

# Factores empresariales que influyen en la innovación medioambiental de las empresas bananeras ecuatorianas

Muñoz Almachi Diana Isabel,  
<https://orcid.org/0000-0002-2268-6894>  
dmunoz6438@uta.edu.ec  
Universidad Técnica de Ambato  
Ambato, Ecuador

León Saltos Amparito Cecilia,  
<https://orcid.org/0000-0001-7047-471X>  
leonamparo@uta.edu.ec  
Universidad Técnica de Ambato  
Ambato, Ecuador

Saltos Cruz, Juan Gabriel  
<https://orcid.org/0000-0002-4398-2564>  
jg.saltos@uta.edu.ec  
Universidad Técnica de Ambato  
Ambato, Ecuador

Received (13/01/2023), Accepted (10/04/2023)

**Resumen:** Los factores empresariales juegan un papel importante en el desarrollo y crecimiento de las organizaciones. Este trabajo está centrado en identificar los factores empresariales que influyen en la innovación medioambiental de las empresas bananeras ecuatorianas, el método empleado es cuantitativo de tipo descriptivo, se realizó el análisis de fiabilidad en el Alfa de Cronbach de 0,981 al instrumento conformado por 19 preguntas en escala de Likert. Los resultados encontrados demuestran que existe una relación alta  $p > 0.8$  entre el grado de conocimiento de los factores empresariales en las empresas bananeras para el desarrollo de actividades que reduzcan el impacto ambiental.

**Palabras clave:** Impacto ambiental, innovación medioambiental, protección ambiental, ventaja competitiva.

Business factors that influence the environmental innovation of Ecuadorian banana companies

**Abstract.-** Business factors play an essential role in the development and growth of organizations. This work is focused on identifying the factors that influence the environmental innovation of Ecuadorian banana companies, the method used is quantitative of a descriptive type, and the confidence analysis was carried out in Cronbach's Alpha of 0.981 to the instrument made up of 19 questions in Scale Likert. The results show a high relationship  $p > 0.8$  between the degrees of knowledge of business factors in banana companies to develop activities that reduce environmental impact.

**Keywords:** Environmental impact, environmental innovation, environmental protection, competitive advantage.



## I. INTRODUCCIÓN

La problemática que se presenta en las empresas bananeras pequeñas se relacionan en la parte administrativa a las necesidades que los directivos, gerentes o administradores deben cumplir para el cumplimiento de los objetivos dentro de las organizaciones, estos elementos tienen preponderancia porque se debe tomar decisiones en la planificación y organización de la producción o comercialización de la fruta. El contexto en que se desempeñan las empresas bananeras pequeñas está supeditado a la venta para los intermediarios, que son los exportadores, por lo que el precio de la fruta tiene un condicionamiento hacia su calidad.

En el presente estudio se analizaron los factores empresariales internos y externos que se encuentran asociados a la innovación medioambiental. Se establecieron las fortalezas de la asociación entre los factores empresariales y la innovación medioambiental con el fin de evaluar su participación en la reputación de la marca del banano ecuatoriano, la cual está bien posicionada en el mundo y, por lo tanto, los pequeños productores tienen un papel fundamental en la producción de la fruta.

## II. DESARROLLO

### A. Factores empresariales

Se encuentran dos tipos de factores empresariales: internos y externos. Dentro de los factores internos se identificó que la literatura científica detalla que la fuerza laboral y el tamaño de las organizaciones actúan como impulsores de la gestión administrativa, así mismo, estos factores son los que ayudan a las empresas a conocer la potencialidad de su posicionamiento y las diversas ventajas que consiguen conforme el tiempo avanza [1].

