

MEDICIÓN DE RESULTADOS ECONÓMICOS EN EL SECTOR BANANERO EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS, ECUADOR

Guamán Guevara María Dolores ¹; Saltos Cruz Juan Gabriel ²; Cambisaca Robalino Jordano Noe ³

.md.guaman@uta.edu.ec¹, jg.saltos@uta.edu.ec², jordanocambisaca@gmail.com³

<https://orcid.org/0000-0003-4771-6412>¹, <https://orcid.org/0000-0002-4398-2564>²,

<https://orcid.org/0000-0002-6858-0991>³

Carrera Organización de Empresas, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

Recibido (12/01/20), Aceptado (30/01/20)

Resumen: En la presente investigación se evaluó los factores económicos del sector bananero ecuatoriano; con el objetivo de conocer la problemática que se presenta en varios aspectos: el uso de los recursos locales, la gestión del capital de trabajo, el marketing responsable que manejan las empresas en el sector bananero, la innovación, la comunicación local y la economía que generan las misma; la metodología utilizada en esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, cuyo alcance es descriptivo y explicativo, dado que se identifican las causas del fenómeno. La modalidad de la investigación es bibliográfica y de campo, a través de la primera se fundamenta teóricamente las variables, mientras que con la segunda se sustenta la encuesta, cuyos ítems se dirigió a 110 administradores o gerentes de empresas bananeras ubicadas en la parte costera de Ecuador. El valor de 0,932 del Alfa de Conbrach confirma la confiabilidad; el análisis del índice de Káiser Meyer Olkin (KMO) y Bartlett, conforme la regla de decisión por su resultado del 0,840 su nivel factorial es alto. En los resultados se obtuvo que el factor de los recursos locales es el más influyente en la medición de los resultados económicos generando inversiones

Palabras Clave: Factores Económicos, Medición de resultados, Sector Bananero, Capital de trabajo.

MEASUREMENT OF ECONOMIC RESULTS IN THE BANANA SECTOR IN THE PROVINCE OF LOS RÍOS, ECUADOR

Abstract: In the present investigation the economic factors of the Ecuadorian banana sector were evaluated; with the objective of knowing the problem that arises in several aspects: the use of local resources, the management of working capital, the responsible marketing managed by companies in the banana sector, innovation, local communication and the economy that they generate the same; The methodology used in this research has a quantitative approach, the scope of which is descriptive and explanatory, given that the causes of the phenomenon are identified. The research modality is bibliographic and field, through the first one theories are theoretically based, while the second one supports the survey, whose items were addressed to 110 administrators or managers of banana companies located in the coastal part of Ecuador. The value of 0.932 of the Conbrach Alpha confirms the reliability; the analysis of the index of Kaiser Meyer Olkin (KMO) and Bartlett, according to the decision rule for its result of 0.840 its factor level is high. In the results it was obtained that the factor of the local resources is the most influential in the measurement of the economic results generating investments.

Keywords: Economic Factors, Results measurement, Banana Sector, Working capital.

I. INTRODUCCIÓN

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura indica que, la sostenibilidad económica es el resultado de una gestión óptima de la oferta, de una capacidad continua para satisfacer la demanda mundial y una distribución equitativa de los beneficios entre los principales protagonistas, especialmente los pequeños productores y los trabajadores, factores que afectan a la estabilidad de los ingresos empresariales. Además, la sostenibilidad económica proviene de la capacidad continua de realizar inversiones necesarias para incrementar el rendimiento y la productividad [1].

Tomando en cuenta lo anterior, por un lado, se determina que varias cifras apuntan al desarrollo evolutivo del sector bananero en general, su aporte sostenible y económico al país, así como cuales son las principales provincias productoras de banano y por otro lado, se identificó que la escasa información científica publicada en revistas sobre los problemas sociales y económicos vinculados a los sistemas agrarios del Ecuador motiva la investigación [2], razón por la cual, la presente investigación prevé identificar la dimensión económica en la que se desenvuelve el sector bananero de la provincia de Los Ríos por medio de diversos indicadores y la responsabilidad social que manejan los grandes productores bananeros.

