

## Percepción de la innovación administrativa y la cultura organizacional en las empresas bananeras

**Tunay Tapuy Ruth Glenda**

ruthtapuy@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-4053-8748>

Universidad Técnica de Ambato-Ecuador  
Ambato-Ecuador

**León Saltos Amparito Cecilia**

leonamparito@uta.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-7047-471X>

Universidad Técnica de Ambato-Ecuador  
Ambato-Ecuador

**Saltos Cruz Juan Gabriel**

jg.saltos@uta.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-4398-2564>

Universidad Técnica de Ambato-Ecuador  
Ambato-Ecuador

Recibido (06/03/22 ) Aceptado (03/04/22)

**Resumen:** La innovación administrativa es parte fundamental en las gestiones estratégicas de las organizaciones, constituye una ventaja competitiva empresarial, mientras que la cultura organizacional abarca comportamientos y desempeños de la organización, las cuales son claves para el desarrollo de un rendimiento eficiente para la obtención de las innovaciones. La presente investigación tiene como objetivo establecer las relaciones que se producen entre la innovación administrativa y la cultura organizacional, con el fin de observar el cumplimiento de las metas de las empresas bananeras, el método aplicado es cuantitativo de alcance analítico-descriptivo y correlacional, se realizó el análisis de fiabilidad en el Alfa de Cronbach de 0.942 al instrumento de 25 ítems que se empleó en 86 medianas empresas bananeras del sector agrícola, los resultados encontrados muestran que existe una relación alta  $p > 0.9$  entre el grado de conocimiento y competencia de los altos directivos en el desarrollo y planificación de trabajos innovadores.

**Palabras Clave:** Industria bananera, innovación tecnológica, organización empresarial

### Perception of administrative innovation and organizational culture in banana companies

**Abstract:** Administrative innovation is a fundamental part of the strategic management of organizations, it constitutes a business competitive advantage, while the organizational culture encompasses behaviors and performances of the organization, which are key to the development of efficient performance to obtain innovations. The present research aims to establish the relationships that occur between administrative innovation and organizational culture, in order to observe the fulfillment of the goals of banana companies, the applied method is quantitative, analytical-descriptive and correlational scope, it is carried out the reliability analysis in the Cronbach's Alpha of 0.984 to the 25-item instrument that was used in 86 medium-sized banana companies in the agricultural sector, the results found show that there is a high relationship  $p > 0.9$  between the degree of knowledge and competence of senior managers in the development and planning of innovative work.

**Keywords:** Banana industry, technological innovation, business organization



## I. INTRODUCCIÓN

En este trabajo se pretenden identificar las relaciones que se producen en la innovación administrativa y la cultura organizacional en las medianas empresas, tomando en cuentas los aspectos necesarios para la mejora de la producción y la gestión administrativa.

La innovación se sustenta en actuaciones y decisiones que se adopten como parte de su cultura; cuanto más innovadora y creativa sea la organización, mejor y mayor será el rendimiento organizacional [1], razón por la cual, empresas emergentes aprovechan recursos disponibles para aumentar la rentabilidad y sostenibilidad en un mercado completamente competitivo [2] y también para realizar cambios oportunos en las estructuras y procesos administrativos, las mismas que contribuirán a la reducción de los costos y gastos [3].

Desde una perspectiva organizacional, la innovación administrativa ofrece grandes beneficios, ventajosos a la empresa, pues representa de una u otra forma habilidades básicas que se pueden innovar para lograr ventajas para la empresa [4], en muchos casos se aplican estrategias de arriba hacia abajo generada por altos directivos, o de abajo hacia arriba que proviene de las necesidades de las personas [5]. Y desde una perspectiva administrativa, los empleados que posean iniciativa, son factor clave para la innovación, ya que tienden a estar más motivados y comprometidos con la organización a fin de aumentar la productividad y rentabilidad de la misma [4].

## II. DESARROLLO

Se presentan en este apartado los conceptos fundamentales que validan y sustentan el trabajo desarrollado.

### A. Innovación Administrativa

La innovación es un factor que incide directamente en el desempeño empresarial a su vez, está ligado a avances tecnológicos, científicos, y de mercado por lo que provoca impacto en la sociedad [6]. Es todo aquel proceso de cambio, transformación, modificación de un bien sea tangible o intangible, y se origina a partir de una necesidad que surge de manera, individual, grupal, en equipos y también organizacionales [7].

