este análisis estadístico la correlación obtenida es moderada, como se observa en el siguiente resumen.

Donde:

H_0 : $r = 0$, No existe Correlación

H_1 : $r \neq 0$, Sí existe correlación

Tabla 8 Correlación Rho Spearman en SPSS

		1.- ¿Que tan importante considera que las empresas bananeras definan sus lineamientos, políticas, misión, visión de una manera correcta y enfocada?	2.- ¿Piensa usted que las empresas bananeras toman en cuenta las ideas, comentarios y sugerencias de sus colaboradores para la toma de decisiones?	3.- ¿Considera que las empresas bananeras desempeñan sus actividades aplicando la ética y moral en su entorno?	4.- ¿Qué tan buenos considera que son los lazos comunicativos con los colaboradores que se generan en las empresas bananeras?	5.- ¿Las empresas bananeras recompensan y motivan el buen rendimiento de los colaboradores en sus actividades?	6.- ¿Cree usted que en las empresas bananeras existe un ambiente laboral cómodo, donde se puede interactuar y llevar a cabo el trabajo de forma eficaz?	7.- ¿Las empresas bananeras plantean nuevas estrategias que buscan un mejoramiento constante, para satisfacer necesidades internas y externas?	8.- ¿Las empresas bananeras impulsan a la creación de una cultura de innovación para generar una adecuada competitividad?	9.- Las empresas bananeras para realizar la innovación ¿Cuentan con recursos humanos, financieros y materiales necesarios?	10.- ¿Las empresas bananeras introducen innovaciones o mejoras significativas en los procesos de marketing y ventas?	11.- ¿Las empresas bananeras han realizado en este año, algún tipo de modificaciones o mejoras significativas tanto en servicios/productos como en los procesos de marketing y ventas?	12.- ¿Las empresas bananeras invierten en el desarrollo de las competencias y la actualización de los conocimientos de sus empleados, para hacer frente a los cambios innovadores?	13.- ¿Las empresas bananeras destinan el presupuesto necesarios para el desarrollo de las actividades de innovación?	14.- ¿Las empresas bananeras tienen estrategias proactivas que se anticipan a los cambios que se producen en el mercado?		
0	1.- ¿Que tan importante considera que las empresas bananeras definan sus lineamientos, políticas, misión, visión de una manera correcta y enfocada?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	1,000	,036	,218	,549**	-,155	,384**	-,032	-,447**	,259*	,683**	,453**	,405**	,562**	,505**	
				,762	,064	,000	,192	,001	,786	,000	,027	,000	,000	,000	,000	,000	
				73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
	2.- ¿Piensa usted que las empresas bananeras toman en cuenta las ideas, comentarios y sugerencias de sus colaboradores para la toma de decisiones?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,036	1,000	,061	,059	,009	,223	,195	,026	,232*	,030	,300**	,378**	,058	,031	
					,762	,609	,619	,939	,058	,098	,829	,048	,801	,010	,001	,625	,793
					73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
	3.- ¿Considera que las empresas bananeras desempeñan sus actividades aplicando la ética y moral en su entorno?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,218	,061	1,000	,538**	-,352**	,388**	,101	-,493**	,092	,482**	,196	,312**	,368**	,364**	
					,064	,609	,000	,002	,001	,397	,000	,437	,000	,097	,007	,001	,002
					73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
	4.- ¿Qué tan buenos considera que son los lazos comunicativos con los colaboradores que se generan en las empresas bananeras?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,549**	,059	,538**	1,000	-,208	,442**	,172	-,565**	,206	,694**	,444**	,338**	,443**	,488**	
					,000	,619	,000	,077	,000	,146	,000	,081	,000	,003	,000	,000	
					73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	
	5.- ¿Las empresas bananeras recompensan y motivan el buen rendimiento de los colaboradores en sus actividades?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	-,155	,009	-,352**	-,208	1,000	-,099	,096	,216	,328**	-,303**	,007	,077	-,100	-,067	
					,192	,939	,002	,077	,402	,419	,066	,005	,009	,955	,519	,401	,573
					73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
	6.- ¿Cree usted que en las empresas bananeras existe un ambiente laboral cómodo, donde se puede interactuar y llevar a cabo el trabajo de forma eficaz?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,384**	,223	,388**	,442**	-,099	1,000	,049	-,517**	,303**	,644**	,392**	,449**	,489**	,418**	
				,001	,058	,001	,000	,402	,681	,000	,009	,000	,001	,000	,000		
				73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73		
7.- ¿Las empresas bananeras plantean nuevas estrategias que buscan un mejoramiento constante, para satisfacer necesidades internas y externas?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	-,032	,195	,101	,172	,096	,049	1,000	-,013	-,007	,081	,237*	,264*	,047	,028		
				,786	,098	,397	,146	,419	,681	,916	,956	,495	,044	,024	,694	,815	
				73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73		
8.- ¿Las empresas bananeras impulsan a la creación de una cultura de innovación para generar una adecuada competitividad?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	-,447**	,026	-,493**	-,565**	,216	-,517**	-,013	1,000	-,104	-,595**	-,329**	-,331**	-,365**	-,521**		
				,000	,829	,000	,066	,000	,916	,381	,000	,005	,004	,001	,000		
				73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73		
9.- Las empresas bananeras para realizar la innovación ¿Cuentan con recursos humanos, financieros y materiales necesarios?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,259*	,232*	,092	,206	,328**	,303**	-,007	-,104	1,000	,197	,104	,168	,233*	,279*		
				,027	,048	,437	,081	,005	,009	,956	,381	,094	,379	,154	,047	,017	
				73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73		
10.- ¿Las empresas bananeras introducen innovaciones o mejoras significativas en los procesos de marketing y ventas?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,683**	,030	,482**	,694**	-,303**	,644**	,081	-,595**	,197	1,000	,635**	,491**	,686**	,666**		
				,000	,801	,000	,000	,009	,000	,495	,000	,094	,000	,000	,000		
				73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73		
11.- ¿Las empresas bananeras han realizado en este año, algún tipo de modificaciones o mejoras significativas tanto en servicios/productos como en los procesos de marketing y ventas?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,453**	,300**	,196	,444**	,007	,392**	,237*	-,329**	-,104	,635**	1,000	,855**	,459**	,438**		
				,000	,010	,097	,000	,955	,001	,044	,005	,379	,000	,000	,000		
				73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73		
12.- ¿Las empresas bananeras invierten en el desarrollo de las competencias y la actualización de los conocimientos de sus empleados, para hacer frente a los cambios innovadores?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,405**	,378**	,312**	,338**	,077	,449**	,264*	-,331**	,168	,491**	,855**	1,000	,343**	,406**		
				,000	,001	,007	,003	,519	,000	,024	,004	,154	,000	,000	,003		
				73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73		
13.- ¿Las empresas bananeras destinan el presupuesto necesarios para el desarrollo de las actividades de innovación?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,562**	,058	,368**	,443**	-,100	,489**	,047	-,365**	,233*	,686**	,459**	,343**	1,000	,517**		
				,000	,625	,001	,000	,401	,000	,694	,001	,047	,000	,000	,003		
				73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73		
14.- ¿Las empresas bananeras tienen estrategias proactivas que se anticipan a los cambios que se producen en el mercado?	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,505**	,031	,364**	,488**	-,067	,418**	,028	-,521**	,279*	,666**	,438**	,406**	,517**	1,000		
				,000	,793	,002	,000	,573	,000	,815	,000	,017	,000	,000	,000		
				73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73		

Elaboración propia en SPSS

3.3 Análisis e interpretación de los resultados

A continuación, se interpretará los resultados más significativos de la correlación de Spearman:

Análisis e interpretación pregunta 11 y 12

A través de la correlación de Road Spearman, se presenta una asociación moderada en la variable cultura organizacional y la innovación, se identifica que las empresas muestran una correlación entre la pregunta 11 y 12, en donde se plantean modificaciones o mejoras significativas en productos y servicios, como en los procesos de producción con relación a la inversión de desarrollo de competencias y actualización de conocimientos en el personal.