El banano sigue siendo una de las principales fuentes de ingresos de divisas en el país, dado su importante nivel de exportación, además aporta al dinamismo de la economía en su conjunto [3]. Los datos sobre la participación del banano en la evolución de la economía del país se aprecian en el análisis del Producto Interno Bruto (PIB) en donde la producción es significativa. Así, en el año 2016 fue de USD 2.321.30 millones, lo que corresponde a una participación de 1,8% en relación a los demás sectores. La actividad ha tenido altos y bajos, principalmente por las fluctuaciones que se han dado en el mercado externo. Un período de tres años de crecimiento (2013 a 2015), mientras que en el año 2016 se dio un decrecimiento de -2,5%. Al ser una actividad agrupada, los resultados del café y cacao también incidieron en esta caída, más aún porque el monto exportado se redujo en mayor medida que las del banano en el 2016 según [3].

Según el registro del Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP), el Ecuador tiene al momento 162.234 hectáreas sembradas de banano y cuenta con 4.473 productores de la fruta [4]. Por hectárea el Ecuador produce alrededor de 1.900 cajas de banano, frente a otros países que producen de 3.000 a 4.000 cajas [5].

Los productores de banano se concentran principalmente en las provincias de El Oro, Guayas y Los Ríos, las mismas que abarcan el 41%, 34% y 16% de los productores, respectivamente. En la provincia de El Oro se sitúan la mayor parte de los pequeños productores de banano del país (aproximadamente 42%), mientras que los grandes productores principalmente en las provincias de Guayas y Los Ríos, según un informe del [4].

Es importante mencionar que el sector bananero no solo se desenvuelve en la producción de la fruta, también este sector tiene obligaciones que cumplir en relación al aseguramiento de la calidad del producto, a través del sistema de control liderado por la Agencia Ecuatoriana para el Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), y el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP), además del cumplimiento de los derechos humanos y laborales de los todos los trabajadores que pertenecen al sector bananero. Adicional a esto, también se incluye la protección a la naturaleza y la salud de la población en la que se localizan las plantaciones de banano.

La exportación de banano ecuatoriano enfrenta una fuerte competencia con otros países de Latinoamérica por sus puertos en el océano Atlántico, otro factor evidente es el problema fitosanitario que afecta en un mayor porcentaje a los pequeños productores quienes están a la espera de las fumigaciones en sus plantaciones [6].

Por lo tanto, es importante considerar políticas y regulaciones en materia de protección social y de los trabajadores como una forma de práctica de responsabilidad social, con normas que regulen el cuidado del medio ambiente para el banano, así como el cambio a la producción orgánica, pues esta debe basarse en el desarrollo sostenible, como lo indica [7], es el equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente, los cuales son de vital importancia para la operación de los negocios.

El objetivo de este estudio es medir los resultados económicos en el sector bananero; con el fin de comprender las interacciones de estas actividades con las acciones de responsabilidad social, en relación a los métodos de investigación se orientó a determinar cuáles son los procedimientos lógicos y en este apartado se realizó una categorización de los aspectos económicos y los principales elementos dentro de las empresas para relacionar estas características, en base a aquello se procedió a realizar una fundamentación científica considerando la investigación bibliográfica y de campo, posteriormente se obtuvieron los resultados con el análisis factorial estadístico, el alcance de la investigación es correlacional explicativo debido a que se originan con-

clusiones sobre las causas que originan el problema en la investigación, se identificó que las empresas bananeras se orientan a invertir en activos como la posesión de la tierra para su producción (0,813), además de que los inversionistas se preocupan de obtener recursos monetarios como prioridad para su negocio (0,8413), un hallazgo en la investigación se deriva que el cumplimiento de los aspectos legales como pagos de tributos al estado (0,873), son situaciones que están de forma superior a la de invertir en innovación (0,679).

