

Emprendimiento rural y los factores asociados con el desempeño organizacional

Karen Johana Piloso Chávez^{1*}, María José Valarezo Molina¹, Evelyn Tatiana Pinargote Navarrete¹, Quinche Leonardo Félix López¹, Ricardo Ramón Montesdeoca Párraga¹.

¹Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de "Manabí Manuel Félix López".

*Autor para correspondencia: karenpi29@gmail.com

Recibido: 2023/06/2 Aprobado: 2023/11/27

DOI: <https://doi.org/10.26621/ra.v1i29.861>

RESUMEN

Los agronegocios tienen un impacto importante en el desarrollo local, que engloba tanto la producción y ventas de sus productos como el mejoramiento de la calidad de vida de los actores, ya que trasciende el ámbito individual de las familias y genera beneficios sociales en los ámbitos de la salud, la educación y la alimentación. El objetivo de esta investigación es conocer en mayor profundidad el emprendimiento rural (agronegocio) y el desempeño organizacional. Este trabajo se desarrolló a través de una investigación documental de fuentes secundarias, para conocer los factores asociados al desempeño organizacional de los emprendimientos rurales (agronegocios), y de fuentes primarias, para indagar acerca de los agronegocios de producción de plátano. Entre los resultados, se evidenció la existencia de muy poca investigación sobre el emprendimiento rural, mientras que, en el campo del desempeño organizacional de los agronegocios, se identificaron elementos considerables, como la capacidad organizacional, la motivación y el entorno. Como conclusiones, se destaca que los emprendedores de los agronegocios de plátano carecen de una educación administrativa, a lo que se suma una débil actitud para la innovación; sin embargo, estos emprendimientos del sector primario se vislumbran como una cadena productiva con un gran potencial para crecer, aportar al desarrollo local, disminuir los índices de desempleo y, sobre todo, impulsar el crecimiento económico de las familias.

Palabras clave: emprendimiento, agronegocios, desempeño organizacional, desarrollo local, sector primario

ABSTRACT

Agribusinesses have an important impact on local development, which ranges from the production and sales of their products to the improvement of the quality of life of the actors, since it transcends the individual sphere of families causing social benefits in the areas of health, education and food. The objective of this research is to learn more about rural entrepreneurship (agribusiness) and organizational performance. This work was developed through a documentary investigation of secondary sources to know the factors associated with the organizational performance of rural enterprises (agribusiness), and primary sources to investigate agribusiness in plantain production. Among the results, the existence of very little research on rural entrepreneurship is evident, while, in the field of organizational performance of agribusiness, important elements such as organizational capacity, motivation and environment were identified. As conclusions, it is highlighted that the entrepreneurs of the plantain agribusinesses lack an administrative education, in addition to a weak attitude towards innovation; however, these enterprises in the primary sector are seen as a productive chain, with great potential to grow, contribute to local development, reduce unemployment rates, and, above all, boost the economic growth of families.

Keywords: entrepreneurship, agribusiness, organizational performance, local development, primary sector

Karen Johana Piloso Chávez  orcid.org/0000-0002-6155-3552

María José Valarezo Molina  orcid.org/0000-0003-0907-499X

Evelyn Tatiana Pinargote Navarrete  orcid.org/0000-0002-4197-8422

Ricardo Ramón Montesdeoca Párraga  orcid.org/0000-0001-6116-9975

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, los emprendimientos constituyen una alternativa al desempleo, una opción que permite ganarse la vida dignamente a los ecuatorianos que intentan empoderarse en busca de un crecimiento económico (Vizueta, 2020; Gómez, 2010). Sin embargo, la sostenibilidad de los negocios que inician se encuentra con barreras muy complejas que exigen del emprendedor esfuerzo, dedicación, persistencia y creatividad para lograr cumplir sus objetivos y, por ende, ser parte del desarrollo económico de la sociedad.

El sector primario ha sido poco estudiado desde una perspectiva organizacional. No obstante, destaca la investigación de Pabón (2017) titulada "Caracterización del modelo de negocio del plátano en organizaciones de pequeños productores"; en ella, se identifican problemas de la cadena de distribución y se describen las particularidades relacionadas con modelos que fomentan el desarrollo de la comunidad. Del mismo modo, autores como Hofstede han abordado las dimensiones culturales para identificar las características de los individuos que tienen algún grado de influencia en el ámbito organizacional (Tarapuez, 2016).

La importancia de conocer en mayor profundidad el desempeño organizacional que tienen los agronegocios se sustenta en el interés de poder adaptar procesos administrativos que, según Torres (2000), son aspectos relevantes en el gerenciamiento de empresas del sector agroindustrial, teniendo en cuenta los vertiginosos avances tecnológicos de las últimas décadas y la integración económica hacia mercados globalizados. De acuerdo con lo que exponen Briasco (2014) y Pico (2016), se resalta la importancia de iniciar un análisis de oportunidades como parte del proceso de innovación y emprendimiento con enfoque en los siguientes aspectos: las diferentes empresas del sector agrícola, los mercados estratégicos, la reevaluación de los niveles de producción y la mirada hacia las nuevas tecnologías.