La innovación administrativa está enfocada a los objetivos administrativos y se considera un nuevo paradigma para el mundo empresarial [5], se define como un proceso, el cual se fundamenta en cambiar lo tradicional a lo innovador ya sea, en el proceso administrativo, en la cultura organizacional y en el diseño de la organización [8]. A su vez, la globalización, los mercados com-

petitivos, y los cambios de tecnología, juegan un papel importante en la innovación administrativa pues, estas reflejan notoriamente su rendimiento en la economía y en el desarrollo de un país [9]. En definitiva, la innovación administrativa constituye un equilibrio del sistema técnico y la estructura social de una organización [3].

En efecto, Palacio [10] sostiene que, la innovación administrativa hace referencia a los nuevos métodos, estrategias, estructuras y procesos de control y administración, los cuales son puestas en práctica, así como también el sistema de conocimiento de los altos directivos y las relaciones externas con otras organizaciones. Por lo tanto, es la implementación de nuevas ideas y criterios administrativos de la organización. La adopción o generación de múltiples ideas se encuentran interrelacionadas a la creatividad [11], y también a los factores administrativos, que se vinculan con la innovación en diferentes contextos para la construcción de la competitividad.

En esta investigación se analiza la literatura científica sobre tres criterios: innovación en la gestión, innovación estratégica y relaciones con los clientes en las empresas bananeras.

### a. Innovación en la gestión

La innovación en la gestión posee un enfoque integrado, se considera una innovación abierta, en donde es necesario un análisis situacional integral del contexto tanto interno como externo de la organización y de los lineamientos sociales, económicos y políticos del sector [12].

Existen factores fundamentales que ayudan al proceso de creación de la innovación de la gestión, factores tales como conocimiento y competencia, capital social, participación activa y apoyo de otras organizaciones que se desarrolla dependiendo de la naturaleza empresarial [5].

Además de los señalados, también se consideran como elementos estratégicos para innovar, el uso adecuado de recursos básicos, para diferenciarse sobre otros competidores [13], y la participación del capital humano por el desarrollo del flujo de trabajo con eficiencia dentro de los sistemas organizacionales. A través, de las habilidades y aptitudes del capital humano se alcanza el desempeño organizacional, y con su conocimiento creativo aporta al cumplimiento de objetivos [14].

Retomando el criterio Vutivoradit et al. [5] sobre la innovación en la gestión, son tres aspectos que contribuyen a impulsar este tipo de innovación:

a) La participación activa se enfoca en las acciones

de los colaboradores y directivos, en la cooperación del desarrollo del trabajo con la organización de una forma efectiva y eficiente, cumpliendo un rol fundamental en la planificación de las actividades organizacionales [15].

b) Capital social debido a que es un atributo colectivo de la organización, porque se puntualiza sobre la confianza de las normas de cooperación común y la red de relaciones sociales, las cuales trabajan íntegramente de manera efectiva [16].

c) Apoyo de otras entidades, esto se traduce en el respaldo de agencias externas, en donde brindan herramientas de apoyo en áreas de conocimiento, coordinación, desarrollo e innovación [17].

### **b. Innovación estratégica**

La innovación estratégica es una técnica diferenciadora en el rendimiento de las empresas, pues son agentes generadores de ofertas de valor que coadyuvan a potenciar el desarrollo de beneficios sostenibles y ventajas competitivas, además de promover y mantener competitividad de las mismas [18], de la misma manera fomenta el logro de los objetivos futuros de la empresa, a través de estrategias alineadas a los requerimientos de mercados existentes [19].

La innovación estratégica es parte integral del modelo de negocio, que conduce al proceso de innovaciones como infraestructura empresarial, operaciones centrales, canales de ventas, marketing, investigación y desarrollo, aprendizaje en equipos, innovación del producto [2], factores que direccionan la innovación mentada mediante la combinación de la gestión administrativa y la innovación tecnológica mejora la continua de la organización con las exigencias del entorno [19].