II. DESARROLLO

A. Uso de los recursos locales

Con respecto al uso de los recursos locales se determina que existen aspectos con los cuales la empresa interactúa, los relacionados a la comunidad se enfocan desde el punto de vista de la producción agrícola, de la cual el banano ecuatoriano es uno de los más reconocidos a nivel mundial por su sabor y excelente calidad [8]. Sin embargo, el cambio climático influye en la sostenibilidad de la mayoría de los sistemas agropecuarios a largo plazo en la productividad agrícola, por esto, se deben desplegar esfuerzos enfocados tanto a nivel de las explotaciones comunitarias y nacional para poner en práctica una variedad de soluciones, la incorporación de la adaptación a la agricultura es un proceso dinámico que no se limita a la introducción de nuevas técnicas agrícolas, las evaluaciones de impacto y la determinación de las respuestas de adaptación adecuadas como la formulación y aplicación de políticas, las cuales variarán según el nivel sectorial, nacional y mundial de acuerdo a la explotación, donde nace la formulación de políticas agrícolas compatibles con el clima, por lo que se requiere un mayor grado de coordinación activa por parte de los interesados y los responsables de la toma de decisiones [9]. En este sentido, el uso de este recurso, es decir la tierra como soporte para la producción es vital para la obtención de la fruta y las inversiones en estos activos.

B. Gestión del capital de trabajo

La forma de gestionar el capital de trabajo por parte de los directivos, gerentes o administradores de las empresas se enfoca en las inversiones a corto plazo, a través de las cuales la organización alcanzan su crecimiento, el aporte de la Pymes por ejemplo, influyen en el desarrollo socioeconómico del país, forman más del 90% de las unidades productivas y el 60% generan empleo [10]. Desde la perspectiva bananera, la mayoría de los productores dedicados a la actividad agrícola también son pequeños productores, ante lo cual la respon-

sabilidad social corporativa debe aplicarse en el sentido de promover el conocimiento de generar movimientos económicos que impliquen liquidez para los pequeños productores y permitir el análisis de las alternativas para obtención de fondos de financiación, por esta razón, es importante estudiar sobre la estructura de capital, a partir del análisis de las alternativas para obtención de fondos de financiación [11].

C. Marketing responsable

Según Mendoza, Boza, Escobar y Macías fomentar el marketing verde o responsable otorga los insumos para concebir y ofrecer en el mercado bienes y servicios que generen un menor impacto ambiental, ventaja competitiva que coadyuva al éxito [12]. Así mismo, Mendoza y Veliz, manifiestan que en este enfoque, el marketing responsable cumple una misión, lograr que la vinculación con los clientes sea sostenible y se cree una empatía que permita la satisfacción plena de los miembros de esta relación [13]. En otras palabras, es un modo de intercambio satisfactorio que beneficia a las partes intervinientes, de tal forma que aporten al desarrollo de mejoras medio ambientales y desarrollo de la economía.

El concepto de marketing ha ido evolucionando constantemente, desde el punto de vista de la distribución de los productos para conocer cuáles son las necesidades dentro del mercado, las cuales van cambiando paulatinamente la demanda a productos más limpios, si se toma en cuenta conceptos tradicionales del marketing no es necesario ampliar el concepto de marketing para dar lugar aspectos ecológicos, ya que, la filosofía entendida obliga a la empresa a satisfacer las necesidades del nuevo consumidor, no sólo en el plano individual sino también como integrante de la sociedad de la que forma parte, este concepto se enfoca a la conciencia social, a la responsabilidad ecológica, ser amigables con el ecosistema formando parte de las necesidades de los consumidores, ser amigables con la naturaleza como un interés a largo plazo y siguiendo la línea de tendencia empresarial [14].

D. Innovación

Orozco, Ruiz, y Corrales manifiestan que la innovación son ideas de valor en tanto vayan dirigidas a cambios que potencien mejoras para las empresas o bien para los agentes que se involucran directa o indirectamente con ellas [15]. En síntesis, la innovación es la transformación o cambio de elementos que ya existen. La innovación es fundamental en el sector bananero debido a que se puede tomar ideas viables, ante lo cual los empresarios bananeros deben preocuparse de la in-

versión en este rubro porque generarán valor agregado, la innovación vista como una estrategia servirá para la sostenibilidad del negocio bananero, así mismo, en el análisis de este sector la colaboración con otras empresas o la asociatividad promoverá ideas sobre mejoramiento en la tecnología para los procesos productivos o de comercialización, el resultado de esta decisión se refleja en los servicios innovadores [16].

