



Innovación un factor clave en el desarrollo empresarial del sector bananero de la provincia del Guayas

Innovation a key factor in the business development of the banana sector in the province of Guayas

A inovação é um fator chave para o desenvolvimento empresarial do setor da banana na província de Guayas

Gino Ivan Ayón-Ponce ^I

gino.ayon@unesum.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-6960-3676>

Mariuxi Roxana Vera-Choez ^{II}

vera-mariuxi3585@unesum.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-0523-9630>

Jennifer Roxana Rodríguez-Armas ^{III}

rodriguez-jennifer1402@unesum.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-4448-2633>

Correspondencia: gino.ayon@unesum.edu.ec

Ciencias económicas y empresariales

Artículo de investigación

***Recibido:** 25 de febrero de 2021 ***Aceptado:** 08 de marzo de 2021 * **Publicado:** 17 de marzo de 2021

- I. Magister en Gerencia Educativa y Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Profesor Titular Principal de la Carrera Gestión Empresarial Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.
- II. Estudiante del Octavo Nivel de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.
- III. Estudiante del Octavo Nivel de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.

Resumen

La innovación es una estrategia que permite a las organizaciones crecer, es un factor determinante para generar ventajas competitivas. El presente artículo analiza la innovación en las pequeñas y medianas empresas productoras y exportadoras de banano de la provincia del Guayas enfocándose en el impacto que tiene la innovación en el desarrollo local, la competitividad y la transformación productiva. Por ello la problemática observada que dio impulso a esta investigación fue la falta de recursos para innovar en el sector Bananero, el objetivo de este trabajo es determinar el impacto de la innovación y competitividad del sector bananero de la provincia del Guayas. La metodología empleada es un estudio no experimental con enfoque cualitativo, cuantitativo, se contrasta la información obtenida en entrevistas semiestructuradas con productores bananeros de la zona con información brindada por el ministerio de agricultura ganadería acuicultura y pesca. Los resultados muestran que la innovación tiene impacto de forma determinante en la producción bananera del país, permitiendo un desarrollo económico sustentable. Pero a su vez se pudo constatar que las empresas del sector bananero no están innovando en sus procesos de transformación de materia prima como lo es el pseudotallo debido a la falta de apoyo por parte del gobierno y también por la falta de recurso de las empresas.

Palabras Clave: Agricultura; Creación; Evolución de empresas; internacionalización; Transformación Productiva.

Abstract

Innovation is a strategy that allows organizations to grow, it is a determining factor to generate competitive advantages. This article analyzes innovation in small and medium-sized banana producing and exporting companies in the Guayas province, focusing on the impact that innovation has on local development, competitiveness and productive transformation. For this reason, the observed problem that gave impetus to this research was the lack of resources to innovate in the banana sector, the objective of this work is to determine the impact of innovation and competitiveness of the banana sector in the province of Guayas. The methodology used is a non-experimental study with a qualitative, quantitative approach, the information obtained in semi-structured interviews with banana producers in the area is contrasted with information provided by the ministry of agriculture, livestock, aquaculture and fisheries. The results show that innovation has a decisive impact on the country's banana production, allowing sustainable economic development. But at the same time, it was found that companies in the banana sector are not innovating in their raw material transformation processes such

as pseudostem due to the lack of support from the government and also due to the lack of resources from the companies.

Keywords: Agriculture; Creation; Evolution of companies; internationalization; Productive Transformation.

Resumo

A inovação é uma estratégia que permite o crescimento das organizações, é um fator determinante para gerar vantagens competitivas. Este artigo analisa a inovação nas pequenas e médias empresas produtoras e exportadoras de banana da província de Guayas, focalizando o impacto que a inovação tem no desenvolvimento local, na competitividade e na transformação produtiva. Por este motivo, o problema observado que impulsionou esta pesquisa foi a falta de recursos para inovar no setor da banana, o objetivo deste trabalho é determinar o impacto da inovação e da competitividade do setor da banana na província de Guayas. A metodologia utilizada é um estudo não experimental com abordagem qualitativa e quantitativa, as informações obtidas em entrevistas semiestruturadas com produtores de banana da área são contrastadas com informações fornecidas pelo ministério da agricultura, pecuária, aquicultura e pesca. Os resultados mostram que a inovação tem um impacto decisivo na produção de banana do país, permitindo um desenvolvimento econômico sustentável. Mas, ao mesmo tempo, constatou-se que as empresas do setor de banana não estão inovando em seus processos de transformação de matéria-prima, como o pseudocaule, por falta de apoio do governo e também por falta de recursos das empresas.

Palavras-chave: Agricultura; Criação; Evolução das empresas; internacionalização; Transformação Produtiva.