La fuerza laboral, establecida como capital humano determina que a través de las personas se puede alcanzar los objetivos planteados en las empresas, ya que la fuerza laboral, debe ser calificada y entrenada con habilidades y destrezas para manejar entornos de liderazgo, solamente el ser humano encamina el proceso de innovación a través de herramientas y tecnologías, siempre y cuando no favorezca la desaparición de puestos laborales debido a que no sería beneficiosa para los trabajadores. Así mismo, se detalla que los gerentes tienen una participación óptima cuando desarrollan la gestión estratégica, poniendo en práctica de forma diligente sus acciones, para lograr resultados, por lo que el tomar riesgos es también una decisión que debe ser manejada por este capital humano, de modo que se pueda alcanzar la satisfacción de sus colaboradores y el suyo propio [2].

El elemento señalado anteriormente, es parte de la gestión organizativa que es la integración de actividades que van junto a la dirección de las organizaciones a través de la designación de actividades, esfuerzos y recursos. Al hablar de gestión como un factor importante, se derivan variantes como es la gestión estratégica que está ligada con la adaptación constante al entorno cambiante, es un proceso continuo en el cual intervienen las acciones de los gerentes para acoplar exitosamente a la organización a un entorno mediante la obtención de ventajas competitivas [3].

El siguiente factor interno es la comunicación eficaz, el implementar un sistema de sugerencias en el que los empleados impartan sus ideas voluntariamente con el fin de mejorar las operaciones, es un punto clave que puede actuar como estrategia para lograr la competitividad laboral y aceptar estas ideas, rechazar las que no son aceptables sin influir en la susceptibilidad de los colaboradores es una habilidad que debe manejar el gerente. Las aptitudes que deben predominar en el desempeño de los gerentes dentro de las funciones internas van desde el pensamiento crítico, creatividad, crear un buen flujo de comunicación y sobre todo capacidad intuitiva para planificar [4].

Por otro lado, las acciones estratégicas de los gerentes no solo deben ser planeadas sino implementadas, evaluadas y controladas con el fin de estandarizar un proceso y cumplir con un orden lógico, para que no se produzcan de forma indistinta. Es importante incorporar los factores hacia el desarrollo organizacional, uno de esos elementos son las ideas que deben encaminarse con las estrategias, para ello, se debe establecer objetivos de modo que los empleados participen en la generación de ideas [4].

En el siguiente bloque se estudiaron los factores externos, como mecanismo para identificar sus características que se puedan asociar con esta investigación. Los factores externos son aquellos que promueven el crecimiento empresarial. En la literatura científica se especifica que este crecimiento se relaciona con el tamaño de la empresa y su ciclo de vida, por lo que, el tiempo en la empresa es el que actúa como promotor de su desarrollo organizacional [10].

El crecimiento empresarial es un factor determinante para desbordar el crecimiento competitivo de las organizaciones a través de la comprobación de eficiencia en su mercado, la necesidad continua de adaptación al entorno se ha convertido en una conducta estricta para evitar riesgos de liquidación. Para que la competitividad sea óptima se toma en consideración factores como el proceso de ventas, capacitación, acceso a materias primas y materiales y la implementación de nuevas técnicas de procesos [5].

El desempeño, la eficiencia y la productividad de las empresas son posibilidades que se reúnen a lo largo del tiempo, se convierten en estrategias competitivas y tienen que adaptarse al ambiente económico en donde se desarrolla la empresa. Para el desempeño empresarial un factor determinante es la cultura organizacional, los entornos deben propiciar un ambiente adecuado para el aprendizaje y flexibilidad ante los cambios que se requieran [4].

Se conoce que los factores de crecimiento son económicos, políticos sociales y tecnológicos, que inciden en la puesta en acción estratégica. Los factores se agrupan en dos subconjuntos, factores relativos al entorno sectorial de las empresas y los del macroentorno; los primeros se relacionan con el cliente, competidores y proveedores; mientras que los segundos se refieren a la innovación tecnológica, la demanda, el apoyo del gobierno y el acceso a créditos bancarios [6].