Se concluyó que las empresas bananeras actualmente han realizado modificaciones o mejoras significativas en productos y servicios, como en cada uno de los procesos de producción, así como también para actualizar a los colaboradores en sus conocimientos para que sean capaces de generar cambios innovadores para poder hacer frente a los cambios, tomando buenas decisiones, esto se muestra mediante el coeficiente de correlación con un valor de 0.855.

Análisis e interpretación pregunta 4 y 10

A través de la correlación de Rho Spearman, se presenta una asociación moderada en la variable cultura organizacional y la innovación, se identifica que las empresas muestran una correlación entre la pregunta 4 y 10, en donde se toma en cuenta los lazos comunicativos con los colaboradores dentro de la empresa, con relación a introducir innovaciones o mejoras significativas en los procesos de marketing y ventas.

Se concluyó que las empresas bananeras generan buenos lazos en la comunicación empresarial con los colaboradores, de esta manera se muestra importancia en que las empresas también introducen innovaciones o mejoras significativas en cada proceso de marketing y ventas para la mejora del rendimiento, esto se muestra mediante el coeficiente de correlación con un valor de 0.694.

Análisis e interpretación pregunta 10 y 13

De acuerdo con la correlación de Rho Spearman, se presenta una asociación moderada en las dos variables y se identifica que las empresas muestran una correlación entre la pregunta 10 y 13, en se menciona el introducir innovaciones o mejoras significativas en los procesos de marketing y ventas y el presupuesto destinado en el desarrollo de actividades de innovación.

Se identificó que las empresas bananeras introducen mejoras significativas en los procesos de marketing y ventas, ya que son un factor esencial para el funcionamiento de las empresas, por lo cual se destina un presupuesto adecuado para que se desarrollen actividades de innovación, mostrándose mediante un coeficiente de correlación de 0.686.

Análisis e interpretación pregunta 1 y 10

De acuerdo con la correlación de Rho Spearman, se presenta una asociación moderada en las dos variables y se identifica que las empresas muestran una correlación entre la pregunta 1 y 10, en donde se toma en cuenta la importancia de definir de manera adecuada,

cada uno de los lineamientos, políticas, misión y visión con relación a introducir innovaciones o mejoras significativas en los procesos de marketing y ventas.

Se identificó que las empresas bananeras tienen bien definidos los lineamientos, así como también sus políticas, la visión y su misión, por lo cual se toma importancia en que las empresas introduzcan innovaciones o mejoras significativas en cada proceso de marketing y ventas para un mejor desempeño, esto se muestra mediante el coeficiente con 0.683 de correlación.

Análisis e interpretación pregunta 10 y 14

A través de la correlación de Rho Spearman, se presenta una asociación moderada en las dos variables y se identifica que las empresas muestran una correlación entre la pregunta 10 y 14, en donde se toma en la innovación que se introducen en las empresas, buscando mejoras significativas en los procesos de marketing y ventas, con relación a la creación de estrategias proactivas que se anticipen a los cambios que se pueden dar en el mercado.

Se identificó que las empresas bananeras si introducen innovaciones en busca de mejoras significativas en cada proceso de marketing y ventas por lo cual plantean estrategias proactivas, en las cuales se presenten en posibles escenarios de cambios y cuál sería la acción más acertada que se puede tomar, mostrándose con un coeficiente de correlación de 0.666.

Análisis e interpretación pregunta 6 y 10

Mediante la correlación de Rho Spearman, se presenta una asociación moderada en las dos variables del proyecto y se identifica que las empresas muestran una correlación entre la pregunta 6 y 10, en donde se un ambiente laboral cómodo, donde exista la interacción para poder desempeñar y el trabajo de una manera eficaz, con relación a introducir innovaciones o mejoras significativas en los procesos de marketing y ventas.

Se identifica que las empresas bananeras se manejan en un ambiente laboral cómodo en el cual mediante la interacción se lleva a cabo el trabajo de manera eficaz, encaminados siempre a mejorar cada proceso y resultado, por lo cual se toma importancia en que las

empresas introduzcan innovaciones o mejoras significativas en los procesos de marketing y ventas para una mejora continua, con un coeficiente de 0.644 de correlación.

En virtud que se han presentado la mayor cantidad de correlaciones con este porcentaje, se acepta la H_1 = Si existe correlación entre la cultura organizacional en la innovación de las empresas del sector bananero de la provincia de Los Ríos. Lo que significa que las pequeñas empresas bananeras se ven en la necesidad de invertir en maquinaria actualizada, actualización de conocimientos, innovación en marketing, procesos y productos. Todo ello se ve reflejado en el rendimiento y productividad por medio de la generación de ventajas competitivas.

CAPÍTULO IV

4 PROPUESTA

Aplicación del Modelo de Responsabilidad Social Corporativa derivado del proyecto de investigación denominado: “Desarrollo de un modelo conceptual de Responsabilidad Social en los procesos productivos y de comercialización para las empresas productoras bananeras”.

4.1 Objetivos

4.1.1 Objetivo general

- Determinar las actividades de Responsabilidad Social Corporativa que constan en el modelo propuesto

4.1.2 Objetivos específicos

- Describir los resultados del diagnóstico dentro del segmento de empresas bananeras pequeñas
- Determinar las prácticas laborales en las empresas bananeras pequeñas
- Vincular los resultados del diagnóstico de las empresas bananeras pequeñas con la aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa en su gestión.

Tabla 9 Modelo de Responsabilidad Social Corporativa

ENTRADA	DIAGNÓSTICO	PROCESO	SALIDA
Empresas bananeras Procesos productivos y de comercialización		Prácticas laborales. Prácticas justas de operación. Prácticas justas de desarrollo de la comunidad Prácticas de medioambiente.	RESULTADOS Empresas con nivel inicial de responsabilidad social. Empresas con nivel de madurez de responsabilidad social.

Fuente: Proyecto de Investigación “Desarrollo de un modelo conceptual de Responsabilidad Social en los procesos productivos y de comercialización para las empresas productoras bananeras” (2018).

El modelo propuesto identifica aspectos importantes a tratar y son; las entradas donde se estudiará los procesos de siembra y cosecha, se discutirá las debilidades de las pequeñas empresas bananeras de Los Ríos con los resultados de la herramienta de medición que es la encuesta, después se buscará posibles soluciones a cada uno estas inconsistencias por medio de la ISO 26000; 2010 que trata sobre la Responsabilidad Social Corporativa.

La Responsabilidad Social Corporativa plasmada en ISO 26000; 2010, es una Norma Internacional que trata sobre el desempeño de una empresa y el peso que tiene con la sociedad y su impacto con el medioambiente, con el único fin de que las empresas sean socialmente responsables, y así generar un desarrollo sostenible.

ENTRADA

La provincia de Los Ríos es reconocida a nivel nacional por ser la mayor productora de banano y de excelente calidad ya que posee tierras muy fértiles gracias a la cantidad de ríos, canales y su clima tropical que lo hace una zona idónea para la agricultura.

La capacidad de producción de banano en esta provincia supera más de las 50 mil hectáreas de banano, este sector agrícola genera gran cantidad de empleo para su sociedad, y permite a sus colaboradores llevar sustento a sus hogares.

En esta investigación el universo es de 180 empresas pequeñas que pertenecen a los pequeños productores de banano, lo que equivale a más de 2 mil hectáreas de producción de banano, es decir en cada hectárea existe alrededor de 1472 plantas de banano.