Introducción

De manera indudable “El desarrollo socio económico de un país en esta realidad globalizada e industrializada, se determina en la capacidad de innovación del sector privado” (Acevo,2016, p.21), este reto se ha convertido en una seria preocupación para las empresas e industrias que laboran en el sector agrícola, uno de los sectores que aporta un rubro considerable en el PIB de naciones como el Ecuador. La economía ecuatoriana al ser principalmente “extractiva primaria exportadora, se cierra grandes a posibilidades y oportunidades al no invertir en desarrollo e investigación para de manera posterior aplicarlo en el sector empresarial” (Osorio,2010,p.24), esto sumado, a la poca voluntad de

ciertos sectores del aparato productivo nacional que someten a la sociedad ecuatoriana a continuar en el subdesarrollo, perpetuando “cadenas de producción centradas en la explotación de los recursos naturales, hídricos, biológicos sin ningún tipo de valor agregado”(González,2009,p.14) restando a la creación de plazas de empleo y con ello precarizando la realidad socioeconómica de la sociedad en su conjunto.

Este artículo constituye un valiosísimo aporte al avance de un análisis multisectorial dimensionando sobre el estado actual de la innovación agrícola en el país, interrelacionando las condiciones de producción de mercado del Ecuador con el mundo y buscando apuntalar desde la academia la importancia de hallar soluciones viables a “la grave condición económica de la sociedad ecuatoriana” (Colloredo-Mansfield, Ordoñez, et al,2006,p.45), identificando oportunidades desde todos los puntos de vista comerciales y proponer visiones que efectivicen los proyectos empresariales del sector agricultor y de manera particular de la producción bananera del país. Por lo mencionado, el presente trabajo de investigación tiene por objetivo determinar el impacto de la innovación y competitividad del sector bananero de la provincia del Guayas, en base a la búsqueda de resultados verídicos basados en investigaciones de orden primario y secundario.

EL artículo titulado El banano ecuatoriano: Un mercado con miras al desarrollo sostenible y la innovación de Espinoza Carrión, Soto González y Pérez Espinoza expone que:

Se trabajó con las bases de datos académicas que poseen documentos con altos niveles de confiabilidad y validez y tiene como objetivo realizar un análisis acerca de la competitividad, sostenibilidad y la innovación, que en la actualidad posee el mercado bananero ecuatoriano, Se llegó a la conclusión de que el banano, a pesar de ser un sector con mucha antigüedad, no detiene su crecimiento; el mercado internacional le ofrece nuevas posibilidades de crecimiento, que sumado a políticas estatales atractivas, estabilidad internacional y prácticas productivas con un enfoque sustentable, pueden repercutir en un mejoramiento económico para el Ecuador. (2007 p.70-77)

En el artículo titulado: Planificación estratégica y Desarrollo Empresarial de los productores del banano en el cantón Bolívar de la provincia del Guayas de Villalta y Quiñonez exponen que:

El estudio corresponde a un tipo de investigación no experimental, con un enfoque exploratorio y apoyado en la investigación documental. Teniendo por objetivo determinar los motivos que les impiden a los productores de banano la implementación y utilización de cualquier metodología o planificación estratégica que mejore a su desarrollo empresarial. Donde se

resalta la posibilidad que tienen las empresas bananeras pueden crecer mediante una óptima planificación estratégica e innovación ya que estas variables son el conjunto de procesos aplicados en la empresa y a la vez exhibidos por el ser humano su profesionalismo e influenciados por la cultura, las actitudes, las emociones, valores, etc. (2018 p. 3-6)

Estos precedentes les permiten a las autoras enfocar este estudio, en la innovación como agente de desarrollo, al transformar un sistema monoproduktivo, de trabajo precario expuesto a substancias de alto riesgo y seriamente afectado por el mercado internacional, en un ofertante de oportunidades laborales en otros sectores de la economía, impulsando la transformación productiva, en base a nuevos paradigmas que amplíen el espectro económico del Ecuador y de la región.

Dentro de las bases teórica tenemos a Druker que orienta el desarrollo de la primera variable (Innovación) hace mención de que:

Es la acción de dotar a los recursos con una nueva capacidad de producir riqueza. La innovación crea un ‘recurso’. No existe tal cosa hasta que el hombre encuentra la aplicación de algo natural y entonces lo dota de valor económico (1985, p. 25-26;35-44).

Para Scaronne (2005) la innovación de los temas más abordados en la literatura de los negocios y a pesar de aquello es una de las mayores dificultades para los investigadores del mercado y economía, por tanto, esta difusa representación filosófica y aplicable de la innovación lleva a analizarla desde un contexto multisectorial y abarcativo.

El conjunto de actividades que transforman una idea o un producto en un hito o servicio comercializable y que representa una mejora de la oferta ya existente (Villaseca y Torrent, 2013). Finalmente, Para Kotler (1972), La innovación es una práctica obligatoriamente constante dentro de una organización o institución, esta debe convertirse, en uno de los pilares fundamentales de esta y siempre debe tenerse en cuenta en el proceso de desarrollo empresarial, propender a siempre estar a la vanguardia, concretando proyectos o llevando productos al mercado.

De acuerdo con Schumpeter (2017) un economista Austriaco habla que cualquier individuo es un emprendedor cuando ejecuta nuevas combinaciones. Encontrar nuevas combinaciones de factores de producción es un proceso de descubrimiento que se convertirá en el motor que mueve el desarrollo económico. Estas nuevas combinaciones constituyen nuevas formas de cubrir la demanda existente o crear nuevos productos, a menudo generando la obsolescencia de las actuales tecnologías y productos, proceso denominado por Schumpeter como “destrucción creativa.”

