



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**ESTRATEGIA DE BENCHMARKING PARA LOGRAR
COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL EN LAS EXPORTACIONES DE
BANANO DE LA ASOCIACIÓN ASOQUABO EN EL 2021.**

**APOLO GOMEZ KAREN ELIDA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**FAREZ SANCHEZ MARCO IVAN
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**ESTRATEGIA DE BENCHMARKING PARA LOGRAR
COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL EN LAS
EXPORTACIONES DE BANANO DE LA ASOCIACIÓN
ASOGUABO EN EL 2021.**

**APOLO GOMEZ KAREN ELIDA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**FAREZ SANCHEZ MARCO IVAN
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ANÁLISIS DE CASOS

**ESTRATEGIA DE BENCHMARKING PARA LOGRAR
COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL EN LAS
EXPORTACIONES DE BANANO DE LA ASOCIACIÓN
ASOGUABO EN EL 2021.**

**APOLO GOMEZ KAREN ELIDA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**FAREZ SANCHEZ MARCO IVAN
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

NOVILLO MALDONADO ERNESTO FELIPE

**MACHALA
2022**

Estrategia de Benchmarking

por Karen Apolo Gómez

Fecha de entrega: 11-sep-2022 01:43p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1896244634

Nombre del archivo: PORTACIONES_DE_BANANO_DE_LA_ASOCIACION_ASOGUABO_EN_EL_2021..docx
(441.75K)

Total de palabras: 7221

Total de caracteres: 39976

Estrategia de Benchmarking

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	1%
2	www.rainforest-alliance.org Fuente de Internet	1%
3	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, UNAD Trabajo del estudiante	<1%
5	bibliotecavirtualoducal.uc.cl Fuente de Internet	<1%
6	prezi.com Fuente de Internet	<1%
7	doaj.org Fuente de Internet	<1%
8	issuu.com Fuente de Internet	<1%
9	dspace.espol.edu.ec Fuente de Internet	<1%

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, FAREZ SANCHEZ MARCO IVAN y APOLO GOMEZ KAREN ELIDA, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado ESTRATEGIA DE BENCHMARKING PARA LOGRAR COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL EN LAS EXPORTACIONES DE BANANO DE LA ASOCIACIÓN ASOGUABO EN EL 2021., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



FAREZ SANCHEZ MARCO IVAN

0705805984



APOLO GOMEZ KAREN ELIDA

0706877628

AGRADECIMIENTOS

- Agradecemos a Dios por darnos la dicha de gozar con salud y alegría, y por tener la oportunidad que nos brinda día a día para salir adelante y cumplir con nuestros objetivos propuestos.
- A nuestros familiares, que son pilar fundamental para nosotros, al tener su apoyo y compañía en cada paso que damos.
- A nuestro docente tutor por dirigirnos y ayudarnos de la mejor manera para el desarrollo de la presente investigación.

RESUMEN

En la presente investigación se estudia el funcionamiento e implementación de la Estrategia de Benchmarking, conociendo el Benchmarking interno, competitivo y funcional, observando sus alcances como lo es mediante el Benchmarking funcional, investigando a la competencia de manera externa, mediante fuentes confiables, y poder aplicarla en la Asociación Asoguabo, situada en la Provincia de El Oro, obteniendo como resultado de la investigación es mediante la implementación de la Certificación Rainforest Allience, conociendo las áreas de mejora que abarca para el cumplimiento de ésta certificación, es decir con el cumplimiento de los requisitos establecidos, permitiendo a la vez aumentar la competitividad de la Asociación y mediante las mejoras aplicables poder llegar incluso a nuevos mercados.

Palabras claves: Competitividad, Estrategias Benchmarking, Asoguabo, Certificación, Rainforest Allience.

ABSTRACT

In the present investigation, the operation and implementation of the Benchmarking Strategy is studied, knowing the internal, competitive and functional Benchmarking, observing its scope as it is through functional Benchmarking, investigating the competition externally, through reliable sources, and being able to apply it in the Asoguabo Association, located in the Province of El Oro, obtaining as a result of the investigation is through the implementation of the Rainforest Alliance Certification, knowing the areas of improvement that it covers for the fulfillment of this certification, that is to say with the fulfillment of the established requirements, allowing at the same time to increase the competitiveness of the Association and through the improvements applied to be able to reach even new markets.

Keywords: Competitiveness, Benchmarking Strategies, Asoguabo, Certification, Rainforest Alliance.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	12
Antecedentes históricos	12
Antecedentes conceptuales y referenciales.	17
1.2.1 Caracterización gnoseológica, administrativa de la competitividad de la Asociación Asoguabo.	17
1.2.1.1 Competitividad	17
1.2.1.2 Estrategia	18
1.2.1.3 Innovación	18
1.2.1.4 Investigación interna	18
1.2.1.5 Investigación externa	19
1.2.2 Caracterización gnoseológica y metodológica de la gestión estratégica de Benchmarking.	19
1.2.2.1 Benchmarking	19
1.2.2.2 Benchmarking interno	19
1.2.2.3 Benchmarking competitivo	20
1.2.2.4 Benchmarking funcional	20
1.2.3.6 Certificación	20
1.2.3.7 Certificación Rainforest Allience	20
Antecedentes contextuales.	21
Información interna de la empresa	21
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	23
Planteamiento del problema científico.	23
b. Tema de investigación:	23
Formulación del problema científico	23
Objeto de estudio de la investigación.	24
Causas que originan el problema científico.	24

Objetivo de la investigación.	24
Campo de acción de la investigación.	24
Hipótesis científica	24
Objetivos específicos.	25
DISEÑO METODOLÓGICO.	25
Tipo de investigación.	25
Paradigma o perspectiva general.	25
Población y muestra.	26
2.3.2 Método deductivo	27
2.3.6 Métodos estadísticos	28
CAPÍTULO 3. RESULTADOS OBTENIDOS	29
3.1 Fundamentación teórica para la investigación explicativa - transformadora	29
3.2 Fundamentación teórica del plan estratégico de bioseguridad y exportación	29
3.3 Análisis de las encuestas aplicadas a los colaboradores de ASOGUABO	29
3.3 Aporte práctico	38
3.3.1 Objetivo	38
3.3.2 Alcance	38
3.3.3 Lineamientos	38
3.3.4 Comunicación	39
3.3.7 Impactos	40
Sociales	40
Económicos	41
CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN	42
CONCLUSIONES	44
RECOMENDACIONES	45
BIBLIOGRAFÍA	46
ANEXOS	51

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y TABLAS

Ilustración 1 Organigrama de Asoguabo.....	20
Ilustración 2 Mapa de la Asoguabo.....	21
Ilustración 3 P1 ¿Considera usted que la Asociación tiene buena imagen y es competitiva?.....	26
Ilustración 4 P2 ¿El equipo de exportación está en constante actualización sobre las tendencias del mercado internacional?.....	27
Ilustración 5 P3 ¿Cree usted que es necesario estudiar a la competencia?.....	28
Ilustración 6 P4 ¿Cada cuánto tiempo analizan a la competencia?.....	28
Ilustración 7 P5 ¿Ha escuchado el término Benchmarking?.....	29
Ilustración 8 P6 ¿Considera usted que se han aplicado estrategias de Benchmarking en la Asociación?.....	30
Ilustración 9 P7 Como estrategia de Benchmarking, también es importante evaluar el desempeño de sus colaboradores. ¿Cree que el personal está preparado para la misma?.....	30
Ilustración 10 P8 ¿Cuántas certificaciones tiene la empresa?.....	31
Ilustración 11 P9 ¿Enfocarse en el cuidado del medio ambiente, como estrategia, ayudaría a crecer la ventaja competitiva de la Asociación?.....	32
Ilustración 12 P10 ¿Ha escuchado de la Certificación Rainforest Alliance?.....	32
Ilustración 13 P11 ¿La Asociación se encuentra apta para aplicar la certificación Rainforest Alliance?.....	33
Ilustración 14 P12 Una Asociación de la Provincia usa el agua del proceso de corte para la cría de tilapias para el consumo de colaboradores y sus familias. ¿Se debería aplicar los mismo en Asoguabo?.....	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	
Hipótesis científica.....	23

LISTA DE ABREVIATURAS

ASOGUABO. Asociación de Pequeños Productores Bananeros El Guabo

SRI. Servicio de Rentas Internas.

EFQM. Fundación Europea para la Gestión de la Calidad.

ISO 9001:2015. es el estándar internacional de carácter certificable que regula los Sistemas de Gestión de la Calidad.

UROCAL. La Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral.

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país rico en materia prima y reconocido mundialmente por ser uno de los principales exportadores de frutas exóticas y mariscos, esto se ve reflejado en el último año donde las exportaciones no petroleras representaron cerca del 68% de las exportaciones, siendo en su mayoría, camarón, banano, plátano y productos mineros. (Macías-Chóez, Montalvan-Chele, & Mero-Quijije, 2020)

Entre los principales productos de exportación en Ecuador podemos mencionar el Banano Orgánico y convencional, ubicándolo en tercer lugar, con una participación en el mercado extranjero de un 18,2%, su mayor producción se encuentra en la Provincia de El Oro, teniendo como principales destinos La Unión Europea, Estados Unidos, Reino Unido, África, nos enfocaremos en la Asociación Asoguabo, situada en el Cantón el Guabo (León-Armijos, Espinoza-Aguilar, Carvajal-Romero, & Quezada-Campoverde, 2022)

La Asociación De Pequeños Productores De El Guabo (ASOGUABO) actualmente se encuentra ubicada en tres provincias: El Oro, Guayas y El Azuay, procesando la fruta en cajas de banano convencional y orgánico para ser exportadas, cumpliendo con los estándares y normas a países como Estados Unidos de Norteamérica y Europa, bajo la modalidad de comercio justo, además también entregan banano al granel convencional y orgánico para puré a una empresa nacional (Ramón-Minchala, Erazo-Álvarez, Narváez-Zurita, & Moreno, 2020)

De ahí la importancia de la presente investigación, para realizar la aplicación de estrategia de Benchmarking para que la Asociación Asoguabo gane competitividad nacional e internacionalmente, generando mejores ingresos para la Asociación y país.

En la presente investigación se plantea resolver la siguiente interrogante ¿Cómo lograr competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021??

Esta investigación ha establecido como objetivo aumentar la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021, mediante la aplicación de estrategia Benchmarking, permitiendo a la asociación tener ventaja competitiva frente a la competencia.

Se pudo delimitar el campo de acción de la investigación la cual está planteada como: La gestión estratégica de Benchmarking, además se construyó el marco teórico con base en el objeto de estudio y también en su campo de acción.

El marco teórico contiene sobre los antecedentes históricos donde establece la información necesaria y concreta de los diferentes procesos históricos de la gestión estratégica del Benchmarking en relación a la competitividad internacional en la exportación de banano de la Asociación Asoguabo 2021, teniendo en cuenta los puntos necesarios a llevar a cabo el proceso de investigación y en consecuencia desarrollar nuestro aporte práctico a partir del objeto de estudio y el campo de investigación.

La novedad científica en el presente proyecto es aportar con un plan de implementación de estrategia de Benchmarking, la cual no se haya implementado anteriormente en la Asociación, con la presente investigación se podrá conocer que está afectando a la misma a crear ventaja competitiva.

Dentro de esta investigación está estructurado el proyecto en seis secciones: primera sección, la introducción, después se tiene la segunda sección principal: diseño teórico, dando forma a los antecedentes, categorías, diseño metodológico; luego, la tercera sección considerada complementaria expone los resultados; como cuarta, la sección económica que plantea la infraestructura disponible y el presupuesto; en la sección sexta se tiene a las referencias y bibliografías; y por último, los anexos.

Mediante el análisis de los resultados podremos identificar la importancia de introducir un plan estratégico mediante la aplicación del benchmarking, donde se analizará los diferentes aspectos que están afectando a la Asociación, de acuerdo a la información que nos proporciona las encuestas realizadas.

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1. Antecedentes históricos

La evolución de la gestión estratégica de Benchmarking en relación a la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021.

La finalidad de este apartado es presentar los antecedentes históricos de la gestión estratégica de Benchmarking analizados desde la perspectiva de la competitividad internacional para la exportación de banano de la Asociación Asoguabo 2021.

Ecuador es uno de los principales exportadores de petróleo, banano, flores, camarones y cacao, siendo los principales países importadores Estados Unidos y China, además creció sus exportaciones a India, y a países latinoamericanos como Perú, Colombia y Chile.