Para la presente investigación, ha sido necesaria la revisión de trabajos realizados por otros autores que están estrechamente relacionados con el objeto de estudio y que se han considerado pertinentes para respaldar los componentes analizados, pues estos investigadores manejan criterios que coinciden con la temática abordada.

Torres (2020) asegura que los factores de mayor influencia son: los compradores según el tipo de producto, los competidores más fuertes en el área específica, los proveedores de la materia prima y el mejoramiento continuo; este último permite establecer un esquema de desarrollo para mantenerse en el mercado de competencia.

Este artículo plantea profundizar en el emprendimiento rural y el desempeño organizacional con el interés de aportar mejoras al funcionamiento de los negocios de plátano, desde las dimensiones de la estrategia y la estructura. Se presenta una herramienta que estima el desempeño organizacional (DO) en función de la capacidad organizacional, la motivación y el entorno; de esta manera, es más factible que la estrategia gane intensidad, que provoque la alineación de los procesos y que visibilice los resultados de estos, permitiendo así evaluar el desempeño de las áreas, de los gestores y, en definitiva, de la organización (Castillo y Vargas 2009).

MATERIALES Y MÉTODOS

Este trabajo se desarrolló, en un primer momento, a través de una investigación documental, tomando las bases de datos científicas como fuentes secundarias para conocer el emprendimiento rural (agronegocio)

y los factores asociados al desempeño organizacional. En un segundo momento, para indagar acerca del agronegocio como emprendimiento en el sector de producción de plátano ubicado en el sitio Sumita Pita, del cantón El Carmen, Ecuador, se realizó un acercamiento de tipo exploratorio hacia los productores de plátano, en el cual se contó con la participación de 50 productores que, de manera voluntaria, aceptaron ser parte de una entrevista.

Los resultados se obtuvieron con un cuestionario semiestructurado que contenía preguntas sobre las características propias, los procesos de reclutamiento y la toma de decisiones. Posteriormente, se realizó el procesamiento de los datos y el análisis de gráficos respectivo, que permitieron establecer las conclusiones y discusiones de la investigación.

Revisión de literatura

Emprendimiento rural (agronegocios)

Los agronegocios representan un nuevo paradigma para enfocar el desarrollo rural desde una "nueva ruralidad", a través del apoyo de las actividades económicas, la comercialización, la industrialización y los servicios, en el marco de la globalización de la economía y la internacionalización del derecho. Por ello, hoy en día, los agronegocios representan, en promedio, el 35 % del comercio agroalimentario en Centroamérica, un porcentaje considerable para países en los que la economía está basada en la demanda agroalimentaria (Torres, 2000; Pomareda, 2022).

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) menciona que el 80 % de la población ecuatoriana entre los 18 y 64 años están de acuerdo con la idea de que, en su país, emprender es una actividad deseable para ganarse la vida, mientras que la tasa de actividad emprendedora temprana (TEA) representa el 28.32 %, lo que significa que son emprendedores nacientes o propietarios de nuevos negocios (GEM, 2022).

Según Alvarado (2004), para desarrollar los negocios agrícolas hay que abrirse al conocimiento de la dinámica actual del mundo agropecuario y agroindustrial, de sus conexiones externas y del entorno económico y político, para así poder comprender cómo la complejidad del capitalismo globalizado exige nuevas aptitudes de adecuación a quienes tienen a su cargo la producción alimentaria, ya que los agronegocios son grandes oportunidades de desarrollo para las naciones.

Es por ello que las organizaciones definidas como grupos estructurados funcionalmente y organizados para desarrollar actividades con fines productivos son una presencia universal en la sociedad. Estas organizaciones, a juicio de Méndez (2019), son consideradas como entidades porque están conformadas por dos o más personas orientadas a una meta, han sido diseñadas para lograr algún resultado, y, además, están deliberadamente estructuradas, es decir, las tareas están divididas y la responsabilidad de su ejecución se le asigna a los miembros.

Asimismo, las organizaciones, de acuerdo con su operatividad y la actividad que realicen, son clasificadas por Münch y García (2012) en tres tipos: industriales, cuando su producen bienes mediante la transformación o extracción de la materia prima; comerciales, aquellas que son intermediarias entre el productor y el consumidor; y las de servicio, destinadas a brindar un servicio a la comunidad, que pueden tener o no fines lucrativos.

En función de los datos planteados y en reconocimiento a lo expresado por los autores, se puede considerar que las empresas agroproductoras se insertan en estos postulados teóricos; están creadas para la producción

y comercialización de este rubro, es decir, son empresas comerciales de materia prima, por lo que su operatividad estaría regida por los parámetros establecidos para el funcionamiento de una organización.

En relación con una definición certera de lo que es una organización productiva, existen diversas conceptualizaciones. Sin embargo, para efectos de esta investigación se asumirá la expuesta por Scott (2003): las organizaciones son concentraciones de procesos, flujos y actividades interdependientes que ligan coaliciones cambiantes de clientes, productores y propietarios insertos en ambientes más amplios de recursos materiales e institucionales.

De esta manera, el emprendimiento rural se visualiza bajo condiciones estructurales que son parte de un sistema agroalimentario, adaptable a una gestión flexible que permita a estas organizaciones tener un mejor desempeño en el logro de sus objetivos, con la productividad de sus cultivos y la ganancia como sus mayores motivaciones de esfuerzo.