Schumpeter formuló la teoría de que existen grandes ciclos de negocios y crecimiento económico. Estos ciclos son vistos como el resultado de la innovación, que consiste en la generación de una nueva idea y la generación de un nuevo producto, proceso o servicio, conduciendo a un crecimiento dinámico de las economías nacionales, el incremento de las fuentes de empleo menciona también que la característica que distingue a las empresas es la innovación. (Sornoza, 2018)

Las empresas deben “mantenerse a la vanguardia y competitivas todo esto gracias a la innovación competitiva a través de la innovación. Su aproximación a la innovación se realiza en sentido amplio, incluyendo nuevas tecnologías y maneras de hacer las cosas” (Porter 1990, p. 75-90). Este reto para los productores bananeros de la zona al ver sus cultivos expuestos a riesgos biológicos, hídricos y de nutrimento de la tierra las fuertes y evidenciables consecuencias de la sobre explotación por monocultivo en las tierras fértiles, que en un futuro cercano puedan representar en el mayor de los casos un riesgo hasta para la soberanía alimentaria del Ecuador.

Una vez dicho esto se puede captar la clara importancia de incitar a uno de los sectores mas importantes del país, a buscar oportunidades de negocio en la innovación y en la mayoría de las ocasiones sobre subproductos que en varias ocasiones hasta se desechan.

Por otro lado, el Manual de Oslo, menciona que existen cuatro tipos de innovación que contienen cambios sustanciales en las actividades de las empresas las cuales son:

- **Innovación de producto/servicio:** Implican los cambios significativos de las características de los bienes o servicios; incluyen ambos, los bienes y los servicios enteramente nuevos y las mejoras significativas de los productos existentes
- **Innovación de proceso:** Son cambios significativos en los procesos de producción, logística o distribución.
- **Innovación organizacional:** se refieren a la puesta en práctica de nuevos métodos de organización. Estos pueden ser cambios en las prácticas de la empresa, en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones exteriores de la empresa.
- **Innovación de mercadotecnia:** Implican la puesta en prácticas de nuevos métodos de comercialización; estos pueden incluir cambios en el diseño y el envasado de los productos, en la promoción y la colocación de los productos y en los métodos de tarificación de los bienes y servicios. (OCDE 2013, p. 22)

La empresa debe acercarse a la innovación, desde una perspectiva que deje de buscar la idea brillante, enfocarse de manera prioritaria en dilucidar los sectores que puedan dar paso a la innovación y por

tanto tomando una mejor posición ante el cambio buscándolo, respondiendo a el y explotándolo como la gran oportunidad que resulta para el desarrollo de su organización.

Gonzales en 2009 sostiene que la innovación es “parte de la naturaleza humana, es el deseo natural de crear algo nuevo e inventar un mejor futuro” (Iberoamérica 2020. Retos ante la crisis, sección innovación). Por lo que democratizar la innovación en el clima comercial del país puede resultar una herramienta importante para dispersar las actuales zonas de innovación y emprendimiento de ciudades como Guayaquil, Quito y Cuenca a lugares en búsqueda del inicio de un proceso de desarrollo y explosión empresarial.

Según estudios de Martinetti (2019), el hongo furasaurimun causa graves estragos que invitan al productor bananera a innovar a mejorar procesos y evitar posibles contagios ya que esta peste:

Tiene efectos destructivos sobre la planta: bloquea el sistema vascular de bananos y plátanos, evita que reciban agua y nutrientes y hace que se marchiten y mueran. Se trata, además, de una cepa más agresiva que otras, que puede afectar hasta a una cincuentena de variedades. Por si los males fueran pocos, se propaga con facilidad y puede estar en el suelo, en el calzado, en vehículos y herramientas contaminadas con tierra. Y, lo más grave, puede permanecer hasta tres décadas en los cultivos. (p.27)

Tabla 1: Dimensiones teóricas de la innovación

Dimensión	Definición
Lo inesperado	Puede ser éxito o fracaso, es de fuente de innovación, en la medida que el emprendedor busque la causa de este, ya sea un éxito, un fracaso o un acontecimiento externo. Descarta el importante rol del empresario para “detectarlo, aceptarlo y tener la decisión de preguntarse que es necesario cambiar en la organización para asimilar lo que está ocurriendo y obtener de ello un beneficio
Lo incongruentes	No concuerda con lo común y corriente. La incongruencia para el innovador puede conducir a la originalidad, cuando algo no funciona o no se desarrolla como debiera, como es esperado, el innovador “no trata de entender por qué, sino que trata de convertirlo en una oportunidad”. Lo incongruente llama a la acción. Por ello innovar es “ver lo que todos ven”, “pensar lo que algunos piensan” y “hacer lo que nadie hace” b.
Las necesidades surgidas en el proceso	En el quehacer diario aparecen carencias. Faltantes, necesidades imprevistas, que desafían la capacidad del emprendedor, a diferencia de las fuentes basadas en lo inesperado o en el incongruente, no aparece como “un acontecimiento en el medio ambiente interno o externo, aparece con el trabajo que hay que realizar, en el centro está más en la actividad que en una situación en sí” c.
Los cambios en la estructura de la industria y el mercado.	Son también retos a la capacidad innovadora, porque obligan crear algo nuevo para poder competir, “la estructura del mercado y de la industria es frágil y puede desintegrarse” d, puede cambiar. y cuando esto ocurre los miembros de la industria deben actuar y no pueden continuar sus actividades como antes. Esto también representa “una oportunidad para innovar teniendo en cuenta a los usuarios, los distribuidores y los proveedores”.