E.Comunidad local

La comunidad se refiere a la relación social y en la medida en que se inspira en un sentimiento subjetivo (afectivo o tradicional) de los participantes en construir un todo, por lo que la identidad local es producto de una continuidad en el tiempo, vivida conscientemente por un grupo humano, generadora de una acumulación cultural en términos de sistemas de normas y valores [17].

La comunidad local se le define dentro de la llamada comunidad de lugar, un grupo de personas que viven cerca unas de otras, propone que sus integrantes tomen relaciones comunales, experiencias, intereses compartidos, para lograr interacción de los unos con otros y se preocupan por el bienestar mutuo y de la comunidad. Es un tema de sociología teórica con la sociedad actual en donde la idea central es apoyada como rechazada, la comunidad va declinando, y también desapareciendo, el beneficio de la comunidad no está limitada al interés que toma en el comportamiento popular dejando amplios beneficios, el área local permite compartir recursos entre la gente implicada para dar atención a quien está cerca y prevenir accidentes, dan cabida al bienestar y la seguridad de los integrantes, la difusión de innovaciones y conocimiento es afuente en sí misma como en la sociedad [18]. Estos aspectos de la comunidad local, deben ser aprovechados por los directivos, gerentes o administradores para impulsar la responsabilidad social corporativa y cuyas acciones se reflejen en el aspecto económico.

F.Economía general

La economía general de un país, región, sector o empresa, es un factor externo, de cuya información los empresarios bananeros pueden extraer conocimiento para impulsar cambios en sus procedimientos y que aquellos se orienten a maximizar sus resultados económicos. El crecimiento de la economía fue variable desde los años 2004 hasta el 2012, sin embargo, la estabilidad se alcanzó gracias al sistema monetario y cuyo impacto se observó en las inversiones reales, en el sector bananero ecuatoriano el rendimiento de kilogramos por hectárea para el año 2016 fue de 31.780, que comparado con otros países de la región representa un volumen bajo,

Costa Rica tiene un rendimiento de 50.769 kg/ha, Nicaragua 47.333 kg/ha y República Dominicana 41.084 kg/ha [19].

III.METODOLOGÍA

El enfoque de la investigación es carácter cuantitativo, los autores Hernández, Fernández, & Baptista lo definen como un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y análisis de datos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias, producto de toda la información recabada y así lograr un mayor entendimiento del fenómeno estudiado [20]. Se aplicó el tipo de investigación descriptiva porque se trabajó sobre sucesos reales y la recopilación de información sobre los resultados económicos del sector bananero.

El tipo de investigación fue descriptivo, debido a que se parte de un supuesto que plantea las acciones de los empresarios bananeros orientados hacia la inversión económica en rubros según sus principales necesidades, se aplicó además la investigación exploratoria porque se buscó información sobre el tema económico y su medición por lo que es relativamente desconocido [21]. Adicionalmente, el aporte que se deriva de la investigación bibliográfica o documental que tiene la particularidad de utilizar como una fuente primaria de insumos o documento escrito en sus diferentes formas, papers o artículos científicos impresos, electrónicos y audiovisuales [22] y la investigación de campo considerada aquella que recolecta la información de datos directamente de los sujetos investigativos, o de la realidad donde ocurren los hechos [23], fue utilizada para concretar el tema de estudio.

La población de estudio se basa en 110 empresas bananeras registradas en el Servicio de Rentas Internas (SRI) y que pertenecen a la Asociación de Productores Bananeros del Ecuador (APROBANEC), la aplicación del instrumento de investigación contiene 21 ítems, cuya fiabilidad comprobada con el Alfa de Conbrach de 0,932, demuestra que la consistencia interna es excelente ya que se encuentra en un rango de $> 0,90$ considerado por George y Mallery [24].