Desde otra perspectiva, a partir de los años setenta surgieron numerosas variables relacionadas con el desempeño organizacional de los agronegocios, como la moral, la innovación, el recambio de personal, la adaptabilidad y la orientación al cambio (Tawiah, 2014). Hay numerosas ideas nuevas en circulación y los interesados directos quieren diferentes tipos de desempeño organizacional. Muchas de estas ideas apuntan a asegurar que la organización pueda sobrevivir con el tiempo. Este aspecto se puede denominar "la relevancia permanente para los interesados directos". Estudios realizados por el organismo Food and Agriculture Organization (FAO) determinan la existencia de tres dimensiones que explican el desempeño organizacional de los agronegocios, definidas como capacidad organizacional (CO), motivación (M) y entorno (E).

La CO hace referencia a los recursos de la organización —tales como el capital humano, la infraestructura y los recursos financieros— y a la capacidad de gestión que desempeñan los productores en el proceso de sus funciones administrativas. Por lo tanto, Cruz (2016) plantea que la capacidad organizacional es la habilidad de una organización para utilizar sus recursos en la realización de sus actividades. Si la unidad de análisis es la organización misma, se pueden evaluar todos los recursos, sistemas y procesos que la organización despliega para apoyarla en su labor.

La motivación (M) es la dimensión que abarca la aptitud de la organización para movilizar su capital humano y lograr sus metas; se asienta en la visión y misión de la organización, en su cultura, valores y sistemas de incentivos, todos los cuales están marcados por la historia de la organización. La motivación organizacional constituye la personalidad subyacente de la organización, en la que, en el contexto de los agronegocios, el gerente-productor se siente impulsado a actuar.

Finalmente, la dimensión del entorno (E) se enmarca en sistemas abiertos, donde operar es muy importante. De esta forma, las organizaciones necesitan el apoyo de su entorno para sobrevivir y tener un buen desempeño; las investigaciones de Corichi (2018) permiten inferir que el entorno es el factor clave que determina el nivel de recursos disponibles y la facilidad con la que una organización puede llevar a cabo sus actividades. Por ejemplo, las políticas macroeconómicas desacertadas llevan a tasas elevadas de interés, monedas fluctuantes y un cúmulo de condiciones que entorpecen el buen desempeño de las organizaciones (Mamani, 2017).

Por tanto, para mejorar el desempeño de una organización se deben detectar las necesidades que esta padece. Para ello, Fernández (2016) señala que para evaluar una necesidad hay que tener cuidado con el enfoque con el

que se aborda, ya sea una necesidad como la brecha entre la situación deseada y la actual, o como la carencia de un producto preexistente. En efecto, el punto de partida, del sector primario en América Latina es la baja productividad, problemática que se puede identificar prospectivamente con las acciones actuales o, simplemente, se puede realizar el análisis situacional de las debilidades detectadas (Mayoral y Col, 2019).

Para averiguar cómo se debe abordar el proceso para dar respuestas rápidas y oportunas, Bernárdez (2007) sugiere que se conciba la organización desde fuera hacia dentro; para ello, un primer paso es determinar la existencia de las necesidades que constituyen el contexto social que tiene el mercado en cuestión y la sostenibilidad de cualquier negocio. Al trasladar esta postura teórica de abordaje a las condiciones en que se realizan los cultivos, es prioritario contextualizar el área para comprender las superposiciones socioproductivas sobre esas organizaciones. En estas abundan, por lo general, pequeños productores que nacen de familias campesinas, y ese modo de producción tradicional gira fundamentalmente en torno a la satisfacción de las necesidades básicas de ese núcleo familiar.

Para que una organización se desempeñe bien, según Schermerhorn (2010), sus recursos deben ser correctamente utilizados. Si las operaciones le agregan valor al costo original de los recursos de entrada, la organización de negocios podría percibir utilidades, al vender un producto a un precio mayor que su costo de producción. En ese sentido, la mejor forma de verificar cuál ha sido el desempeño de una organización es a través de su producto final ofrecido y de cómo está posicionado en el mercado. Estos aspectos se observarán en su productividad, con la que, a juicio del autor antes citado, es posible medir la cantidad y la calidad del desempeño en relación con el costo de los recursos empleados; así, la productividad se puede medir a nivel individual, grupal u organizacional.

Factores asociados al desempeño organizacional

Toda organización está compuesta por elementos o recursos que le permiten, de manera organizada, ser operativa para garantizar su funcionamiento y, por ende, precisar los movimientos necesarios para avanzar hacia una producción de calidad con el menor costo, riesgo y tiempo posibles. Según Münch y García (2012), "para que una empresa pueda lograr sus objetivos, es necesario que cuente con una serie de elementos o recursos que, conjugados armónicamente, contribuyan a su adecuado funcionamiento" (p. 64). Desde esta perspectiva, se hace indispensable la conjugación de todos los elementos que constituyen una organización, pues sin ellos no podría funcionar.