Al fomentar el fortalecimiento de los pequeños productores, se puede llevar a cabo la iniciativa de la asociatividad y creación de asociación por medio de la Economía, Popular y Solidaria (EPS), teniendo como fin, el bienestar común, responsabilidad social, ambiental, un comercio justo y responsable.

Las ciudades con mayor número de pequeños productores de banano dentro de la provincia de Los Ríos, teniendo como universo un total de 180 pequeñas empresas bananeras:

Quevedo	25%	equivale a 45 pequeñas empresas
Babahoyo	15%	equivale a 27 pequeñas empresas
Valencia	50%	equivale a 90 pequeñas empresas
Vinces	10%	equivale a 18 pequeñas empresas

Tabla 10 *Entrada y Diagnóstico: Proceso de siembra*

Proceso de siembra	Definición	Diagnóstico
A. Preparación del terreno	Seleccionar un terreno plano y húmedo, que cuente con fuentes de agua, factibilidad para realizar distribución de canales y drenaje	El 10.96% de las pequeñas empresas productoras de banano no proporcionan unas buenas prácticas laborales y responsabilidad social.
B. Siembra	Selección de semillas, preparación de los hoyos con profundidad de 0.30 a 0.40m, Distribución de cada planta 2.5m aproximadamente. Se coloca abono en cada hoyo 2.5 kg por hoyo, y sembrar.	El 31.51% de las pequeñas empresas bananeras no toman en consideración los comentarios, y sugerencias de sus colaboradores con respecto al proceso de siembra, ellos con sus conocimientos pueden contribuir a una siembra más eficiente.
C. Fertilización y Riego	A partir de la tercera y quinta semana se emplea fertilizantes ricos en potasio y nitrógeno, con un riego adecuado para el buen desarrollo de la planta.	El 82.15% de las empresas bananeras casi nunca invierten en capacitaciones y actualización de conocimientos con respecto al uso de productos químicos, orgánicos, cuidado del agua.

D. Deshijado y deshojado	A las 12 semanas se deshija y se deja entre 2 a 4 hijos con mejor aspecto para la futura producción. El deshojado es necesario para eliminar hojas secas para el buen desarrollo de la planta.	Un 19.18% de las empresas bananeras no fomentan un ambiente laboral adecuada para realizar estas actividades de manera eficaz.
--------------------------	--	--

Elaboración propia

Tabla 11 *Entrada y Diagnóstico: Proceso de cosecha*

Proceso de cosecha	Pasos	Diagnóstico
A. Calibración y cosecha	<p>El enfunde se realiza mediante el indicador del color de la cinta, llevando un control exhaustivo de la fruta seleccionada.</p> <p>El banano debe encontrarse en estado verde, para consecuentemente ser madurado en cámaras de maduración, con una estricta programación.</p> <p>El control del grado de la fruta se realiza por medio del calibrado</p>	El 23.06% de las empresas bananeras no generan nuevas estrategias para el proceso de cosecha de banano y no se interesan por el mejoramiento continuo.

<p>B. Corte</p>	<p>Cuando se realiza el corte cada racimo es calibrado, cortándose los lados del tallo, con forma de V. Antes de colgar la fruta debe ser cubierto con plástico, con el propósito de que el corte no ensucie de látex la fruta.</p>	<p>El 82.19% de las empresas bananeras no han realizado ningún tipo de innovación en los procesos, en este último año.</p>
<p>C. Recibida de racimos</p>	<p>El conteo nos permite seleccionar la fruta cosechada, teniendo su debida importancia en el lavado bajo presión de agua, limpiando y quitando la presencia de insectos cuarentenarios.</p>	<p>El 31.51% de las empresas bananeras no desarrollan nuevas estrategias proactivas para este proceso.</p>
<p>D. Desflore</p>	<p>El proceso de limpieza de las flores del banano debe realizarse de abajo hacia arriba, para no contaminar con látex la fruta, ya que al desprenderse el péndulo</p>	<p>El 31.51% de las empresas bananeras no se preocupan por realizar nuevas estrategias para este proceso.</p>

	de la flor pueden quedar restos.	
E. Desmane	Al momento de separar las manos del raquis, es necesario que los utensilios como el curvo y la cuchareta o espátula estén bien afilados, ya que debe maltratar lo menos posible el racimo.	El 39.73% de las pequeñas empresas productoras de banano no motivan, ni recompensan de manera apropiada el buen rendimiento de los colaboradores, por lo cual se ven en la necesidad de evaluar las maneras de mantener motivado al personal, para que la producción sea efectiva.
F. Selección	Como primer punto, la fruta se lava en tinas, excluyendo los dedos con defectos de la conformación de la corona. Eliminando productos que contengan daños y cicatrices.	El 64.38% de las empresas bananeras no cuentan con los recursos humanos, financieros, ni materiales necesarios para el mejor funcionamiento, mejoramiento en los procesos y resultados planteados.
G. Pesado y etiquetado de la fruta	Inicia la selección de manos o clústeres mediante el empaque que se vaya a realizar, colocando en bandeja la	El 52.05% de los colaboradores de las empresas bananeras no impulsan de manera adecuada la creación de una cultura innovadora para impulsar la competitividad.

	fruta y proceder a pesarse.	
H. Tratamiento químico	Se someten las coronas y corte a una aspersión fungicidas sistemáticas que contiene conjuntamente cicatrizante.	El 28.77% muestra disconformidad en la aplicación de la ética y moral en el momento de realizar sus actividades, para su aplicación en el entorno.
I. Empaque de la fruta	Los empaques deben tener un patrón, normalmente se les conoce como líneas de empaque, ubicando fruta por tamaños con radios de separación.	El 52.05% de las empresas bananeras no impulsan el crear una cultura innovadora, para de esta manera tener una alta competitividad.
J. Transporte	Se procede transportar la fruta los lugares de distribución, en donde ya se debe cumplir con inspecciones de calidad.	El 82.19% de las empresas bananeras nunca introducen innovaciones o mejoras significativas en los procesos de marketing y ventas, para un mejor manejo de distribución más apropiado.

Elaboración propia

Prácticas Laborales

Tabla 12 *Prácticas Laborales sustento ISO 26000;2010*

Materia fundamental: Prácticas laborales	6.4
Asunto 1: Trabajo y relaciones laborales	6.4.3
Asunto 2: Condiciones de trabajo y protección social	6.4.4

Asunto 3: Diálogo social	6.4.5
Asunto 4: Salud y seguridad ocupacional	6.4.6
Asunto 5: Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo	6.4.7
Materia fundamental: El medio ambiente	6.5
Asunto 1: Prevención de la contaminación	6.5.3
Asunto 2: Uso sostenible de los recursos	6.5.4
Asunto 3: Mitigación y adaptación al cambio climático	6.5.5
Asunto 4: Protección del medio ambiente, la biodiversidad y restauración de hábitats naturales	

Fuente: (ISO 26000; 2010)

Tabla 13 *Prácticas laborales y Resultados del proceso de siembra*

Proceso de siembra	Prácticas Laborales	Resultados
A. Preparación del terreno	Las prácticas laborales son las encargadas de cumplir con las políticas de trabajo y proporcionar todos los beneficios de ley para sus colaboradores y tener responsabilidad social y ambiental según el tipo de actividad económica ha realizarse.	6. 5.3 La empresa debe velar por la protección medioambiental y promover una responsabilidad ambiental adecuada, gestionar los riesgos ambientales, y evaluar el impacto ambiental dentro de las empresas pequeñas bananeras de Los Ríos; además 6.4.4. Se preocupa por brindar óptimas condiciones de trabajo a sus colaboradores y brindarles todos beneficios de ley, para así contribuir a un desarrollo sustentable en la sociedad.
B. Siembra	Las empresas bananeras deben realizar un uso sostenible de las	6.4.7 Las empresas bananeras pueden aumentar la capacidad de empleabilidad de sus colaboradores, y que se les