El mercado bananero a nivel mundial presenta grandes oportunidades para un país productor y exportador como Ecuador, ejemplo de esto el autor Díaz (2019, como se citó en Acaro-Chamba y Córdova-Montoya, 2021) afirma que la actividad bananera ha sido precursora en el cambio de la matriz productiva mediante la innovación y agregación de valor, lo cual a su vez permitió aumentar la presencia de los productos ecuatorianos en los mercados extranjeros.

El boom del banano ecuatoriano tiene una marca registrada, desde su producción del mismo desde la provincia del Oro en el año de 1925, cuando se enviaba este producto al país vecino Perú y también a Chile a pesar de la falta de comunicación que existía en ese entonces y el proceso logístico que se manejaba no era tan efectivo por lo que las personas corrían el riesgo al momento de vender el producto (Pacheco, Montealegre, Romero, & Campoverde, 2021)

En los años de 1950 en el mandato de ese entonces el presidente de la república Galo Plaza, se implementaron medidas que ayudaron a promover lo que es la producción de los sembríos de banano para su consiguiente exportación. Desde su mandato Ecuador exportó alrededor de 3.9 millones del producto en ese entonces lo que representó para Ecuador ingresos de 16.8 millones de dólares, elevando considerablemente un 400% datos que ningún otro mandato había conseguido en esos tiempos.

En los años de 1960 el gobierno construyó lo que es la red vial para mejorar el

transporte de las cargas bananeras, fue un proceso largo para que la integración de los puntos donde se producía banano tuviese una conexión más directa y accesible. Además, en 1962 se expandió por las plantaciones bananeras una plaga denominada Fusarium Raza, manteniendo pendiente a todos los productores que se sentían amenazados por la misma, esta plaga acabó en ese tiempo con las plantaciones del banano seda.

Ecuador en 1970 tuvo al banano como el principal exponente de la balanza comercial no petrolera el cual se convirtió en la principal y más importante fuente generadora de riquezas, y la data histórica relata que en ese tiempo existía la denominada variedad Gross pero se decidió cambiarla a Cavendish esta variedad es la más famosa y utilizada por la industria bananera, uno de los motivos principales del cambio fue ante la amenaza de algunas plagas como por ejemplo la Sigatoka y el picudo negro.

En el año 2010 aumentaron lo que son las exportaciones ecuatorianas debido a la comprar por parte de Estados Unidos y Bélgica la demanda por parte de esos países eran muy grandes que dejaron gran ingreso de divisas a nuestro país, nuestro mayor volumen de exportaciones se originaron en la provincia de El Oro debido a la gran producción de fruta, esto permitió que Ecuador compita cada vez más en el mercado internacional (Serrano, Pinta, Ramón, & Chavarría, 2020)

Ya para el año 2020 Ecuador se encuentra totalmente posesionado en el mercado internacional como uno de los países más exportadores de banano de calidad en el mundo, además partiendo de datos estadísticos entregados por el SRI donde Ecuador obtuvo ingresos en ventas de 29 millones de dólares valores monetarios que ayudan al crecimiento económico, esto se dio gracias a las principales provincias bananeras del país y su producción como lo son Guayas, El Oro y los Ríos (Anchundia, Cunuhay, & Morán, 2021)

Conociendo un poco más de cómo ha evolucionado las exportaciones de banano en Ecuador, podemos concluir que aunque si bien el banano a presentado diferentes riesgos en sus exportaciones, a sobresalido por ser un producto de calidad, triunfando antes las adversidades, como la pandemia Covid-19 en 2020, teniendo una baja en sus exportaciones en el primer periodo de la misma, pero aumentando su cantidad exportada cuando poco a poco se ha ido retomando la cotidianidad.

Por eso es importante seguir trabajando en cada paso de su proceso de exportación, y un poco más allá, trabajando en la estrategia de mercadeo, llegando a nuevos mercados con

nuevos métodos aplicables.

Pero el ser partícipe de todos estos hechos no es solo la influencia del banano en sí, sino de todo un proceso estratégico para llegar a esa meta, mencionando primeramente que todo se da por ser diferente a la competencia, mediante la competitividad, actualmente una empresa que busca competitividad tiene su éxito asegurado, estando en constante actualización de todo éste proceso de exportación, que día a día innova.

Para medir el grado de competitividad de una empresa, hoy en día existen distintas maneras, generalmente la forma más rápida y segura es realizar un estudio, entre ellas puede ser mediante un análisis interno, es decir, mediante comparaciones con situaciones de nuestro entorno, permitiéndonos mediante el mismo conocer y asegurar nuestras ventajas competitivas (Sarmiento Reyes & Delgado Fernández, 2021)

Es decir, de forma más clara para que una empresa sea competitiva debe tener la capacidad de hacer las cosas mejor que su competencia, poco a poco todas las empresas que exportan buscan competitividad empresarial, como en costos, proceso logístico, pero enfocándose en calidad, porque mediante el buen uso de sus recursos y un buen plan estratégico se puede llegar a ser competitivo en mercado nacional como internacional, de distintas maneras.

En la tabla a continuación mencionaremos 5 empresas que se consideran competitivas en la producción y exportación de banano en la Provincia de El Oro:

Productores y Exportadores de Banano Orgánico Competitivos
Industrias Borja
Inborja S.A.
UROCAL
Fruta Rica
Corporación San Miguel de Brasil

Elaborado: Por los Autores

Una herramienta que podemos destacar para resaltar la competitividad empresarial es la aplicación de estrategias, permitiendo consolidar una ventaja competitiva a largo plazo, provocando mayor rentabilidad.

Las estrategias más utilizadas son estrategia de diferenciación y líder de costes.

Mediante la estrategia de diferenciación, la empresa ofrece un producto diferente a la competencia, mejor en calidad, certificación o presentación, a un costo más elevado, pero con valor agregado.

Liderazgo en costos es la estrategia que pretende lograr ventaja competitiva y mayor rentabilidad, reduciendo sus costos, para así poder ofrecer en el mercado un producto de calidad pero más económico que la competencia.

Sin duda son estrategias que a lo largo de su trayectoria han aportado grandemente a la empresas, pero una forma distinta de innovar una vez más puede ser mediante la aplicación de estrategias de Benchmarking, que tiene un concepto equívoco ante la sociedad, pero dándole el valor y aplicación correcto, se obtienen grandes beneficios.

En el año de 1970 se dio la aparición de la estrategia de benchmarking el país de Estados Unidos el cual fue aplicado en diferentes empresas industriales como Xerox Corporation, que tuvo éxito en ese lapso de años con una estrategia denominada en ese entonces “Liderazgo mediante la calidad”

Con el transcurso del tiempo en los años 80 se dieron episodios donde una empresa iba perdiendo espacio en el mercado internacional y tuvo una disminución de la competitividad, esto dio paso a que dicha empresa se fijara en otra e inicie un proceso investigativo, que partía desde la visita de dicha empresa con la finalidad de ver como ellos trabajaban y así lograr identificar en donde estos podían mejorar de acuerdo a las comparaciones realizadas.

En el año 2000 esta herramienta se volvió más popular ya que muchas empresas comenzaron a implementar esta estrategia, así mismo se iban tomando en cuenta los resultados que las otras empresas obtenían al momento de aplicarla ya que eran positivos, entonces esta herramienta empezó a crecer y a verse más inmersa en los ámbitos empresariales, ayudando a las diferentes asociaciones, empresas a tener ideas más claras referente a cómo aprovechar la competencia (Antonio & Pilar, 2019)

Por otra parte, en el plano local, en la provincia de El Oro, la actividad bananera destaca aún como la principal actividad económica y siendo además apreciada como aquella que mayor impacto ha tenido en el desarrollo de la economía rural principalmente, donde, además, los productores están apuntando cada vez más a la exportación de esta fruta la cual por su calidad es apetecida y tiene una alta demanda en los principales mercados internacionales (Acaro-Chamba y Córdova-Montoya, 2021).

En la actualidad las empresas implementan la estrategia Benchmarking con la finalidad de aumentar su competitividad mediante los diferentes procesos que conlleva aplicar, el éxito de muchas empresas depende de esta estrategia para la obtención de un liderazgo empresarial dentro de un mercado que está en constante movimientos y cambios, resaltando las innovaciones que implementa la competencia.

Una forma de implementar la misma es primeramente estableciendo un Análisis foda a la empresa, permitiendo conocer las bases de la misma, y poder ver de manera más clara sus puntos de mejora.

Fortalezas

Es decir las iniciativas internas que trabajan perfectamente y que pueden destacar

Oportunidades

Son aspectos externos que permitirá una posición competitiva más sólida

Debilidades

Aspectos internos que no funcionan bien, permitiendo conocer los puntos que se deben mejorar.

Amenazas

Son amenazas externas de las cuales no tenemos control.

Al referirnos de estrategias de Benchmarking principalmente se enfoca en los tres tipos de Benchmarking como lo es el interno, competitivo y funcional, pero también podemos mencionar el Benchmarking por metas, si bien todos tenemos un concepto básico del término y su aplicación, pero si se investiga más del mismo, va mucho más allá de eso.

Como Benchmarking por metas podemos mencionar Benchmarking de desempeño, mediante la observación del desempeño en algún tipo de proceso, también

Benchmarking estratégico, el cual busca alianzas estratégicas con empresas que no son competidoras, conociendo oportunidades, y Benchmarking de procesos es establecer mejores prácticas mediante observaciones y estudios.

Como nos podemos dar cuenta podemos realizar diferentes estudios partiendo de nuestras metas y objetivos, que poco a poco aumenta su aplicación.

Un estudio reciente que podemos resaltar, es el trabajo titulado, Benchmarking de la empresa La Fabril S.A. Agencia Ambato, realizado en el 2021 en donde se enfoca en la venta de aceites con otros centros comerciales, mostrando detalladamente cada uno de sus puntos a tratar dentro de ésta estrategia.

1.2 Antecedentes conceptuales y referenciales.

1.2.1 Caracterización gnoseológica, administrativa de la competitividad de la Asociación Asoguabo.

En esta sección se conocerá los diferentes puntos de vista de importantes personas sobre ciertos términos que es importante para el desarrollo del presente proyecto

1.2.1.1 Competitividad

Para los autores Díaz et al. (2020) el concepto de competitividad se traduce como éxito para la gestión empresarial y afirma que esta es una de las razones que la vuelve apreciada y una meta para los directivos, pues en sí permite satisfacer la demanda y cumplir con las expectativas de los clientes, sobre todo en la actualidad donde los mercados son cada vez más exigentes y la supervivencia en los mercados obliga a las empresas agregar valor a sus procesos, productos y servicios para competir en igualdad de condiciones o adquirir ventajas competitivas.

Por otra parte, Miranda-Torrez (2021) destaca que tanto los individuos, entiéndase que se hace referencia a los directivos y altos mandos a quienes competen las funciones administrativas, tienen a su disposición y se ven obligados a utilizar diferentes herramientas analíticas con el fin de comprender el comportamiento de los mercados y posteriormente desarrollar las estrategias puntuales que les permita llegar a los clientes de manera efectiva. Este autor evidencia que la competitividad representa el enlace entre entorno y empresa.

En materia de Comercio Internacional, el reporte anual denominado Global Competitiveness Index publicado por el Foro Económico Mundial (2013, como se citó en Domareski y Chim, 2019) asegura que la competitividad tiene relación con la

productividad, siendo esta última consecuencia de las acciones emprendidas por las empresas, las políticas de Estado y los demás factores del mercado, y a su vez los resultados de esta relación se reflejan en la economía de cada país.

1.2.1.2 Estrategia

Las estrategias son definidas como acciones las cuales tienen una estructura técnica donde se proyectan los objetivos y procedimientos para alcanzarlos, y en el ámbito empresarial su relación con la competitividad se presenta cuando las empresas tienen como fin crear ventajas competitivas y mejorar su rendimiento (Torrez, 2021). En otras palabras, las estrategias permiten a las empresas volverse competitivas e incrementar los resultados de su actividad económica.

Según Mintzberg (1994, como se citó en Pereira et al., 2019), el alcance de las estrategias supera la identificación de las necesidades y expectativas de los grupos de interés, los resultados históricos de la organización o conocer a los competidores, pues también influye el tipo de valores y preferencias que pretende instaurar la propia dirección.

1.2.1.3 Innovación

Para Oliveira et al. (2019) la innovación es un concepto que está estrechamente relacionado con la estrategia y representa un gran aporte para el desarrollo económico, pues las empresas están enfocadas en utilizar la innovación como parte de su estrategia en miras de alcanzar la competitividad. A esto los autores Domareski y Chim (2019) agregan que actualmente, la innovación es un factor esencial incluso para el desarrollo de la economía de Estado porque va más allá del uso de la tecnología, comprendiendo la redefinición de los procesos enfocados en la plena satisfacción de las necesidades y la superación de las expectativas mediante la introducción o mejoramiento de los productos y servicios a través de la gestión de la calidad.