Por su parte, Chiavenato (2000) expresa claramente que los recursos son medios que las organizaciones poseen para realizar sus tareas y lograr sus objetivos, es decir, son bienes o servicios utilizados en las labores organizacionales. Cabe destacar que es importante atender los recursos de la empresa porque uno de los fines de la administración es la productividad, lo que hace entender, la relación existente entre los recursos empleados y la producción obtenida (Münch y García, 2012).

Factor humano

El factor humano dinamiza cualquier organización; para Münch y García (2012), este elemento "es trascendental para la existencia de cualquier grupo social; de este depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos" (p. 66). Este factor humano permite la integración de cada uno de los miembros de una organización, quienes, desde sus puestos de trabajo, contribuyen al funcionamiento de la misma.

Al respecto, Chiavenato (2000) considera que el factor humano es el único recurso vivo y dinámico de la organización, y que decide el manejo de los demás recursos, que son físicos o materiales. En ese sentido, las personas aportan a la organización sus conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos, entre otros elementos. Asimismo, Münch y García (2012) señalan que, con diferentes funciones y niveles jerárquicos dentro de la organización, el personal puede estar conformado por obreros, oficinistas, supervisores, técnicos, ejecutivos y directores.

Para Gómez y Col (2000), el factor humano es el activo más valioso de las organizaciones; posee diversas características, tales como posibilidad de desarrollo, creatividad, ideas, imaginación, sentimientos, experiencia, habilidades, etc., las cuales lo diferencian de los demás recursos. Por lo tanto, se debe respetar y honrar al personal subalterno en gratitud a su aporte dentro de la estructura, que permite avanzar hacia la consolidación de la producción de calidad de acuerdo con los estándares establecidos.

Así, el área de capital humano de una organización representa un departamento importante porque es el que permite el ingreso del personal requerido para ejercer funciones específicas y garantizar el cabal funcionamiento. En opinión de Münch y García (2012), “su objeto es conseguir y conservar un grupo humano de trabajo cuyas características vayan de acuerdo con los objetivos de la empresa, a través de programas adecuados de reclutamiento, de selección, de capacitación y desarrollo” (p. 62).

No obstante, hay que considerar las organizaciones emergentes, denominadas organizaciones virtuales, que han surgido gracias a una economía globalizada e interconectada a través de los accesos y la potencialidad de Internet. A juicio de Bernárdez (2007), el concepto fundamental de una organización virtual es el enlace con clientes, productores, proveedores y accionistas de forma electrónica o virtual, a distancia, y mediante comunicaciones mediadas por computadoras, lo que deja a un lado ciertos requisitos de formalidad respecto al reclutamiento del personal y al redimensionamiento de los estándares de la contratación.

Recursos materiales

Para Chiavenato (2000), los recursos materiales son aquellos necesarios para efectuar las operaciones básicas de la organización, ya sea para prestar servicios especializados o para producir bienes o productos. De esta manera, los espacios físicos, los terrenos, las instalaciones, los predios y el proceso productivo constituyen los recursos materiales de la organización lo que coincide con Münch y García (2012), quienes afirman que los recursos materiales “son bienes tangibles, propiedad de la empresa” (p. 64)

Recursos financieros

Las organizaciones de negocio requieren de financiación para lograr el empuje necesario para desarrollar el negocio, y la obtención de esta garantizará, a su vez, la obtención del recurso financiero propio de esa organización. En este sentido los recursos financieros propios pueden mencionarse el dinero en efectivo, las aportaciones de los socios (acciones) y las utilidades.

Chiavenato (2000) afirma que esos recursos garantizan los medios para adquirir los demás recursos que la organización necesita. Dentro de este tipo de recurso está incluido el capital monetario, los créditos, el financiamiento, los ingresos producidos por las operaciones de las empresas, las inversiones de terceros, el valor de las máquinas y equipos,

y el valor del inventario de materias primas o de productos acabados.

Recursos tecnológicos

El uso de las tecnologías cada vez se hace más necesario en toda organización; Münch y García (2012) manifiestan que estos recursos “son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos” (p. 64). Entre ellos, se encuentran los sistemas de producción, sistemas de ventas, sistemas de financiamiento, sistemas de administración, fórmulas, patentes, y sistemas de información y administración del conocimiento.

De igual forma, Chiavenato, (2000) señala que los recursos tecnológicos se determinan por los requisitos de las tareas que se realizan en una organización, que varían mucho de una empresa a otra. Asimismo, se conforman según la especialización del conocimiento y habilidades que exigen las máquinas, la materia prima y los equipos. Así, se requiere que las organizaciones poco a poco se tecnifiquen y adquieran más recursos tecnológicos, a fin de que, con el buen uso de estos recursos, puedan ser más competitivas en un mundo globalizado (Leite, 2011).

Principales áreas funcionales de una organización

Producción

Habitualmente, se aborda el proceso de producción como una labor homogénea. Sin embargo, para Alarcón (2017), la realidad indica todo lo contrario: son tantas las actividades que forman parte de este ámbito, que existen cientos de modelos de ejecución válidos en determinados contextos, situaciones o coyunturas.

Andrade y Col (2019) afirman que el departamento de producción, tradicionalmente, es considerado como uno de los más importantes, ya que “la metodología empleada radica en el equilibrio de línea de producción, misma que permite equilibrar el trabajo entre los distintos operarios” (p. 92). Por lo tanto, toda organización debe considerar como eje central la producción de su producto terminado y listo para ser comercializado, teniendo presente que las áreas de producción cumplan con las normas internacionales con el menor riesgo posible y con la higiene industrial controlada.