	<p>materias primas y a su vez debe permitir que sus colaboradores contribuyan con sus habilidad, experiencia y formación empresarial.</p>	<p>permitan mejorar sus habilidades, capacidades y formarse mejor como profesionales en su rama, también 6.5.4 debe comprometerse con hacer un buen uso de los recursos naturales que emplea en su cadena de valor, y ser responsables con el uso de energía, combustible, tierra, agua.</p>
<p>C. Fertilización y Riego</p>	<p>El uso adecuado del agua es esencial para estos procesos de producción y ser responsables con el manejo adecuado de los fertilizantes que son necesarios para obtener productos de calidad, teniendo en cuenta la salud de los colaboradores que realizan este trabajo.</p>	<p>6.5.3 Las empresas pequeñas bananeras al realizar sus actividades es necesario el proceso de fertilización en donde se debe ser responsables con el uso de productos químicos y podrían ser tóxicos tanto para el medio ambiente como el personal, para ello se debe implementar medidas para mitigar posibles contingencias, además 6.4.6 preocuparse por la salud y seguridad ocupacional de los colaboradores y facilitar el equipo de seguridad necesario para la realización de las actividades.</p>
<p>D. Deshijado y deshojado</p>	<p>Para cada uno de los procesos que se realizan dentro del sector agrícola</p>	<p>6.4.4 En las empresas pequeñas bananeras de Los Ríos, se debe fomentar unas óptimas condiciones de trabajo y velar por el bienestar</p>

	<p>bananero es de mucha importancia fomentar un adecuado ambiente laboral para efectuar sus actividades con mayor productividad y armonía.</p>	<p>de los trabajadores, por ende, un adecuado ambiente laboral es un requerimiento dentro de las organizaciones para fomentar la paz, eficiencia y productividad de los trabajadores.</p>
--	--	---

Elaboración propia

Tabla 14 *Prácticas Laborales y Resultados del proceso de cosecha*

Proceso de cosecha	Prácticas Laborales	Resultados
A. Calibración y cosecha	<p>Para los procesos de cosecha es necesario aplicar nuevas tecnologías, para que los procesos sean más eficientes y optimizar más recursos, siempre y cuando sea amigable con el medio ambiente.</p>	<p>6.5.2 Las empresas pequeñas bananeras de Los Ríos deben preocuparse por una adecuada gestión ambiental, en donde desarrolle estrategias tecnológicas que minimicen la contaminación y disminuyan los residuos tanto orgánicos como inorgánicos, y de esta manera contribuir a una excelente responsabilidad social.</p>
B. Corte	<p>Se debe innovar los procesos tradicionales por otros que optimicen los recursos.</p>	<p>6.5.4 Las empresas pequeñas bananeras de Los Ríos deben innovarse y así aumentar la eficiencia en el uso de los materiales y herramientas que se ocupan en estos procesos siempre y cuando se observe la</p>

		responsabilidad con el medioambiente.
C. Recibida de racimos	El sector agrícola bananero debe desarrollar estrategias proactivas que le permitan asegurar la disponibilidad de los recursos a largo plazo.	6.5.4 Las pequeñas empresas bananeras de los Ríos necesitan desarrollar estrategias que le permitan evaluar sus patrones y volúmenes de consumo y producción con el fin de conservar los recursos naturales, ser responsables al 100% con el medio ambiente y además nos permitan ser productivos mediante la generación de ventajas competitivas en este tema.
D. Desflore	Los racimos de banano pueden llegar a necesitar la limpieza de residuos, como son las flores que se desprenden o se encuentran aún en el banano.	6.5.4 Las pequeñas empresas bananeras de Los Ríos deben incorporar medidas de eficiencia en los recursos, para poder reducir el deterioro ambiental, enfocándose al uso sostenible de recursos sostenibles.
E. Desmane	Al momento de desarrollar el desmane los trabajadores deben contar con los implementos de seguridad, evitando cualquier percance en	6.4.7 Las empresas pequeñas bananeras de la provincia de Los Ríos deben considerar a los colaboradores a desarrollar sus capacidades y funciones para disfrutar de una buena salud, bienestar y una vida decente, teniendo consigo los implementos

	el momento de usar los utensilios de corte.	de seguridad, correspondientes para el desarrollo de sus labores.
F. Selección	Para la producción del banano es necesario los utensilios adecuados, así se logra facilitar el trabajo productivo y se avala la seguridad de los colaboradores.	6.4.6 Las empresas bananeras de la provincia de Los Ríos deben proporcionar el equipo de seguridad necesario, para evitar cualquier tipo de inconveniente al ejecutar su trabajo, de esta manera se optimiza tiempos y se obtiene buenos resultados, sin oportunidad a que existan mayores riesgos laborales.
G. Pesado y etiquetado de la fruta	El sector bananero debe desarrollar etiquetas e incorporar información requerida, en cada producto, con sus sellos de calidad.	6.5.2 Las empresas pequeñas bananeras de la provincia de Los Ríos deberán tener preferencia por insumos, productos, artículos que minimicen el impacto que se genera negativamente en el ambiente, que tengan un pronto ciclo de descomposición.
H. Tratamiento químico	Como corresponde el asumir las responsabilidades por provocar algún tipo de impacto ambiental, se identifican los límites ecológicos, con la contaminación de las aspersiones fungicidas y demás tratamientos químicos.	6.4.6 Las empresas pequeñas bananeras de la provincia de Los Ríos deben evitar la contaminación accidental y crónica en las plantaciones de banano, protegiendo cada posible impacto a las comunidades y al ambiente en general, estas pueden ser físicas, químicas y biológicas.

I. Empaque de la fruta	El empaquetado del banano debe realizarse con materiales que prevalezcan el buen cuidado de plátano banano, para garantizar un producto de calidad, conservando su buen estado.	6.5.2 Las empresas pequeñas bananeras de la provincia de Los Ríos deben realizar el empaquetado del banano con productos que sean verificados de manera independiente, con materiales que no afecten el medioambiente y sean ecológicos, evitando de máxima manera residuos que tengan un mayor nivel de complejidad al descomponerse.
J. Transporte	Para la distribución de la cosecha es necesario el cumplimiento de control de calidad, efectuando cada uno de los procesos que esto implica, y destinando la producción de manera adecuada.	6.5.6 Las empresas pequeñas bananeras de la provincia de Los Ríos deben fomentar el desarrollo sólido en la parte urbana y rural, como son los sistemas de transporte, planificación urbana, entre otros, teniendo una mejor accesibilidad a las plantaciones y tener una mejor distribución del producto.

Elaboración propia

Discusión

Como menciona Fernández, Rodríguez & Rubio, (2020) los procesos innovadores son necesarios ya que se implantan dentro de las organizaciones y lograr expandir su visión, apartándose de procesos que lleguen a ser obsoletos, rompiendo el ciclo de repetición de hábitos en la cultura empresarial, por lo que este modelo propuesto facilitará la operatividad tanto interna, como externas en cada sección de las pequeñas empresas bananeras de la provincia de Los Ríos, generando mejoras en la producción y

desarrollando ventajas competitivas lo cual ayuda al posicionamiento dentro del mercado local.

Los autores Salcedo, Campuzano, Uriguen & Plaza, (2021), mencionan con relación a la responsabilidad social corporativa el impacto con el entorno y la, por lo cual es necesario actuar frente a las problemáticas de su entorno, como se realizan a través de intervenciones en las comunidades, mejorando el trato de la producción y también de los insumos químicos, llevando un control adecuado para evitar afectar al medio ambiente y así se reducir el impacto ambiental, por lo que este modelo propuesto propone la aplicación de la Norma ISO 26000;2010 a las empresas pequeñas bananeras para fomentar una adecuada responsabilidad social corporativa comprometida con su país, sus colaboradores internos y externos y el medioambiente.