Se puede resumir que la innovación estratégica se alcanza con la implementación de los elementos señalados.

a) Infraestructura empresarial innovadora, este es un componente fundamental en la organización, constituye el éxito y el logro de una ventaja competitiva, pues es la base de la construcción de actividades, procesos innovadores, abarca recursos, estructuras, instalaciones y equipos [20].

b) Operaciones innovadoras se relaciona a la gestión eficaz de las operaciones de suministros de la organización, respaldada por la actuación de los colaboradores capacitados, también atribuye a la cooperación mutua

entre disciplinas de marketing e I &D+i [21]. Estas actividades estratégicas conllevan además la decisión de tener orientación empresarial para el desempeño adecuado y lograr el mejoramiento continuo de la organización, decidiendo oportunamente [22].

c) Canales de ventas innovadores contribuyen al cumplimiento de las estrategias organizacionales, las cuales, son cruciales ya que indican directamente el desempeño de la entidad [23].

d) Marketing innovador, en referencia a la identidad de una empresa, se centra en la relación mutua con los clientes y la marca, la misma que mejora el progreso financiero de la organización y del mercado, a través de estrategias innovadoras que desarrollen el rendimiento de la misma [23]. Un criterio similar manifiesta Dinesh & Sushil [2] sobre la relación cliente-marca porque se promueve a través del marketing innovador un rendimiento empresarial aceptable.

e) Investigación y desarrollo, se convierten en los catalizadores de la innovación, pues es el desarrollo e investigación de nuevos productos/servicios, que apoyan la creación de conocimiento y desempeño de la organización con una visión del futuro, en este sentido la innovación tecnológica aporta para que la empresa sea vanguardista con los cambios que la dinamización del entorno provoca [24].

f) Aprendizaje en equipo, este es un proceso por el cual los trabajadores adquieren y transfieren conocimientos, a través de los mismos, es la fuente de todas las innovaciones, en donde se desarrolla nuevos productos/servicios, por ende, es la base de conocimiento organizacional [25].

h) Innovación de productos, este proceso implica estrategias que cubren el rendimiento del producto, originalidad y nuevo diseño que se relaciona con la marca de la empresa [24].

### **c. Relaciones con Clientes**

Las relaciones con los clientes son clave para el desarrollo de la innovación administrativa desde dos perspectivas, la primera porque se enfoca en comprender a los colaboradores de la empresa y la segunda comprender a los clientes externos; por lo tanto, es una combinación de procesos y uso de tecnología, con el fin de lograr comunicación, lealtad y satisfacción [26].

El establecimiento de redes estratégicas son oportu-

tunidades para la empresa, se orienta a la influencia comercial y son mecanismos de protección para evitar la alta competitividad en el mercado [27]. El fomento de redes estratégicas implica que los colaboradores se encuentren preparados ante el cambio, por ello es necesario que las prácticas de procesos y de las estructuras de gestión se modifiquen con eficiente comunicación y atención [1].

Al mejorar e innovar continuamente los procedimientos y procesos se mejora la satisfacción laboral e independencia [14], por lo tanto, los colaboradores se sentirán más atraídos por contribuir a la gestión innovadora. El objetivo de aplicar procesos innovadores en la empresa es lograr mejores resultados empresariales y que generen una relación positiva en la sociedad [28], de esta forma se logra fidelizar a los clientes.

En este apartado se determina que la organización debe enfocarse en priorizar sus innovaciones administrativas, de forma que, estas también generen innovaciones en el desarrollo local, competitivo e impulsen la transformación productiva de estos procesos en el sector [6].

## **B. Cultura Organizacional**

A lo largo de los años, la cultura organizacional ha sido un tema controversial, pues existe múltiples variaciones teóricas que inciden en su definición, concepto e importancia [29]. La cultura organizacional es un sistema ideacional complejo, el cual está arraigado a tres influencias importantes interrelacionados entre sí, tales como el sistema socio estructural, el sistema cultural y los actores individuales, sistemas que reúnen un marco conceptual profundo [30].

Según Reyes y Moros [31] sostienen que la cultura organizacional engloba un sistema de múltiples factores significativos, las mismas que son compartidas entre los miembros de la organización. Promover una cultura con valores es ventajoso, pues no solo se cumplen objetivos relacionados con la organización, sino también permite que el personal se identifique con una cultura organizacional congruente, y que todos se beneficien de ella, porque individualmente se pueden adoptar valores y creencias que sean parte de su cultura personal, aquello se complementa como parte de su identidad cultural [32].