Una gestión eficiente de la relación con los clientes es entender a los clientes, lo que asegura una posición estratégica ante los competidores, la búsqueda de clientes eficientes abre las puertas a nuevos mercados a los que se debe satisfacer con productos estratégicos. La atención a clientes es un proceso que inicia desde la recepción, la entrega del pedido y entender la realidad de su entorno, como piensa y como actúa, esa información recabada debe mantenerse integra de divulgación y mal uso [7].

#### B. Innovación medioambiental

La innovación representa una ventaja competitiva en todos los aspectos empresariales al tomarlo como un acto que integra más que el uso de la tecnología, el compromiso de las empresas de contribuir con la protección del medio ambiente a través del cuidado de sus acciones. La innovación medioambiental de las empresas va más allá de una estrategia competitiva, esta sobrepuesta por la Organización Internacional de Normalización específicamente la ISO 14001, en cuanto las empresas cumplan con esta norma son acreedoras de un certificado que indica el cumplimiento de diversos requisitos para operar, en eso requisitos se encuentra una política medioambiental que regula aspectos ambientales de forma legal y organizacional, operacionales o de instalación orientados a la mejora ambiental [8].

Los diferentes tipos de innovación medioambiental como la innovación medioambiental de productos, promueve evitar la utilización de materiales e insumos contaminantes, disminuir el uso de recursos y producción de residuos en el proceso de la elaboración de productos [9]. La innovación medioambiental de productos son aquellas acciones que logran reducir el impacto ambiental que causa el ciclo de vida de algunos productos, esto se puede dar por medio de la no utilización de sustancias o materiales contaminantes en su producción para que después de su uso puedan ser reciclados [10].

La innovación medioambiental de procesos tiene sus características propias, son aquellas innovaciones de procesos relacionadas con el ahorro de energía, la prevención de la contaminación, el reciclaje de residuos y la no toxicidad con el fin de minimizar el impacto ambiental. La acción de acoplar composiciones nuevas para un proceso medioambientalmente sostenible en procedimientos internos de la empresa. Clasificar responsablemente los residuos, incorporar filtros de emisión, introducir procesos direccionados a la conservación de energía y recursos naturales y planificar adecuadamente la producción son características que determinan la innovación medioambiental de procesos [9].

La contribución que se puede lograr en las empresas al aplicar la innovación medioambiental administrativa tiene impacto en la responsabilidad social corporativa, se considera que son aquellas acciones que se desarrollan dentro de las empresas de tal forma que instauren políticas y objetivos orientados a la conservación del medioambiente. Acoplar un sistema de gestión medioambiental puede mejorar a largo plazo la calidad de la gestión integral de las compañías debido a que su composición involucra a todos los colaboradores de una empresa y como eje principal la presencia de la dirección quien se encarga de plantear objetivos o estrategias medioambientales que encaminen a una ventaja competitiva [8].

La empresa al adoptar la innovación medioambiental se compromete a rediseñar los sistemas actuales, incorporando un sistema de diseño ambiental que proporciona a la organización alternativas rentables de producción o reestructuración, en los procesos; cuando se trata de ciclos abiertos incluye diseñar productos biodegradables que no contaminarán los suelos y no alterarán próximos ciclos del medioambiente y el denominado ciclo cerrado cuando se termina la vida útil de los productos y a partir de ellos se produce nuevos productos de mayor valor [11].

La innovación medioambiental tiene por tanto dos fundamentos de diseño, la primera es atender las acciones humanas que tienen relación con el entorno y la reducción de impactos ambientales y el segundo fundamento se enfoca en el rediseño de sistemas que ha creado el hombre para minimizar los impactos ambientales que generan las actividades productivas y de consumo. El siguiente aspecto en la innovación medioambiental son los costos producidos por el impacto ambiental. Aquellos están integrados por costos de fallas que es el costo por limpieza ambiental que incluye, si es el caso, la recuperación de los nutrientes de la tierra que fueron intoxicados por el uso de sustancias tóxicas en la planta de producción o procesamiento [12].