A esto habría que añadir, en opinión de Alarcón (2017), la irrupción de las nuevas tecnologías y los cambios que han supuesto en los procesos de producción tradicionales, los cuales se han vuelto más ágiles, dinámicos y eficaces. De ahí que la incorporación de nuevos elementos, como la tecnología, haya permitido mejorar la eficiencia de las operaciones, incrementando así la productividad para que las organizaciones puedan alcanzar ventajas competitivas. De acuerdo con Schermerhorn (2010), uno de los elementos que ha permitido una mayor transformación del sistema productivo en las organizaciones es la tecnología, pues esta es la piedra angular de la productividad.

Mercadotecnia

El concepto de mercadeo ha cobrado especial importancia en la actualidad; muchas organizaciones y personas emprendedoras deben parte de su éxito comercial a este ámbito. Es una función muy valiosa que cumple con los propósitos de la empresa. Tiene como objetivo analizar los componentes y situaciones del mercado, para atender al consumidor y actuar según su necesidad, de tal manera que los productos se encuentren en el momento oportuno, en el lugar preciso y al precio más adecuado (Münch y García, 2012, p. 61).

Uno de los mayores valores de la mercadotecnia reside en proporcionar valor y satisfacción a los clientes, quienes constituyen el elemento clave dentro de una transacción. De este modo, Giraldo (2017) define la mercadotecnia como una serie de actividades dentro de un conjunto de procesos en los que se identifican necesidades y deseos latentes de un público que se determina según factores como la edad, el sexo, el entorno socio-económico, los factores psicológicos, entre otros, para así satisfacerlos de la forma más adecuada, y que beneficie tanto al público como a una empresa o marca. Para Peñaloza, M. (2007), se entiende por mercadotecnia al

conjunto de prestaciones realizadas por la organización que, en comunión con el producto, el precio, la comunicación y la distribución se realizan antes, en el momento y después de la venta, agregando valor e incrementando el nivel de satisfacción de los consumidores en el interés de lograr un intercambio mutuamente beneficioso para ambos (p. 74).

Es importante acotar que “mercadotecnia” es la traducción que se le da, en español, al término conocido en inglés como *marketing*. Asimismo, ese término es empleado en español con las palabras “mercadeo” o “mercadología”, según el uso que se le dé en las diferentes regiones geográficas hispanas. Todo ello es producto de la interrelación del mundo de las comunicaciones y las ventas, lo que abre paso a una nueva forma de comercializar con un lenguaje propio y globalizado.

Finanzas

El control de las finanzas en toda organización es fundamental para poder llevar la relación costo-beneficio, anticiparse a los gastos operativos y hacer los ajustes necesarios. Münch y García (2012) consideran que es de vital importancia la función de las finanzas para las organizaciones de negocio y las no lucrativas también, ya que toda empresa trabaja con base en constantes movimientos de dinero. Esta área se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer de los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos, con el objeto de que puedan funcionar debidamente.

De esta manera, el financiamiento adecuado debe contemplar un ahorro seguro que pueda permitir reservar el dinero requerido para los planes de contingencias o de inversión. Es propicio, en este caso, valorar las ganancias obtenidas a fin de poder constatar si se pueden hacer inversiones, es decir, realizar un análisis de ganancias a corto, mediano y largo plazo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el sector Sumita Pita del cantón El Carmen, provincia de Manabí, se concentran productores que se dedican al cultivo de plátano barraganete. Los terrenos de cultivo oscilan entre las 2 y las 10 hectáreas. La gran mayoría de los gerentes entrevistados declaran que su actividad comercial ha sido heredada, y solo 4 de los 50 entrevistados mencionan que sus terrenos son alquilados y que se dedican a cultivar plátano como parte de su emprendimiento.

En cuanto al género, el 96 % son hombres y el 4 % mujeres. Con respecto a su nivel educativo, el 50 % no terminaron la educación primaria, pero saben leer y escribir, el 34 % terminó la primaria, el 10 % terminó la secundaria y el 6 % tiene estudios superiores.

A fin de indagar más sobre estos agronegocios, se les realizaron diversas preguntas a los productores.

Dentro de su agronegocio, ¿con qué tipo de personal técnico cuenta? Las respuestas se representan en la Figura 1.

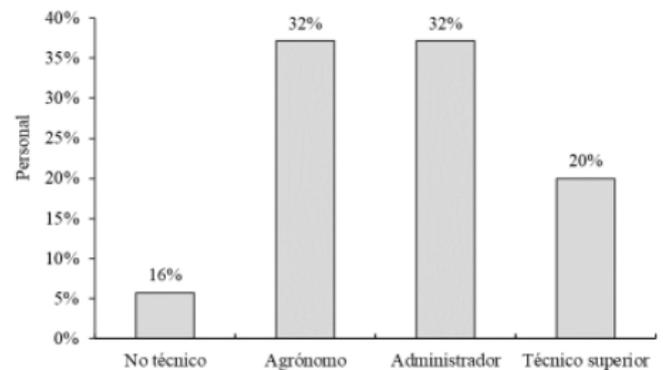


Figura 1. Tipo de personal técnico

Nota: Entrevista a gerentes de agronegocios de plátano

De acuerdo con la Figura 1, el 32 % cuenta con un agrónomo o especialista; otro 32 % menciona contar con un administrador que tiene las habilidades técnicas para el manejo del cultivo; y el 36 % no tiene con personal técnico. Sin embargo, reciben el apoyo de instituciones de educación superior (IES) que, a través de sus funciones sustantivas, como la de vinculación, ofrecen a los técnicos como apoyo al sector; el 20 % de estos negocios aprovecha este recurso gratuito y el 16 % no cuenta con ningún personal técnico.