El índice de Káiser Meyer Olkin (KMO) mide la adecuación de la muestra, indica que tan apropiado es aplicar el análisis factorial como también la prueba de esfericidad de Bartlett, se utiliza para probar la hipótesis nula que afirma que las variables no están correlacionadas en la población [25].

IV.RESULTADOS

A continuación, se presenta los resultados encontrados bajo la metodología planteada, la misma que se

presenta con el instrumento denominado encuesta cuyo cuestionario, en la cual se presenta el índice de KMO y la prueba de severidad de esfericidad de Bartlett que sir-

ve para revisar si es factible realizar un análisis factorial tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla I. Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,840
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	2277,453
	gl	210
	Sig.	,000

Nota: (APROBANEC 2019)

Mediante el análisis de la prueba de KMO y Bartlett, conforme la regla de decisión que afirma que mientras más cercano a 1 sea el valor obtenido la relación entre las variables es alta por lo que se puede realizar un análisis factorial [26]

- Muy bueno $\geq 0,9$
- Notable para $KMO \geq 0,8$
- Mediano para $KMO \geq 0,7$
- Bajo para $KMO \geq 0,6$
- Muy bajo para $KMO < 0,5$

El valor obtenido al aplicar la prueba de KMO fue 0,840, considerándose como un valor notable.

En relación a la prueba de Bartlett es una prueba que se utiliza más frecuencia para probar la homogeneidad

de las varianzas. La regla de decisión se basa en que se acepta la hipótesis nula cuando se puede aplicar el análisis factorial [27] es decir:

Si Sig. (p-valor) < 0.05 se acepta la hipótesis nula, se puede aplicar el análisis factorial.

Si Sig. (p-valor) > 0.05 se rechaza la hipótesis nula, no se puede aplicar el análisis factorial.

Ho= Si Sig. (p-valor) < 0.05 , se puede aplicar el análisis factorial.

Hi= Si Sig. (p-valor) > 0.05 no se puede aplicar el análisis factorial.

Por lo tanto, con un valor de significancia es .000, se pudo aplicar el análisis factorial.

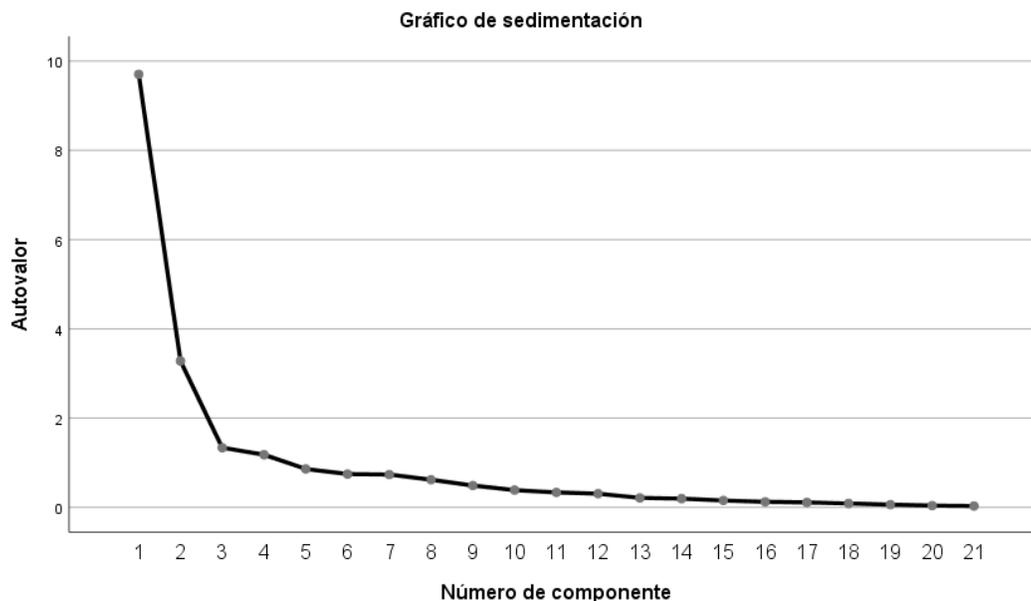


Figura 1. Gráfico de sedimentación

La figura 1 presenta de forma gráfica los posibles factores y la dominancia que tiene cada uno de ellos respecto a los demás, ya que este gráfico ordena los valores de mayor a menor, indicando cuales son los principales

componentes del modelo. En el caso analizado, el modelo de sedimentación se puede explicar los 6 factores en relación a las 21 variables utilizadas [28].