El costo de falla relacionada con el desperdicio de material o insumos, en un inicio pueden parecer desechos, pero con una visión ecologista se puede dar varias alternativas de uso a esos desperdicios siempre y cuando no sean tóxicos y se adapten a una nueva idea de producción, de forma externa los mismos costos de falla va de la mano con las imposiciones gubernamentales que implica reestructurar y rediseñar estructuras, modelos prácticas y uso de fuentes de energía renovable naturales [12].

Finalmente, los costos de utilización de recursos y los costos tradicionales de la calidad del producto se reflejan en los costos ambientales. Medir la actividad de innovación es integrar la investigación y desarrollo de las actividades innovadoras, la expansión de productos innovadores y sus procesos organizativos innovadores [11].

La introducción de indicadores de sistemas de desempeño ambiental está ganando más popularidad, porque a través de sus resultados se conoce de qué forma se usan los recursos y cuáles son los factores que afectan su uso, las partes implicadas en este sistema son el público, los políticos, gerentes y empleados, todos estos actores se interesan por conocer las gestiones medioambientales, los políticos utilizan los indicadores para delimitar presupuestos y los gerentes acceden a esa información para tomar decisiones [13].

Los indicadores tienen como objetivo facilitar el control y la evaluación del desempeño ambiental, fomentar la implementación de objetivos ambientales, analizar el desempeño ambiental a través del tiempo y difundir acciones integradas derivadas del desempeño eficiente [13].

La implementación de tecnologías verdes visualiza una panorámica hacia la creación de motores que impulsen el crecimiento económico de futuras generaciones que sin lugar a duda se refleja como una economía moderna que construye de manera sostenible. Sin embargo, existe una perspectiva tradicional sobre la importancia de la conciencia ambiental para la sociedad, que indica una terminología de ecologización, pero que no son acogidas por las empresas debido a su enfoque en minimizar costos organizacionales y no costos sociales [12].

### III. METODOLOGÍA

Esta investigación es cuantitativa de tipo descriptiva no experimental, debido a que se quiere describir la situación en la que se desarrolla la problemática de estudio y se desglosan criterios de las variables de investigación sustentado en fuentes bibliográficas. De tal forma, la confiabilidad del instrumento de recolección de información fue validado por el Alfa de Cronbach a través del cual se logró demostrar la confiabilidad del mismo dando como resultado un valor de 0,981. El instrumento estuvo conformado por 19 ítems en escala de Likert, se relacionaron las variables de estudio: Factores empresariales e Innovación medioambiental, la intención fue encontrar la asociación entre las variables, cuyos aspectos implican de qué forma los factores empresariales influyen en la innovación medioambiental de las empresas bananeras.

La estructura del instrumento se elaboró como se muestra a continuación, ver tabla 1.

Tabla 1. Factores Relevantes.

Variabes	Factores	Ítems
Factores empresariales	a) Las empresas bananeras se encuentran posicionadas en el mercado como ventaja competitiva	2
	b) Factores externos que determinan el crecimiento de las organizaciones	3
	c) Adaptación adecuada de las empresas bananeras al entorno y el desarrollo de estrategias competitivas	2
	d) Diligencias gerenciales que mantienen los líderes para planificar y evaluar resultados	4
	e) Entornos de trabajo adecuados para el desenvolvimiento de trabajadores	1
Innovación medioambiental	a) Tipos de innovación medioambiental	3
	b) Dimensiones del impacto ambiental en las personas y rediseño de sistemas	1
	c) Costo del impacto ambiental	1
	d) Indicadores de desempeño ambiental	1
	e) Innovación medioambiental	1
	Total	19

Posterior a la realización del instrumento se aplicó a las 86 empresas bananeras de la provincia de Los Ríos, las cuales posibilitaron la realización de esta investigación. La recolección de datos se realizó durante los meses de agosto y septiembre del año 2021, con la finalidad de conocer la situación actual y su percepción ante las variables de estudio.