Los cambios Demográficos en las formas de vida, hábitos y costumbres.	Obligan crear algo nuevo para poder dar respuesta a los nuevos hábitos de vida y costumbre que evolucionan, los cambios de tamaño, grupos de edad, composición, trabajo, nivel de educación y de ingresos, son los más claros. la demografía hace su mayor impacto en que se comparan y en que cantidades
Los cambios de percepción	De manera natural se dan en los diferentes grupos humanos, son también fuente de innovación, en este caso “es primordial ser el primero, no funciona ser imitador” f. Además, debido a que ante la percepción hay mucha incertidumbre, las innovaciones deben comenzar siendo pequeñas y específicas.
Los conocimientos en la ciencia y en la tecnología	La principal fuente de innovación está en el “vertiginoso desarrollo de los conocimientos, los periodos entre que el conocimiento está disponible y su aplicación tecnológica” c, estas suelen ser largas y en general se necesita de mas de un nuevo conocimiento para que el proyecto o producto pueda llevarse a la práctica o en el caso de un bien al mercado.

Fuente adaptado de los autores: Osorio (2010); Robledo, Gómez et al (2008); Vásquez Baquero (2009); Szarka (1996); Kotler (1972); Méndez (2002).

Elaborado por autoras.

Dentro de las bases teórica tenemos Acevo que orienta el desarrollo de la segunda variable (desarrollo empresarial) y menciona que:

“El desarrollo empresarial se refiere al progreso que experimenta la empresa como consecuencia de su evolución a lo largo del tiempo. Conseguir una imagen corporativa o imagen de marca, consolidar una posición competitiva determinada y alcanzar un buen ambiente de trabajo” (2016, p. 75-80).

El desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos, estos son los elementos clave al momento de buscar que la organización llegue a otro nivel de ingresos y relaciones comerciales:

- Elementos como crecimiento económico
- Elementos como Cultura empresarial
- Elementos como Liderazgo
- Elementos como Gestión del conocimiento e innovación (Delfín, 2016, p. 45-50)

Tabla 2: Nivel de innovación en las Pymes bananeras del Guayas 2017-2018

Nivel de innovación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido
96 al 100%	9	26.47%	26.47%
91 al 95%	10	29.41%	29.41%
86 al 90%	7	20.59%	20.59%
81 al 85%	4	11.76%	11.76%
Menos del 80%	4	11.76	11.76
Total	34	100%	100%

Elaborado por: (Villao, 2017)

Analizando el periodo 2017-2018 el sector bananero experimenta un aumento del porcentaje de innovación en sus procesos productivos en el periodo 2017-2018. Tomado del estudio sobre la importancia de la innovación y competitividad en empresas productoras y exportadoras de banano (p.38), Elaborado por Guaranda y Villao, 2017.

Por consiguiente, se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano, alcanzar un desarrollo empresarial le permitirá al empresario de una Pyme aprovechar las oportunidades que se le presentan a la empresa en un entorno globalizado.

Durante la vida de la empresa ésta puede aprovechar las oportunidades de negocio del mercado para obtener mayores beneficios. Es en este momento cuando la empresa puede aumentar su tamaño (Gonzales, 2011), refiriéndose tanto a sus dimensiones como al aumento de producción a este fenómeno se le conoce con el nombre de Desarrollo Empresarial.

Al desarrollo empresarial Acevo (2016), lo dividió en dos estrategias dependiendo de si el objetivo se centra en aumentar la producción y las ventas sin variar la actividad principal a la que se dedican en cuyo caso se habla de “Expansión” o si, por el contrario, el desarrollo consiste en una ampliación de sus actividades introduciéndose en nuevos mercados hasta ahora desconocidos, en cuyo caso se hace referencia a la estrategia de “Diversificación”.

Desarrollo del sector agropecuario en el Ecuador

Según el MAGAP hay tres aspectos que hacen a la agricultura un pilar fundamental en la economía ecuatoriana:

Primero, representa en promedio un 9% del PIB total del país. La agricultura es la tercera fuente de mayor ingreso del país, seguida por comercio y petróleo y minas. Segundo, la base de la política de soberanía alimentaria donde el Estado garantiza a las personas autosuficiencia de alimentos de forma permanente. Y tercero, aporta con un superávit comercial a la balanza comercial del país, y una fuente principal de ingreso de dólares y divisas por exportaciones.