Tabla II. Matriz de componentes rotado

	Matriz de componente rotado					
	Componente					
	1	2	3	4	5	6
1 Considera que es adecuada la suficiente cantidad de hectáreas para el desempeño económico de la empresa.	,813	-,008	,134	,166	-,093	,296
2 La vida útil del producto genera un mayor rendimiento económico de la empresa.	,779	,231	,165	,156	,037	,122
3 La ubicación de la empresa afecta los resultados económicos.	,118	,335	,026	-,005	,865	-,104
4 Los accionistas o propietarios invierten recursos monetarios obteniendo rentabilidad en la empresa.	,843	,233	,305	,135	,217	-,035
5 La empresa cuenta con fondos propios o fondo patrimonial que aseguren su estado financiero en el largo plazo.	,174	,154	,212	,630	,272	-,382
6 Las inversiones tanto en efectivo o en especie (bien común) aportan a los resultados económicos de la empresa.	,455	-,220	,664	,219	,003	,123
7 La empresa investiga la procedencia de las inversiones que reciben para evitar riesgos económicos.	,770	,071	-,194	,394	,278	,045
8 La imagen que proyecta la empresa incrementa el desempeño económico.	,128	,684	,376	,016	,357	,094
9 La empresa al realizar iniciativas sociales y ambientales crea impactos positivos y genera nuevas inversiones económicas.	,226	,872	,045	,003	,222	-,174
10 La formalización y el cumplimiento con los proveedores incrementa el desempeño económico.	,727	,447	,159	,025	,240	,076
11 Innovar en el producto genera mayores ingresos económicos a la empresa.	,508	,294	,679	,089	,049	,140
12 Innovar en los procesos utilizados por la empresa previenen pérdidas económicas.	,316	-,107	,167	,065	-,066	,801
13 Innovar en la tecnología de la empresa incrementan las ganancias.	,824	,374	,232	-,027	,003	,063
14 Los canales de comunicación con clientes, proveedores y otras personas con las que hace negocios mejoran los resultados económicos de la empresa.	,517	,766	,139	-,063	,187	-,110
15 La empresa genera un buen ambiente laboral obteniendo mayor rendimiento económico.	,438	,628	,145	,040	-,079	-,130
16 La empresa cumple con todas las obligaciones tributarias que la ley exige evitando sanciones económicas.	,873	,335	,187	-,032	-,034	-,014
17 La empresa destina parte de sus recursos monetarios a las actividades filantrópicas.(Donaciones/Ayuda Social)	,176	,218	,079	,841	-,151	,229
18 La empresa cuenta con un flujo de caja que le garantiza el cumplimiento de la necesidad de efectivo.	,042	,813	-,078	,218	,177	,114
19 La empresa controla estrictamente sus costos de producción.	,192	,812	,022	,158	,152	-,267
20 Las Leyes gubernamentales aumentan la ganancia neta en la empresa.	,012	,669	-,288	,272	-,027	,245
21 La empresa realiza un análisis y proyecciones financieras las cuales utiliza para formular estrategias económicas.	,477	,800	,054	,039	-,038	-,036

Los resultados de la tabla II indican que dentro del aspecto económico de las empresas bananeras hay aspectos relevantes, primero en el factor uso de los recursos locales el aspecto que tiene mayor incidencia es la inversión en la cantidad de hectáreas de tierra para el desempeño económico de la empresa (0,813), segundo en el factor comunidad local tiene preponderancia la ubicación de la empresa, puesto que de aquello depende la obtención de resultados económicos (0,865), como tercer hallazgo, se establece que en el factor denomina-

do gestión del capital de trabajo se encuentran las iniciativas sociales y ambientales, las mismas que generan impactos positivos y nuevas inversiones económicas (0,872) y el cuarto hallazgo es el referente a la relación de los recursos locales con el cumplimiento de las obligaciones tributarias que legalmente son aceptadas y cumplidas por los empresarios bananeros.