#### IV. RESULTADOS

La investigación realizada permitió identificar un sistema categorial de diez factores: factores internos, factores externos, crecimiento empresarial, gestión estratégica, gestión organizacional, tipos de innovación medioambiental, dimensiones, costos del impacto ambiental, indicadores de desempeño e innovación. Para conocer la confiabilidad del instrumento se utilizó el Alfa de Cronbach dando como resultado un valor de 0,981 de los 19 ítems analizados, ver tabla 2.

Tras la demostración de la confiabilidad del instrumento, se aplicó el coeficiente de Spearman que permite analizar las correlaciones de las variables de estudio [14], es decir mide la incidencia existente entre los factores empresariales y la innovación medioambiental de las empresas bananeras ecuatorianas, ver tabla 2.

Tabla 2. Coeficientes de correlación de Spearman.

<b>Valor de Rho</b>	<b>Significado</b>
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

A continuación, se presentan los factores más relevantes en cuanto a las variables de estudio: factores empresariales e innovación medioambiental, se encuentran conformadas por las frecuencias observadas con mayor porcentaje tras la obtención de los resultados de las encuestas realizadas a los directivos de las empresas, ver tabla 3 y 4.

Tabla 3. Factores relevantes sobre los factores empresariales.

Variable	Factores	Ítems	Escala	Resultado
Factores empresariales	a) Factores empresariales internos	¿Considera que mantener una fuerza laboral calificada garantiza la consecución de objetivos de su empresa?	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	50%
	c) Crecimiento empresarial	¿Considera usted que el crecimiento empresarial se relaciona con la adaptación de la empresa bananera al entorno?	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	62%
	e) Gestión estratégica	¿Considera usted que una acción importante de los gerentes es evaluar los resultados obtenidos?	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	72%

En la tabla 3 del constructo de los factores empresariales los elementos influyentes en el análisis descriptivo se resumen de la siguiente manera: 1) Factores empresariales internos en las empresas bananeras, 2) Crecimiento empresarial y su connotación en la competitividad, 3) Gestión estratégica dentro de las diligencias que cumplen los gerentes bananeros.

Tabla 4. Factores relevantes Innovación Medioambiental.

Variable	Factores	Ítems	Escala	Resultado
Innovación medioambiental	a) Tipos de innovación medioambiental	¿Considera usted que acoplar un sistema de gestión medioambiental puede mejorar la calidad de gestión integral de su empresa?	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	60%
		¿Piensa que las políticas medioambientales en los procesos productivos dan resultado para la calidad del producto?	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	62%

La tabla 4 del constructo de innovación medioambiental de igual forma se identificó un factor importante:  
a) tipos de innovación medioambiental en las empresas bananeras.

Los resultados de la herramienta estadística son los siguientes:

A partir de las asociaciones obtenidas con el instrumento se estableció que en las empresas bananeras pequeñas los factores empresariales internos son los que mayormente se relacionan, en primer lugar, se encontró que la experiencia y los conocimientos de los trabajadores agrícolas sobre plantaciones de banano es altamente cualificado, el valor de 0,979 relaciona este elemento con el resultado empresarial alcanzado en estos negocios, debido a que la producción se logra de forma diaria y es entregada a las compañías exportadoras, la fruta tiene estándares aceptables por los clientes externos.

Así mismo, la gestión gerencial, administrativa o directiva que se realiza en las empresas bananeras pequeñas tiene una orientación hacia el desarrollo organizacional, es decir hacia las prácticas en la siembra, cosecha y comercialización de banano, a pesar de que el sector bananero se ha visto afectado por los precios de la caja de banano en esta etapa de la pandemia, las acciones de los gerentes han sido positivas para lograr el cumplimiento en la entrega de la producción de cajas de banano; el valor de 0,971 indica una alta asociación con las decisiones en la innovación tecnológica, puesto que implementar este tipo de tecnología en los procesos les brinda una mayor oportunidad de integrarse a la comercialización de la fruta.