1.2.1.4 Investigación interna

La investigación interna es un proceso que parte de los principios de la calidad total, haciendo mención a la norma ISO 9001:2015 como el principal referente, y la excelencia, en este caso tomando como referencia la filosofía del modelo EFQM, considerándose como una necesidad para el control operacional mediante el uso de herramientas que tienen como fin prevenir, minimizar y preparar a las empresas de mejor manera para hacer frente a los riesgos (García et al., 2019).

Por otra parte, la investigación interna permite analizar todas las cuestiones internas comprendidas desde el punto de vista de la herramienta Análisis FODA como las

fortalezas y debilidades, y de esta manera aplicar las medidas preventivas o correctivas que le permitan a la empresa competir en mejores condiciones frente a su competencia (Sannicolas y Sanchez, 2021). Es decir, la importancia de la investigación interna radica en que permite realizar un diagnóstico situacional, siendo como información un insumo importante para el desarrollo de estrategias.

1.2.1.5 Investigación externa

Los autores Ortiz et al. (2019) consideran que la investigación externa cumple con la función de identificar las necesidades y expectativas de las partes interesadas, como también de los competidores, y como estrategia empresarial se destaca por su estilo singular debido a que los antecedentes históricos evidencian que su beneficio es el ubicar a la empresa en mejor posición permitiéndole agregar un valor diferencial frente a su competencia.

1.2.2 Caracterización gnoseológica y metodológica de la gestión estratégica de Benchmarking.

1.2.2.1 Benchmarking

El Benchmarking es un proceso continuo y sistemático, el cual incurre en actividades de medición y evaluación tanto de los productos como de los servicios, así también define el marco referencial para analizar el desarrollo de las estrategias y los procesos de una empresa, y además sirve como punto de partida para comparar la efectividad de las acciones emprendidas en contraste con los mejores competidores del mercado (Betancourt y Franco, 2018).

El objetivo del Benchmarking es la generación de información la cual brinda la pauta para el desarrollo de la planificación y adopción de prácticas con base en la experiencia histórica de los hechos acontecidos en una organización, siendo esta su importancia para el alcance del éxito organizacional (De Abreu et al., 2006). Por lo tanto, se puede concluir que los autores antes mencionados concuerdan en que el Benchmarking es un proceso que tiene como propósito realizar mejoras en la empresa.

1.2.2.2 Benchmarking interno

En lo que respecta al Benchmarking interno, los autores De Abreu et al. (2006) manifiestan que le permite a la empresa realizar comparaciones entre las prácticas desarrolladas en sus operaciones similares, por lo tanto, analizar la duplicidad de tareas en una misma área o incluso entre diferentes unidades de trabajo. Otra de las propiedades del Benchmarking interno es la optimización de las buenas prácticas con

base en el alcance y competencias de cada área, permitiendo establecer parámetros y diagnosticar su cumplimiento (Briones et al., 2021)

1.2.2.3 Benchmarking competitivo

Por otra parte, De Abreu et al. (2006) definen el Benchmarking interno como “la comparación con los mejores competidores directos externos” (p. 70). A esto, Briones et al. (2021) agregan que es un proceso que realiza comparaciones de los distintos estándares los cuales están definidos por cada organización, volviéndolo más complicado a comparación del Benchmarking interno debido a que la competencia reserva la información referente a cómo agregan valor y obtienen ventajas competitivas.

1.2.2.4 Benchmarking funcional

El potencial de este tipo de Benchmarking, en palabras de De Abreu et al. (2006), es mayor en contraste con el interno y el externo, pues el Benchmarking funcional se vale de la innovación para el desarrollo de las estrategias organizacionales y sus prácticas independientemente del giro de negocio de la empresa, siendo una herramienta más accesible para las empresas y permitiéndoles una mejor experiencia en lo que respecta al desarrollo de los procesos.

La mecánica de la aplicación del Benchmarking funcional es parecida al externo, pero la diferencia porque se centra en la identificación de las prácticas de las empresas líderes de los mercados, mientras que el Benchmarking externo se centra solo en los competidores (Briones et al., 2021).

1.2.3.5 Benchmarking por metas

Como Benchmarking por metas podemos mencionar Benchmarking de desempeño, mediante la observación del desempeño en algún tipo de proceso, también Benchmarking estratégico, el cual busca alianzas estratégicas con empresas que no son competidoras, conociendo oportunidades, y Benchmarking de procesos es establecer mejores prácticas mediante observaciones y estudios.

1.2.3.6 Certificación

La certificación es un sello que ofrece una empresa que cumple con una medida de estándar determinada y comprobada, establecida por la misma, aunque es un gran desafío obtener una certificación, la misma garantiza un producto confiable y de alta calidad, claro con un costo adicional. (Araya Pizarro & Araya Pizarro, 2020)

1.2.3.7 Certificación Rainforest Alliance

La asociación Rainforest Alliance está constituida como una organización sin fines de lucro cuyo propósito es trabajar en la inserción de los negocios en los mercados, haciendo énfasis especialmente en la agricultura, y además tiene como principio la

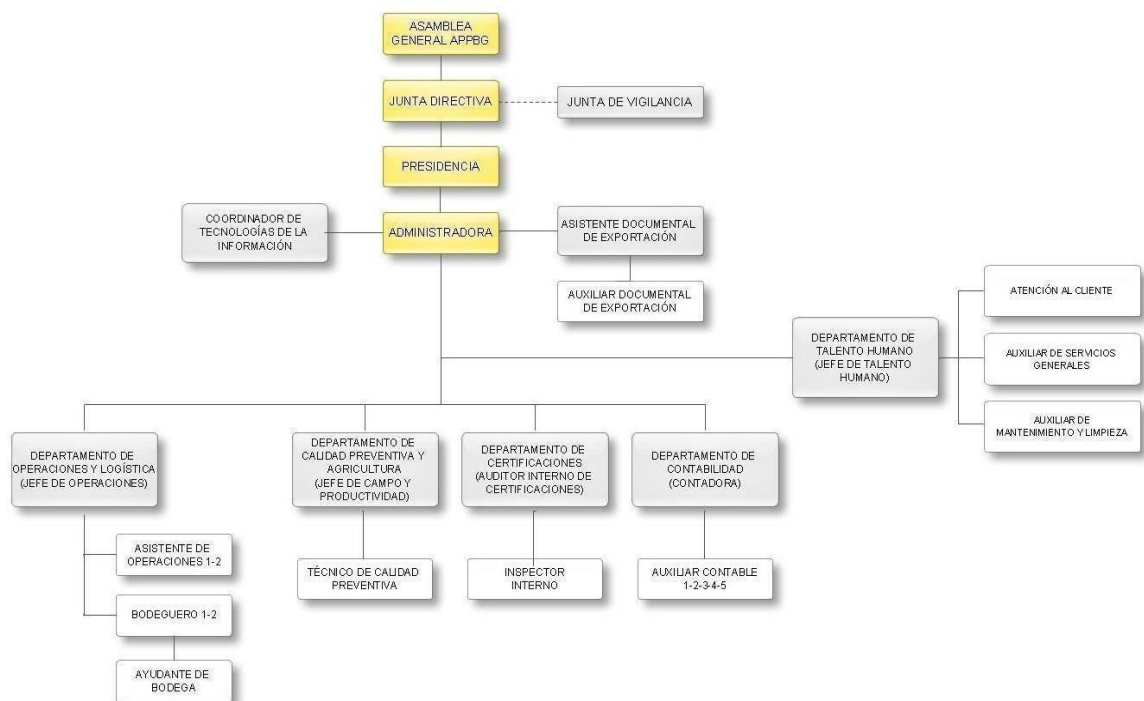
sostenibilidad donde las personas y la naturaleza prosperen en conjunto (Rainforest Alliance, 2022).

1.3 Antecedentes contextuales.

La “Asociación de Pequeños Productores Bananeros El Guabo” (ASOGUABO) se erige en 1997 en el cantón El Guabo de la provincia de El Oro, surgiendo como un proyecto de La Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral “UROCAL” con la pretensión de mejorar la situación económica de los pequeños productores bananeros. En un inicio esta asociación contó con la participación de cinco sociedades bananeras apoyadas por un organismo extranjero, la Fundación Intereclesial “Solidaridad”, valiéndose de su experiencia en el comercio justo. El suceso antes mencionado les permitiría a los productores bananeros de este sector ganar terreno en mercados internacionales (ASOGUABO, 2021). A partir de este punto la gestión empresarial tomó otra dirección y surgirían las necesidades por adquirir ventajas competitivas, pues en 1996 ya contaban con una figura legalmente constituida como exportadores; sin embargo, con el paso del tiempo destacaron los problemas internos, potenciados por los desastres naturales como el Fenómeno del Niño de 1997 que les obligó a salir de la UROCAL. A continuación, se presenta el organigrama de esta asociación:

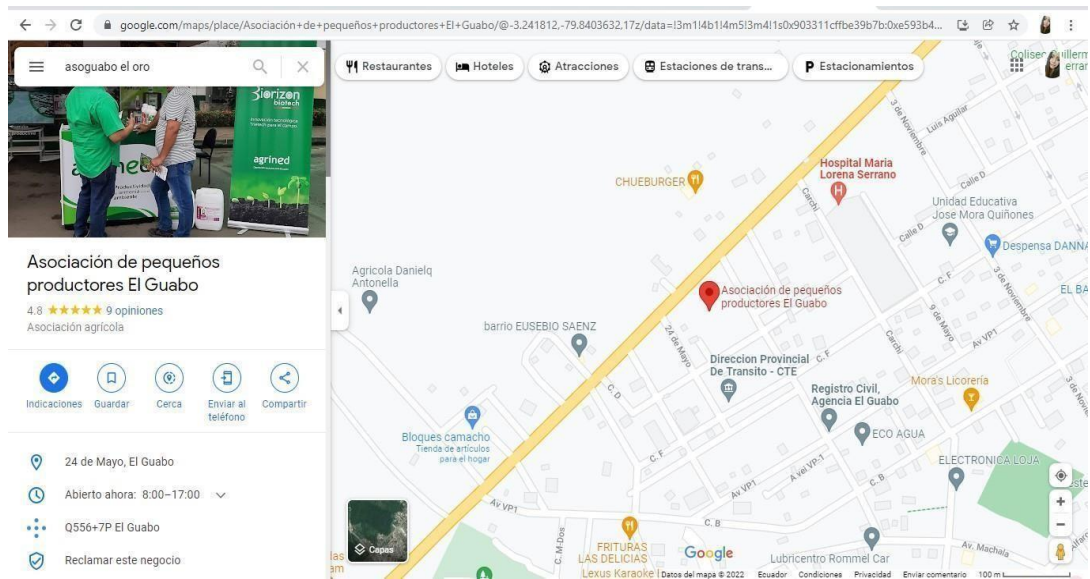
Información interna de la empresa

Gráfico: Organigrama de ASOGUABO



Fuente: Asoguabo

Gráfico: Mapa de la Asociación de Pequeños Productores Bananeros El Guabo



CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

a. Planteamiento del problema científico.

El Banano Orgánico y convencional son dos de los principales productos de la balanza comercial no petrolera del Ecuador, pese a que en los últimos años el banano ha sido desplazado hacia el segundo lugar como consecuencia del auge del camarón; esta fruta tiene una participación en el mercado extranjero del 18,2% y su mayor producción se encuentra en la Provincia de El Oro.

ASOGUABO en la actualidad es considerado una de las principales asociaciones exportadoras de banano en el mercado del comercio justo. Esta organización se maneja bajo dos tipos de cultivos como lo son orgánico y convencional, el cultivo y cosecha de este gran producto está concentrado en varias provincias de la costa ecuatoriana y es una de las más reconocidas en la provincia de El Oro, es ahí donde podemos encontrar grandes productores, al igual existen asociaciones conformada por pequeños productores que tienen como finalidad a través de la comercialización de su producto promover el comercio justo sin dejar de lado los aspectos económicos y sociales, a pesar de producir una amplia cantidad de banano orgánico y convencional, como todas empresas y asociaciones, tienen problemas internos y externos, podemos mencionar como externo que llegan muchos reportes de los compradores (clientes) de lo que es fruta estropeada o en mal estado, perdiendo competitividad y generando una mala imagen de la asociación e inconformidad al consumidor. Esto da paso a que ASOGUABO está a punto de perder un mercado muy importante como lo es el mercado Suizo donde la carga llega a Rotterdam y luego la derivan hacia Suiza, un mercado muy exigente, cotizado y remunerado para la asociación donde se exportan 3 contenedores por semana, 60 pallets (3.240 cajas), es una cantidad considerable para la asociación y si pierden este mercado bajaría las oportunidades de trabajo y se generarían grandes pérdidas para la Asociación lo cual se verían en la necesidad de tomar otras opciones y poder diversificar la producción a otros mercados.

b. Tema de investigación:

La Competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021.

c. Formulación del problema científico

¿Cómo aumentar la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021??

d. Objeto de estudio de la investigación.