Los valores como parte de la cultura organizacional, se convierten en activos intangibles para que la empresa alcance reputación con los distintos stakeholders, por ello, es importante analizar cuáles son las interacciones que se producen entre estos actores

La cultura es la interacción y el comportamiento de

los miembros en sí, la cual proyecta una imagen corporativa, tanto interna como externa de la organización [33], se relaciona primordialmente con el desempeño organizacional, el compromiso laboral, el liderazgo organizacional, la satisfacción laboral, el clima organizacional, la innovación y demás [34], variables que tienen una relación directa con el involucramiento, la adaptabilidad, la misión y la consistencia de la cultura organizacional [35].

En definitiva, estas variables son parte del sistema de aprendizaje organizacional, orientadas y enfocadas hacia los miembros de la empresa, haciendo énfasis en la forma de conducta y de su comportamiento en las diversas situaciones que enfrentan [36].

Con respecto a la cultura organizacional dentro de las empresas bananeras ecuatorianas se investigó sobre los tres criterios mencionados a continuación.

### **a. Sistema socio estructural**

Es la interacción de aspectos sociales, físicos, organizacionales y culturales, que abarcan también, aspectos legales, económicos e inclusive aspectos de política social del entorno organizativo, que dentro del aspecto empresarial se representa, a través de la relación de estructuras sociales generalizadas de las macro relaciones sociales de una sociedad concreta [37].

Este sistema socio estructural es el cimiento de la cultura, pues a partir de ello, se puede promover el cambio organizacional, las mismas que se manifiestan de múltiples maneras dentro del comportamiento de los individuos, y se pueden observar mediante costumbres, valores, normas que se originan, se modifican, y también se mantienen en una organización [38].

Por ende, la estructura de la organización está conformada por comportamientos relativamente estables, pues se define como una suma total de los rasgos organizativos, en donde se identifican y se controlan la caracterización de tareas, viabilidad del ambiente y procedimientos de equipos de trabajo [39].

Según investigaciones anteriores León et al. [40] sostiene que las empresas bananeras poseen interacciones dinámicas, ya sea dentro del proceso productivo o comercial, pues establecen relaciones estratégicas y directas dentro de los aspectos sociales de mercado y de los recursos económicos.

Al ser un sistema dinámico y no estático, influye en un sistema social compuesto por estructuras formales, procesos de gestión, estrategias, políticas, mecanismos de control y de motivación, etc., [30], pues influyen drásticamente en la sociedad, además de reflejar una cultura organizacional presente y posteriormente futura

con características básicas y alineadas con la organización [41], englobando elementos de funcionamiento organizacional.

a) Estructuras formales: Se consideran estructuras orgánicas organizativas, pues poseen un vínculo formal y único, el cual es una clara representación de una entidad, consisten en contribuir conocimiento especializado y adecuado [30].

b) Estrategias: Acciones estratégicas encaminadas al logro de objetivos de forma práctica y simultánea en una organización, respecto a flujos de ideas, tecnología y conocimiento, obteniendo resultados efectivos y óptimos [42].

c) Políticas: Conjunto de normas, declaraciones y actividades asociadas que guían el proceso de toma de decisiones, planes de acción general de una organización, la misma que conduce a su operación o funcionamiento [43].

d) Proceso de gestión: Abarca una serie de tareas, actividades, las cuales están interrelacionadas entre sí, pues mejoran el desempeño organizacional y optimizan la productividad y la responsabilidad social [13].

#### b. Sistema cultural

Consiste en un conjunto de patrones, es decir de conocimientos, principios, creencias y normas arraigados por naturaleza al ser humano, esta regula e interpreta la forma de actuar y comportarse ante diversas situaciones de una forma expresiva [44].

El sistema cultural está conformado por tres fundamentales aspectos tales como; la historia de la organización, la sociedad ambiental y los factores de contingencia en donde intervienen aspectos culturales y estructurales [30].

