



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**ESTRATEGIA A IMPLEMENTAR PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO
DE COMERCIALIZACIÓN DE BANANO DE LA ASOCIACIÓN DE
PRODUCCIÓN AGRÍCOLA BONITO (ASOPROABON), DE LA CIUDAD
DE MACHALA EN EL AÑO 2021.**

**SANTO ENDARA KATHERINE PRICILA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**VELEZ LEON PEDRO MICHAEL
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2021**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**ESTRATEGIA A IMPLEMENTAR PARA LA OBTENCIÓN DEL
PERMISO DE COMERCIALIZACIÓN DE BANANO DE LA
ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA BONITO
(ASOPROABON), DE LA CIUDAD DE MACHALA EN EL AÑO**

**SANTO ENDARA KATHERINE PRICILA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**VELEZ LEON PEDRO MICHAEL
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2021**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ANÁLISIS DE CASOS

**ESTRATEGIA A IMPLEMENTAR PARA LA OBTENCIÓN DEL
PERMISO DE COMERCIALIZACIÓN DE BANANO DE LA
ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA BONITO
(ASOPROABON), DE LA CIUDAD DE MACHALA EN EL AÑO**

**SANTO ENDARA KATHERINE PRICILA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**VELEZ LEON PEDRO MICHAEL
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

SANCHEZ MALDONADO MARCO FABRICIO

**MACHALA
2021**

Certificado antiplagio

PROYECTO DE TITULACION_ SANTO_VELEZ

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%	11%	0%	2%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.scpm.gob.ec Fuente de Internet	3%
2	1library.co Fuente de Internet	1%
3	www.dspace.ueb.edu.ec Fuente de Internet	1%
4	es.slideshare.net Fuente de Internet	1%
5	scielo.sld.cu Fuente de Internet	1%
6	dspace.uniandes.edu.ec Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	1%
8	repositorio.utmachala.edu.ec Fuente de Internet	1%

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

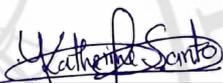
Los que suscriben, SANTO ENDARA KATHERINE PRICILA y VELEZ LEON PEDRO MICHAEL, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado ESTRATEGIA A IMPLEMENTAR PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO DE COMERCIALIZACIÓN DE BANANO DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA BONITO (ASOPROABON), DE LA CIUDAD DE MACHALA EN EL AÑO 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.



SANTO ENDARA KATHERINE PRICILA

0706696606



VELEZ LEON PEDRO MICHAEL

0706992427

RESUMEN

Es importante mencionar que el desarrollo de esta investigación tiene como fin orientar a empresas, asociaciones, personas naturales y jurídicas por medio de una guía que indique los procesos requeridos para obtener los permisos y así comercializar banano ya que se debe cumplir con los requisitos pertinentes, por lo tanto se pretende recoger información y asesorar a la empresa en el proceso sirviendo como guía de servicios prestados cumpliendo con dichos requisitos solicitados por las instituciones públicas y privadas, para el correcto funcionamiento como en el caso de la asociación Asoproabon. El objetivo de esta investigación es obtener el permiso de comercialización de banano de pequeños productores de la Asociación De Producción Agrícola Bonito (Asoproabon) de machala en el 2021, mediante la implementación de una guía de procedimientos.

Una manera para verificar el aporte práctico en la investigación es al momento de profundizar al tema, mediante esto se logra encontrar toda la información requerida por el investigador y así lograr obtener el permiso de comercialización, teniendo en cuenta que al momento de investigar se debe cumplir con todos los estándares requeridos y artículos de veracidad total. Por lo tanto, esta investigación tiene como métodos empleados antecedentes conceptuales y contextuales que describen las definiciones más importantes, como también conocer sobre la empresa y los procesos que se deben realizar para la obtención de permisos de comercialización de banano, para ello se aplica una metodología de análisis descriptivo y el uso de fuentes secundarias, también se realizaron entrevistas abiertas a personas que han estado cerca del proceso de gestión y de comercialización, utilizando métodos empíricos y técnicos. Para concluir, la empresa ASOPROABON a logrado su objetivo previsto, siendo así como actualmente está posesionándose en el mercado nacional y futuramente al mercado internacional, esta cumple con todos los requisitos para ser competitiva en los nichos de mercado, es por ello que tenemos la gran satisfacción de mostrar el desarrollo de la misma.

PALABRAS CLAVES: Comercialización, Permisos, Banano, Asociación, Productores

ABSTRACT.

It is important to mention that the development of this research is intended to guide companies, associations, natural and legal persons through a guide that indicates the processes required to obtain permits and thus market bananas, since the relevant requirements must be met. Therefore, it is intended to collect information and advise the company in the process, serving as a guide for services provided in compliance with the requirements requested by public and private institutions, for the correct operation, as in the case of the Asoproabon association. The objective of this research is to obtain the permit for the commercialization of bananas from small producers of the Association of Agricultural Production Bonito (Asoproabon) of Machala in 2021, through the implementation of a procedural guide.

One way to verify the practical contribution in the investigation is at the time of delving into the subject, through this it is possible to find all the information required by the researcher and thus obtain the marketing permit, taking into account that at the time of investigation it must be fulfilled with all the required standards and articles of total truthfulness. Therefore, this research uses conceptual and contextual background methods that describe the most important definitions, as well as knowing about the company and the processes that must be carried out to obtain banana marketing permits, for which a methodology is applied. descriptive analysis and the use of secondary sources, open interviews were also conducted with people who have been close to the management and marketing process, using empirical and technical methods. To conclude, the company ASOPROABON has achieved its intended objective, as it is currently taking possession of the national market and in the future the international market, it meets all the requirements to be competitive in market niches, which is why we have the great satisfaction of showing the development of it.

KEYWORDS: Marketing, Permits, Banana, Association, Producers

ÍNDICE GENERAL

Cubierta	I
Portada	II
Índice	III
Introducción	7
Justificación e importancia del tema.....	9
Planteamiento del problema	10
Objeto de estudio de la investigación	11
Causas que originan el problema científico.	11
Objetivo de la investigación.	12
Campo de acción de la investigación.....	12
Hipótesis científica a defender o premisas de investigación.....	12
Variables	12
Objetivo general	13
Objetivos específicos	13
Delimitación del objeto de estudio	13
CAPÍTULO 1 DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	14
1. Antecedentes históricos.....	14
1.1 Antecedentes conceptuales y referenciales.....	15
Pequeños Productores	15
Comercialización	16
Comercializadores	19
Exportación	20
Exportadores	21
Banano orgánico.....	22
1.2 Antecedentes contextuales.....	23
Valorar la situación actual de la obtención del permiso comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021.	23
Gestión y comercialización	24
MAGAP fortalece estrategias de comercialización para productores	25
CAPITULO 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	28
2. Diseño metodológico	28
2.1. Tipo de diseño de investigación.....	28
2.2. Paradigma	28
2.3. Población y muestra	28