¿Qué elementos considera importantes al contratar personal para sus labores de campo?

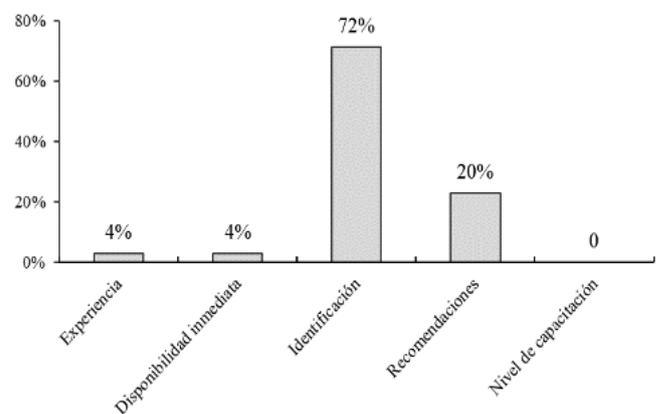


Figura 2. Elementos para contratación del personal

Nota: Entrevista a gerentes de agronegocios de plátano

Como se puede observar en la Figura 2, los gerentes de estos agronegocios desconocen las distintas técnicas y evaluaciones que se utilizan en las empresas con el objeto de elegir a la persona idónea para un determinado puesto de trabajo. El 92 % de estos gerentes identifican que lo más importante es conocer a la persona o recibir una recomendación de su círculo social, mientras que el 4 % de los gerentes se preocupan realmente por la experiencia. Este resultado muestra que la experticia para realizar actividades agrícolas no es valorada por quienes dirigen el negocio.

Para conocer la perspectiva económica se les realizó la siguiente pregunta a los gerentes: ¿en qué medida consideran que su agronegocio es una actividad comercial que le permite tener una estabilidad económica?

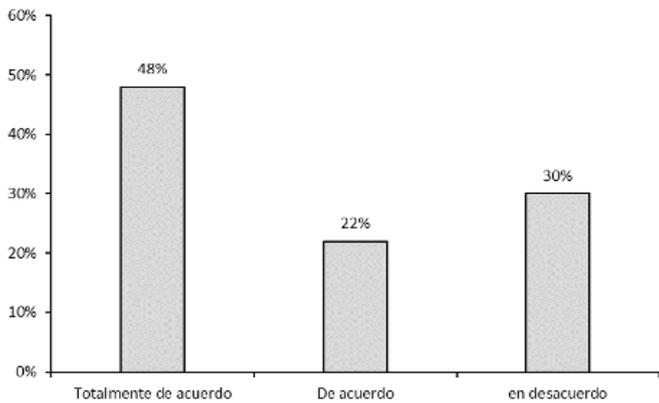


Figura 3. Representación económica del agronegocio
Nota: Entrevista a gerentes de agronegocios de plátano

Es muy común escuchar a los productores de plátano manifestando su inconformidad por los réditos económicos que el cultivo les deja; sin embargo, al realizar la pregunta en un rango de "totalmente de acuerdo", "de acuerdo", "indeciso", "en desacuerdo" y "totalmente en desacuerdo", las respuestas plasman, tal y como muestra la Figura 3, que el 48 % considera estar totalmente de acuerdo y el 22 % de acuerdo con que su negocio le permite tener una estabilidad económica. Un 30 % menciona estar en desacuerdo con que el cultivo les genere ganancias motivadoras.

Con el objetivo de conocer el recurso material con el que cuentan estos agronegocios, se decidió preguntarles por su capital más importantes, que es la tierra: ¿cuántas hectáreas en su totalidad se encuentran cultivadas y en uso activo de producción?

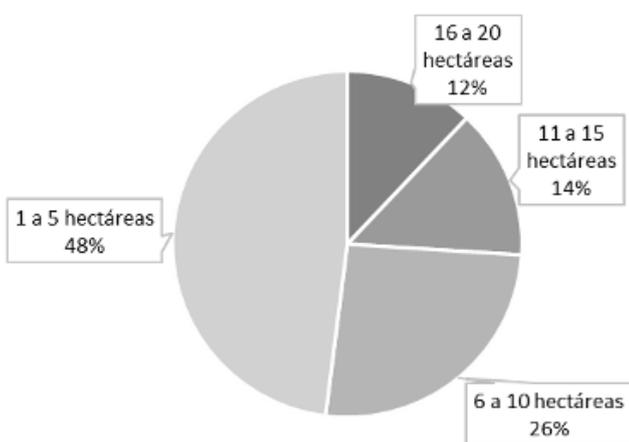


Figura 4. Números de hectáreas cultivadas y en producción
Nota: Entrevista a gerentes de agronegocios de plátano

Como se muestra en la Figura 4, el 48 % de los gerentes tienen a su cargo de 1 a 5 hectáreas cultivadas, el 26 % tiene entre 6 y 10 hectáreas, el 14 % tiene más de 10 hectáreas y un 12 % menos de 20 hectáreas. Por lo tanto, es notorio que para algunos productores la producción y las ganancias generadas no garantizan una estabilidad económica, debido a la poca cantidad de tierras disponibles para su producción.