Competitividad internacional

e. Causas que originan el problema científico.

- Poco conocimiento de estrategias de Benchmarking
- Pocas estrategias de negocios.
- Falta de investigación interna en departamentos.
- No se considera importante evaluar la competencia.

f. Objetivo de la investigación.

Aumentar la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021, mediante la aplicación de estrategia Benchmarking.

g. Campo de acción de la investigación.

La gestión estratégica de Benchmarking.

h. Hipótesis científica

Si se implementa la aplicación de estrategia Benchmarking, entonces mejora la competitividad internacional de exportación de banano en ASOGUABO en el 2021

Variable Independiente: Estrategia Benchmarking

Variable dependiente: Competitividad Internacional

Variable Dependiente	Dimensiones	Indicadores
Competitividad Internacional	Estrategia	● Estrategia Aplicable
	Posicionamiento	● Calidad ● Producción ● Certificaciones
	Innovación	● Creatividad

i. Objetivos específicos.

- Estudiar la evolución de la gestión estratégica de Benchmarking en relación a la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021.
- Determinar la evolución de la gestión estratégica de Benchmarking en relación a la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021.
- Caracterizar gnoseológica, administrativa de la competitividad de la Asociación Asoguabo.
- Caracterizar gnoseológica y metodológica de la gestión estratégica de Benchmarking.
- Valorar la situación actual de la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021.
- Fundamentar y valorar teóricamente la estrategia de Benchmarking para aumentar la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021.
- Modelar la estrategia de Benchmarking para aumentar la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021.
- Valorar teóricamente la estrategia de Benchmarking para aumentar la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021.

DISEÑO METODOLÓGICO.

2.1 Tipo de investigación.

Este proyecto de investigación, considerando que explica la situación de ASOGUABO respecto a la competitividad, incurre en la categoría de investigación de campo. Por las características de temporalidad es definida como estudio de corte transversal, pues se produce en una instancia determinada y no se efectúa la manipulación de variables. Por consiguiente, el tipo de investigación es catalogado como empírico-teórico.

2.2 Paradigma o perspectiva general.

El tipo de investigación relacionada con la competitividad internacional de banano

orgánica ecuatoriana en el 2021 se desarrolla desde un paradigma cuantitativo

2.2.1 Población y muestra.

Unidad de Análisis: Asociación Asoguabo

Cuantificación: 11

Población

La Asociación de pequeños productores bananeros El Guabo el número de trabajadores ocasionales supera los 1674, personas que trabajan en embarques y temporadas, el número de personal administrativo y técnico un total de 32 empleados y en oficina de la asociación 11 empleados.

La Asociación de pequeños productores de banano El Guabo, es una de las organizaciones más importantes del país que agrupa a pequeños productores ubicados en 3 provincias como son El Oro, Guayas y Azuay. Los socios que integran la organización son los encargados de procesar la fruta en cajas de banano, ya sea convencional u orgánico, para exportación, cumpliendo siempre con todos los estándares y normas de calidad que exigen los países compradores, como Estados Unidos. Estados Unidos de América y Europa, aplicando la modalidad moderna como es el Comercio Justo, además se realizan entregas de banano a granel convencional y orgánico para puré a una empresa nacional.

Aso guabo cuenta con su propia empresa importadora denominada AGROFAIR, donde como asociación tienen una amplia participación accionaria y cada productor tiene voz y voto en la junta directiva de la empresa.

Cuenta con dos certificaciones altamente reconocidas como son FAIRTRADE y GLOBAL GAP, dando así a los consumidores la garantía de apoyar con su compra el desarrollo de los productores.

Para el estudio y aplicación de encuesta será aplicada al personal de oficina de la asociación y al ser la población menor a 30 empresas exportadoras la investigación y aplicación del método empírico será aplicado en toda la población de estudio.

Según Flor (2019), la población es definida como el conjunto de individuos o eventos que se pretenden estudiar.

Tipo de muestra: No probabilística

Muestra

Es no probabilística porque al ser la población de 11 personas, es decir personal administrativo porque es un grupo que cumple con condiciones, como es de estar relacionado con nuestro tema de investigación, mediante la aplicación de un censo.

Por otra parte, los autores Otzen y Manterola (2017) describen a la muestra como una cantidad representativa de individuos que se toman como objeto de estudio en una investigación cuando la población es grande. Generalmente se toman muestras cuando el levantamiento de información de toda la población es complejo por la cantidad de instrumentos a aplicar y de datos que se pueden obtener.

2.3 Métodos teóricos.

2.3.1 Método Histórico- lógico

Este método se utiliza para la determinación de la evolución de la gestión estratégica de Benchmarking en relación a la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021.

2.3.2 Método deductivo

El método deductivo es el análisis de información o datos generales para finalizar en el estudio de datos específicos. (Prieto, 2017)

Durante el transcurso de toda la investigación: desde de la valoración actual de la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021, hasta la deducción de conclusiones como resultado de la corroboración de la incidencia de Benchmarking para aumentar la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021.

2.3.3 Abstracción – Concreto

El método de abstracción-concreción desde la determinación de la situación actual de la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo, la construcción del marco teórico sobre la competitividad internacional en la exportación de Banano, hasta la fundamentación y aplicación teórica. de la estrategia de Benchmarking para incrementar la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021.

2.3.4 Métodos empíricos

Los métodos empíricos para el estudio de documentos, Valorar la situación actual de competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021 y el criterio de expertos para valorar teóricamente la estrategia de Benchmarking para incrementar la competitividad internacional en las exportaciones. de Banano de la Asociación Asoguabo en 2021.

2.3.5 Modelación

El método de modelación teórica para la fundamentación teórica de la gestión

estratégica del Benchmarking, para incrementar la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021.

2.3.6 Métodos estadísticos

Los métodos estadísticos es el proceso que se realiza para el manejo de datos cualitativos y cuantitativos, mediante la descripción de sus términos. (Aristizábal, Vásquez, & Ruíz, 2019)

Los métodos estadísticos permiten al investigador realizar la tabulación de datos e información y representación gráfica de los mismos obtenidos con la aplicación de la encuesta, facilitando el análisis.

CAPÍTULO 3. RESULTADOS OBTENIDOS

3.1 Fundamentación teórica para la investigación explicativa - transformadora

En el proceso de investigación se ha propuesto realizar un estudio más profundo a través de la aplicación del Benchmarking, con el fin de comparar la productividad con otras empresas y así detectar cuáles son las falencias y las mejores oportunidades para la Asociación Asoguabo. Planteando un aporte práctico en donde se analizará y plateará cual estrategia de Benchmarking es la más adecuada para la Asociación, lo mismo que se puede obtener a través de métodos empíricos como la recopilación de datos basada en encuestas.

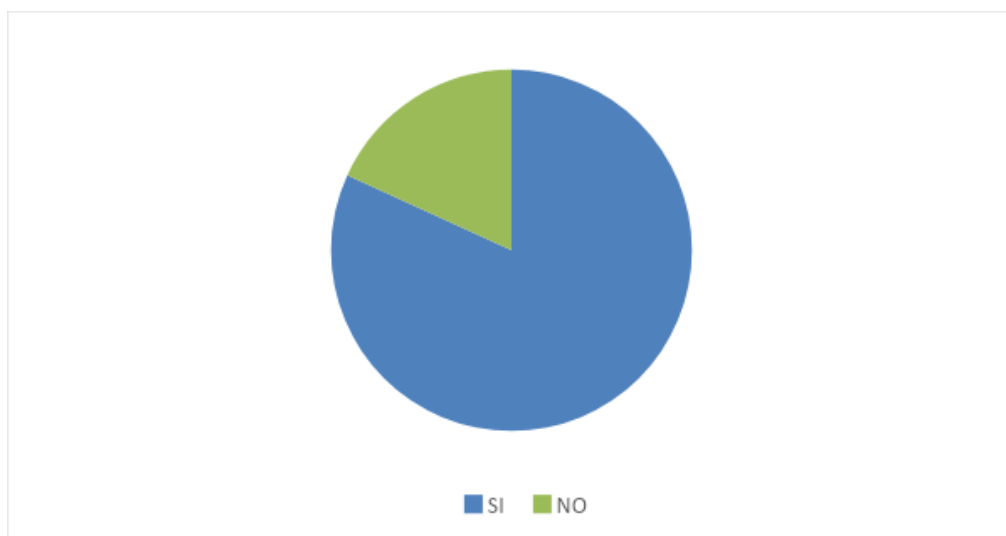
3.2 Fundamentación teórica del plan estratégico de bioseguridad y exportación

La implementación de la estrategia benchmarking en una empresa es importante y una de las más populares en las diferentes investigaciones de mercados que realizan las empresas, nos ayudan a ver las cosas desde un ámbito diferente como por ejemplo como los consumidores nos miran a nosotros como empresa, así mismo nos permiten crear algunas comparaciones con nuestros competidores para así poder identificar algún tipo de amenaza u oportunidades para la obtención de ventajas en el mundo empresarial e ir creciendo de manera positiva (Aguilar, Torres, & Lafarga, 2019)

3.3 Análisis de las encuestas aplicadas a los colaboradores de ASOGUABO

Ilustración 1

¿Considera usted que la Asociación tiene buena imagen y es competitiva?



Fuente: Resultado de las encuestas

Elaborado por: Los Autores

En la primera pregunta, ilustración 1, se conoce si el personal administrativo de la Asociación Asoguabo piensan que tiene buena imagen y es competitiva, arrojando valores de un 82% de los colaboradores tiene una buena imagen de la Asociación y dicen que es competitiva y con un 18% los colaboradores no creen que tenga una buena imagen y sea competitiva, lo que demuestra es que la mayoría del personal administrativo tienen una imagen y afirman que es competitiva la Asociación Asoguabo.

Ilustración 2

¿El equipo de exportación está en constante actualización sobre las tendencias del mercado internacional?



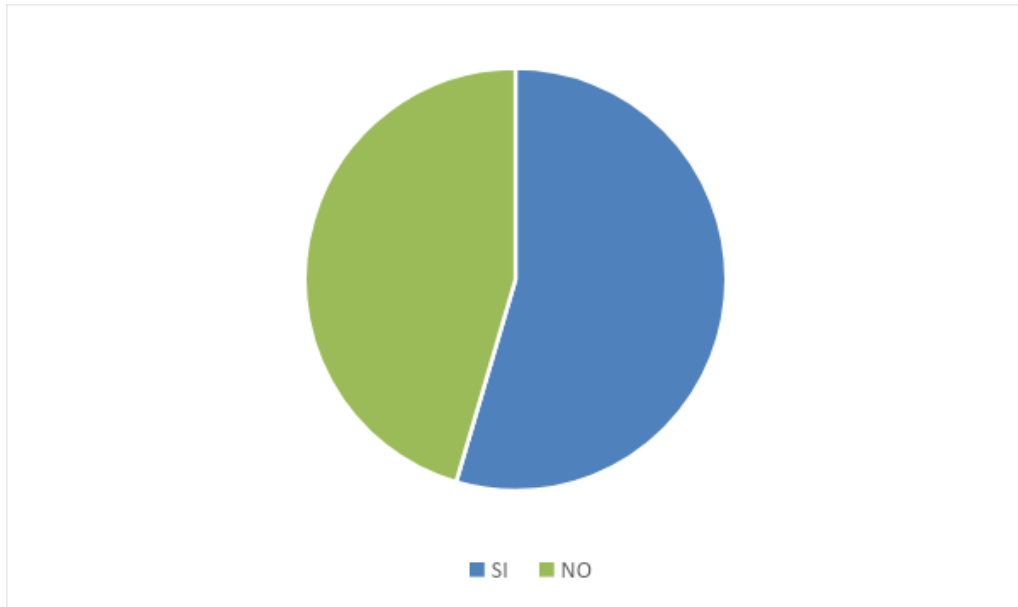
Fuente: Resultado de las encuestas

Elaborado por: Los Autores

En la segunda pregunta, ilustración 2, se pudo observar si el equipo de exportación está en constante actualización sobre las tendencias del mercado internacional, arrojando valores de un 73%, indicando que el equipo de exportación si se encuentra en constante actualización y con un 27% los colaboradores responden que a la pregunta con un No, lo que demuestra es que el departamento de exportación se encuentra en constante actualización sobre las tendencias del mercado internacional.