En la tabla III, se detallan los valores de los coeficientes que son superiores a 0,8.

Tabla III. Comparación de los ítems con el mayor coeficiente

Factores	Ítems	Valor de Coeficiente > 0.8
Uso de recursos locales	1 Considera que es adecuada la suficiente cantidad de hectáreas para el desempeño económico de la empresa.	.813
	4 Los accionistas o propietarios invierten recursos monetarios obteniendo rentabilidad en la empresa.	.843
	13 Innovar en la tecnología de la empresa incrementan las ganancias.	.824
	16 La empresa cumple con todas las obligaciones tributarias que la ley exige evitando sanciones económicas.	.873
Gestión del capital de trabajo	9 La empresa al realizar iniciativas sociales y ambientales crea impactos positivos y genera nuevas inversiones económicas.	.872
	18 La empresa cuenta con un flujo de caja que le garantiza el cumplimiento de la necesidad de efectivo.	.813
	19 La empresa controla estrictamente sus costos de producción.	.812
	N/A	N/A
Marketing Responsable	N/A	N/A
Innovación	17 La empresa destina parte de sus recursos monetarios a las actividades filantrópicas. (Donaciones/Ayuda Social)	.841
Comunidad local	3 La ubicación de la empresa afecta los resultados económicos.	.865
Economía general	12 Innovar en los procesos utilizados por la empresa previenen pérdidas económicas.	.801

En relación a los resultados obtenidos mediante el análisis factorial sobre las dimensiones económicas en las empresas bananeras, se evidencia que existe mayor influencia en los factores de uso de recursos locales con un coeficiente promedio de 0,838 que se afirma como positivo; así mismo el factor de gestión del capital de trabajo mantiene un factor promedio de 0,832; de igual manera considerándose como positivas y se destacan las obligaciones tributarias que la ley exige evitando sanciones económicas y la realizar iniciativas sociales y ambientales crea impactos positivos y genera nuevas inversiones económicas respectivamente.

V.CONCLUSIONES

En la medición de resultados económicos de las empresas bananeras, se concluye que este tipo de organizaciones en primer lugar, deben generar esfuerzos para mejorar aspectos como la relación del rendimiento del producto con el uso de los recursos, en segundo lugar los empresarios deben asegurarse a largo plazo el ahorro de recursos económicos para poder invertir en innovación, en tercer lugar se concluye que las empresas bananeras no generan un ambiente laboral adecuado y por lo tanto se afecta en el rendimiento económico, es decir la gestión del capital de trabajo direccionado a estas acciones es mínimo.

RECOMENDACIÓN

Es recomendable que las empresas bananeras, mantengan indicadores actualizados de la gestión administrativa, e incorporen la actuación de equipo técnico a la información de la tecnología, para lograr innovación y uso de recursos de forma eficiente.

REFERENCIAS

- [1]Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, Cambio climático y la sostenibilidad del banano en el Ecuador, Roma: FAO, 2015.
- [2]S. Barrezueta y J. Chabla, «Características sociales y económicas de la producción de cacao en la provincia El Oro, Ecuador.» Revista la Técnica, pp. 25 - 34, 2017.
- [3]Revista Ekos, «Una mirada al sector bananero ecuatoriano.» 28 Septiembre 2017. [En línea]. Available: <https://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticulo-Contenido.aspx?idArt=9653>.
- [4]Ministerio de Comercio Exterior, "Informe sobre el sector bananero ecuatoriano," Ministerio de Comercio Exterior, Quito, 2017.
- [5]E. Ledesma, «Los 5 desafíos del sector bananero en 2019,» 28 Diciembre 2018. [En línea]. Available: <https://www.vistazo.com/seccion/enfoque/los-5-desafios-del-sector-bananero-en-2019>.