2.4. Métodos y técnicas	29
2.5. Métodos teóricos.....	29
Histórico-lógico.....	29
Analítico-sintético.....	30
Inductivo-deductivo.....	30
Hipotético-deductivo	30
Abstracción-concreción	30
Modelación.....	31
Sistémico.....	31
2.6. Métodos empíricos	31
CAPITULO 3. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA	
INVESTIGACIÓN	32
3. Discusión de los resultados obtenidos	32
3.1. Impactos que se esperan de los resultados de la investigación.....	32
Impactos tecnológicos	32
Impactos sociales.....	32
Impactos económicos.....	32
3.2. Descripción, análisis, situación y reseña del sector, empresa, entorno, objeto de estudio (económico, social, empresarial, sostenibilidad).....	32
3.2.1. Descripción.....	32
3.2.2. Análisis.....	33
3.2.3. Reseña del sector,	33
3.2.4. La empresa y su entorno	34
3.2.5. Objeto de estudio (Económico-Social-Sostenibilidad).....	35
3.2.5.1 Económico.....	35
3.2.5.2 Social.....	36
3.2.5.3 Sostenibilidad	37
3.2.6. Análisis de la problemática.....	37
3.2.7 Posibles resultados obtenidos	38
CAPITULO IV. DISCUSIÓN	42
4.1 Descripción y argumentación teórica de los resultados	42
CONCLUSIONES	43
RECOMENDACIONES	44
BIBLIOGRAFÍA	45

LISTA DE ILUSTRACIONES Y TABLAS

Tabla 1. Variables dependientes	12
Tabla 2 Asociaciones Exportadoras De Banano	21
Tabla 3. Lista de socios de Asoproabon	36
Ilustración 1. Productores	16
Ilustración 2. Calidad comercial.....	17
.Ilustración 3. Estapas de la comercializacion.....	18
Ilustración 4. Asociaciones comercializadoras de la provincia de El Oro.....	19
Ilustración 5. Requisitos para exportar.....	20
Ilustración 6. Modelo para la sostenibilidad.	37
Ilustración 7. Introduccion de marca adicionales para exportacion de frutas tropicales	38
Ilustración 8. Direccion Provincial Agropecuario De El Oro	48
Ilustración 9 oficina de ASOPROABON	48
Ilustración 10. Logotipo de ASOPROABON	48
Ilustración 11 Productores de banano en proceso	49

Lista de abreviaturas y símbolos.

ASOPROABON: Asociación De Producción Agrícola Bonito

MAGAP: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

SEPS: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

INTRODUCCIÓN

La comercialización de banano en el Ecuador es muy reconocida a nivel internacional, ya que el banano orgánico es un producto de alta demanda en varios países por lo que es muy importante resaltar que es una fuente de ingresos y fuentes de trabajo en los sectores de producción bananera principalmente en la provincia de El Oro perteneciente a la región costa, ayudando de esta manera a la economía ecuatoriana.

En el Ecuador es una de los productores de bananos más importantes en el mundo por su variedad de producto, por lo que representa el 32% del comercio a nivel mundial. Para (Alvarez, Leon , Sanchez, & Cusme, 2020, pág. 90) enfatizan que “la deficiente comercialización histórica de sus productos y los bajos precios que establece arbitrariamente el intermediario que compra y paga lo que a su conveniencia le parece, lo perjudica aún más la brecha de desigualdad social, que abate a miles de pequeños productores agrícolas”, se entiende que existe un problema cuando se habla de producción de banano ya que al ser un producto perecedor tiende a ser inestable en sus precios por lo que este varía dependiendo la demanda.

Por otro lado según (Borja, 2016) menciona que “el comercio justo puede beneficiar económicamente al agricultor dado que respeta los precios pagados al productor independientemente sin importar las variaciones de la oferta y la demanda del mercado” (pág. 8), por lo tanto, esto indica que la forma de comercializar ha beneficiado en gran parte a los pequeños productores aplicando el comercio justo, ya que esto mejora el precio del producto, por lo que se convierte en una mejor alternativa.

Es importante mencionar que para comercializar banano se debe cumplir con requisitos, por lo que se pretende recoger información y asesorar a la empresa en el proceso sirviendo como guía los servicios prestados para de esta manera obtener los permisos de comercialización cumpliendo con dichos requisitos planteados por las instituciones públicas y privadas que lo soliciten para el correcto funcionamiento de la asociación Asoproabon.

En el presente proyecto de investigación con fines de titulación se ha planteado la problemática en la Asociación con la siguiente formulación del problema científico: ¿Cómo lograr obtener el permiso de comercialización de banano de pequeños productores

de la Asociación De Producción Agrícola Bonito (ASOPROABON) de Machala en el 2021?, donde existen un grupo de productores dedicados a la siembra y cosecha de banano, el problema radica en que la asociación no cuenta con el permiso de comercialización para poder distribuir la fruta, siendo de esta manera que el productor cuenta con un intermediario quien compra la fruta a un precio muy inferior al que se vende en el mercado perjudicando al agricultor económicamente y disminuyendo la posibilidad de llevar el cultivo a una extensión de cultivo más grande.

Es así que se da a conocer la importancia que tendría el tema de cómo aplicar una estrategia a implementar para la obtención del permiso de comercialización de banano de la Asociación De Producción Agrícola Bonito (ASOPROABON), de la ciudad de Machala en el año 2021, ya que mediante la guía y orientación de un asesor comercial se puede lograr resolver todas las dudas que tenga una persona natural o jurídica que quiera emprender en el ámbito de comercializador, siendo que este conocimiento ayuda mucho a enfrentar y resolver problemas al momento de realizar procedimientos, obteniendo resultados satisfactorios como por ejemplo obtener los permisos de comercialización otorgados por el MAGAP.

El objetivo de esta investigación es obtener el permiso de comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021, mediante la implementación de una guía de procedimientos. Una manera para verificar el aporte practico en la investigación es al momento de profundizar al tema, mediante eso se logra encontrar toda la información requerida por el investigador para lograr obtener el permiso de comercialización, teniendo en cuenta que al momento de investigar se debe cumplir con todos los estándares requeridos y artículos de veracidad total.

Según la delimitación de campo de acción es implementar una estrategia formando una estructura de diseño donde se plantea la evolución de una estrategia a implementar para el proceso de comercialización de banano en relación con la estrategia de una guía de asesoramiento comercial para la obtención del permiso de comercialización de banano de pequeños productores de la Asociación De Producción Agrícola Bonito (ASOPROABON) de Machala en el 2021.

Al plantear una hipótesis damos una idea a la implementación de una guía de asesoramiento comercial, entonces se obtendrá el permiso de comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (ASOPROABON) de Machala en el 2021.

Justificación e importancia del tema

Antes de cualquier propuesta a elegir se debe analizar todos los pro y contras, siendo así como podemos comparar y elegir la mejor garantía para nuestro beneficio, una comercializadora es la encargada de buscar el cupo y negociar los precios, es por ello que es la representante de los productores asociados, es quien les da el mejor mercado siendo así como les ayuda a mejorar su productividad y sobre todo a ser competitivos en el mercado bananero.

El comercio ha estado presente desde siempre en la comunidad por lo que es importante impulsar el desarrollo comercial agrícola para generar un progreso económico equitativo y sustentable para los pequeños agricultores. Ya que este es una de las mejores alternativas para mejorar los niveles de ingresos para las familias involucradas.