La asociación 0,888 entre el liderazgo que tienen los gerentes cuando asumen riesgos en el negocio del banano, les permite aportar en sus empresas mejores resultados, que se alcanzan con el desempeño de todos sus miembros; puesto que el proceso de obtención de la fruta depende de la estación climática, de los recursos utilizados en el cuidado de la planta y de la experticia de los trabajadores agrícolas en asumir responsablemente las operaciones, aquellas actividades se combinan para lograr que las empresas bananeras pequeñas sean competitivas y es la razón por la cual la producción del banano ecuatoriano en el mundo tiene excelente reputación.

Un aspecto relevante en la observación de los resultados es el que se relaciona con el factor interno del capital humano, la actitud de los directivos de las empresas bananeras pequeñas se sostiene en su capacidad de desarrollar planificaciones que se ajustan a los requerimientos que se presentan en el mercado, esta actitud es positiva puesto que impulsa el desarrollo de la empresa bananera pequeña hacia el sector en general, de otro lado el compromiso que se asume respecto a la protección ambiental no es enteramente tecnificado, sin embargo estas empresas cumplen obligatoriamente los parámetros legales establecidos para su funcionamiento, el valor de 0,981 corrobora este análisis.

La gestión organizacional es un elemento del factor interno de las bananeras que presenta resultados positivos, el entorno de las empresas bananeras pequeñas cumple con las seguridades para los trabajadores agrícolas, generalmente estas empresas se encuentran en áreas alejadas de los poblados, el aire, el agua y el clima propicia para un buen desarrollo en el desempeño de los colaboradores; las acciones que se practican para la reducción del impacto ambiental en este tipo de empresas se concentra en mantener una producción tradicional que maneja los desperdicios de la fruta como abono orgánico en los terrenos de la propia bananera, la asociación se dio con el 0,810 lo cual implica una correlación positiva alta.

Sobre la innovación medioambiental se identificó que los procesos de producción utilizados en las bananeras son tradicionales, manuales y con rutinas conocidas por todos los involucrados, estas actividades han aportado a que las empresas bananeras pequeñas sean conocidas en el mercado por este tipo de producción, aunque los propietarios no realizan inversiones económicas en temas medioambientales tienen una actitud de respeto al medio ambiente, trabajando con limitados recursos sobre el tema, la correlación es positiva muy alta con 0,945 debido a la percepción que tiene la sociedad con respecto a estas actuaciones.



## CONCLUSIONES

Los factores empresariales predominantes en las empresas bananeras son: en cuanto a factores internos, la fuerza laboral capacitada y el tamaño de las empresas, como factores externos se encuentran factores económicos, políticos y sociales.

En la actualidad, son muy pocas las empresas bananeras que han desarrollado estrategias innovadoras medioambientales, sin embargo, para la mayoría de los empresarios bananeros se mantiene el compromiso de producir la fruta con calidad, utilizando técnicas comunes o tradicionales, lo hacen de forma cuidadosa para evitar el menor rastro de contaminación.

Otro aspecto concluyente y que se puede relacionar al estudio efectuado referente a la responsabilidad social empresarial en el contexto del capital humano de las empresas bananeras de la provincia de Los Ríos – Ecuador [15], con respecto al capital humano, comprueba que los empresarios bananeros y sus trabajadores tienen la experiencia adquirida durante los años de práctica en este cultivo y que aportan a la economía local y nacional con su productividad, aportando al buen nombre de la producción bananera del Ecuador al mundo.