Con relación a Cely, (2020) el desarrollo de estrategias expresa que es necesario la implantación de las mismas, asegurar el cumplimiento de los objetivos propuestos, como son las normas de calidad planteadas, así como también rediseñando los canales de distribución, conjuntamente con sus tiempos y entregas, por lo que este modelo propuesto sugiere la evaluación de procesos para la mejora en la calidad, cuidando cada proceso, siendo mayormente productivo y eficiente, abriéndose camino en mercados más grandes.

El autor Agudelo, (2019) menciona que la formación personal en la era del conocimiento y la innovación las personas juegan un papel fundamental ya que son las que dinamizan los procesos de aprendizaje, generación de nuevos conocimientos de gran importancia ya que aporta a la competitividad de la organización, por lo que este modelo propuesto sugiere que es necesario la adopción del aprendizaje organizacional para que de esta forma se genere, desarrollar y se implante nuevos conocimientos, mediante la capacitación al personal se contribuye a aportar conocimientos en alguna área de actividad y lograr fomentar un mejor ambiente laboral, lograr y sostenibilidad empresarial.

Con relación a Ramírez et al., (2018) manifiesta que el factor común entre productividad, innovación y competitividad es que son esenciales para el crecimiento de una organización. Pero al hablar específicamente de la competitividad se menciona que tiene como fin la mejora de una organización por medio de adquisición de capacidades de sus

integrantes por medio de desarrollo de habilidades, destrezas, conocimientos, y de esta manera generar valor agregado a sus procesos, productos o servicios, por lo que este modelo propuesto considera fomentar una adecuada cultura organizacional y realizar aunque sea pequeñas innovaciones dentro de las pequeñas empresas bananeras para generar valor , y así maximizar su productividad.

Los autores Grisales, Suárez & Forero, (2021) hablan del impacto ambiental y trata sobre el estudio de los efectos adversos directos o indirectos al medioambiente que producen los procesos de producción y buscar estrategias alternativas o soluciones apropiadas para que minimicen los daños ambientales. Por lo que este modelo propuesto al aplicar la ISO 26000;2010 las prácticas laborales con relación al medio ambiente se comprometen al cuidado y buen uso de los recursos como son; la energía, agua, suelo, reducción de residuos y al buen uso de los recursos.

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Conforme a la fundamentación científica para esta investigación se estudió las variables; cultura organizacional y la innovación por medio de fuentes bibliográficas se realizaron los antecedentes, marco teórico, donde se encontró información muy relevante para así poder sustentar el trabajo de investigativo. Además, al fusionar los diferentes criterios de los autores con respecto a estas dos variables, se puede tener un panorama más claro de la importancia de fomentar una adecuada cultura organizacional e implementar la innovación dentro de las pequeñas empresas bananeras de Los Ríos.

Se carece de una buena cultura organizacional dentro de las pequeñas empresas bananeras de Los Ríos, ya que la mayor parte de estas empresas no tienen bien definida su planeación estratégica, lo que provoca que estas empresas carezcan de identidad propia y se les hace más complicado el involucramiento de los trabajadores para participar y no se genera el desempeño esperado en la empresa lo cual dificulta en el cumplimiento de los objetivos y metas de la organización. Con respecto a las innovaciones dentro de las empresas bananeras realmente son muy escasas y el factor principal es que no cuentan con recursos necesarios para lograr este objetivo de innovar, con este antecedentes es difícil el financiamiento para nuevas maquinarias, tecnologías , lo cual tienen como efecto que dichas empresas no estén generando valor agregado y de esta manera no se puede desarrollar ventajas competitivas y resulta más difícil cumplir con las necesidades y requerimientos del mercado y los consumidores.

Al relacionar las dos variables se puede decir que generan un fuerte impacto, de la muestra de 73 empresas pequeñas bananeras de Los Ríos que se investigó, más del 75% de estas empresas no han logrado fomentar una adecuada cultura organizacional y estas son las mismas que no han realizado ningún tipo de innovación dentro de las empresas por más pequeño que sea, pues creen que no se ven en la necesidad de hacerlo, pero la verdad es

que estas son creencias erróneas por parte de los pequeños productores de banano, y les trae múltiples desventajas como por ejemplo: falta de identidad empresarial, inadecuado ambiente laboral, deficiente comunicación, producción obsoleta, baja productividad, disminución de las ventas, carencia de ventajas competitivas, no generar valor agregado, rentabilidad mínima, en fin no se cumple con las metas y objetivos de las empresas pequeñas bananeras de Los Ríos y posicionarse dentro del mercado les resultará muy complicado si no se toma decisiones al respecto.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda al implementar la innovación en las pequeñas empresas bananeras de la Provincia de Los Ríos tomar en cuenta el impacto que puede llegar a provocar en cada uno de los colaboradores, mejorando los hábitos culturales e impartiendo estabilidad progresiva en los nuevos hábitos generados.

Asegurarse del desarrollo de planificaciones estratégicas con la participación de los colaboradores, enfocándose en cumplir las metas y objetivos planteados originalmente. A su vez se debe planificar el presupuesto para las distintas áreas de innovación aprovechando la optimización de tiempo y recursos, en busca de mejorar los resultados, para convertirse en empresas competitivas, dando un extra para lograr la diferenciación.

Es esencial mantener motivado al personal de la organización para que su predisposición a adaptarse a cada nueva acción traiga consigo resultados positivos, aplicando una buena comunicación y enfocándose en cada factor respetando la responsabilidad social corporativa, como es una el dar una correctamente identidad a las empresas, también se recomienda generar procesos innovadores cada cierto tiempo para mantenerse en un nivel altamente competitivo en el mercado.

6 Bibliografía

- Acosta, V., Vega, B., González, M., & Carmenate, L. (2020). Tipos de innovación como estrategias de adaptación al Dinamismo de los mercados. *Innova Research Journal*.
- Agudelo, B. (2019). Human Talent Training and the Organizational Strategy in Companies of Colombia. *Scielo*.
- Arcos, F., & Caisa, D. (2020). *La responsabilidad social corporativa en la imagen de marca empresarial. Análisis de empresas bananeras de la provincia de Los Ríos-Ecuador*. Ambato: Repositorio UTA.
- Aros, A., & Álvarez, M. (2018). Estrategias y prácticas de la innovación abierta en el rendimiento empresarial: Una revisión y análisis bibliométrico. *Redalyc.org*.
- Badir, Y., Bjorn, F., & Bogers, M. (2019). Employee-level open innovation in emerging markets: linking internal, external and managerial resources. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Barreto, J., & Petit, E. (2017). Modelos explicativos del proceso de innovación tecnológica en las organizaciones. *Revista venezolana de Gerencia*.
- Bayón, J. (2019). Cultura empresarial. *Editorial Elearning, S. L.*, 20.
- Bustamante. (2018). Origen, desarrollo y evolución del constructo Clima Organizacional. *Dialnet*, 12-15.
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). Introducción a la metodología de la investigación científica. *Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*.
- Calderón, L. (2018). El aporte en el sentido del relato del primer capítulo de la consideración e la dimensión cultural de la persona. *Repositorio Institucional FTPCL*, 3-7.
- Cambisaca, J. N., Guamán, M. D., & Saltos, J. G. (2020). Medición de los resultados económicos en el sector bananero en la provincia de los Ríos-Ecuador. *Revista Universidad, Ciencia y Tecnología, indexada en Scielo*.