El contenido de la presente investigación es un tema a desarrollarse detalladamente que permitirá conocer la importancia de comercializar un producto, como ventaja competitiva para la asociación de producción agrícola bonito, según (Palacios, 2014) menciona que “la ventaja competitiva está orientada a la comercialización del producto con el fin de que los esfuerzos de los socios agricultores estén orientados a obtener mayores ganancias.”, analizamos que la comercialización del producto nos ayuda a tener mayor competitividad para dar a conocer nuestra marca y la calidad de ella, es así como logramos una ventaja competitiva para la empresa.

Si bien es cierto sabemos que para lograr sostener una producción tenemos que tener un precio justo, es por ello que sostenemos la importancia de que podamos lograr obtener el permiso de comercialización de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon). En un contexto agrícola complejo e interrelacionado a nivel mundial, la sociedad de pequeños productores, en países en vías de desarrollo, es una necesidad real y un instrumento de progreso para mejorar sus ingresos y condiciones de vida.

Como menciona (Carmita Beltrón Cedeño, 2018). “es por ello que es importante implementar estrategias que faciliten el acceso de los pequeños productores a los mercados, que les permita mejorar sus ingresos económicos y ser los protagonistas del desarrollo rural, lo que se logra si se potencian los modelos asociativos.” Analizamos que una de las estrategias más importante es la calidad del producto a ofreceres de la asociación, siendo así como logramos lanzarnos al mercado de manera satisfactoria.

Planteamiento del problema

Las exportaciones de banano representan el 2% del PIB total y alrededor del 35% del PIB agrícola. En 2013, las inversiones en producción e industrias relacionadas (bienes y servicios necesarios para producir banano) y el actual proceso de exportación de esta fruta generaron empleo para más de 1 millón de hogares ecuatorianos. Esto ha beneficiado a más de 2,5 millones de personas (alrededor del 6% de la población total de Ecuador) en nueve provincias que dependen en gran medida de la industria bananera. Este sector representa el eje central de la actividad económica, generando mayores ingresos y proporcionando más puestos de trabajo que otros sectores no petroleros del país.

Según el registro del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Ecuador ha cultivado unas 162.236 hectáreas de banano y ha repartido 4.473 frutícolas a los productores. El 78% de los productores de banano del país son de pequeñas empresas, si se suman las medianas empresas ($>30 \leq 100$ hectáreas), esta cifra llega al 95,6%. En este sentido, la producción bananera del país se concentra principalmente en la economía familiar y en el sector de la economía solidaria de masas (EPS), lo que lo convierte en un sector que contribuye a la generación de empleo y la reducción de la pobreza. rural. (Ministerio de Comercio Exterior, 2017, pág. 3)

Los productores de banano se concentran principalmente en las provincias de El Oro, Guayas y Los Ríos, representando el 41%, 34% y 16% de los productores, respectivamente. La mayoría de los pequeños productores de banano del país (alrededor del 42%) se encuentran en la provincia de El Oro, mientras que los grandes productores se ubican principalmente en las provincias de Guayas y Los Ríos.

Por lo que se plantea una problemática en la asociación Asoproabon donde existen un grupo de productores dedicados a la siembra y cosecha de banano, y el problema radica

en que la asociación no cuenta con el permiso de comercialización para poder distribuir la fruta, siendo así que el productor cuenta con un intermediario quien le compra la fruta a un precio muy inferior al que se vende en el mercado perjudicando al agricultor económicamente y disminuyendo la posibilidad de llevar el cultivo a una extensión de cultivo más grande.

Referencia al tema de investigación.

Estrategia a implementar para la obtención del permiso de comercialización de banano de la Asociación De Producción Agrícola Bonito (Asoproabon), de la ciudad de Machala en el año 2021.

Formulación del problema científico.

Alcance: Explicativo transformador

¿Cómo lograr obtener el permiso de comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (ASOPROABON) de Machala en el 2021?

El Ministerio de Agricultura y Ganadería, siempre y cuando reciba toda la documentación anterior, registrará a los Comercializadores en veinte y cinco (25) días hábiles, a partir de la presentación de la documentación completa.

Dicho registro tendrá una vigencia de cinco años, luego de lo cual deberá ser renovado por igual periodo de tiempo actualizando los requisitos antes señalados. Es obligación del sujeto registrado informar al Ministerio de Agricultura y Ganadería, dentro del plazo máximo de 15 días de ocurrido, cualquier cambio en los documentos que sirvieron de base para el otorgamiento del Registro. (MAGAP, 2020)

Objeto de estudio de la investigación.

Proceso de permiso de comercialización de banano de pequeños productores.

Causas que originan el problema científico.

1. No tener experiencia en procesos para obtener los permisos correspondientes.
2. Desconocimiento de las normas y estándares.
3. No contar con el capital suficiente para lograr tramitar los permisos correspondientes.

4. Desconocer los procedimientos para la inserción a un nuevo mercado.

Objetivo de la investigación.

Obtener el permiso de comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (ASOPROABON) de Machala en el 2021, mediante la implementación de una guía de asesoramiento comercial.

Campo de acción de la investigación.

Implementación de una guía de asesoramiento comercial

Hipótesis científica a defender o premisas de investigación.

Si se implementa una guía de asesoramiento comercial, entonces se obtendrá el permiso de comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (ASOPROABON) de Machala en el 2021.

Variables:

1. Variable Independiente

Implementación de una guía de asesoramiento comercial

La guía de asesoramiento comercial se da con fines de brindar conocimientos, presentándose generalmente por medio de conceptos y elementos anexados en esta guía, la cual facilitará el asesoramiento a la Asociación De Producción Agrícola Bonito (Asoproabon), contribuyendo de esta manera como una herramienta técnica que permitirá obtener conocimiento de los procedimientos con mayor profundidad y así obtener los permisos de comercialización de banano de pequeños productores de Machala en el 2021.

2. Variable dependiente

Obtención del permiso de comercialización de banano de pequeños productores de la Asociación De Producción Agrícola Bonito (Asoproabon) De Machala En El 2021.

La Asociación De Producción Agrícola Bonito (Asoproabon), identificado algunas variables que le permitirá conocer que necesita para obtener el permiso de comercialización de banano de pequeños productores de Machala en el 2021.

Tabla 1. Variables dependientes

Dimensiones	Indicadores
Proceso adecuado para lograr obtener el permiso de comercialización de banano de pequeños productores.	Documentos adecuados para la solicitud
	Margen comercial
	Número total de los socios
	Información verídica de la asociación

Elaborado por: Los autores

Objetivo general.

Obtener el permiso de comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021, mediante la implementación de una estrategia comercial.

Objetivos específicos.

- Determinar la evolución de la gestión estratégica de una guía comercial en el proceso de comercialización de banano en relación con la obtención del permiso de venta de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021.
- Caracterizar la económica y metodología de la gestión estratégica comercial.
- Valorar la situación actual de la obtención del permiso comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021
- Fundamentar teóricamente una estrategia de implementación guía comercial.
- Elaboración de una estrategia de implementación de guía comercial.
- Aplicar una estrategia de implementación guía comercial.
- Valorar la incidencia de una estrategia de implementación de guía comercial mediante el seguimiento del procedimiento requerido.

Delimitación del objeto de estudio

Proceso de comercialización de banano de pequeños productores.