Por lo tanto, es un sistema dinámico de símbolos y significados compartidos que se manifiestan en ideologías, mitos, valores y múltiples factores culturales, las cuales se dan entre los individuos que interactúan en un entorno social [41].

a) Mitos: son expresiones narrativas esencialmente ficticias, las cuales proporcionan múltiples vínculos afectivos y tenaces entre una realidad moderna y una realidad pasada, dichos eventos se originan, se transforman y se relacionan en términos simbólicos [45].

b) Ideologías: es un sistema simbólico de un conjunto de creencias, las mismas que proporcionan explica-

ciones mitigas y convincentes de la realidad social, esta propone objetivos, percepciones radicalmente diferentes [30].

c) Valores: Son manifestaciones simbólicas de la realidad, la cual proporciona significados y normas relevantes tanto para las acciones sociales como para el comportamiento social, por ende, los valores se consideran constitutivos, ya que forman parte de un todo [31].

Con respecto a estudios anteriores las empresas bananeras manejan un sistema cultural transparente arraigado a valores tradicionales y orientados a principios tales como armonía en el trabajo, justicia y estabilidad laboral que agregan un plus a la actividad empresarial del sector [46]. No obstante, el entorno desarrolla un papel preponderante en el sistema cultural de las organizaciones, pues las fuerzas externas promueven cambios en la cultura organizacional de las empresas [47].

Por ende, el sistema cultural está estrechamente ligado a la influencia de la gestión en el campo, es decir la programación mental colectiva, el cual consiste en la esencia de normas distintivas tales como hábitos, mitos, valores, ideologías, costumbres [42] que se comparten con los miembros de una misma organización, nación, región e incluso grupo [48].

#### c. Actores Individuales

Son los miembros dominantes que constituyen toda una organización, poseen la tarea fundamental de generar, conservar, transmitir, y modificar aspectos significativos de la cultura organizacional siempre y cuando, sean necesarios y requeridos según los intereses y necesidades individuales, para lograr organizar todos sus esfuerzos en objetivos mutuos, que faciliten el beneficio propio de la empresa [45]. Son capaces de influir en la forma de la organización y en la naturaleza empresarial de la misma, ya que reflejan en sus estrategias y metas, valores, objetivos y preferencias de sus actores clave [49].

Los comportamientos de los actores individuales tienen gran importancia en la entidad, pues contribuyen a comprender y entender el mundo organizacional, convirtiéndose en moldeadores significativos de sus propias capacidades, habilidades, experiencias, personalidad y particularidad [50].

Desde el punto de vista de Allaire & Firsirotu [30] consideran que los actores individuales se caracterizan por diferentes grados de compartir roles, expectativas y valores, las cuales conforman las estructuras de significado específico de la organización que contribuyen,

también al desempeño de la sociedad.

Constituye la base primordial, la cual comprende principios corporativos que colaboran con la construcción de la reputación empresarial, además de abarcar un rendimiento colectivo e individual de las percepciones, en donde se aplican elementos subyacentes, visibles implícitos y visibles explícitos en la gestión organizacional de la cultura [51].

Para ello, es importante que de los actores manejen un estilo de liderazgo oportuno, puesto que son los líderes quienes influyen directamente en la cultura organizacional, son responsables de gestionar y controlar, son quienes imponen valores, principios y comportamientos en los empleados a fin de unificar inclinaciones distintas en un objetivo común. El potencial del liderazgo impacta significativamente en el desempeño, comportamiento, satisfacción y motivación de los trabajadores, e índice también los climas laborales, culturas organizacionales y competencias generales [52].

### III.METODOLOGÍA

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo de tipo analítico-descriptivo, correlacional, ya que permite la descripción del fenómeno de estudio, mediante la caracterización profunda de las variables de investigación, a través de instrumentos, técnicas, métodos bibliográficos y de campo, que permiten analizar sobre la problemática del objeto de estudio [53]. La investigación se realizó en las empresas bananeras de la provincia de Los Ríos, con una muestra de 86 medianas empresas dedicadas al cultivo de banano, las mismas que permitió un estudio práctico y directo, entre los actores principales.

La confiabilidad y fiabilidad del instrumento en la investigación se desarrolló, mediante el coeficiente alfa de Cronbach, dando como resultado un valor aceptado de 0.942, la cual es mayor al 0.7 del global standard permitido, de la misma manera se logró demostrar la confiabilidad de este instrumento.