CONCLUSIONES

En relación con el objetivo de esta investigación, se lograron identificar bibliográficamente los elementos que interactúan en el desempeño organizacional, que se resumen en tres componentes principales: capacidad organizacional, motivación y entorno.

En toda organización es necesario que sus elementos se articulen para garantizar el desempeño organizacional y poder alcanzar sus metas a corto, mediano y largo plazo; el factor humano, los recursos materiales, los recursos financieros y los tecnológicos deben interactuar para lograr el cumplimiento adecuado en el desempeño de las organizaciones. Asimismo, estos son elementos importantes que se deben considerar en el desempeño de los agronegocios.

En este caso, los agronegocios, como emprendimientos, mostraron una debilitada organización y el desconocimiento de habilidades gerenciales, que provocan que las decisiones que toman en cuanto a su personal no se sustenten en acciones administrativas. El 92 % de los gerentes entrevistados afirmaron que al contratar personal para sus labores de campo lo más importante es la identificación visual y las recomendaciones, y no la experticia; de la misma manera, el 16 % de estos productores respondieron no considerar importante contar con un especialista técnico.

Finalmente, al abordar el cultivo del plátano y su cadena de producción como un sistema, se amplía la visión de la producción del plátano como un emprendimiento válido, el cual es necesario que los expertos en gestión empresarial y liderazgo atiendan con el fin de potenciar el desarrollo local, disminuir los índices de desempleo, y, sobre todo, impulsar el crecimiento económico de las familias.

Agradecimientos: Los autores agradecen a los productores de plátano del sector de Sumita Pita del cantón El Carmen a su apreciable y generosa cooperación, como también a la Carrera de Administración y Agroindustria por su colaboración.

Contribución de los autores:

Conceptualización, Karen Johana Piloso Chávez, María José Valarezo Molina, Evelyn Tatiana Pinargote Navarrete, Quinche Leonardo Félix López, Ricardo Ramón Montesdeoca Párraga; metodología, Karen Johana Piloso Chávez, María José Valarezo Molina, Evelyn Tatiana Pinargote Navarrete, Quinche Leonardo Félix López, Ricardo Ramón Montesdeoca Párraga; software, Ricardo Ramón Montesdeoca Párraga; validación, Montesdeoca Párraga Ricardo Ramón; análisis formal, Quinche Leonardo Félix López; investigación, Karen Johana Piloso Chávez, María José Valarezo Molina, Evelyn Tatiana Pinargote Navarrete, Quinche Leonardo Félix López, Ricardo Ramón Montesdeoca Párraga; recursos, Karen Johana Piloso Chávez, María José Valarezo Molina, Evelyn Tatiana Pinargote Navarrete; curación de datos, Quinche Leonardo Félix López, Ricardo Ramón Montesdeoca Párraga; redacción y preparación del borrador original, Piloso Chávez Karen Johana, Ricardo Ramón Montesdeoca Párraga, Quinche Leonardo Félix López redacción, revisión y edición Ricardo Ramón Montesdeoca Párraga; visualización, Quinche Leonardo Félix López; adquisición de financiación, Karen Johana Piloso Chávez, María José Valarezo Molina, Evelyn Tatiana Pinargote Navarrete. Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del documento.

Fuente de financiamiento:

Esta investigación no recibió financiamiento externo.