Asoproabon es una asociación de producción de banano de pequeños productores, se encuentra ubicada en la y del enano vía troncal de la costa e25, región costa, provincia el

oro, cantón Machala, parroquia el retiro, se caracteriza por ser una sociedad de productores que están dispuestos a mejorar de una manera satisfactoria para conseguir el permiso de comercialización siendo así como podrán tener éxito y ser más competitivos.

CAPÍTULO 1 DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1. Antecedentes históricos

Evolución de la gestión estratégica de una guía comercial en el proceso de comercialización de banano en relación con la obtención del permiso de venta de banano de pequeños productores de La Asociación De Producción Agrícola Bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021.

"Las bananas y los plátanos son cultivos perennes que crecen rápidamente y se pueden cosechar durante todo el año. En el año 2000, el área sembrada fue de unos 9 millones de hectáreas. La producción promedio mundial en 1998-2000 fue de 92 millones de toneladas por año, y en 2001 fue estimada en 99 millones de toneladas. Estos números son una aproximación, ya que la mayor parte de la producción mundial de banano, casi el 85 por ciento, procede de parcelas relativamente pequeñas y huertos familiares en donde no hay estadísticas.

Ecuador es un país privilegiado y reconocido internacionalmente como el primer exportador bananero en el mundo, destacándose por la calidad de su fruta. Corporación palmar ocupa un lugar muy importante en el desarrollo económico del Ecuador, dados los

altos volúmenes de exportación bananera que realiza a mercados cuyos estándares de calidad son sumamente exigentes.

Solo en la primera temporada, se exportaron 1.979.889 cajas de bananas XU, y las cifras han crecido a un ritmo asombroso desde entonces, manteniendo siempre la alta calidad de cada envío. Parma ha mantenido un volumen de exportación anual promedio de alrededor de 17 millones de cajas de bananos XU desde el inicio del negocio hasta hoy. Estas cifras prueban que Parma tiene una posición muy importante entre los productores y exportadores. Compañía Bananera Ecuatoriana y convirtiéndola en una de las primeras exportadoras de banano del país” (Velasteguí & Herrera Vargas, 2017).

Como vemos una de las más importantes razones para lograr obtener el permiso de comercialización es para poder adquirir mayores ganancias y lograr la sustentación de una mayor producción, es por ello que los pequeños productores requieren de ayuda para salir victoriosos en la adquisición del permiso de comercialización.

En el presente documento se muestra la implementación estratégica comercial para la obtención del permiso de comercialización de banano de pequeños productores. Considerando de manera importante la implementación estratégica como un proceso regulador para evaluar las actividades de comercialización de banano de tal manera que se obtenga los objetivos planteados.

El inicio de la empresa asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) se da en la ciudad de Machala, provincia el oro el 10 de julio de 2020, la asociación tiene que agrupar a 10 miembros para que conformen parte de la fundación de la empresa de manera voluntaria, de esta manera se procede a elegir a una directiva provisional que tendrán la atribución de encargarse de los trámites necesarios.

1.1 Antecedentes conceptuales y referenciales

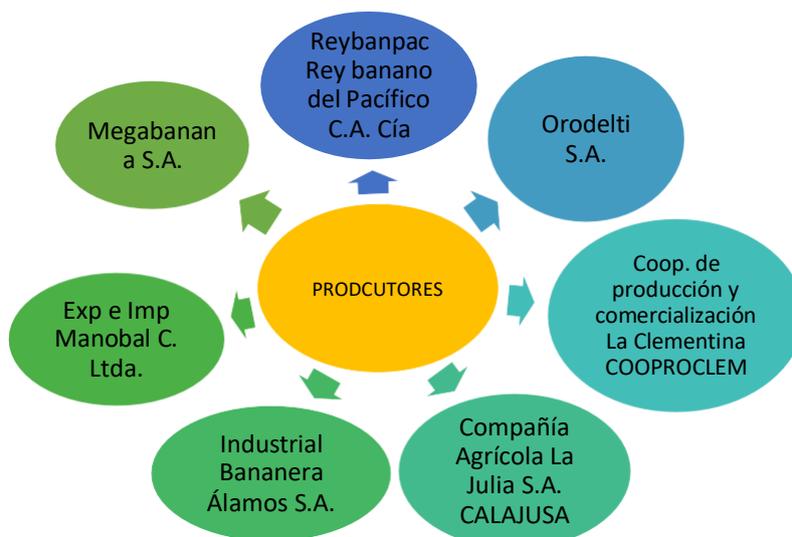
Pequeños Productores

Los pequeños productores se dedican a la siembra y cosecha de banano, porque existen personas dispuestas a consumir el producto ya que la producción por sí sola no tendría sentido, sin embargo, la disposición de los medios que permitan la colocación de los

productos en el mercado y una demanda que satisfaga la necesidad del cliente (Rincón, y otros, 2004)

Se puede identificar algunos de los productores de banana residentes en la provincia de la costa, entre ellos tenemos:

Ilustración 1. Productores



Elaborado: por los autores

Comercialización

(IMESUN, 2016) indica que “la finalidad de la comercialización es crear lealtad de cliente para que los clientes sigan regresando y que se sientan tan contentos que recomiendan su negocio y presentan sus bienes y servicios a otros. Si a todos sus clientes les gusta su producto y les cuentan a otros, es probable que su negocio crezca y sea rentable a la larga, por tanto, debe comenzar con entender y satisfacer las necesidades de los clientes.”

Es por ello que logramos mejorar la calidad de nuestro producto para así lograr el liderazgo en el mercado, y poner satisfacer todas las necesidades de los clientes.

Hay factores como la tecnología de producción (pre cosecha) en el proceso de producción. conducir. Protección y mercadeo, que harán o romperán el proceso anterior. Pero de todos estos factores, el que realmente decide si vale la pena combinar otros factores para un determinado proceso productivo es el marketing o la comercialización. Porque sin los canales adecuados para llevar el producto al mercado, producirlo con todas las tecnologías adecuadas no le dará nada.

Una vez que se identifica el canal de comercialización, otros factores se vuelven parte esencial del proceso, porque mientras la calidad del producto sea mejor y el costo del producto sea menor, habrá un mejor mercado (mayor demanda) para un producto en particular. Tan bajo como sea posible. Para lograr una buena calidad y el menor costo, la tecnología de producción debe estar bien combinada con el manejo y conservación del producto.