La técnica aplicada para la recolección de datos de esta investigación es la encuesta, en el cual se propuso un instrumento considerando categorías y subcategorías principales del estudio, el cuestionario constó de 25 ítems en relación a las variables de estudio sobre la innovación administrativa y cultura organizacional, las mismas que fueron evaluados a partir de una escala de Likert (1, totalmente en desacuerdo, 2 parcialmente en desacuerdo, 3 Indiferente, 4 parcialmente de acuerdo, 5 totalmente de acuerdo).

Según la planificación preliminar de la investigación, se aplicó el instrumento a la población determinada, recolectándose la información durante los meses de agosto y septiembre del 2021, con el objetivo de analizar e identificar el estado actual de las empresas bananeras con respecto a las variables de estudio.

### IV.RESULTADOS

El método estadístico aplicado con el coeficiente de Spearman, permitió medir la asociación entre la innovación administrativa y la cultura organizacional en las empresas bananeras medianas. Las principales frecuencias registradas en el estudio de la primera variable se observan en la tabla 1 siguiente.

**Tabla 1. Factores relevantes de la innovación administrativa**

Nº de ítem	Descripción	Frecuencia obtenida
3	¿Cómo considera la participación de los colaboradores y directivos en la planificación de las actividades innovadoras en la empresa bananera?	65,1% Totalmente de acuerdo
4	¿Considera que en la empresa bananera la infraestructura empresarial cumple un papel fundamental para desarrollar sistemas de gestión innovadores?	69,8% Parcialmente de acuerdo
5	¿Está de acuerdo que en la empresa bananera es óptima la gestión de los recursos para constituirse como una organización competitiva innovadora?	74,4% Parcialmente de acuerdo
6	¿En la empresa bananera es eficaz la utilización de suministros y recursos humanos para las operaciones innovadoras?	69,8% Parcialmente de acuerdo
15	¿Cree usted que la empresa bananera tiene la capacidad de satisfacer las exigencias de sus clientes?	69,8% Parcialmente de acuerdo
16	¿En la empresa bananera se crea un valor competitivo en la sociedad al proponer estrategias de mejora de lealtad con los clientes?	65,1% Parcialmente de acuerdo

Se determinó que en la innovación administrativa los aspectos que mayor interés engloban en las empresas bananeras son los relacionados a la planificación que los directivos realizan con las necesidades en infraestructura, suministros, recursos humanos y estrategias con los clientes.

De la misma manera, se observan en la tabla 2 las

principales frecuencias de la segunda variable. Los factores relevantes de la cultura organizacional en las empresas bananeras son dos: el compromiso de los colaboradores y la decisión de los directivos para cambiar los sistemas utilizando modificaciones en la infraestructura, que son las frecuencias más altas obtenidas.

**Tabla 2. Factores relevantes de la cultura organizacional**

Nº de ítem	Descripción	Frecuencia obtenida
17	¿Cómo considera la participación de los colaboradores y directivos en la planificación de las actividades?	80,2% Totalmente de acuerdo
25	¿Considera que en la empresa bananera la infraestructura empresarial cumple un papel fundamental para desarrollar sistemas de gestión innovadores?	65,1% Parcialmente de acuerdo

Los hallazgos encontrados, utilizando la correlación de Spearman establece que la relación de asociación es alta en la cultura organizacional con respecto a las capacidades que los altos directivos pueden poner a disposición de la innovación, si se utiliza las relaciones sociales externas para la gestión innovadora, esta asociación tiene un valor de 0,937.

Otro aspecto importante en estas relaciones establece que el rendimiento de los empleados está en concordancia con la apreciación de los directivos de las empresas bananeras, los reconocimientos hacia los empleados son impulsores que actúan en el desempeño innovador de los empleados, este aspecto se valoró con 0,972. En el sector bananero los procesos se encuentran establecidos con operaciones de siembra y cosecha, la acción de los trabajadores agrícolas para la innovación de esos procesos está orientado básicamente a nuevas formas de cortar la fruta o deshojar, particularmente de exponer su experiencia en el campo y de qué manera se logra mayor calidad en el proceso de siembra o cosecha.

Se identificó que en las empresas bananeras se puede concretar una gestión innovadora con las relaciones externas, además de asociarse con el desempeño general, esta asociación es alta 0,963; en este sentido, las empresas bananeras entregan su producción a las exportadoras, por este motivo, la relación externa brinda un beneficio porque se recibe críticas o reconocimiento.