Proponemos mejorar la atención al cliente y a la vez mejorar la posición estratégica ante los competidores con una gestión administrativa eficiente, que incluya un trabajo en conjunto entre los gerentes y colaboradores, en el cual el administrador se encargue de capacitar al personal, motivarlos a servir con calidad, brindarles un plan de acción ante situaciones de emergencia para que conozcan cómo actuar y resolver conflictos con los clientes, informarles sobre la situación de la empresa y como mejorar, entender la situación de sus colaboradores y escuchar sus sugerencias, de igual forma los colaboradores deben entender y comprender la misión, visión y valores de la empresa y comprometerse responsablemente para su cumplimiento, aplicar todo lo aprendido y recomendado en las capacitaciones y demostrar siempre su profesionalismo y educación; aspectos que impulsarán la ventaja competitiva de las empresas bananeras.

## REFERENCIAS

- [1] G. Rubio, C. Téllez y D. Gómez, «Análisis de los factores que componen un sistema de gestión empresarial: estudio de caso para la dirección de vivienda,» Revista Nacional de Administración, 2019.
- [2] A. Leyva, J. Cavazos y J. Espejel, «Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de Pymes,» Contaduría y Administración, pp. 1-21, 2018.
- [3] V. Medeiros, L. Godoi y E. Camargos, «La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo,» Cepal, pp. 7-27, 2019.
- [4] G. Santos, J. Afonseca, L. Nuno, J. Maria y F. Murnura, «Factores críticos de éxito en la gestión de ideas como componente esencial de la innovación y la excelencia empresarial,» Revista Internacional de Ciencia de la Calidad y el Servicio, pp. 214-232, 2018.
- [5] J. Stead y E. Stead, «Sustainable strategic management: an evolutionary perspective,» International Journal of Sustainable Strategic Management, pp. 62-81, 2008.
- [6] S. Madero y G. Barboza, «Interrelación de la cultura, flexibilidad laboral, alineación estratégica, innovación y rendimiento empresarial,» Contaduría y Administración, pp. 735-756, 2015.
- [7] H. Dmour, A. Salah, R. Khawaja y R. Dmour, «Investigating the impact of ECRM Success Factor on Business Performance: Jordanian Commercial Bank, Asia Pacific,» Journal of Marketing and Logistics, 2019.
- [8] S. Link y E. Naveh, «Standardization and Discretion: Does the environmental Standard ISO 14001 Lead to Performance Benefits?,» Transactions on Engineering Management, pp. 508-519, 2006.
- [9] J. González y O. González, «Operations management practices linked to the adaptation of ISO 14001: An empirical analysis of Spanish manufacturers,» International Journal of production economics, pp. 60-73, 2008.

- [10] D. Kammerer, «The effects of customer benefit and regulation on environmental product innovation. Empirical evidence from appliance manufacturers in Germany,» *Ecological Economics*, 2009.
- [11] J. Carrillo, P. Del Rio y T. Kannola, «Diversity of eco-innovations: Reflections from selected case studies,» *Journal of Cleaner Production*, pp. 1073-1083, 2010.
- [12] K. Watson, B. Klingenberg, T. Polito y T. Geurts, «Impact of environmental management system implementation on financial performance,» *Management of Environmental Quality*, 2004.
- [13] J. Alpenberg, T. Wnuk-Pel, P. Adamssons y J. Petersson, «Use of environmental performance indicators in Europe's greenest cities,» *Baltic Journal of Management*, 2018.
- [14] M. Mondagrón, «Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia,» *Ibero Americana*, n° 8, pp. 98-104, 2014.
- [15] A. León, C. Saltos y R. León, «La responsabilidad social empresarial en el contexto del capital humano de las empresas bananeras de la provincia de Los Ríos-Ecuador,» *Universidad Ciencia y Tecnología*, vol. 24, n° 101, pp. 51-57, 2020.

## LOS AUTORES



**Diana Isabel Muñoz Almachi**, es estudiante de la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas, carrera de Administración de Empresas, próxima a obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas



**Amparito Cecilia León Saltos**, es 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, Ética empresarial, Capital Intelectual e Innovación.



**Juan Gabriel Saltos Cruz**, es 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.