La región Costa se caracteriza por sus “pastos cultivados y por la producción de banano, cacao, café y arroz” (MAGAP, 2010, P45-60). La Sierra utiliza la mayoría de su tierra en “cultivos transitorios y pastos naturales produciendo principalmente maíz y papa” (MAGAP, 2008, P.42) Debido a

condiciones geográficas y climáticas del oriente, “esta región se especializa en la cría de ganado” (MAGAP,2010, p.45-60).

Según Latorre, Farrell, y Martínez-Alier (2015) Los precios de venta al consumidor finales son establecidos mediante una lista de precios referenciales como es el caso del banano, café y cacao (p.58-69). Además de que los agricultores no puedan negociar sus precios por estar ya establecidos en el mercado, Hassink, Hulsink, y Grin , consideran que este sector maneja políticas muy injustas de bandas de precio y de costes de insumos.

Fernández (2009) en su estudio de innovación e impacto en la producción bananera expone que “la producción y desarrollo empresarial están ampliamente ligados a la innovación y que el manejo de determinadas innovaciones químicas y biológicas permitirían que la zona andina produzca mas y mejor” (p.24).

En dicho estudio el autor aduce la importancia de utilizar material orgánico para estimular las plántulas y aumentar la producción de fruta por racima demostrando la importancia de innovar en los procesos productivos en pro del desarrollo empresarial de los productores bananeros.

Metodología

La Provincia del Guayas: Es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, localizada en la región litoral del país, al suroeste de este. Su capital es la ciudad de Guayaquil. Es el mayor centro comercial e industrial de Ecuador. Con sus 4,3 millones de habitantes, Guayas es la provincia más poblada del país y contiene el 24,5% de la población de la República (Avilés, 2008, P.68). Guayas se encuentra dividida políticamente en: 25 cantones, 50 parroquias urbanas y 29 parroquias rurales. Las actividades principales de la provincia son la industria, ya que se encuentra el puerto y las mayores fábricas en Guayaquil, el sector agropecuario en la vida rural; y, el turismo, principalmente por sus famosas playas y festividades montubias (Avilés, 2008, p. 65). }

Población y muestra

Según el MAGAP 2017, en el Ecuador existen aproximadamente 162.239 hectáreas sembradas de banano de las cuales 46.300 se encuentran en la provincia de las guayas, a su vez según el catastro bananero esta provincia “cuenta con 1527 productores de banano, de los cuales 34 son pequeños y medianos productores” por lo tanto, la población de pequeños y medianos productores es de 34,

buscando un margen de confianza del 95%, con un margen de error del 5%, la muestra a analizar es de 34 productores. (Magap,2017, p.3).

La innovación es un elemento clave para la proposición de nuevos escenarios y más en sectores como la agricultura, que se encuentra día a día, comprometida a factores como la fertilidad de los suelos, las plagas y a la implacabilidad de la fijación de los precios en el mercado internacional de productos como el banano convirtiendo este importante rubro de la economía ecuatoriana en un nicho de muchas posibilidades para innovar. Este estudio se realizará en el periodo diciembre 2020, enero 2021, y se centrará, en determinar el nivel de impacto de la innovación en el desarrollo empresarial de los pequeños productores de banano de la Provincia del Guayas.

Método

El presente artículo se desarrollará en base a la búsqueda de resultados verídicos basados en investigaciones de orden primario y secundario. Este se maneja bajo una, revisión documental, investigación descriptiva, transversal, no experimental bajo un enfoque cuantitativo-cualitativo.

- ***Investigación Documental***

Este tipo de investigación permite a las autoras analizar desde un contexto bibliográfico la realidad y la problemática analizada y por tanto como refiere Baena (1985) esta investigación es una técnica que consiste en la selección y compilación de información a través de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, bibliotecas, bibliotecas de periódicos, centros de documentación e información.(P.24), todo esto reforzara la calidad y sustento de la investigación validando su aporte al sector analizado.

- ***Investigación descriptiva***

Para Sabino, (1992) menciona que: “La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos. (pág. 15). Por tanto este modelo metodológico permite analizar y describir la realidad de la innovación en las bananeras de la provincia del Guayas, presentando una interpretación que apela a las características propias de las microempresas productoras de banano resultando un aporte informativo valioso para posteriores investigaciones en el tema.

- **Investigación transversal**

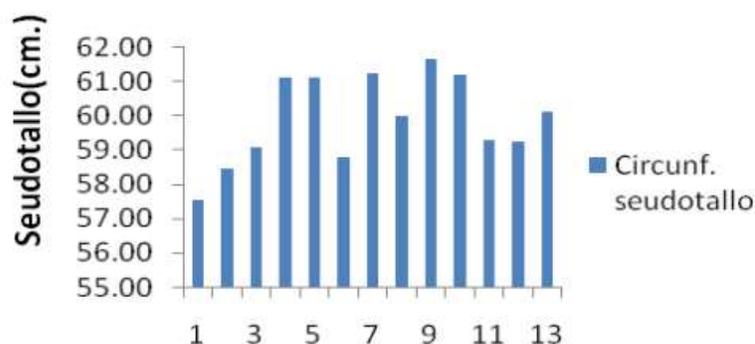
Al medir las características de las variables innovación y desarrollo empresarial, se esta generando, información actual, sobre el estado de la innovación y el impacto en el desarrollo de las pequeñas bananeras del Guayas aportando con información contextualizada y actual de una problemática real y existente en un importantísimo sector económico como la producción bananera del país, cumpliendo con la descripción que hace Hernández en 2010 donde expone que “el diseño de una investigación observacional, individual, que mide una o más características o enfermedades (variables), en un momento dado. La información de un estudio transversal se recolecta en el presente y, en ocasiones, a partir de características pasadas o de conductas o experiencias de los individuos. (p.25).