- Carballo, I., Belloni, M., & López, M. (2017). Emprendedorismo y políticas públicas. *Perspectivas de Políticas públicas*, 12-15.
- Carrera, L., Espejel, B., & Arroyo, C. (2020). Efecto del desempeño del capital humano en la capacidad de innovación tecnológica de pequeñas y medianas empresas. *Innovar*.
- Carrillo, M. (2018). Cultura organizacional e innovación en las empresas. *CienciAmérica*, 8-10.
- Carro, J., Sarmiento, S., & Rosano, G. (2017). La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. La importancia de la cultura en la sustentabilidad empresarial. *elsevier.es*, 4-5.
- Carvache, O., Frías, C., & Gutiérrez, G. (2017). La cultura organizacional para la innovación y el desarrollo competitivo de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) exportadoras del Guayas. *Latindex*, 17-18.
- Castro, A., Zartha, W., Solleiro, J., Montes, J., Vargas, E., Palacios, J., & Hoyos, J. (2017). Propuesta de modelo de gestión de innovación para una empresa de ventas al consumidor final. *Scielo*.
- Caycho, T. (2017). Intervalos de Confianza para el coeficiente alfa de Cronbach. *Scielo*, 3-7.
- Cely, G. (2020). Análisis de las exportaciones bananeras de la provincia de El Oro. Planteamiento de estrategias asociativas para su desarrollo económico.
- Chavez, L. (2019). Rituales corporativos y el compromiso laboral del colaborador millennial. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*, 8-9.
- Chesbrough. (2003). *The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Cambridge: Harvard Business School.
- Cuadros, C., & Samaniego, R. (2017). Estrategia de diferenciación. el caso de las empresas industriales. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*.

- Cueva, A., & Gómez, A. (2018). Aplicación de los cuestionarios de Denison para determinar las características de la Cultura Organizacional. *Revista de Investigación SIGMA*, 7-13.
- Cummings, A. (2019). *Construcción de capacidades y sistemas territoriales de innovación en Centroamérica*. ConectaDEL.
- Denison, D., Haalans, S., & Goelzer, P. (2003). Corporate culture and organizational effectiveness: Is there a similar pattern around the world. *Emerald Group Publishing Limited*, 7-8.
- Díaz, G., & Guambi, D. (2018). La innovación : baluarte fundamental para las organizaciones. *INNOVA*.
- Dussauge, P., Hart, S., & Ramanantsoa, B. (1992). *Strategic Technology Management*. Wiley.
- Escorsa, P., & Valls, J. (2021). Tecnología e innovación en la empresa. *Edicions UPC*, 15-20.
- Escorsa, P., & Valls, P. (2005). Tecnología e innovación en la empresa. *European Management Journal*.
- Fernández, J., Rodríguez, D., & Rubio, J. (2020). Utopía, de la mano con la ciencia, biotecnología e innovación: un camino recorrido hacia la investigación con pertinencia y transferibilidad. *Revista de la Universidad de la Salle*, 7-9.
- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la investigación*. Huancayo: Universidad Continental.
- García. (2017). Desarrollo de un modelo de diagnóstico de cultura organizacional. *Perspectivas*, 5-8.
- García, A., & Anzures, D. (2018). La relevancia de contar historias (Storytelling) como forma de transmisión de la cultura organizacional. *Researchgate*, 5-8.

- García, F. (2015). Conceptos sobre Innovación. *Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería*.
- García, O., Quinteros, J., & Arias, J. (2014). Capacidades de Innovación, desempeño innovador y desempeño organizacional en empresas del sector servicios. *Cuadernos de Administración*.
- Giraudier, M. (2018). *Cómo gestionar el Clima Laboral*. Barcelona: Ediciones Obelisco S.L.
- González, W. (2017). Incidencia de la cultura organizacional en la eficacia de los sistemas integrados de gestión. *Universidad militar nueva granada*, 12-13.
- Greco, M., & Cricelli, L. (2017). An Analysis of the open innovation effect on firm performance. *European Management*.
- Grisales, M., Suarez, J., & Forero, D. (2021). Análisis de impactos ambientales en proyectos de gran envergadura en Colombia acorde al estándar P5. *ean Universidad*.
- Guamán, D., Salvador, P., & León, A. (2020). Responsabilidad social corporativa, un enfoque desde los stakeholders en el sector bananero Ecuatoriano. *AutanaBooks*, 12-15.
- Hordoñez, C., & Zoratto, A. (2020). Estructura, poder de mercado y rentabilidad. *Scielo*, 2-5.
- Hualcapi, M., Mora, J., Bayas, G., Escobar, D., & Montiel, P. (2017). Mejora continua, elemento de la cultura empresarial para lograr empresas esbeltas. *Pro Sciences*, 2-4.
- Ibarra, L. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia et Technica*.
- ISO 26000; 2010. (2010). *Guía de Responsabilidad Social* (Primera Edición ed.). Suiza, Suiza: Secretaria Central de ISO.

- Jacome, M., & Jácome, X. (2017). Clima laboral: Efecto del agotamiento profesional "Burnout" en la calidad de vida en el trabajo. *Dialnet*, 8-10.
- Jamett, I., & Manturana, S. (2017). Análisis al estado del arte de la innovación abierta: Implicaciones prácticas en la ingeniería. *Revista Ingeniería de Construcción*.
- Larrosa, J., Cruz, G., & Guerrero, S. (2020). Las tendencias de la organización empresarial. *Innovación y Aplicaciones Técnico - Tecnológicas*, 58-60.
- León, A. C., León, R. M., & Saltos, J. G. (2020). La responsabilidad social empresarial en el contexto del capital humano de las empresas bananeras de la provincia de los Ríos-Ecuador. *Revista Universidad, Ciencia y Tecnología, indexada en Scielo*.
- León, F., Otoya, O., & Romero, A. (2019). Hacia descripciones nítidas de la cultura organizacional. *Ucsp*, 10-12.
- López, P., & Fachelli, S. (2017). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. *Universidad autónoma de Barcelona*. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf
- Lugones, G. (2008). Módulo de capacitación para la recolección y el análisis de indicadores de innovación. *Banco Interamericano de Desarrollo*.
- Marquis, D. (1969). The anatomy of successful innovations. *National Science Foundation, Technical Report*.
- Martínez, R., & Natexo. (2018). Factores organizacionales que inciden en la mejora de la empleabilidad de las Empresas de Inserción. *Roderic*, 3-7.
- Maya, A., & Vallejo, A. (2019). Cultura organizacional e innovación en las empresas. *Cienciamerica*, 15-18.
- Mena, D. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Pensamiento & gestión*, 8-12.
- Mendez, C. (2019). Elementos para la relación organizacional y estrategia. *Scielo*, 12-13.
- Meneses, J. (2017). El cuestionario. *Editorial UOC*.

- Meza, D. (2019). Análisis de la cultura organizacional. *Universidad de Guayaquil*, 6-10.
- Milagros, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *Investigación Científica*. Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador.
- Muñoz, C. (2017). Metodología de investigación. *Oxford University Press*.
- Navarro, A., Rey, M., & Barrera, R. (2017). Compromiso, recursos, emprendimiento exportador y resultados empresariales. *Scielo*, 4-5.
- Navarro, V. (2017). Desarrollo de un modelo de diagnóstico de cultura organizacional. *Scielo*, 5-8.
- Nuchera, A., León, G., & Pavón, J. (2002). La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones. *Pirámide*.
- OCDE, & Eurostat. (2018). Oslo Manual . *Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4 edición*.
- Ortiz, A. (2020). Las capacidades de innovación y capacidades dinámicas en países de Latinoamérica y países desarrollados. *Universidad Cooperativa de Colombia*.
- Oviedo, C., & Campo, A. (2005). *Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach*. Colombia: Redalyc.
- Palacios, A., & Arévalo. (2017). Tipología de la Innovación Empresariales según Manual de Oslo. *CienciAmerica*.
- Palafox, M., Ochoa, S., & Jacobo, C. (2019). La cultura organizacional como base para la permanencia en las organizaciones. *Scielo*, 5-6.
- Pérez. (2019). Cultura empresarial. *Elearning*, 18-20.
- Pérez, C. (2019). Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa nortesantandereana por la competitividad regional. *Económicas CUC*.
- Pérez, S. (2016). Desarrollo organizacional, cultura organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual. *Revinfodir*, 3-6.