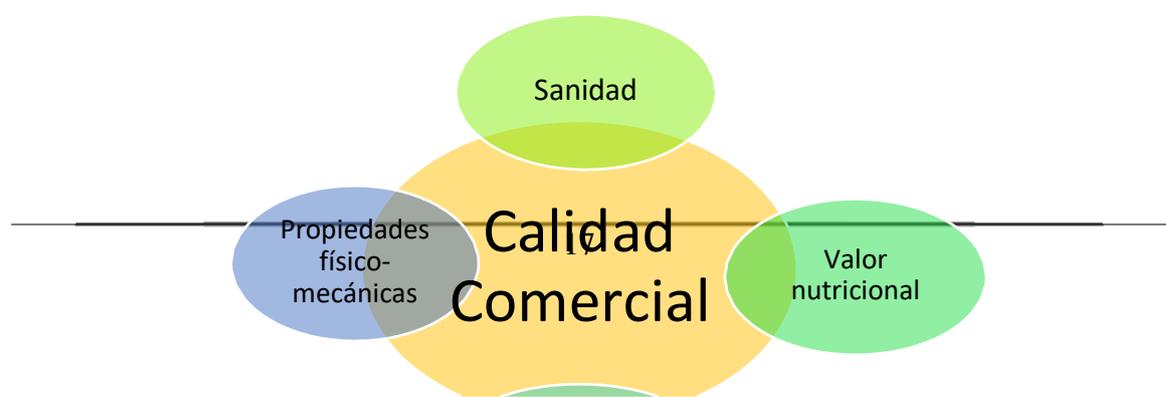
Calidad comercial

La calidad es un concepto que cobra cada vez más importancia en el proceso de apertura de nuevos mercados, la certificación se ha convertido en un pasaporte para la exportación, casi un requisito para los proveedores de algunas empresas, y un elemento de evaluación a la hora de participar en algunas licitaciones. En sí, se trata de garantizar procesos de mejora continua, en un mundo donde la dinámica empresarial exige que las empresas hablen el mismo idioma (Otmara Navarro Silva, 2018)

Para el buen desarrollo de la calidad empresarial, la mayoría de las organizaciones cumplen con requisitos vitales, como la norma ISO 9000, estas organizaciones buscan la mejora y la calidad de la empresa para lograr un desarrollo sostenible, creando así una mejora continua porque cuentan con calidad, diseño funcional, puntualidad. Delivery, estandarizando los productos ofrecidos por las empresas para buscar la lealtad del consumidor sin sacrificar el bajo costo, en base a todo esto la calidad y el mejoramiento continuo buscan ofrecer un mayor valor para el cliente con un costo menor comparado a la de la competencia

Nos referimos a calidad comercial cuando tenemos el mayor cuidado de sanidad del producto a comercializar o exportar, es por ello que mediante la producción de fruta tienen el mayor cuidado e importancia para procesar sus empaques y dar la mejor calidad en ellos, no obstante, para el cuidado de la misma envían a personal capacitado a verificar la constancia de su calidad, siendo así como todo se maneja y produce adecuadamente.

Ilustración 2. Calidad comercial

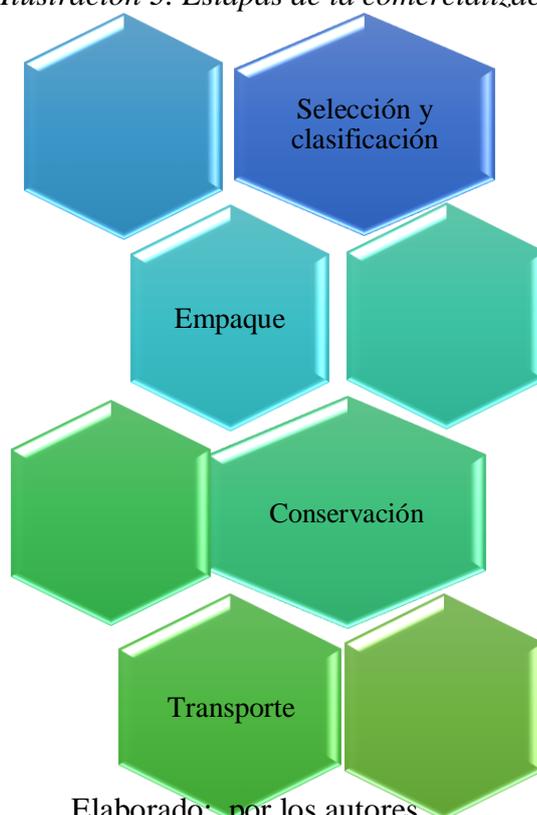


Elaborado: por los autores

Etapas de la comercialización

La comercialización abarca todos los aspectos de manejo y conservación, comprendiendo las siguientes etapas:

Ilustración 3. Etapas de la comercialización



Elaborado: por los autores

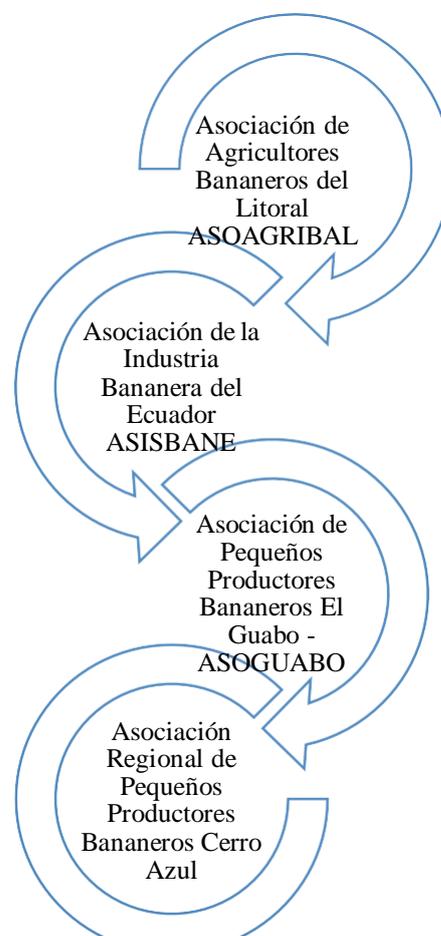
La selección y clasificación es la separación de los productos por tallas y por lotes, esto se realiza en base a las peticiones del cliente, cumpliendo con todas las normas de calidad. El empaque tiene como finalidad proteger el producto y darle una mejor apariencia para su distribución. La conservación se basa dependiendo el comportamiento fisiológico del producto, como la fruta se debe conservar en un lugar de refrigeración para mantenerlo

en condiciones aptas al consumidor. El transporte es el medio en el cual se moviliza de un lugar a otro sea fuera o dentro del país.

Comercializadores

Los comercializadores son asociaciones que operan económicamente en conjunto para obtener un mismo resultado. Por lo tanto, se muestra en este apartado los principales operadores económicos dedicados a la compra y venta de banano de exportación. Estos son grupos de pequeños productores que se han asociado para mejorar sus condiciones en la industria bananera.

Ilustración 4. Asociaciones comercializadoras de la provincia de El Oro



Elaborado: por los autores

Se hace referencia a estas asociaciones conformadas por productores de banano, la mayor parte de las asociaciones se domicilian en la provincia de El Oro y en el caso de ASISBANE que está ubicada en la ciudad de Guayaquil conformada por socios de las provincias de Los Ríos y El Oro, estas asociaciones trabajan en conjunto en la comercialización de banano que es la compra y venta del mismo.

Exportación

Las exportaciones son bienes o servicios que se envían al resto del mundo con fines comerciales. Las mercancías pueden ser transportadas por diferentes modos de transporte, ya sea por tierra, mar o aire. Incluso puede ser una exportación de servicios que no implique el envío de objetos físicos.

La exportación es la salida de las mercancías dentro o fuera del país, esta mercancía puede ser para su uso o consumo definitivo, la misma es sujeta a pagos de tributos. Por lo tanto, es importante cumplir con las normas que se solicitan para poder exportar el banano en otros mercados extranjeros.