Ilustración 3

¿Cree usted que es necesario estudiar a la competencia?



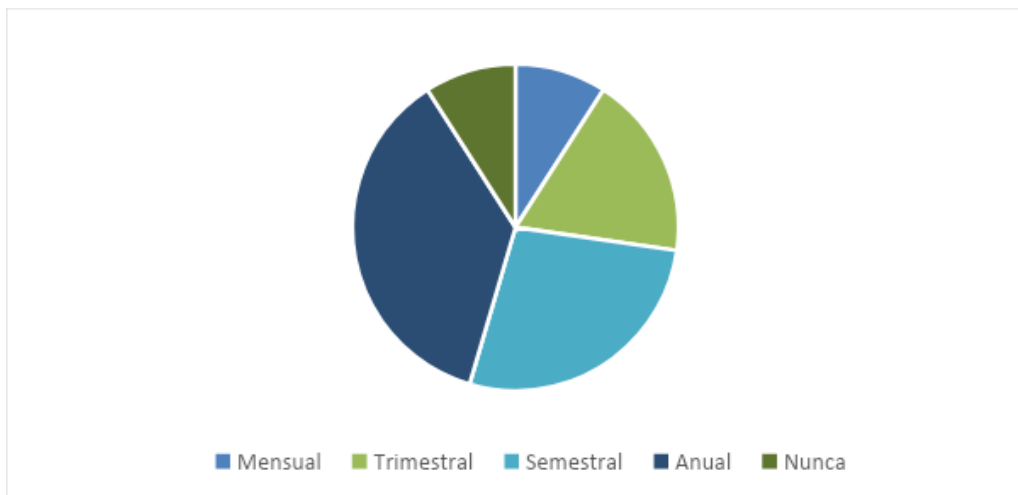
Fuente: Resultado de las encuestas

Elaborado por: Los Autores

Como tercera pregunta, ilustración 3, arrojó como primer valor de un 55%, dando a conocer que si es necesario estudiar a la competencia y un 45% de los colaboradores no creen que sea necesario estudiar a la competencia, lo que demuestra es que la mayoría del personal administrativo tienen una imagen y afirman que es competitiva la Asociación Asoguabo.

Ilustración 4

¿Cada cuánto tiempo analizan a la competencia?



Fuente: Resultado de las encuestas

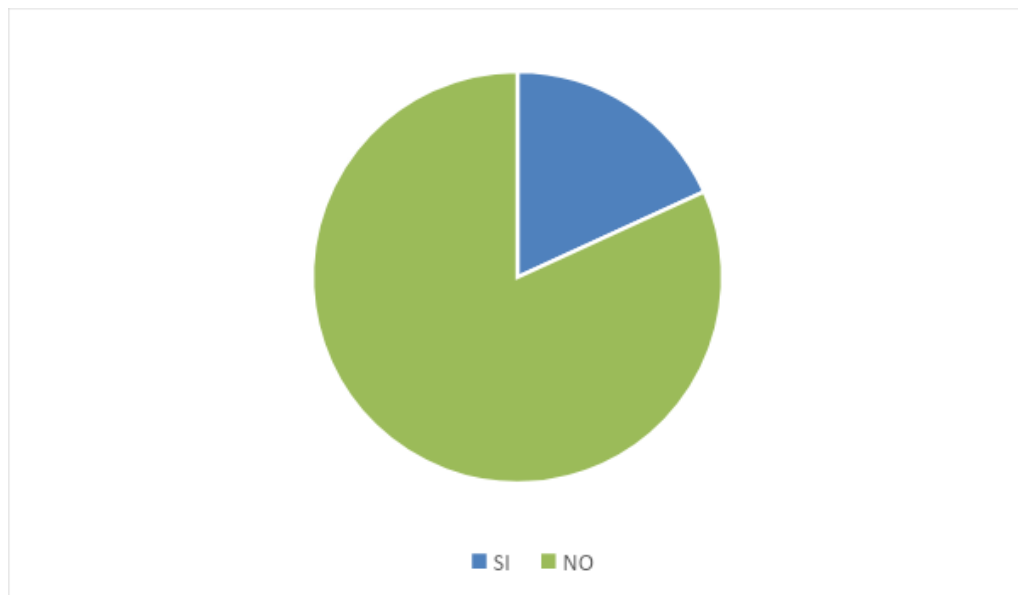
Elaborado por: Los Autores

En ésta pregunta, ilustración 1, se conoció que el personal considera analizar a la competencia un 37% de manera anual, 27% de manera semestral, 18% trimestral, un

9% mensual y el otro 9% no debe realizar ningún estudio a la competencia, permitiendo observar que la mayoría del personal administrativo tienen consideraciones que es necesario estudiar a la competencia en un espacio de tiempo determinado, como lo es aquí, el estudio de manera anual.

Ilustración 5

¿Has escuchado el término Benchmarking?



Fuente: Resultado de las encuestas

Elaborado por: Los Autores

Se consultó si conocen el término Benchmarking arrojando valores de un 82% de los colaboradores no tienen el conocimiento de ésta estrategia y su implementación, y un 18% de los colaboradores si han escuchado del mismo, lo que demuestra es que aunque determinado personal conoce el término, la mayoría no.

Ilustración 6

Benchmarking es la estrategia que se utiliza para analizar productos, servicios, metodologías y prácticas empresariales de las organizaciones líderes en el mercado, para compararlos con los de tu empresa y tomarlos como punto de referencia para establecer algunas mejoras. ¿Considera usted que se han aplicado estrategias de Benchmarking en la Asociación?



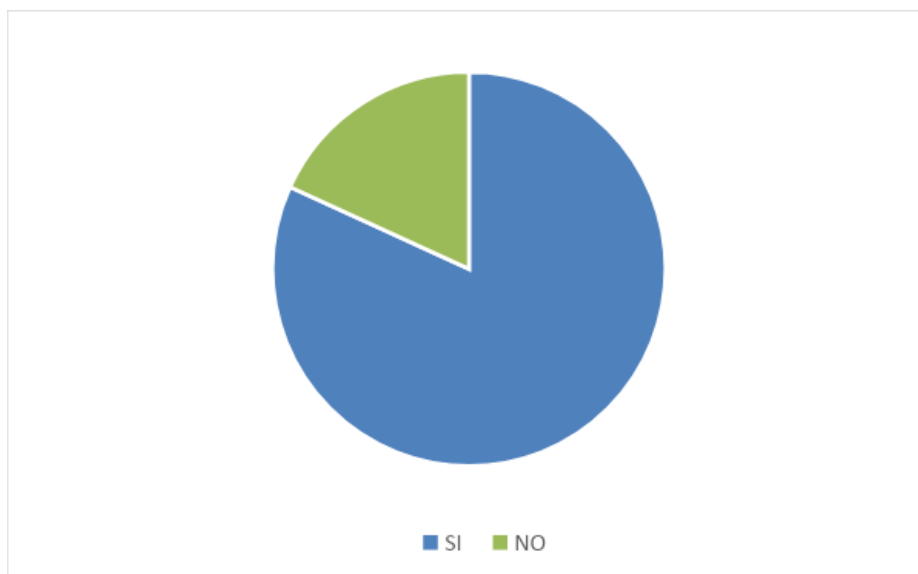
Fuente: Resultado de las encuestas

Elaborado por: Los Autores

En la pregunta 6, ilustración 6, se conoció si el personal administrativo de la Asociación Asoguabo considera que se ha aplicado de manera indirecta la estrategia de Benchmarking, obteniendo valores de un 73% de los colaboradores si se considera su aplicación y con un 27% los colaboradores no creen que se ha aplicado la estrategia de Benchmarking.

Ilustración 7

Como estrategia de Benchmarking, también es importante evaluar el desempeño de sus colaboradores. ¿Cree que el personal está preparado para la misma?



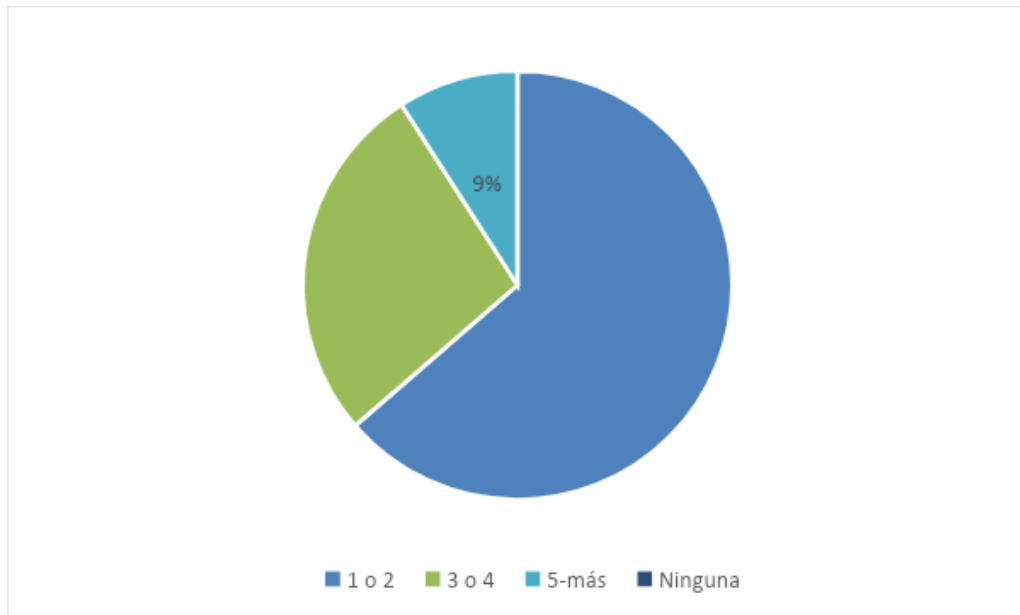
Fuente: Resultado de las encuestas

Elaborado por: Los Autores

En la primera pregunta, ilustración 7, se conoció si el personal administrativo de la Asociación Asoguabo piensan que tiene buena imagen y es competitiva, arrojando valores de un 82% de los colaboradores está preparado para ser evaluadas sus funciones y desempeño y el 18% los colaboradores no creen que el personal de la Asociación Asoguabo esté en condiciones de ser evaluado su desempeño-

Ilustración 8

¿Cuántas certificaciones tiene la empresa?



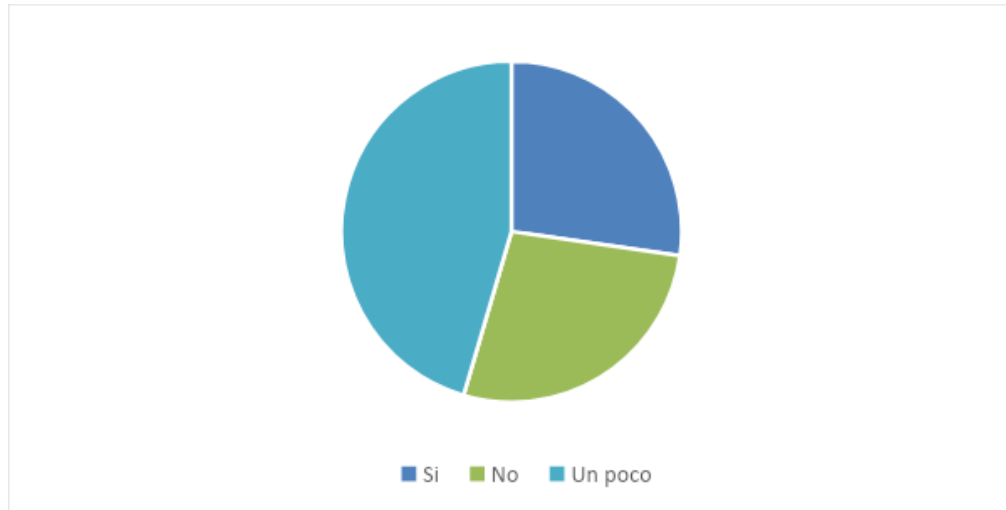
Fuente: Resultado de las encuestas

Elaborado por: Los Autores

En la primera pregunta, ilustración 1, se conoció que el personal en un 64% consideran que tienen entre 1 o 2 certificaciones, un 27% que la Asociación cuentan con 3 o 4, y un 9% que tienen más de 5 certificaciones, y un 0% que no cuenta con ninguna certificación la Asociación Asoguabo.

Ilustración 9

¿Enfocarse en el cuidado del medio ambiente, como estrategia, ayudaría a crecer la ventaja competitiva de la Asociación?