- [6]W. Ramon, «El banano ecuatoriano enfrenta problemas,» *El Comercio*, 28 mayo 2015.
- [7]Y. Antelo y D. Alfonso, «Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria,» *Ingeniería Industrial*, pp. 58-69, 2014.
- [8]R. P. L. Andrade, «Acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea,» *Revista Espacios*, 2017.
- [9]E. Aziz, *Evaluación de impacto y directrices de política*, Roma : Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura , 2015.
- [10]B. O. B. Burgos, F. R. López y R. C. Benítez, «Las Pequeñas y medianas empresas, las fincas familiares, las universidades y la gestión del desarrollo en el contexto ecuatoriano,» *Revista Científica Agroecosistemas*, vol. 5, n° 1, pp. 150-159, 2017.
- [11]B. Capa, «Estructura de capital en las pequeñas y medianas empresas bananeras de la provincia de El Oro,» *Scielo* , 2018.
- [12]E. Mendoza, J. Boza, H. Escobar y G. Macías, «El marketing verde como generador de valor superior en los emprendimientos,» *Revista Órbita Pedagógica*, pp. 129-144, 2017.
- [13]J. Mendoza y M. Veliz, «Marketing de responsabilidad social: experiencias en empresas del territorio de Manabí,» *revista RECUS.*, pp. 50-58, 2018.
- [14]E. Rossi, *Marketing Responsable*, Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata, 2016.
- [15]J. Orozco, K. Ruiz y R. Corrales, «Manual para la Gestión de la Innovación,» Universidad Nacional de Costa Rica, Costa Rica, 2015.
- [16]C. Meyer, *El arte de innovar y emprender*, España: Bankinter, 2014.
- [17]J. Torres, «La comunidad local y los procesos de desarrollo endógeno entre los huicholes,» *Sincronía*, pp. 1-25, 2013.
- [18]E. Alvarez, *Comunidad local es un término definido dentro de la llamada comunidad de lugar, un grupo de personas que viven cerca unas de otras.*, España, 2017.
- [19]S. Pino, H. A. A. Aguilar y L. Sisalema, «Aporte del sector agropecuario a la economía del Ecuador,» *Espacios*, vol. 39, n° 32, p. 11, 2018.
- [20]R. Hernández, C. Fernández y P. Baptista, *Metodología de la investigación*. Quinta edición, México: Editorial Mac Graw Hill, 2014.
- [21]P. Cazau, «Introducción a la investigación en ciencias sociales,» Buenos Aires, 2016.
- [22]O. Morales, «Fundamentos de la investigación documental y la monografía,» 2015. [En línea]. Available: <http://myslide.es/documents/fundamentos-de-la-investigacion-documental-y-la.html>.
- [23]F. Arias, *El Proyecto de Investigación*, Venezuela: EPISTEME, 2016.
- [24]D. George y P. Mallery, «SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update,» (4th ed). Boston: Allyn & Bacon, 2003.
- [25]O. M. Suarez, «Aplicación del análisis factorial a la investigación de mercados. Caso de estudio,» *Scientia et Technica*, p. 283, 2015.
- [26]J. Uribe, J. De Pablo y B. J., «El desarrollo local y empresarial: La formación como factor básico para orientar al emprendedor,» *Intangible Capital Ltda.*, 2013, pp. 644-677.
- [27]J. Correa, R. Iral y L. Rojas, «Estudio de potencia de pruebas de homogeneidad de varianza,» *Revista Colombiana de Estadística*, 2013, pp. 57-76.
- [28]V. S. A. Cattell R, «Comprehensive trial of the scree and KG criteria for determining the number of factors,» *Multivariate Behavioral Research*, 1977, pp. 289-325..
- [29]M. A. Hernández, S. C. García, N. López Abejón y Z. M. Rodríguez, «Estudio de Encuestas,» https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf, 2016.