Mediante la siguiente ilustración se mencionan los requisitos para exportar:

Ilustración 5. Requisitos para exportar

-
- Registro Único de Contribuyentes

 - Registro exportador en Magap

 - Verificación de estatus fitosanitario en Agrocalidad

 - Certificado Fitosanitario en Agrocalidad

 - Dictamen de inspección

 - Registrarse como exportador en Ecuapass

 - Verificación de estatus fitosanitario en Agrocalidad

 - Permiso para operar como exportador de banano orgánico

 - Factura Comercial

 - Declaración Aduanera (DAE)

 - Certificado de origen)
-

Elaborado: por los autores

(Fierro Ulloa & Villacres Rojas, 2014, pág. 77) hacen mención que “la situación actual de la exportación del banano ecuatoriano hacia el mercado de los Estados Unidos de América no atraviesa su mejor momento, limitantes como altos precios de producción se suman a problemas en la actual cadena logística, los cuales afectan a la economía del país”, para lograr una buena exportación se debe conocer todos los parámetros

relacionados a ello, es por eso que para tener un buen mercado se debe estudiar las necesidades del mismo.

Exportadores

Según (Acaro, Cordova, Vega , & Sánchez, 2021), mencionan que “la exportación del banano es la primera actividad económica en la provincia de El Oro, la misma que ha generado gran impacto en los últimos años en el desarrollo económico del país, siendo una de las provincias con mayor porcentaje de exportación a nivel nacional.

En este apartado se mencionan algunas asociaciones que exportan producto hacia el exterior como:

Tabla 2 Asociaciones Exportadoras De Banano

	<p>La Asociación ASOPROABON desde sus inicios comercializo esta marca, debido a su facilidad para producir, dicha marca no tiene grado alto de exigencia, es por ello que la marca exacerba está muy reconocida por la empresa y sobre todo tiene una gran acogida.</p>
	<p>Se ha trabajado con marca Vito, específicamente con marca yellow que forma parte de la cadena de ellos, esta caja tiene especificaciones muy buenas, es por ello que la empresa le dio una buena acogida y sobre los productores de la misma</p>
	<p>Esta fue una de las primeras marcas que nos dio una acogida muy familiar, actualmente la asociación cuenta con un contrato debidamente registrado en la entidad (MAGAP) con esta marca prestigiosa.</p>

	<p>Esta marca de caja azul es una de las favoritas de los productores, ya que mediante la calificación de su calidad es muy factible por sus especificaciones, es por ello que la Asociación actualmente tiene lasos con dicha marca.</p>
	<p>La marca Melina pertenece a Marcas Blacio, esta caja tiene exigencia de cortes de fruta, debido a su distancia de envío, ella no permite su producción de menos de 5 hojas a la cosecha, es por ello que poso se ha trabajado con dicha marca.</p>
	<p>Caja bonita es una marca reconocida, esta actualmente no permite productores pequeños, la cual solo producción de 10 pallets en adelante, también solo la producen los grandes productores.</p>

Fuente: Departamento de Ingeniería Agrícola

Elbarodo: por los autores

Banano orgánico

Según (Capa Benítez, Alaña Castillo, & Benítez Narváez, 2016) menciona que “la ciudad de Machala en la provincia de el oro es llamada la capital bananera, aunque la mayoría de su producción no es bajo estos parámetros, ha obtenido certificaciones internacionales y produce bajo la exportación de un comercio justo”, podemos deducir que el banano orgánico es más competitivo en el mercado, ya que es un banano especial y sobre todo con mayor calidad para sus consumidores.

Por lo tanto, para poder competir en la comercialización o exportación del banano orgánico es lograr obtener todos los certificados en regla, siendo así como somo más competitivos en el mercado, los certificados nos dan la verificación para demostrar la

calidad del producto, y sobre todo la calidad de la plantación de los productores, es por ello que el banano orgánico es más apetecido en los mercados extranjeros.

Permisos

El concepto de permiso ha sido discutido en el campo de la lógica deontológica y en la filosofía del derecho porque, si bien estudios previos como el de von Wright se ocuparon de distinguir entre permiso fuerte o positivo y permiso débil o negativo, los autores omitieron establecer prescripciones. y deontología descriptiva La distinción entre conceptos, y la distinción entre permiso fuertemente descriptivo y permiso débilmente descriptivo, es crucial para aclarar la supuesta definición mutua de los términos "permitir" y "prohibir", se dice que todos los sistemas normativos son completos, y aborda los vacíos regulatorios (Ku Yasasupo, 2020).

De lo anterior se puede concluir que lo que no está prohibido siempre está permitido, y lo que no está permitido siempre conduce a conductas prohibidas. Decir que todos los actos o estados de cosas existentes están definidos como prohibidos o permitidos por un sistema normativo significa que todos esos actos y estados de cosas están regulados.

1.2 Antecedentes contextuales

Valorar la situación actual de la obtención del permiso comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021.

La asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon), desde sus inicios de sus actividades comerciales lo ha realizado gracias a la visión de sus propietarios, por lo cual se ha intervenido para la implementación de estrategias para la obtención de permisos de comercialización de banano. Según (Miranda, Aguayo-, & Villalva Abarca, 2017, pág. 1048) mencionan que “la planificación estratégica se ocupa de cuestiones de alto nivel que a menudo se relacionan con la existencia de una organización y por lo general implica una visión a largo plazo”, Por lo tanto, se considera necesario que nuestro proyecto se base en una planificación técnica traducida en una estrategia a implantar.

El beneficio de implementar una estrategia para la obtención de permisos comerciales establece el marco para el éxito empresarial. Permite adquirir un plan de acción lógico y coherente para cualquier negocio. Sin embargo, requiere saber qué hacer y cómo hacerlo. También es imprescindible establecer un programa y seguirlo. Más de la mitad de las empresas nuevas fracasan durante los primeros dos años de funcionamiento y más del 90 % naufragan en los primeros diez años. Una de las principales razones de estos fracasos es la falta de planificación. La mejor forma de incrementar las posibilidades de éxito es planificar y hacer un seguimiento estricto

En este contexto, los permisos de comercialización cumplen un rol importante en la generación de valor estratégico para las empresas, según las autoras (Mora, Lituma, & Gonzalez, 2020) mencionan que “la implementación de procesos que conducen a la obtención de certificaciones, como estrategia empresarial, favorece las oportunidades para dar a conocer las prácticas que se siguen para la exportación de productos, aumentando las posibilidades de ingresar a nuevos mercados”. Por lo tanto, la empresa debe cumplir con una serie de requisitos y documentos para que acrediten su legitimidad, para que puedan efectuar sus actividades comerciales deberán cumplir con los requerimientos solicitados por ley.

Gestión y comercialización

(Quiñones, Castillo , Bruno , & Oyarvide, 2020, pág. 197) “las empresas deben visualizar su propósito en cómo enfrentar los desafíos de la globalización, ya que necesitan ser más flexibles e interactuar directamente con los clientes existentes y potenciales, por lo que deben enfocarse más en la innovación en bienes y servicios, que les permita competir en el mercado Lograr un mejor posicionamiento con mayor conciencia y cuidado del medio ambiente”.

Lo anterior hace necesario identificar la ubicación de estos consumidores o posibles clientes potenciales y especificar cómo colocar los productos y servicios a su alcance, evaluar el precio que están dispuestos a pagar por ellos y si la empresa se beneficiará de esa cantidad. Por lo tanto, debe decidir qué promoción debe utilizar y estimar cuántas empresas competidoras ofrecerán productos y servicios similares, en cantidad, variedad y precio.