REFERENCIAS

- Alarcón, Luis Fernando. (2017). *Lean Project Management*. Depto. de Ingeniería y Gestión de la Construcción Centro de Excelencia en Gestión de Producción Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Alvarado, Manuel. (2004). *Agronegocios: empresa y emprendimiento*. Editorial Ateneo.
- Andrade, Adrián M., A. Del Río, César, y Alvear, Daissy L.. (2019). *Estudio de Tiempos y Movimientos para Incrementar la Eficiencia en una Empresa de Producción de Calzado*. Información tecnológica, 30(3), 83-94. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000300083>
- Bernal, Cesar. (2006). *Metodología de la Investigación para Administración Económica, Humanidades y Ciencias Sociales*. Pearson Education.
- Bernárdez, Mariano. (2007). *Desempeño Organizacional: Mejora, Creación e Incubación de Nuevas Organizaciones*. Arthur House.
- Briascó, Irma. (2014). *El desafío de emprender en el siglo XXI. Herramientas para desarrollar la competencia emprendedora*. Editorial Narceal.
- Chiavenato, Idalberto. (2000). *Administración de los recursos humanos*. Editorial McGrawHill.
- Chiavenato, Idalberto. (2010). *Comportamiento Organizacional*. Editorial McGrawHill.
- Corichi Alejandra., Pérez Juan Carlos, Pérez José Antonio y Valencia Karina (2018). Introducción a la innovación disruptiva y su efecto en algunos sectores industriales. *Estrategia, Tecnología y Sociedad*, 7(2),87-109
- Cruz, Wilmar. (2016). *La estructura organizacional y el análisis de la capacidad institucional: un referente en la Universidad de los Llanos*. Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia. Repositorio institucional. <https://bit.ly/3Rj19Uf>
- Del Castillo, Carlos y Vargas, Braulio., (2009). El proceso de gestión y el desempeño organizacional. Una aproximación a la nueva gestión pública desde el ámbito de los gobiernos locales. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 14(26),57-80. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360733606003>
- Hernández, Lissette. (2016). Entorno y empresa. *Revista de Ciencias Sociales* 22(2), 6-7.
- Giraldo, Valentina (2017). *De las preguntas más frecuentes ¿Qué es mercadotecnia?*. Marketing de Contenidos. San Pedro Valley. Equipo de Rock Content. <https://n9.cl/obett>
- Global Entrepreneurship Monitor. 2022. *Emprendimiento en el Mundo - Global Entrepreneurship Monitor*. <https://gem.ufm.edu/emprendimiento-en-el-mundo/>
- Gómez José. (2010). *La recopilación documental. Para qué y cómo documentarse en Ciencias de la Información Documental*. <https://bit.ly/3LZHwif>
- Gómez Mejía, Luis, Balkin, David y Cardy, Robert. (2000). *Gestión de recursos humanos*. Prentice Hall.
- Leite, Sergio y Sauer, Sergio. (2011). *Expansión de agronegocios, mercado de tierras y extranjerización de la propiedad rural en Brasil: Notas críticas sobre la dinámica reciente*. *Revista del Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales del Instituto Politécnico Nacional*, 7(26): 43-63. <http://hdl.handle.net/10469/7104>
- Mamani, Isabel. (2017). *Experiencias exitosas de asociatividad de los agricultores familiares en los sistemas agroalimentarios*. Santiago: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura. <http://www.fao.org/3/a-i6850s.pdf>
- Mayoral, Manuel. B., Torres, Alberto. F., Villegas, Jorge. A. y Mejía, Ángel. *Agronegocios como modelo de competitividad territorial rural en Baja California Sur (BCS)*. Memoria in extenso, 493.
- Méndez, Carlos. E. (2019). Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia. *Revista Universidad y Empresa*, 21(37), 136-169. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7681>
- Münch Lourdes y García Martínez José G. (2012). *Fundamentos de Administración*. 9na. Edición. México D.F.: Editorial Trillas. P. 278.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2022). *Cómo analizar el desempeño organizacional*. <https://www.fao.org/capacity-development/resources/practical-tools/analyse-organizational-performance/es/>
- Pabón, Romny. (2017). *Caracterización del modelo de negocio del plátano en organizaciones de pequeños productores para el departamento de Córdoba, Colombia*. Maestría en Agronegocios. Universidad de La Salle.
- Pazmiño Gabriel, Beltrán Mayra y Gallardo Washington. (2016). *Los estilos de liderazgo y su influencia en el desarrollo empresarial: caso pymes de la provincia de Tungurahua – Ecuador*. *Revista PUCE 103*. DOI: <https://doi.org/10.26807/revpuce.v0i103.45>
- Peñaloza, Marlene. (2007). El Mix del Marketing. *Una herramienta para servir al cliente*. *Actualidad Contable FACES*. 8 (10), 71-81. <https://www.redalyc.org/pdf/257/25701007.pdf>
- Pico, Lucía. (2016) El emprendimiento por necesidad, una ventana hacia el desarrollo de oportunidades de negocios. *INNOVA Research Journal*, 2(1), 131–136. DOI: <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n1.2017.133>
- Pomareda, C. (2022). *Apoyo a la promoción de la agenda de comercio para la internacionalización de agronegocios sustentables: el caso de Centroamérica*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Schermerhorn, John. (2010). *Administración*. Limusa Wiley.
- Scott, William. (2003). *Organizations: Rational, Natural and Open Systems*. Prentice-Hall. <https://doi.org/10.5465/amr.1983.4284747>
- Tawiah, Vicent. (2014). Incorporating Business Ethics into Governance for Sustainable Organizational Development; The Small Scale Approach. *International Journal of Management and International Business Studies Volume 4, Number 2*. https://www.ripublication.com/ijmibs-spl/ijmibsv4n2spl_12.pdf
- Torres, Hugo A.. (2000). Mercado y los Agronegocios: Situación y perspectivas del gerenciamiento de las agroempresas. *Revista Mexicana de Agronegocios*. IV (7). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14107409>

Tarapuez, Edwin. (2016) Las dimensiones culturales de Geert Hofstede y la intención emprendedora en estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia). *Pensamiento & Gestión*, núm. 41, 2016, pp. 60-90.

Vizueta, Víctor Hugo. 2020. «Los Factores Que Afectan a Los Emprendimientos En El Ecuador». *INNOVA Research Journal* 5 (3.2), 122-33. DOI: <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2.2020.1563>