Resultados

Estos resultados muestran que la innovación tiene impacto de forma determinante en la producción bananera del país, permitiendo un desarrollo económico sostenible

Fernández (2009), en su estudio de innovación agrobiológica de tratamiento de tallos con materia orgánica, observó diferencias considerables en el tamaño de los tallos, su circunferencia y el número de tallos por racimo frente a los que no fueron tratados con materia orgánica lo que se presenta a continuación.

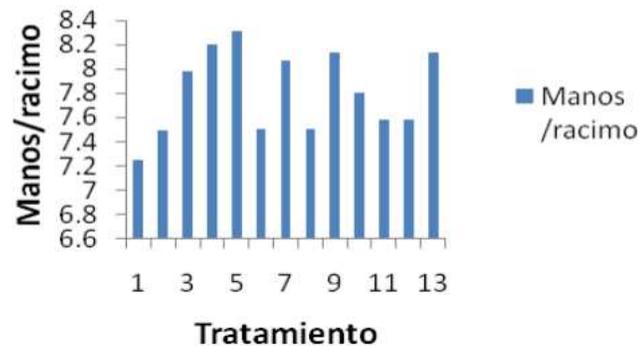
Gráfico 2: Efecto de tratamiento con materia orgánica en circunferencia del pseudotallo



En este gráfico se muestra la circunferencia del pseudotallo en plantas que solo recibieron 1 exposición a materia orgánica mientras aquello que se expusieron a un número mayor de tratamiento aumentaron

la circunferencia de su tallo, tomado de Estudio de innovación agrobiológica en Venezuela, Ecuador y Colombia, Fernández, 2009, p.46.

Gráfico 3: Efecto de tratamiento con materia orgánica en la producción de manos / racimos



En este grafico se expone el considerable aumento en numero de racimas en las latas de banano tratadas con materia orgánica, tomado Estudio de innovación agrobiológica en Venezuela, Ecuador y Colombia, Fernández, 2009, p.46.

Por lo anteriormente observado este estudio demuestra que al innovar en tratamientos potenciadores de la producción, además de estar reemplazando los agro fertilizantes industriales, que tanto daño hacen a la tierra de cultivo, por materia orgánica tratada, aumenta la productividad y calidad del banano y por tanto esto representa una oportunidad de desarrollo de los pequeños productores bananeros del guayas que además de reducir el costo en compra de insumos como fertilizantes mejoran su producción.

Esta considerable variación del comportamiento de producción de las plantas de banano es la muestra de que la innovación si impacta de forma determinante en la producción bananera del país, permitiendo un desarrollo económico sustentable y liberando a los pequeños productores de los grandes costes de producción que representa el cultivo tradicional.

Para Avendaño (2012), La innovación debe realizarse “atendiendo al conocimiento del entorno y a la estrategia particular de cada empresa” (p.5), las pymes en la innovación pueden encontrar un camino para su proyección y desarrollo, este desarrollo puede repercutir de manera directa en la economía del Ecuador al ser las pequeñas empresas la gran mayoría de emprendimientos del país.

En dicha investigación se exhorta a los pequeños empresarios a “aunar esfuerzos en el campo de la innovación, así como los requerimientos para su desarrollo y los beneficios de los que puede ser partícipe un gran sector de las empresas” (p.6), esto frente a la casi inexistente plataforma de

innovación por parte del sector público que tanto impacta en la ausencia de innovación en tan importante sector económico, como es la producción bananera.

Por tanto, la innovación y todos aquellos productos y procesos que derivan de la misma son un aporte muy significativo que impacta de manera positiva en el desarrollo empresarial y por tanto resulta en un “Nuevo escenario mundial de revalorización de los recursos locales existentes, que a un futuro cercano pueden representar el impulso al desarrollo empresarial de las organizaciones que apliquen este instrumento” (Rivillas, 2011, p.10)

Discusión

Posterior a la revisión documental realizada por las autoras, se logra dilucidar, que de las 34 pequeñas y medianas empresas productoras de banano del Guayas, solo el 26.47% se encuentra realizando mejoras totales desde la innovación y, en mayor proporción, con un 29.41% de las empresas realiza un desarrollo innovativo entre el 81 y 90% y solo 4 empresas presentan un nivel menor al 80% (Guaranda y Villao, 2017), lo que demuestra la voluntad privada del empresario bananero de la provincia del Guayas para desarrollarse desde un aspecto innovador y progresista. Según Fernández (2009) la gran mayoría de aquellos quienes se encuentran en procesos innovativos se enfocan en el sector riego y fumigación (p.24).