El marketing debe entenderse entonces como el proceso de atender lo que los clientes quieren, lo que servirá como guía para lo que la empresa produce y ofrece. Como tal, representa una serie de actividades que realiza una organización y es también un proceso social que se desarrolla a nivel micro y macro.

MAGAP fortalece estrategias de comercialización para productores.

Según el sitio web (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura , 2022) enfatiza que “Las primeras acciones que debe realizar la organización participante son encontrar nuevos clientes, analizar el mercado actual, investigar posibles mercados y visitas de promoción del producto.”, de esta manera permitiendo a los productores una oportunidad de compartir experiencias y crear oportunidades mediante la organización y vinculación con los mismos.

Dentro de la documentación requerida podemos observar los requisitos para el registro y renovación de comercializadores otorgados por el magap:

Requisitos para registro y renovación de comercializadores

Art. 19.- requisitos para el registro y renovación como comercializadores de banano.- los comercializadores, como gremios, uniones, asociaciones o cooperativas de productores de banano, legalmente constituidos y debidamente registrados en el MAG o superintendencia de economía popular y solidaria — SEPS, según corresponda, cuyas plantaciones pertenezcan a los productores miembros de dichos gremios, estarán obligados a registrarse y renovar el registro en el ministerio de agricultura y ganadería, cada 5 años. Para registrarse como comercializador, deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1.1. Solicitud dirigida al ministerio de agricultura y ganadería, en la dependencia más cercana al domicilio del solicitante, según el anexo 7 de este instructivo, además de consignar el número de ruc. La declaración debe ser suscrita por el representante legal, en el cual se consigne que los datos descritos, son verdaderos. La dirección de posicionamiento estratégico de musáceas, o quién haga sus veces, se encargará de verificar los datos consignados. En caso de presentar inconsistencias, dicha unidad administrativa podrá negar el registro; o, de encontrarse inscrito, será motivo de la exclusión del registro existente, para lo

cual deberá emitirse un informe técnico, en el que se describan dichas inconsistencias y en caso de derivarse algún indicio de responsabilidad penal, como falsedad o adulteración de documentos o información, se presentará la denuncia a la fiscalía, para las respectivas investigaciones.

1.2. Adjunto a la solicitud del registro deberá presentar: a) estatutos vigentes y acuerdo ministerial de su aprobación, o documento público que pruebe su existencia legal e inscripción en un registro público en el que conste como uno de sus fines la comercialización de banano;

B) certificado del registro de la directiva;

C) certificado de registro de socios bananeros actualizada, emitido por la autoridad competente;

D) listado actualizado de los productores a quienes comprará la fruta pagando el precio mínimo de sustentación (fijo o variable promedio en todo el año), indicando los datos de los socios emitido y debidamente firmados por el representante legal y secretario del respectivo gremio, unión, cooperativa o asociación a calificarse, en dicho listado deberá constar lo siguiente: nombres y apellidos del productor, número de registro único de contribuyentes, huella digital, código de predio registrado en el MAG., correo electrónico, número de teléfono, firma de cada uno de ellos.

Los socios deberán mantener actualizado su registro como productor de banano en la dirección de posicionamiento estratégico de musáceas, de conformidad con lo establecido en el reglamento

Una vez cumplido con la entrega de los documentos solicitados se procederá asignar a una autoridad competente para la revisión de los siguientes documentos:

De las inspecciones a las comercializadoras. - el ministerio de agricultura y ganadería realizará una inspección a las comercializadoras, para constatar la información y su operatividad, luego del cual, presentado el informe respectivo por el analista técnico a la dirección de posicionamiento estratégico de musáceas, considerará si es procedente la calificación. Los documentos que deberán entregar

toda persona natural o persona jurídica al analista técnico designado por el ministerio de agricultura y ganadería, que son los siguientes:

Para los comercializadores como gremios, uniones, asociaciones o cooperativas de productores de banano, deberán presentar lo siguiente:

1. Balance financiero actualizado corte a la fecha de presentación de documentación.
2. Ruc actualizado, formulario declaración del impuesto a la renta y presentación de estados financieros.
3. Afiliación al instituto ecuatoriano de seguridad social IESS (al menos un empleado); y, encontrarse al día en sus obligaciones patronales.
4. De tener oficina propia su respectiva escritura, o de ser la oficina arrendada su respectivo contrato de arrendamiento legitimado ante notario público.
5. Estado de cuenta bancario actualizado con movimientos, corte a la fecha.
6. Fotos de la oficina donde realizará sus actividades (exteriores e interiores)
7. Un juego del contrato de compraventa de banano interno original suscrito con cada productor para el respectivo registro de socios.

El ministerio de agricultura y ganadería, siempre y cuando reciba toda la documentación anterior, registrará a los comercializadores en veinte y cinco (25) días hábiles, a partir de la presentación de la documentación completa.

Dicho registro tendrá una vigencia de cinco años, luego de lo cual deberá ser renovado por igual periodo de tiempo actualizando los requisitos antes señalados. Es obligación del sujeto registrado informar al ministerio de agricultura y ganadería, dentro del plazo máximo de 15 días de ocurrido, cualquier cambio en los documentos que sirvieron de base para el otorgamiento del registro (MAGAP, 2020).

CAPITULO 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2. Diseño metodológico

2.1. Tipo de diseño de investigación

El tipo de investigación según su finalidad y según su objetivo gnoseológico es explicativa- transformadora ya que explica la incidencia de un plan estratégico, así lograr su funcionamiento en el mercado nacional e internacional de la asociación, según su contexto es de campo ya que su investigación es de aplicación puesto que para desarrollarlo se debe visitar el lugar, según el control de las variables es experimental, ya que se debe explicar los procesos que se debe realizar para la obtención de permisos, según su orientación temporal es longitudinal ya que se realiza en varios tiempos y según su nivel de generalidad estudia una situación específica la cual asesora a la empresa mediante una guía para realizar los procesos de obtención de los permisos de comercialización.

2.2. Paradigma

La investigación tiene una perspectiva de investigación cuantitativa ya que se mide directamente y es vista como información objetiva más que como una opinión.

2.3. Población y muestra

Unidad de análisis de la investigación es la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon)

Delimitación de la población: 1

La asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon), es una asociación de producción de banano de pequeños productores, se encuentra ubicada en la vía troncal de la costa e25, región costa, provincia el oro, cantón Machala, parroquia el retiro. El inicio de la empresa asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) se da en la ciudad de Machala, provincia el oro el 10 de julio de 2020, la asociación tiene que agrupar a 10 miembros para que conformen parte de la fundación de la empresa de manera voluntaria, de esta manera se procede a elegir a una directiva provisional que tendrán la atribución de encargarse de los trámites necesarios.

El objeto principal de la asociación es: producción y comercialización de todos los productos agrícolas, de esta manera el diseño e implementación de indicadores de gestión en el proceso de comercialización, ayudará a la empresa a realizar de la mejor manera el desarrollo de las actividades tanto de control como de monitoreo consiguiendo de una manera satisfactoria para el permiso de comercialización siendo así como podrán tener éxito y ser más competitivos.