En el ámbito de las relaciones externas se encontró que las empresas bananeras están brindando seguridad industrial a sus colaboradores y la oportuna comunicación respecto a los procesos internos, debido a que son requerimientos obligados para acceder a determinadas

certificaciones a nivel nacional, esta relación tiene un valor de 0,947.

El aspecto ético como parte de la cultura organizacional tiene una asociación alta con los colaboradores en las empresas bananeras 0,957. Los valores, creencias o principios de estas organizaciones se reflejan en el comportamiento de los propietarios hacia sus trabajadores y se produce el respeto mutuo.

Las políticas que se establecen en las empresas bananeras se encuentran afianzadas en la eficiencia y se demuestran en la práctica con las oportunidades que estos negocios tienen en el mercado, la asociación entre estas variables es alta 0,956.

Los resultados del estudio dan cuenta que es necesario que se implementen y ejecuten estrategias para realizar actividades innovadoras, de este modo se logra que los colaboradores tengan un rendimiento adecuado y óptimo, esta relación tiene un valor de 0,944.

Las asociaciones moderadas son aquellas que se encuentran con un valor de 0,801 respecto a las capacidades que la empresa bananera utiliza con el desarrollo de ideas creativas por parte de sus trabajadores; el siguiente aspecto con relación moderada es sobre la estructura formal presente en las empresas bananeras, la delimitación de funciones, actividades u operaciones también contribuye a la participación de sus miembros en la planificación de actividades innovadoras, que generalmente solo se produce en los niveles directivos.



## V.CONCLUSIONES

En las empresas bananeras la práctica de la innovación administrativa y cultura organizacional busca integrar sus principales características en los agentes directivos, por tal motivo mediante el análisis de los resultados alcanzados, se concluye que las medianas empresas bananeras adoptan la filosofía de liderazgo, comunicación y competencias acordes a la necesidades de los clientes como factores influyentes hacia el logro de sus metas o cumplimiento de sus funciones [54].

Otro aspecto concluyente es que los altos directivos promueven las relaciones externas con otras empresas bananeras y los exportadores, por lo que su capacidad, conocimiento y competencia sobre el manejo de los negocios forman parte de las innovaciones administrativas para coordinar y planificar actividades de trabajo que conlleven a acciones, con responsabilidad y compromiso para ejecutar estrategias e ideas creativas que ayuden al mejoramiento continuo de las bananeras.

Con referencia a los resultados obtenidos se puede evidenciar claramente que las medianas empresas bananeras gestionan su cultura a través de la comunicación y de la responsabilidad social para realizar acciones oportunas sobre el desempeño organizacional, que requieren las mismas [46].