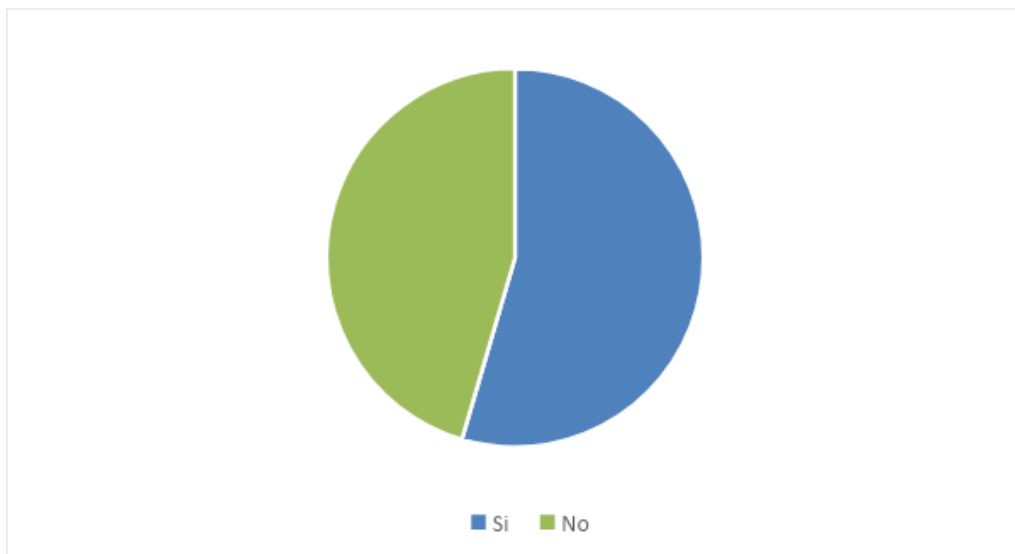
Fuente: Resultado de las encuestas

Elaborado por: Los Autores

En la primera pregunta, ilustración 9, se conoció si el personal administrativo de la Asociación Asoguabo piensan que tiene buena imagen y es competitiva, arrojando valores de un 27% creen que si se enfocan en la preservación del medio ambiente la Asociación es más competitiva, un 27% que no es importante y un 27% consideran que si puede crear un poco de competitividad al cuidar del medio ambiente.

Ilustración 10

¿Ha escuchado de la Certificación Rainforest Alliance?



Fuente: Resultado de las encuestas

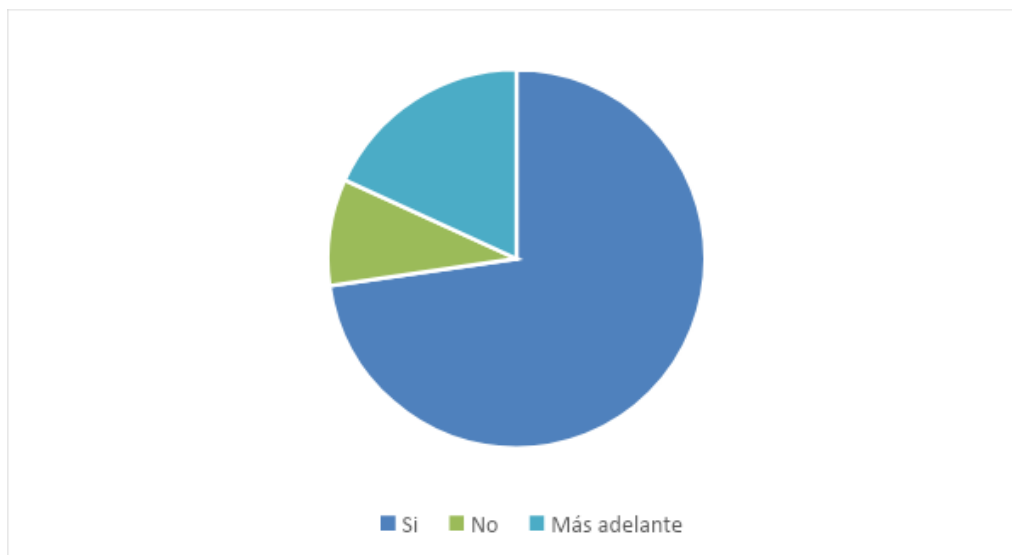
Elaborado por: Los Autores

En la primera pregunta, ilustración 10, se conoció si el personal administrativo de la Asociación Asoguabo piensan que tiene buena imagen y es competitiva, arrojando

valores con un 55% los colaboradores han escuchado el término Certificación Rainforest Alliance y un 45% no tienen conocimiento de la misma.

Ilustración 11

¿La Asociación se encuentra apta para aplicar la certificación Rainforest Alliance?



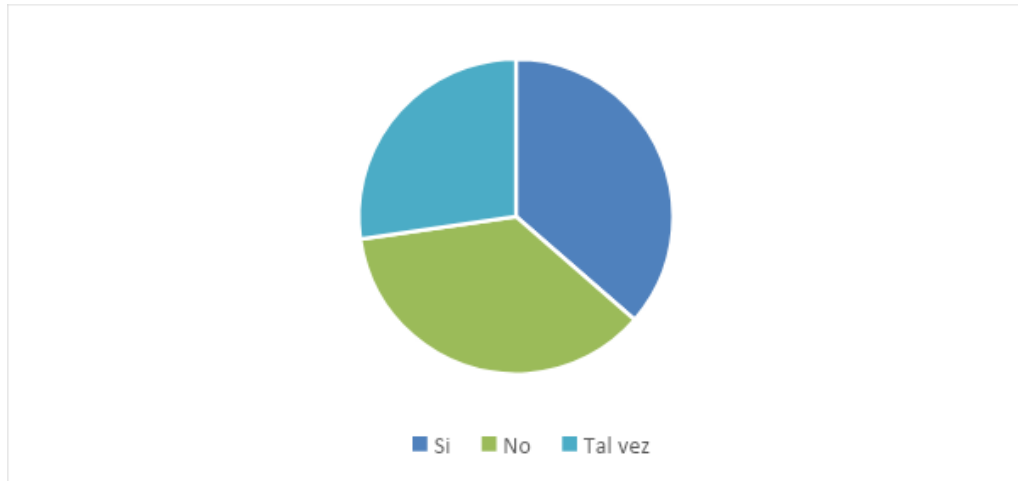
Fuente: Resultado de las encuestas

Elaborado por: Los Autores

En la primera pregunta, ilustración 11, se conoció si el personal administrativo de la Asociación Asoguabo piensan que tiene buena imagen y es competitiva, arrojando valores de un 73% de los colaboradores consideran que la Asociación se encuentra apta para cumplir con los requisitos de obtención de la Certificación Rainforest Alliance, un 9% que no está en condiciones de su implementación y con un 18% es que con mejora más adelante estará en perfecta condiciones para la obtención de ésta certificación.

Ilustración 12

Una Asociación de la Provincia usa el agua del proceso de corte para la cría de tilapias para el consumo de colaboradores y sus familias. ¿Se debería aplicar lo mismo en Asoguabo?



Fuente: Resultado de las encuestas

Elaborado por: Los Autores

En la primera, ilustración 12, obteniendo valores como un 37% considera que es buena idea para el cuidado del medio ambiente y personal de la Asociación, un 36% considera que no aporta ningún beneficio a la misma, y un 27% consideran que tal vez puede funcionar como estrategia.

3.3 Aporte práctico

3.3.1 Objetivo

Realizar un análisis sistemático mediante la aplicación de la estrategia de benchmarking y así determinar mejores oportunidades para la Asociación Asoguabo.

3.3.2 Alcance

La presente aplicación de la estrategia de Benchmarking se la implementara en la Asociación Asoguabo en el proceso de producción de la fruta hasta su punto de destino con la finalidad de mejorar la competitividad mediante

3.3.3 Lineamientos

La asociación Asoguabo actualmente destaca en todos los ámbitos de trabaja, en exportación de banano, pero para poder aumentar su competitividad y llegar a nuevos mercados, se ha mencionado la aplicación de la estrategia de Benchmarking, consistiendo en el análisis de la competencia y aplicar las acciones efectivas dentro de la Asociación.

Como en el transcurso de la investigación se ha mencionado existen diferentes tipos de Benchmarking, entre los principales interno, competitivo, y funcional, a continuación se mencionan los beneficios de la aplicación de ésta estrategia.

Beneficios de la aplicación de estrategia de Benchmarking

- Motiva la superación e innovación
- Busca la excelencia competitiva
- Refuerza el autoconocimiento
- Promueve participación
- Permite fijarse objetivos, mediante un análisis interno
- Ayuda a incrementar la competitividad empresarial

Por tal motivo, realizando un análisis se considera que mediante una nueva certificación se puede aumentar la competitividad en la Asociación, como es de conocimiento, nos encontramos atravesando por diferentes circunstancias que han afectado enormemente el comercio exterior, cómo podemos mencionar la pandemia, con la aparición del virus Covid-19, con estos acontecimientos, ingresar a nuevos mercados es un gran desafío, porque aumentan las restricciones con especificaciones de un producto de excelente calidad.

Desafiando una vez más la eficiencia de las exportadoras, y mejorando, porque es mediante éstas acciones que se logra mejorar los puntos débiles y garantizar un producto de buena calidad a diferentes destinos.

Pero la Asociación debe tomar en cuenta algunos puntos importantes para la aplicación de la Certificación Rainforest Alliance como estrategia Benchmarking:

1. Determinar cuáles son los aspectos o detalles que van a ser estudiados, para identificar qué área se pretende mejorar para obtener la Certificación Rainforest Alliance.
2. Designar personal capacitado para que cumpla con los requisitos de la certificación Rainforest Alliance
3. Recolectar la información necesaria para realizar un análisis más concreto de las áreas de mejora.
4. Disponer de los medios económicos para trabajar en las áreas de mejora, con el fin de contribuir y obtener la certificación
5. Realizar el seguimiento necesario para comprobar que se encuentran mejorando eficientemente.
6. El departamento de certificación se encargará de que se cumplan con éxito los requisitos y en el tiempo establecido para la obtención de la misma.

Una vez ya identificados los aspectos que debemos aplicar en la asociación, se procede a adaptarlos incluyendo mejoras (Marciniak, 2019)

Conociendo los puntos anteriores debe quedar claro que bien el análisis y aplicación de la estrategia, es profundo y se deben considerar distintos aspectos, económicos también porque se requerirá de inversión para aquellas áreas de mejora e implementación de la certificación.

3.3.4 Comunicación

La asociación Asoguabo tiene que incluir dentro de sus canales de comunicación información acerca de protocolos de bioseguridad, inocuidad para de ésta manera trabajar en equipo por un beneficio mutuo.

1. Trabajar junto al departamento de certificaciones para identificar los requerimientos necesarios relativos a la certificación Rainforest Alliance, y si es necesario contratar personal adicional que tenga experiencia en la obtención de ésta certificación.
2. Diseñar un plan de comunicación en las diferentes áreas específicas de la asociación para brindar información sobre la obtención de una certificación como lo es Rainforest Alliance, como estrategia Benchmarking, donde los trabajadores conocerán de la misma y qué papel desempeñar para obtenerla.

3.3.5 Medidas

Según la Rainforest Alliance (2022), para que un producto obtenga la certificación deben contener un 90% de ingredientes certificados, y su sello es sinónimo de:

- Gestión de finca más eficiente.
- Menos erosión del suelo.
- Menos contaminación del agua.
- Menos residuos producidos.
- Mejora de la rentabilidad y la competitividad.
- El hábitat de la vida silvestre está protegido.
- Amenazas reducidas para el medio ambiente y la salud humana.
- Menos agua consumida.
- Mejores condiciones para los trabajadores agrícolas.
- Más colaboración entre los productores y los conservacionistas.

Estándares Rainforest Alliance

La Rainforest Alliance (2022) define los siguientes estándares:

Bosques: Promueven prácticas de protección de los bosques en pie que garanticen la protección de los bosques nativos, la salud de los árboles, los suelos y las vías fluviales.

Clima: Promueven métodos de gestión responsable de la tierra fomentando el almacenamiento de carbono con el objetivo de evitar la deforestación. Este estándar es de suma importancia en la prevención de emisiones de gases de efecto invernadero.

Derechos Humanos: Se enfoca en la población rural y la promoción de sus derechos mediante estrategias orientadas a erradicar el trabajo infantil, forzoso, la precariedad de las condiciones laborales, salarios por debajo del salario básico unificado, la desigualdad de género y el cumplimiento de los derechos territoriales indígenas.

Medios de vida: Establece la relación de dependencia entre estabilidad económica y salud del ecosistema de las comunidades rurales.

3.3.7 Impactos

En la presente investigación sobre estrategias de Benchmarking para aumentar la competitividad de la Asociación Asoguabo en el 2021, tiene impactos sociales y económicos.