- Pertuz, V., & Pérez, A. (2017). Model for innovative organizational culture in coffee growers in Cesar State, Colombia. *Investigación, Desarrollo, Innovación*.
- Pilligua, C., & Arteaga, F. (2019). El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas. *Cuadernos latinoamericanos de Administración*, 4-7.
- Pozzo, M., & Borgobello, A. (2019). Uso de cuestionarios en investigaciones sobre universidad: análisis de experiencias desde una perspectiva situada. *Relmecs*.
- Ramírez, B., Barrera, C., Rueda, L., Luna, M., & Cañedo, L. (2018). Competitividad en las organizaciones. *Qartuppi*.
- Ramos, V., & Tejera, E. (2017). Estudio de relaciones entre cultura, clima y fuerza de clima laboral en Ecuador. *Redalyc*, 3-4.
- Rivas, H., & Perero, S. (2018). Motivación laboral. Elemento Fundamental en el éxito organizacional. *Scientific*, 6-7.
- Rivera, D., & Carrillo, S. (2018). Cultura Organizacional, retos y desafíos para las organizaciones saludables. *Revista Espacios*, 3-5.
- Romero, L., & León, R. (2020). Estrategias para el desarrollo de las capacidades de innovación en Pymes de de Aburrá. *Universidad EAFIT*.
- Salas, L., & García, M. (2017). Efecto de la cultura organizacional en el rendimiento de las Pymes de Cali. *ScienceDirect*, 2-4.
- Salcedo, V., Campuzano, J., Uriguen, P., & Plaza, J. (2021). Responsabilidad social empresarial en el sector bananero de la provincia de El Oro- Ecuador . *Revista de Ciencias Sociales*, 4-8.
- Salinas, M., & Gándara, J. (2009). *Empresa e iniciativa emprendedora*. España: Mc Graw Hill Education.
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima: Universidad Ricardo Palma.

- Santabárbara, J. (2019). *Cálculo del intervalo de confianza para los coeficientes de correlación mediante sintaxis en SPSS*. Barcelona: Institut de Desenvolupament Professional.
- Sarem, M. (1984). A classification and review of models of the intra firm innovation process. *R y D Management*.
- Sheen, R. (2018). *La cultura organizacional y su impacto en la gestión empresarial*. Lima: Fondo editorial Universidad de Lima.
- Shih, T. (2018). Determinants of enterprises radical innovation and performance: Insights into strategic orientation of cultural and creative enterprises. *Sustainability*.
- Suárez, R. (2018). Reflexiones sobre el concepto de innovación. *Revista San Gregorio*.
- Toledo, N. (2017). *Población y Muestreo*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Triola, M. (2013). *Estadística*. México: Pearson Education.
- Trott, P. (2002). *Innovation Management and new product development*. Prentice Hall.
- Vásconez, V., & Guerrero, F. (2019). Cultura organizacional y su incidencia en el desempeño laboral. *Ciencia Matria*, 5-8.
- Velasco, E., Zamanillo, E., & Ibón, C. (2007). Evolución de los modelos sobre el proceso de innovación: Desde el modelo lineal hasta los sistemas de innovación. *AEDEM*.
- Vélez, O., Arias, F., & López, J. (2019). Asociatividad Empresarial u liderazgo ambidiestro como generadores de innovación. *Ciencias Sociales*.
- Ventura, J. (2019). Is the end for Cronbach's alpha? *adicciones*, 1-2.
- Vergara, A., & Olalla, A. (2020). Responsabilidad social corporativa (RSC) y su impacto en el rendimiento económico de las principales empresas en Ecuador. *Revista Espacios*, 3-5.

Villagrán, E., León, A., & Saltos, J. (2020). Estado actual de los procesos de comercialización del sector bananero en la Provincia de los Ríos, Ecuador. *AutanaBooks*, 10-14.



ANEXO N° 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TEMA: “LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA INNOVACIÓN DEL SECTOR AGRÍCOLA BANANERO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS”

CUESTIONARIO APLICADO

Cuestionario dirigido a personal administrativo de las empresas bananeras de la provincia de Los Ríos -Ecuador.

Objetivo: Recolectar información verídica sobre la cultura organizacional en la innovación del sector agrícola del sector bananero de la provincia de los Ríos.

Indicaciones: Lea de forma detenida cada pregunta y marque con una equis (x) la respuesta que considere la más apropiada con referencia a su organización.

CULTURA ORGANIZACIONAL

1.- ¿Que tan importante considera que las empresas bananeras definan sus lineamientos, políticas, misión, visión de una manera correcta y enfocada?

1- Totalmente en desacuerdo	2- En desacuerdo	3-Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	4-De acuerdo	5-Totalmente de acuerdo

2.- ¿Piensa usted que las empresas bananeras toman en cuenta las ideas, comentarios y sugerencias de sus colaboradores para la toma de decisiones?

1- Totalmente en desacuerdo	2- En desacuerdo	3-Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	4-De acuerdo	5-Totalmente de acuerdo

--	--	--	--	--

3.- ¿Considera que las empresas bananeras desempeñan sus actividades aplicando la ética y moral en su entorno?

1- Totalmente en desacuerdo	2- En desacuerdo	3-Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	4-De acuerdo	5-Totalmente de acuerdo

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL (Interna)

4.- ¿Qué tan buenos considera que son los lazos comunicativos con sus colaboradores que se generan en las empresas bananeras?

1- Totalmente en desacuerdo	2- En desacuerdo	3-Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	4-De acuerdo	5-Totalmente de acuerdo

5.- ¿Las empresas bananeras recompensan y motivan el buen rendimiento de los colaboradores en sus actividades?

1- Totalmente en desacuerdo	2- En desacuerdo	3-Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	4-De acuerdo	5-Totalmente de acuerdo

CLIMA LABORAL (Recursos Humanos)

6.- ¿Cree usted que en las empresas bananeras existe un ambiente laboral cómodo, donde se puede interactuar y llevar a cabo el trabajo de forma eficaz?

1- Totalmente en desacuerdo	2- En desacuerdo	3-Ni de acuerdo	4-De acuerdo	5-Totalmente de acuerdo

		Ni en desacuerdo		

7.- ¿Las empresas bananeras plantean nuevas estrategias que buscan un mejoramiento constante, para satisfacer necesidades internas y externas?

1- Totalmente en desacuerdo	2- En desacuerdo	3-Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	4-De acuerdo	5-Totalmente de acuerdo

INNOVACIÓN

8.- ¿Las empresas bananeras impulsan a la creación de una cultura de innovación para generar una adecuada competitividad?

1.Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Neutral	4.Deacuerdo	5.Totalmente de acuerdo

9.- Las empresas bananeras para realizar la innovación ¿Cuentan con recursos humanos, financieros y materiales necesarios?

1.Muchas veces	2.Algunas veces	3.Pocas veces	4.Casi nunca	5.Nunca

TIPOS DE INNOVACIÓN

10.- ¿Las empresas bananeras introducen innovaciones o mejoras significativas en los procesos de marketing y ventas?

1.Siempre	2.Casi siempre	3.Ocasionalmente	4.Casi nunca	5.Nunca

11.- ¿Las empresas bananeras han realizado en este año, algún tipo de modificaciones o mejoras significativas tanto en servicios/productos como en los procesos de producción?

1.Muchas veces	2.Algunas veces	3.Pocas veces	4.Casi nunca	5.Nunca

CULTURA INNOVADORA

12.- ¿Las empresas bananeras invierten en el desarrollo de las competencias y la actualización de los conocimientos de sus empleados, para hacer frente a los cambios innovadores?

1.Siempre	2.Casi siempre	3.Ocasionalmente	4.Casi nunca	5.Nunca

13.- ¿ Las empresas bananeras destinan el presupuesto necesarios para el desarrollo de las actividades de innovación?