Sin embargo, resulta fundamental incentivar desde la academia, al sector público, que en los últimos 3 años ha reducido en un 45.23% la inversión en innovación y desarrollo tecnológico (INEC,2010, p.14), centrándose exclusivamente a repartir subsidios e insumos para la producción lo que perpetua el modelo tradicional de producción lo que impacta de manera directa en la competitividad y por tanto en el desarrollo empresarial de dichas organizaciones.

Resulta pues de vital importancia, fomentar la cultura de la innovación, debido a que en la actualidad los procesos productivos a gran escala utilizan a la innovación como herramienta de aumento de competitividad, por lo que viviendo con plena tecnología en cuanto a maquinaria esta debe utilizarse con el fin de mejorar y optimizar los procesos de producción , así mismo implementar, un modelo productivo basado en procesos que estipulen que la mejor manera de dar a conocer estos tipos de temas es a través de la capacitación para así socializar y dar a conocer del considerable impacto de implementar nuevos procesos innovativos que ayudan al desarrollo del sector empresarial de los productores de banano de la provincia del Guayas

Los datos analizados y la revisión documental permiten sustentar la importancia del sector agrícola y bananero para la economía del Ecuador, la creciente tendencia al alza de las cifras que representa el superávit comercial que tiene este sector que es un pilar fundamental de la economía nacional. La innovación, permitirá salvaguardar este pilar multisectorial que se expone a riesgos como plagas, degradación de los suelos y la contaminación del agua causada por los químicos necesarios para el desarrollo de las plantas.

La mayoría de pequeños productores de banano perciben que durante los últimos 3 años se ha desregularizado el valor de la caja y por tanto se expone a que sean los exportadores quienes fijan el precio, esta realidad impacta de manera directa en su capacidad de emprender proyectos de innovación sometiéndolos a continuar el sistema actual además de poner en riesgo su capacidad de competir por la incapacidad de solventar sus gastos de producción a causa del desplome de sus ingresos.

Esta falta de competitividad frena el desarrollo de las MIPYMES bananeras y por tanto no le permiten a estas aumentar su necesidad de mano de obra que tan importante resulta para mitigar las crisis, entre mayores plazas de trabajo existan en las zonas rurales menor es la migración forzada a los conglomerados urbanos y por tanto mayor el aumento de la pobreza absoluta, esto se presenta como un eje multimodal y por tanto el no innovar no solamente afecta al desarrollo empresarial de las MYPYMES bananeras del Guayas si no a todo el aparato social y económico que de este depende. La innovación a mas de ser una simple palabra mas del discurso político del país, debe convertirse en una prioridad nacional y aun con mas razones a un sector tan crucial como la producción bananera en el Ecuador.

Conclusiones

- El sector bananero representa el 8% del PIB del país por lo que innovar en este sector aumentaría dichos ingresos y por tanto mejoraría la balanza comercial del Ecuador.
- El sector público ha descuidado de manera considerable la inversión que permita el desarrollo de nichos de investigación y desarrollo tecnológico que posteriormente se transformen en procesos innovatorios y de vanguardia.
- La mayoría de los pequeños productores se ha visto afectado por la desregularización del precio de la caja de banano lo que permite en muchas ocasiones que los réditos se queden en las corporaciones, frenando el desarrollo e impulso de las PYMES bananeras del Guayas y del país.

- La innovación representa un importante capital de desarrollo para las PYMES por lo que incentivar este sector representaría un considerable aumento de la competitividad y con ello patrocinar el desarrollo empresarial tan necesario para la economía ecuatoriana.

Referencias

1. Acevo, H. (2016). Desarrollo Empresarial en Colombia. Universidad EAFIT, 75-80. Obtenido de EAFIT.
2. Ascencio Ochoa, P. (2017). Los proyectos de inversion en el desarrollo del sector agropecuario del Ecuador. Publicando, 45-58.
3. Avendaño, W. (2012). Semestre Económico del departamento de Norte de Santander. Gazeta de la Gobernacion de Norte de Santander, 75-90.
4. Aviles, E. (2008). Atlas geografico y politico del Ecuador. Guayaquil: El Universo.
5. Baena. (1985). Obtenido de Investigacion Cientifica .org: <https://investigacioncientifica.org/que-es-la-investigacion-documental-definicion-y-objetivos/>
6. Bloch, H., & Metcalfe, S. (2017). Innovation, creative destruction, and price theory. Industrial and Corporate Change.
7. Colloredo-Mansfield, R., Ordoñez, & al, e. (2016). Conflicts, Territories and the institutionalization of post-agrarian Ecuador. World Development, 27-39.
8. Delfín, F. (2016). Importancia y analisis del desarrollo Empresarial. UTN, 45-50.
9. Druker, P. (1985). La Innovación y el empresario innovador. Edhasa.
10. Espinoza, E. C. (2007). Espinoza Carrión, M. C. del R., Soto González, M. C. O., & Pérez Espinoza, M. M. J. . REVISTA CIENTÍFICA AGROECOSISTEMAS, 70-77.
11. Fernandez, A. (2009). Innovacion agrobiologico para aumentar la productividad bananera en Venezuela, Ecuador y Colombia. Revista de la universidad tecnica de carabobo, 5-6-7-8-9.
12. FONTAGRO. (2018). los bioinsumos y el desarrollo organico en el Ecuador. Quito: Augura.
13. Gonzales, F. (2009). Iberoamerica 2020 Retos ante la crisis. Madrid: Fundación carolina y S XXI.
14. Guaranda, M., & Villao, E. (2017). LA IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS DE BANANO. Guayaquil: UG.