Sociales

El impacto social, beneficiará internamente a los colaboradores y sus familias, permitiéndoles un mejor estilo de vida y externamente a clientes satisfechos.

Económicos

La aplicación de estrategia de Benchmarking, permitirá mejorar el uso de recursos, generando un gran margen de ganancia, beneficiando la imagen de la empresa, y mejores utilidades a sus colaboradores.

Como podemos apreciar la aplicación de estrategias de Benchmarking no solo ve por el beneficio de la empresa, sino por el bienestar de todas las partes que participan dentro de la misma por un beneficio mutuo.

CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN

Según las encuestas realizadas al personal de la asociación sobre el conocimiento de la certificación Rainforest Alliance se pudo constatar que la mayoría de los trabajadores tiene conocimiento o han escuchado alguna vez la certificación, para ser más exactos el 45% no ha escuchado de aquella certificación, mientras que el otro 55% si ha escuchado o tiene algún conocimiento de la misma, estos son valores significativos pero con poca diferencia de resultados y nos podemos dar cuenta que existe poca inducción de información acerca de la certificación que podrían ayudar al crecimiento de la asociación. Además se ha realizado una breve investigación acerca de alguna asociación que cuente con la certificación Rainforest Alliance y hemos logrado encontrar a la asociación agraria bananera “Fincas de el Oro” y se pudo observar como esta certificación ayudó de buena manera a su crecimiento productivo económico y empresarial. De acuerdo a (Alliance, 2020) al momento de que una empresa aplica la certificación Rainforest, la empresa podrá notar los cambios positivos que se van generando en el transcurso del tiempo, la calidad de los productos y la producción también son puntos importantes que se verán beneficiados en la mejora de acuerdo a las condiciones y trabajos que concierne la aplicación de esta certificación.

Realizada la presente investigación se conoció lo importante que es para la asociación analizar para así aumentar la competitividad mediante la certificación Rainforest Alliance, mediante un análisis como estrategia de Benchmarking, según los datos de nuestra encuestas hemos determinado que en la asociación un 37% considera que se debe analizar la competencia mensualmente para aumentar la competitividad, mientras que el 27% considera que se lo debería hacer trimestralmente, además el 18% piensa que se lo debe realizar semestralmente y el resto que concierne al 18% está entre qué anual y nunca repartido un 9% cada una. A continuación, mencionaremos los criterios de diferentes autores sobre la importancia de la misma.

Para tener ventaja competitiva se pueden analizar diferentes aspectos como es la calidad del producto y los servicios, teniendo un personal capaz de integrar estrategias para el cambio, con el fin de implementar innovaciones de forma exitosa. (De Abreu, Giuliani, Kassouf Pizzinatto, & Alves Correa, 2006)

Como lo mencionan los autores, primero para poder aumentar la competitividad

debemos conocer su significado y forma de estudio, y mediante la misma se crea un producto o servicio con valor agregado.

Como método para aumentar la competitividad podemos resaltar las estrategias de Benchmarking, la misma que se realiza mediante un estudio contextual de una organización o empresa, con productos o servicios con características similares a las nuestras

Hemos realizado un análisis de las encuestas acerca de si algún momento han escuchado acerca del término Benchmarking y como está podría ayudar a la asociación, según los resultado se ha considerado que un 82% no ha escuchado en algún momento acerca de este término y el 18% restante si ha escuchado y tiene conocimiento de dicha estrategia empresarial. Según (Meléndez, 2019) considera a la estrategia de Benchmarking como un factor fundamental para el crecimiento de las empresas que tienen como objetivo generar información a la empresa, permitiendo que la misma pueda elaborar sus ideas y acciones que se deseen aplicar basados en la experiencia y en el éxito de otras empresas. Si bien nos referimos al término Benchmarking como análisis de la competencia, existen tres tipos de análisis como es el interno, competitivo y funcional, enfocándonos en el funcional porque se encarga de analizar a la competencia, pero de manera externa, en éste caso puede ser la empresa de la misma área de estudio o diferente, estudiando sus puntos fuertes y cómo aplicarlos en la Asociación. (De Abreu, Giuliani, Kassouf Pizzinatto, & Alves Correa , 2006)

CONCLUSIONES

- Mediante el marco investigativo del proyecto presentado se logró identificar el problema el cual parte de algunos problemas externos como las manifestaciones del importador al enviar reportes mencionando que la fruta llega en mal estado y generando una mala imagen en el entorno empresarial. Por ello, se implementó la estrategia de benchmarking para mejorar la competitividad internacional y generar nuevas oportunidades en la misma.
- Se logró concluir el presente proyecto investigativo, haciendo hincapié de lo importante que es para una empresa o asociación de implementar la estrategia de benchmarking para así poder aumentar la competitividad directa entre otras empresas, ya que esta estrategia va ayudar a permitir comparar e identificar riesgos y oportunidades para el crecimiento de la misma.
- Mediante la información obtenida en las diferentes investigaciones realizadas en el presente proyecto se pudo determinar que la competitividad es un factor fundamental para el crecimiento empresarial, ya que puedes sacar ventajas con tus competidores directos que ofrezcan los mismos productos o derivados, la competitividad va a permitir manejar de mejor manera los recursos que se tiene y así sacar el mayor provecho para un mejor rendimiento general.
- Se determinó que mediante las diferentes investigaciones que la certificación Rainforest permite a las empresas mejorar en la producción de sus cultivos para ofrecer producto de calidad, así mismo ayuda a la adaptación de los cambios climáticos constantes, aumenta la productividad y la reducción de costos, además se acopla correctamente a las exigencias de los mercados generando en los que cuentan con esta certificación confianza y seguridad para cumplir las expectativas de los consumidores.

RECOMENDACIONES

Para obtener el resultado de la presente investigación, se estudió el desarrollo e implementación de la estrategia de Benchmarking, que se la puede aplicar para trabajar diferentes áreas en la Asociación, mediante la comparación de Asociaciones que pertenezcan a su misma línea de trabajo, como también puede ser estudiando a una empresa que no pertenezca al mismo círculo pero que su estrategia implementada se pueda desarrollar en la nuestra, en nuestro trabajo se resalta su utilización en la búsqueda de mejores oportunidades para la Asociación Asoguabo, enfocando a aumentar su competitividad en el mercado internacional, mediante la obtención de una certificación.

La Asociación Asoguabo tiene como alternativa la implementación de la Certificación Rainforest Alliance, que se investigó mediante el análisis de la estrategia de Benchmarking, conociendo la competitividad actual de la Asociación y como podría incrementar la misma mediante la incorporación de ésta certificación, permitiendo el uso del sello, llegando a nuevos mercados, con el buen uso de recursos, trabajando en áreas de mejora, junto a todo el equipo de trabajo, si bien la aplicación de la misma implica muchos beneficios a la Asociación, también implica costos, al mejorar áreas de productos, incluso el pago de la certificación Rainforest Alliance, que se deben considerar para que se desarrolle de manera efectiva todo el proceso de implementación.

BIBLIOGRAFÍA

- Aristizábal, E., Vásquez, M., & Ruíz, D. (2019). Métodos estadísticos para la evaluación de la susceptibilidad por movimientos en masa. *TecnoLógicas*, 22(46). doi:<https://doi.org/10.22430/22565337.1247>
- Acaro-Chamba, L., & Córdova-Montoya, A. (2021). Evolución en las exportaciones de banano e impacto del desarrollo económico, provincia de El Oro 2011 - 2020, pre-pandemia, pandemia; aplicando series de tiempo. *Dominio de las Ciencias*, 7(3), 1558-1577. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i3.2074>
- Aguilar, A. A., Torres, J. B., & Lafarga, C. V. (17 de Enero de 2019). Evaluación del desempeño de los distritos de riego en México mediante análisis de eficiencia técnica. *Medio Ambiente*, 9. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-24222019000100085&script=sci_arttext
- Anchundia, D. M., Cunuhay, J. P., & Morán, R. P. (4 de Octubre de 2021). Análisis económico del banano orgánico y convencional en la provincia Los Ríos, Ecuador. *Avances*, 12. Obtenido de <http://www.ciget.pinar.cu/ojs/index.php/publicaciones/article/view/653/1836>
- Antonio, E. M., & Pilar, G. D. (28 de Octubre de 2019). Benchmarking, ¿cómo y de dónde? *Espacios*, 9. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n37/a19v40n37p16.pdf>
- Araya Pizarro, S. C., & Araya Pizarro, C. R. (20 de Noviembre de 2020). Importancia de la certificación de calidad en la decisión de compra de productos agroalimentarios artesanales. *Innovar*, 30(77), 10. doi:<https://doi.org/10.15446/innovar.v30n77.87430>
- ASOGUABO. (14 de septiembre de 2021). *Historia*. Obtenido de <https://asoguabo.com.ec/nuestra-historia/>
- Betancourt, B., & Franco, A. (2018). Competitive Benchmarking with four companies in the pork industry. *Ingeniería y Competitividad*, 20(2). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/2913/291361225008/291361225008.pdf>
- Briones, T., Carvajal, D., & Sumba, R. (marzo de 2021). Utilidad del Benchmarking como estrategia de mejora empresarial. *Polo del Conocimiento*, 6(3), 19. doi:[10.23857/pc.v6i3.2490](https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2490)
- Caicedo, L. M. (2020). *PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA*

CERTIFICACIÓN RAINFOREST ALLIANCE EN LA EMPRESA AZAYA

GARDENS CÍA. LTDA. Quito. Obtenido de

http://201.159.222.35/bitstream/handle/22000/18825/Proa%20Caicedo%20Luz%20Marina_Trabajo%20de%20titulaci%20n.pdf?sequence=1&isAllowed=y

De Abreu, E. F., Giuliani, A. C., Kassouf Pizzinatto, N., & Alves Correa, D. (2006).

BENCHMARKING COMO INSTRUMENTO DIRIGIDO AL CLIENTE.

Invenio, 9(17), 19. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87791706>

Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2020). La competitividad como factor de

crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161.

doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>

Domareski, T., & Chim, A. (2019). Competitividad e innovación: Teoría versus Práctica

en la medida de competitividad turística. *El Periplo Sustentable*(36), 24.

Obtenido de

<https://www.redalyc.org/journal/1934/193467104005/193467104005.pdf>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a

Estudio. *Int. J. Morphol*, 35(1). Obtenido de

<https://www.scielo.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

García, X., Maldonado, H., Galarza, C., & Grijalva, G. (2019). Control interno en la

gestión de créditos. *Espiraes Revista Multidisciplinaria de Investigación*

Científica, 3(26), 14. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/journal/5732/573263325002/573263325002.pdf>

Gómez, A. R. (mayo de 2006). Globalización, competitividad y comercio exterior.

Revista análisis económico, 49. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41304708>

Guevara, J. A. (2019). *Efectos de la adopción del sello Rainforest Alliance en la*

competitividad del sector cacaoero en el mercado internacional. Bogotá.