1.Siempre	2.Casi siempre	3.Ocasionalmente	4.Casi nunca	5.Nunca

CAPACIDADES DE INNOVACIÓN

14.- ¿Las empresas bananeras tienen estrategias proactivas que se anticipan a los cambios que se producen en el mercado?

1.Siempre	2.Casi siempre	3.Ocasionalmente	4.Casi nunca	5.Nunca

AGRADECEMOS SU GENTILEZA



Universidad Técnica de Ambato
Consejo Universitario

Av. Colombia 02-11 y Chile (Cda. Ingaturco) - Teléfonos: 593 (03) 2521-081 / 2822960 - Fax: 2521-084
Ambato - Ecuador

RESOLUCIÓN: 0416-CU-P-2018

El Honorable Consejo Universitario de la Universidad Técnica de Ambato, en sesión ordinaria efectuada el jueves 08 de marzo de 2018, vista y analizada la Resolución CONIN-P-037-2018, del 02 de marzo de 2018, suscrita por el Ingeniero Hernán Zurita, Presidente Subrogante del Consejo de Investigación, por medio del cual remite a este Organismo el Proyecto de Investigación "DESARROLLO DE UN MODELO CONCEPTUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS Y DE COMERCIALIZACIÓN PARA LAS EMPRESAS PRODUCTORAS BANANERAS", elaborado por docentes investigadores de la Facultad de Ciencias Administrativas; en base a los Artículos 1, 3 y demás pertinentes del Reglamento de la Dirección de Investigación y Desarrollo de la Universidad Técnica de Ambato; el literal b) del Artículo 59 del Estatuto Universitario, y demás normativa legal aplicable para el efecto; y, en uso de sus atribuciones contempladas en el literal m) del Artículo 21 ibidem:

RESUELVE:

1. Aprobar el Proyecto de Investigación "DESARROLLO DE UN MODELO CONCEPTUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS Y DE COMERCIALIZACIÓN PARA LAS EMPRESAS PRODUCTORAS BANANERAS", elaborado por docentes investigadores de la Facultad de Ciencias Administrativas, de acuerdo al siguiente detalle y documento adjunto:

Coordinador Principal:	Ingeniera Amparito Cecilia León Salto
Coordinador Subrogante:	Ingeniero Juan Gabriel Saltos Cruz
Investigación:	Aplicada
Duración:	Dieciocho (18) meses
Monto solicitado DIDE:	\$ 0.00

2. Autorizar lo siguiente para el mencionado Proyecto de Investigación:

- ✓ La fecha de inicio de ejecución del proyecto en mención sea el 19 de marzo de 2018.
- ✓ La elaboración y suscripción de una carta compromiso entre la Ingeniera Amparito Cecilia León Salto, el Ingeniero Juan Gabriel Saltos Cruz y la Dirección de Investigación y Desarrollo (DIDE).
- ✓ Dar el seguimiento y evaluación de esta investigación según la normativa vigente que la Dirección de Investigación y Desarrollo tiene definida para el efecto.

3. De la ejecución de la presente Resolución encárguese el Consejo de Investigación, ente que será el encargado de tomar todas las medidas en coordinación con las demás Unidades Administrativas y Académicas para su adecuado y efectivo cumplimiento.

Ambato, marzo 08, 2018

Dr. Galo Naranjo López, PhD
PRESIDENTE DEL H. CONSEJO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



Ab. MSc. José Romo Santana
SECRETARIO GENERAL

Copias: Rectorado - VAC - CONIN - DIDE - DIFIN - FCA - Auditoría Interna
GN/RRIV

Resolución Nro. UTA-CONIN-2021-0078-R

Ambato, 19 de abril de 2021

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

El Consejo de Investigación e Innovación en sesión ordinaria efectuada el miércoles 14 de abril de 2021 mediante conferencia virtual utilizando la plataforma tecnológica zoom, visto y analizado el Memorando UTA-DIDE-2021-0692-M del 13 de abril de 2021 suscrito por el Ingeniero John Paúl Reyes Vásquez, Director de Investigación y Desarrollo, por medio del cual remite para aprobación el Proyecto de Investigación sin financiamiento evaluado por pares externos "**Las Relaciones del Capital Intelectual, la Innovación y la Responsabilidad Social Corporativa en el desempeño de las empresas bananeras ecuatorianas**", perteneciente al Dominio Desarrollo Económico, Productivo Empresarial, de la Facultad de Ciencias Administrativas, con la Línea de Investigación Desarrollo Empresarial. Teniendo en consideración que las Unidades requirentes son los entes responsables de la veracidad de la información remitida, conforme a la Convocatoria de proyectos de Investigación I+D+i 2021 aprobada mediante Resolución: UTA-CONIN-2020-0371-R emitida el 04 de diciembre de 2020; y, en uso de las atribuciones contempladas en el Artículo 64, literal c) del Estatuto de la Universidad Técnica de Ambato y demás normativa legal aplicable para el efecto:

RESUELVE:

Bajo estricta responsabilidad de las Unidades requirentes:

1. APROBAR el Proyecto de Investigación sin financiamiento "**Las Relaciones del Capital Intelectual, la Innovación y la Responsabilidad Social Corporativa en el desempeño de las empresas bananeras ecuatorianas**", perteneciente al Dominio Desarrollo Económico, Productivo Empresarial, de la Facultad de Ciencias Administrativas, con la Línea de Investigación Desarrollo Empresarial, de acuerdo con los siguientes datos:
 - Coordinador Principal: Master Amparito Cecilia León Saltos
 - Coordinador Subrogante: Magister María Dolores Guamán Guevara
 - Tipo de Investigación: Aplicada
 - Duración del proyecto: 12 meses
 - Financiamiento solicitado: SIN FINANCIAMIENTO
2. AUTORIZAR como fecha de inicio de ejecución del proyecto sin financiamiento en mención, el 19 de abril de 2021.
3. DISPONER a Procuraduría la elaboración y posterior suscripción del contrato de auspicio para la ejecución del proyecto de Investigación sin financiamiento "**Las Relaciones del Capital Intelectual, la Innovación y la Responsabilidad Social Corporativa en el desempeño de las empresas bananeras ecuatorianas**" con la Master Amparito Cecilia León Saltos y la Magister María Dolores Guamán Guevara, responsables del referido proyecto.
4. De la ejecución de la presente resolución encárguese la Dirección de Investigación y Desarrollo, ente que deberá coordinar las acciones necesarias con las Unidades Académica y Operativa respectivas para su adecuado, efectivo y legal cumplimiento; así como, el seguimiento al referido proyecto.

Documento firmado electrónicamente

Dra. Elsa de los Ángeles Hernández Chérrez

PRESIDENTE CONSEJO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN

Referencias:









INFORME DE URKUND 2%

TRABAJO DE TITULACIÓN GABRIELA ASHQUI- VERÓNICA SEVILLA

Inicio x Correo: Leon Sal... x Correo: Leon Sal... x Correo: Leon Sal... x Correo: Leon Sal... x Correo: Leon Sal... x Index - OURIGI... x

secure.urkund.com/view/115594104-135986-236328#/

match that is identical to the included sources. However, we found the corresponding matching text in more than one source and we believe it's more likely that it is the primary...

23%
receivers' average

2%
This document

LEARN MORE

SUBMISSION DETAILS

SUBMITTER
leonamparo@uta.edu.ec

FILE
[TESIS_Ashqui_Sevilla.docx](#)

SUBMITTED ON
2021-12-04T04:35:00

SUBMISSION ID
121074619

WORDS
26290

Windows taskbar: File Explorer, PowerPoint, Word, Outlook, Chrome, Excel, Word, System tray: Network, Volume, ESP, 23:09, 5/12/2021