15. Hassink, J., Hulsink, W., & Grin, J. (2015). the commodification of nature and socio environmental resistance in Ecuador. *Ecological Economics*, 27-39.
16. Hernández, V. H. (2015). *acces medicina* . Obtenido de <https://accessmedicina.mhmedical.com/content.aspx?bookid=1721§ionid=115929954>
17. INEC. (2010). *Censo Nacional Economico*. Quito: Ecuador en Cifras.
18. Joselyn Villalta Acosta, S. Q. (2018). *La planificación Estratégica y Desarrollo Empresarial de los productores del banano en el canton simon Bolivar de la provincia del Guayas*. Repositorio Digital, 3-6. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4345/1/LA%20PLANIFICACION%20ESTRATEGICA%20Y%20DESARROLLO%20EMPRESARIAL%20DE%20LOS%20PRODUCTORES%20DEL%20BANANO%20EN%20EL%20CANTON%20SIMON%20BOLIVAR%20DE%20LA%20PROVINCIA%20DEL%20GUAYAS.pdf>
19. Kotler, P. (1972). *A generic concept of marketing*. Michigan: EE.UU Journal Of Marketing.
20. Latorre, S., Farrell, K., & Martinez-Alier, J. (2015). *Entrepreneurship in agriculture and healthcare*. *Journal of rural studies*, 116-58-69.
21. MAGAP. (2008). *Programa Nacional de innovación y tecnología*. Quito: MAGAP.
22. MAGAP. (2010). *Plan de fomento al acceso de tierras de los productores familiares en el Ecuador: Plan de tierras*. Quito: MAGAP.
23. MAGAP. (2017). *Informe sector bananero ecuatoriano*. Quito: Ministerio de Agricultura, ganadería Acacultura y Pesca.
24. Martinetti, J. (2019). *Furasaurim el nuevo debacle para las economías bananeras*. *SYNGET*, 27-28-29.
25. Mendez, R. (2002). *Innovación y desarrollo territorial: algunos debates teóricos recientes*. *Eure*, 68-83.
26. OCDE. (2013). *innovación en las empresas. Una perspectiva microeconómica*. Mexico D.F: Foro Consultivo Científico y Tecnológico.
27. Osorio, D. (2010). *Internacionalización, con o sin desarrollo Local?: Un asunto de estrategia*. *Suma de Negocios*, 15-34.

28. Porter, M. (1990). Obtenido de <https://xavierferras.com/2014/09/una-definicion-de-innovacion/#:~:text=El%20economista%20austriaco%20Joseph%20Schumpeter,un%20sector%20de%20la%20industria>
29. Porter, M. (1990). The competitive advantage of nations. Harvard Business Review, 76-90. Obtenido de <https://xavierferras.com/2014/09/una-definicion-de-innovacion/#:~:text=El%20economista%20austriaco%20Joseph%20Schumpeter,un%20sector%20de%20la%20industria>
30. Rivillas, F. (2011). La innovacion y el desarrollo productivo. Seminario público de innovación y desarrollo, 9-10.
31. Robledo, J., Gomez, F., & al., e. (2008). Relacion entre capacidades de innovación tecnologica y desempeño empresarial en colombia. Memorias del primer congreso internacional de gestion tecnologica e innovación (págs. 55-60). Bogota: Congreso.
32. Sabino, C. (1992). EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN. Publicado también por Ed. Panamericana, Bogotá, y Ed. Lumen, Buenos Aires .
33. Santoyo, M., & Arellano, J. (2013). Procesos Metodológicos. Quito: N.D.
34. Scaronne, C. (2005). La innovación en la empresa: la orientación al mercado como factor de exito en el proceso de innovacion de un prodcutu. Buenos Aires: UCB.
35. Sornoza, P. M. (2018). Fundamentos de Emprendimiento. Jipijapa, Manabi, Ecuador: Area de innovación y Desarrollo, S,L.
36. Szarka, J. (1996). Las redes comerciales de la innovacion y la pequeña empresa. Desarrollo y gestión, 24.
37. Villao, G. (2017). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/17234/1/Proyecto-de-titulaci%C3%B3n-Guaranda-Villao%20%281%29.pdf>
38. Villaseca, F., & Torrent, D. (2013). informe de innovacion y tecnologia. Montevideo: Ministerio de industria, Energia y Minería de la Republica Oriental del Uruguay.
39. Zuñiga, E., Quesada, N., & Toro, J. (2018). Creatividad e innovacion: motores del desarrollo empresarial. Lampsakos, 55-56.