Obtenido de

<https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/916/VelazquezGuevara-JorgeAndres-2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

León-Armijos, F. L., Espinoza-Aguilar, M. A., Carvajal-Romero, H., &

Quezada-Campoverde, J. M. (27 de Enero de 2022). Análisis económico de la

producción bananera orgánica y convencional de la Parroquia la Iberia. *Polo del*

- Conocimiento*, 17. Obtenido de
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8331431.pdf>
- León-Serrano, L. A., Matailo-Pinta, A. M., Romero-Ramón, A. A., & Portalanza-Chavarría, C. A. (10 de Septiembre de 2020). Ecuador: producción de banano, café y cacao por zonas y su impacto económico 2013-2016. *Uisrael*, 19. Obtenido de
<https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/324/171>
- Macías-Chóez, L. M., Montalvan-Chele, J. F., & Mero-Quijije, C. B. (07 de Septiembre de 2020). Exportaciones ecuatorianas: un análisis a la producción no afectada por la. *Polo del Conocimiento*, 16. Obtenido de
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7659429.pdf>
- Marciniak, R. (2019). El benchmarking como herramienta de mejora de la calidad de la educación universitaria. *Educar*, 38. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=342149105010>
- Meléndez, H. V. (Julio de 2019). BENCHMARKING EN LA GESTIÓN PÚBLICA LOCAL VENEZOLANA. ENCUENTROS, REFLEXIONES Y APROXIMACIONES. *Visión Gerencial*(2). Obtenido de
<https://www.redalyc.org/journal/4655/465566915008/465566915008.pdf>
- MENA VÁSCONEZ, P., VOS, J., VAN OMMEN, P., & BOELEN, R. (2018). FLORES, ACAPARAMIENTO DEL AGUA Y RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL SOCIAL: CERTIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE ROSAS Y RECLAMOS POR LA JUSTICIA AMBIENTAL EN EL ECUADOR. *Cuadernos de Geografía*. doi:10.7203/CGUV.101.13727
- Miranda-Torrez, J. (2021). Acciones competitivas y desempeño organizacional en la perspectiva dinámica competitiva. *Investigación Administrativa*, 50(127), 90-105. Obtenido de
<https://www.scielo.org.mx/pdf/ia/v50n127/2448-7678-ia-50-127-00010.pdf>
- Oliveira, R., Leon, M., & Moreno, E. (2019). Estrategias de innovación para empresas startups. *Pensamento Contemporâneo em Administração*, 13(1), 18. doi:<https://doi.org/10.12712/rpca.v13i1.27394>
- Otriz, K., Campos, E., Alvarado, M., & Alcívar, C. (2019). Análisis de las empresas familiares en Ecuador desde la óptica multivariante. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(4), 13. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/journal/280/28062322012/28062322012.pdf>

- Pacheco, M. A., Montealegre, V. J., Romero, H. R., & Campoverde, J. M. (Mayo de 2021). Análisis de la participación del banano en las exportaciones agropecuarias del Ecuador periodo 2015 - 2019. *Metropolitana*, 8. Obtenido de <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/379/399>
- Parody Mindiola, K. D., Jiménez Cepeda, L. M., & Montero Pulgarín, J. F. (enero de 2016). Análisis de los factores internos de competitividad: caso de las empresas lácteas del Cesar, Colombia. *Revista Ciencias Estratégicas*, 24(35), 13. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151352655012>
- Pereira, E., Moreno, M., Cortez, D., & Ribeiro, M. (2019). Factores que crean una ventaja competitiva: consonancias y diferencias entre gestores y estudiantes de instituciones educativas. *Contaduría y Administración*, 64(3), 21. doi:<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1581>
- Rainforest Alliance. (2022). *Rainforest Alliance*. Obtenido de <https://www.rainforest-alliance.org/es/sobre-nosotros/>
- Ramón-Minchala, O. P., Erazo-Álvarez, J. C., Narváez-Zurita, C. I., & Moreno, V. P. (2020). Integración de la responsabilidad social empresarial en proyectos de inversión dirigidos al sector agrícola. *Koinonia*, 21. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5768/576869215025/576869215025.pdf>
- Sannicolas, K., & Sanchez, B. (2021). Plan estratégico para el desarrollo integral de la empresa (Ferretería El Constructor Distribuidora) ubicada en la ciudad de Santo Domingo, provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, período 2020-2025. 66. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo. Obtenido de https://issuu.com/pucesd/docs/tt_sannicolas_jama_kelvin_favian_sanchez_ajila_b
- Serrano, L. A., Pinta, A. M., Ramón, A. A., & Chavarría, C. A. (10 de Septiembre de 2020). Ecuador: producción de banano, café y cacao por zonas y su impacto económico 2013-2016. *Uisrael*, 19. Obtenido de <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/324/171>
- Prieto, B. J. (2017). *El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3836/383668909009.pdf>
- Torrez, J. M. (2021). Acciones competitivas y desempeño organizacional en la perspectiva dinámica competitiva. *Investigación Administrativa*, 50(127), 17. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/journal/4560/456065109007/456065109007.pdf>

ANEXOS

Anexo A. Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
ESTUDIO DE CASO LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR
GUIA DE ENCUESTA
Tema: Estrategia de Benchmarking para lograr competitividad internacional en la exportación de banano de la Asociación Asoguabo en el 2021.
Objetivo de la investigación: Aumentar la competitividad internacional en la exportación de Banano de la Asociación Asoguabo en el 2021, mediante la aplicación de estrategia Benchmarking.
Objetivo de la Guía: Conocer el grado de conocimiento de los colaboradores de la Asociación Asoguabo, con referencia a la estrategia de Benchmarking para poder aumentar la competitividad de la Asociación Asoguabo en el cantón El Guabo en el año 2021.
c. Tipos de encuesta
Según su estructura: Real y oportuna Según la vía de obtención de información: Directa
INTRODUCCIÓN
<p>La siguiente encuesta está dirigida a los colaboradores de los departamentos administrativos que forman parte de la asociación Asoguabo, exportadora de banano, sobre la competitividad internacional e implementación de estrategias de Benchmarking, obteniendo de esta manera, aumentar la competitividad de la misma, con el fin de mejorar el posicionamiento de la empresa.</p> <p>A continuación, se ofrece un cuestionario en el cual debe responder con un visto en cada pregunta. La información que usted nos ofrezca será de gran utilidad para los resultados a obtener. Se garantiza confidencialidad con la información, a pesar del carácter anónimo de la encuesta, por favor, conteste cada pregunta con honestidad y tenga la certeza que toda la información recolectada será únicamente para fines académicos.</p>
ENCUESTA
1. ¿Considera usted que la Asociación tiene buena imagen y es competitiva? <input type="radio"/> Si

- No
- 2. ¿El equipo de exportación está en constante actualización sobre las tendencias del mercado internacional?**
 - Si
 - No
- 3. ¿Cree usted que es necesario estudiar y analizar a la competencia?**
 - Si
 - No
- 4. ¿Cada cuánto tiempo analizan a la competencia?**
 - Mensual
 - Trimestral
 - Semestral
 - Anual
 - Nunca
- 5. ¿Ha escuchado el término benchmarking?**
 - Si
 - No
- 6. Benchmarking es la estrategia que se utiliza para analizar productos, servicios, metodologías y prácticas empresariales de las organizaciones líderes en el mercado, para compararlos con los de tu empresa y tomarlos como punto de referencia para establecer algunas mejoras. ¿Considera usted que se han aplicado estrategias de Benchmarking en la Asociación?**
 - Si
 - No
- 7. Como estrategia de Benchmarking, también es importante evaluar el desempeño de sus colaboradores. ¿Cree que el personal está preparado para la misma?**
 - Si
 - No
- 8. ¿Cuántas certificaciones tiene la empresa?**
 - 1-2
 - 3-4
 - 5- más
 - Ninguna
- 9. ¿Enfocarse en el cuidado del medio ambiente, como estrategia, ayudaría a crecer la ventaja competitiva de la Asociación?**
 - Si
 - No
 - Un poco
- 10. ¿Ha escuchado de la Certificación Rainforest Alliance?**
 - Si
 - No

11. El sello de certificación Rainforest Alliance significa que el producto (o un ingrediente específico) fue producido por agricultores, silvicultores y/o empresas que trabajan juntas para crear un mundo donde las personas y la naturaleza prosperen en armonía. ¿La Asociación se encuentra apta para aplicar ésta certificación?

- Si
- No
- Más adelante

12. Una Asociación de la Provincia usa el agua del proceso de corte para la cría de tilapias para el consumo de colaboradores y sus familias. ¿Se debería aplicar los mismo en Asoguabo?

- Si
- No
- Talvez

Le agradezco por haberme brindado esta valiosa información y por el tiempo que se ha tomado en responder cada pregunta, sin duda todo esto será de gran ayuda para el desarrollo de mi proyecto de investigación.

Anexo B. Autorización de la Asociación de pequeños productores bananeros “EL GUABO”


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
D.L. NO. 09-04 DE 14 DE ABRIL DE 1969
Calidad, Perseverancia y Calidad
SECRETARÍA GENERAL
Machala, 8 de septiembre de 2022

Ing.
CORNELIA ZOETEWEL
Administradora de La Asociación De Pequeños Productores Bananeros El Guabo

De nuestra consideración:

Nosotros, **APOLO GÓMEZ KAREN ELIDA** con número de identificación **0706877628**; **FÁREZ SÁNCHEZ MARCO IVAN** con identificación **0705805984**, estudiantes de **Octavo Semestre paralelo A** de la **Carrera de Comercio Exterior** de la **Facultad de Ciencias Empresariales** de la **Universidad Técnica de Machala**, acudimos ante usted muy respetuosamente.

Somos estudiantes de los últimos niveles de nuestra carrera, y como requisito indispensable con fines de titulación debemos realizar una investigación, por lo que hemos considerado a su prestigiosa **Asociación De Pequeños Productores Bananeros El Guabo (ASOGUABO)**, la cual, usted muy acertadamente dirige, para realizar una investigación titulada **ESTRATEGIA DE BENCHMARKING PARA LOGRAR COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL EN LAS EXPORTACIONES DE BANANO DE LA ASOCIACIÓN ASOGUABO EN EL 2021**, y presentar criterios que coadyuven a la mejor toma de decisiones, poniendo en práctica lo cursado en nuestros años de estudios.

Por lo anteriormente expuesto, solicitamos a usted, se nos autorice realizar dicha investigación en su empresa y posteriormente la publicación de los hallazgos o resultados encontrados en virtud de la información que se recabe en el transcurso de nuestra investigación. Estos resultados serán publicados en el repositorio de la UTMACH la misma que es de acceso abierto para fines de investigación. Cabe recalcar, que la información recabada será utilizada estrictamente con fines investigativos de índole académica con fines de titulación.

Esperando contar con su autorización favorable, les anticipamos nuestro agradecimiento.

Atentamente,

	
APOLO GÓMEZ KAREN ELIDA	FÁREZ SÁNCHEZ MARCO IVAN
0706877628	0705805984
kapolo2@utmachala.edu.ec	mfarez24@utmachala.edu.ec
0939297286	994733039

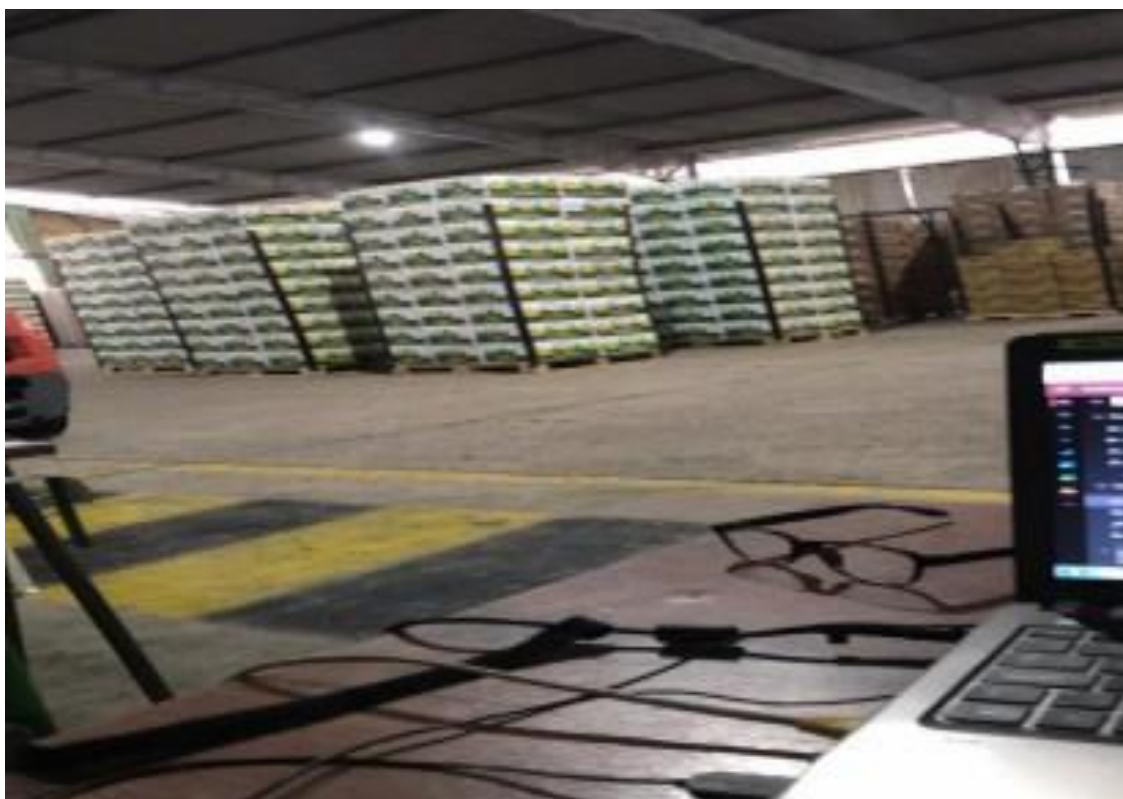
Carretera Machala-Puyo, 3.117 1/2 Machala, Píscos. Telf: 2982382 - 2983345 - 2983347 - 2983348

RECIBIDO
Fecha: 12-09-2022 Hora: 12:00
www.utmachala.edu.ec
RECEPCIÓN

Anexo C. Asociación de pequeños productores bananeros “EL GUABO”



Anexo D. Llegada de los pallets y revisión de parte de las cajas procesadas



Anexo E. Consolidación de los contenedores