## REFERENCIAS

- [1]M. Rahman, A. Ali, O. Isaac, A. B. Abu-Elhassan y G. Khalifa, «Effect of organizational innovation (product innovation, process innovation, and administrative innovation) on organizational learning,» *Test Engineering and Management*, vol. 82, nº 1, pp. 12101-12113, January-February 2020.
- [2]K. K. Dinesh y Sushil, «Strategic innovation factors in startups: results of a cross-case analysis of Indian startups,» *Journal for Global Business Advancement*, vol. 12, nº 3, pp. 449-470, Julio 2019.
- [3]J. A. Varela y J. N. Méndez, «Relación entre factores administrativos e innovación,» *Revista EAN*, nº 83, pp. 31-50, Junio 2017.
- [4]M. Yahya y S. Yousif, «Administrative Innovation Of The Deans Of Colleges In Baghdad Governorate,» *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, vol. 12, nº 7, pp. 1555-1563, Marzo 2021.
- [5]S. Vutivoradit, K. Kalayanamitra y S. Jakkapattarawong, «Administrative innovation in local Government Bureaucracies: Case study of Thesaban, Phetchabun Province, Thailand,» *The EURASEANS: Journal on global socio-economic dynamics*, vol. 3, nº 16, pp. 25-31, Mayo-Junio 2019.
- [6]G. I. Ayón-Ponce, M. R. Vera-Choez y J. R. Rodríguez-Armas, «Innovación un factor clave en el desarrollo empresarial del sector bananero de la provincia del Guayas,» *Polo del Conocimiento*, vol. 6, nº 3, pp. 1552-1569, Marzo 2021.
- [7]R. P. Suárez, «Reflexiones sobre el concepto de innovación,» *Revista San Gregorio*, nº 24, pp. 120-131, Julio-Septiembre 2018.
- [8]A. Hashem, A. Salem y F. Suliman, «The impact of intellectual capital on the administrative innovation among the employees in the commercial Jordanian banks,» *International Journal of Economics and Business Administration*, vol. 8, nº 4, pp. 1073-1088, Diciembre 2020.
- [9]A. Sheshi y D. Kercini, «The role of technological, technical and administrative innovation in the performance of the sme's in Albania,» *European Journal of Business, Economics and Accountancy*, vol. 5, nº 2, pp. 1-9, 2017.
- [10]A. Palacio, P. Arévalo y J. Guadalupe, «Tipología de la Innovación Empresarial según Manual del Oslo,» *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, vol. 6, nº 1, pp. 97-102, Abril 2017.
- [11]L. Chen, Y. Gong, Y. Song y M. Wang, «From Creative Environment to Administrative Innovation: Creation and Implementation in Top Management Teams,» *The Journal of Creative Behavior*, vol. 55, nº 3, pp. 604-621, Marzo 2021.
- [12]M. Delgado, «Gestión orientada a la introducción en la preparación de los cuadros empresariales,» *Retos de la Dirección*, vol. 13, nº 2, pp. 59-80, Diciembre 2019.
- [13]V. Pertuz y A. Pérez, «Condiciones para el aprendizaje organizacional y prácticas de gestión de innovación: un análisis en medianas empresas,» *Información Tecnológica*, vol. 31, nº 3, pp. 209-218, Junio 2020.
- [14]W. S. Zaraket y A. Halawi, «The effects of HRM practices on organizational performance in Lebanese banks,» *Journal for Global Business Advancement*, vol. 10, nº 1, pp. 62-88, Enero 2017.
- [15] J. Reyes, «Desarrollo de culturas de participación positivas en las organizaciones laborales,» *Revista Universidad y Sociedad*, vol. 10, nº 1, pp. 104-111, Abril 2018.
- [16]I. Enríquez, «La incidencia del factor empresarial en la dialéctica desarrollo/subdesarrollo: Las racionalidades empresariales y el capital social en los espacios locales/regionales,» *Revista cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, nº 104, pp. 1-12, Mayo 2018.

[17]H. Rojas-Pescio y V. Roa-Petrasic, «Propuesta de modelo para la autogestión del conocimiento para la productividad de las empresas de menor tamaño en la era del conocimiento,» *Innovar*, vol. 31, nº 80, pp. 73-84, Abril 2021.

[18]J. F. Virgüez, H. F. Castro-Silva, C. J. Chaparro-Pérez y J. J. Angarita-López, «Innovación Estratégica: Una Revisión Sistemática de Literatura,» *Aibi revista*

de investigación administración e ingeniería, vol. 8, nº 2, pp. 128-132, Abril 2020.

[19]J. Saltos, A. Zavala, A. León y A. Villalba, «Validación de un Modelo de Medición de Responsabilidad Social,» *Revista Lasallista de Investigación*, vol. 18, nº 1, p. 15, Enero-Junio 2021.

## RESUMEN CURRICULAR



**Ruth Glenda Tunay Tapuy**, estudiante de la Universidad Técnica de Ambato; Facultad Ciencias Administrativas; Carrera de Administración de Empresas por graduarme de Licenciada en Administración de Empresas



**Amparito Cecilia León Saltos** Ingeniera en Administración de Negocios de Ecuador, Máster en Administración de Negocios y Máster en Investigación en Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad por la Universidad Complutense de Madrid España. Actualmente es doctoranda de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas de la Universidad Complutense de Madrid. Tiene publicaciones sobre Responsabilidad Social Corporativa y de Ética empresarial.



**Juan Gabriel Saltos Cruz**, Ingeniero de Empresas e Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, Máster en Marketing y PhD en Ciencias Económicas. Certificado internacional IRCA Bureau Veritas de Auditor Líder de Calidad según norma ISO 9001. Es Investigador Senior de la Red Latinoamericana de Branding. Ha participado en programas de investigación con universidades nacionales e internacionales.