2.4. Métodos y técnicas

Antes de iniciar nuestra investigación para obtener información de cómo implementar una estrategia comercial para la obtención de permisos de comercialización de la asociación Asoproabon, debemos tener claro cuáles son los métodos que aplicaremos, por lo tanto, en base a la información obtenida por medio de objetivos, hipótesis y variables de la investigación, se evidencia la recolección de datos que nos permitirán obtener los resultados pertinentes usando diferentes métodos como teóricos y empíricos también aplicación de técnicas como la entrevista, la observación y estudio de documentos que se llevara a cabo mediante una investigación de campo.

2.5. Métodos teóricos

Histórico-lógico.

Se utilizará para determinar el método histórico real sobre cómo es reflejado en el contenido del mismo, mediante la determinación de la evolución de la gestión estratégica comercial en el proceso de comercialización de banano en relación con la obtención del

permiso de venta de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021.

Analítico-sintético.

Con este método se procederá a descomponer y distinguir los elementos de un todo de forma ordenada como las causas y efectos para caracterizar, gnoseológica y económica el proceso de comercialización de banano; también caracterizar, gnoseológica y metodológica la gestión estratégica comercial.; valorar la situación actual de la obtención del permiso comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021

Inductivo-deductivo

Se utilizará este método en la investigación ya que forma parte de un marco general de referencia de tal forma que se va a caracterizar, gnoseológica y económica del proceso de comercialización de banano; caracterizar, gnoseológica y metodológica de la gestión estratégica comercial.; valorar la situación actual de la obtención del permiso comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021.

Hipotético-deductivo

Se utilizará este método ya que en la investigación se plantea la hipótesis para luego identificar y comprobar que, si se implementa una estrategia de intervención comercial, entonces se obtiene el permiso de comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021.

Abstracción-concreción

Se utilizará este método para valorar la situación actual de la obtención del permiso comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021, elaborar el marco teórico sobre el proceso de permiso de comercialización de banano de pequeños productores, hasta fundamentar y elaborar una gestión de estratégica comercial.

Modelación.

Se utilizará para fundamentar teóricamente una estrategia de intervención comercial, para obtener el permiso de comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021, mediante la implementación de un diseño estratégico.

Sistémico

Se utilizará este método para elaborar una estrategia de intervención comercial para la obtención del permiso de comercialización de banano de pequeños productores de la asociación de producción agrícola bonito (Asoproabon) de Machala en el 2021

2.6. Métodos empíricos.

En el desarrollo de la investigación, se utilizará el método empírico que es un modelo de investigación científica que obtiene conocimiento por medio de la experiencia y lo observado en la realidad, a continuación, los modelos de métodos empírico a utilizar:

- La entrevista, se entiende que son encuentros directos con el personal encargado de la empresa donde el entrevistador realizará una serie de preguntas al entrevistado con la finalidad de recopilar información valida y confiable esta puede ser aplicada a una sola persona o varias.
- La observación, se la utilizara de manera directa ya que el investigador no forma parte del objeto de estudio de la investigación, permitiendo conocer cada procedimiento a realizar en la obtención del permiso de comercialización de banano de pequeños productores y según la posición del observador es abierta, esto quiere decir que las personas saben que serán observadas, por lo tanto, según los medios es estructurada ya que se recopilara información mediante apuntes, videos etc.
- Se utilizará el estudio de documentos, esta técnica ayudará al investigador ah analizar los sistemas y diseños de donde se debe buscar información, así como en revistas científicas, informes, fichas técnicas, donde se puede encontrar la historia de la entidad, estado económico, financiero entre otras como en esta investigación permitir corroborar la incidencia de los procesos para la obtención de permisos de comercialización de banano.

CAPITULO 3. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3. Discusión de los resultados obtenidos

3.1. Impactos que se esperan de los resultados de la investigación

Impactos tecnológicos:

- Una vez obtenido el permiso de comercialización, la empresa podrá vender el producto libremente y lograr ser más competitiva en el mercado.
- La aplicación de estrategias de innovación ayudara a reducir la competencia y al aplicar tecnología de punta lograremos un producto de calidad.

Impactos sociales:

- Mejorar la gestión estratégica para producir una mayor competitividad y generar un gran impacto en los futuros compradores.
- Generar un impacto con el producto de calidad y posesionar en el mercado

Impactos económicos:

- Lograr la competitividad en el mercado aumentara las ganancias de la empresa
- Generar más ingresos para la empresa y divisa para el país.

3.2. Descripción, análisis, situación y reseña del sector, empresa, entorno, objeto de estudio (económico, social, empresarial, sostenibilidad).

3.2.1. Descripción

Asoproabon es una asociación sin fines de lucro, creada por pequeños productores, para beneficio de la competitividad de mercado, ellos han logrado avanzar de una manera

exitosa, ya que al tener sus fincas en buen estado han logrado estar en el mercado de una manera estable.

Como regula (SEPS, 2021) "la asociación de producción agrícola bonito Asoproabon, en adelante asociación, que se registrará por la ley orgánica de economía popular y solidaria, su reglamento general, las resoluciones del organismo de control y del órgano regulador, el presente estatuto, los reglamentos internos y las normas jurídicas que le fueren aplicables, en razón de su actividad."

3.2.2. Análisis

Como regula (SEPS, 2021) "la asamblea constitutiva de la Asociación De Producción Agrícola Bonito Asoproabon en formación, efectuada el día 25 de noviembre del 2020 resolvió conformar la organización indicada, al amparo de lo dispuesto en la ley orgánica de economía popular y solidaria y su reglamento general de aplicación". Por lo que en el analisis de esta investigacion se puede decir que el SEPS es un organismo tecnico que supervisa y lleva un control en todas las entidades del sector financiero popular y solidario, la cual promueve su sostenibilidad y que funcione correctamente.

Dentro de este mismo podemos decir que la Asociación De Producción Agrícola Bonito Asoproabon tiene que registrarse en el seps para poder funcionar como una entidad financiera, cumpliendo con todas las normas de control que calidifca y supervisa la compañías y organizaciones del sector financiero y solidario.

3.2.3. Reseña del sector,

Asoproabon es una asociación de producción de banano de pequeños productores, se encuentra ubicada en la y del enano vía troncal de la costa e25, región costa, provincia El Oro, cantón Machala, parroquia El Retiro, se caracteriza por ser una sociedad de productores que están dispuestos a mejorar de una manera satisfactoria para conseguir el permiso de comercialización siendo así como podrán tener éxito y ser más competitivos.

Datos del domicilio de la organización:

Región: costa

Provincia: El Oro

Cantón: Machala

Parroquia: El Retiro

Barrio / ciudadela: Y del Enano Calle

Principal: av. Troncal de la costa e25

Número: 7 intersección: vía Buenavista

Referencia de ubicación: a lado de empacadora Vélez

Teléfono convencional: 072938745

Teléfono celular: 0992219783

Correo electrónico: velez_leon0309@hotmail.com

3.2.4. La empresa y su entorno

La empresa

Una empresa es un conjunto de elementos organizados y coordinados por la dirección para lograr un conjunto de objetivos, actuando siempre en condiciones de riesgo.

La función que la empresa desarrolla en la economía general

En términos generales, la función de una empresa para desarrollarse en una economía se puede resumir de la siguiente manera:

- Las empresas coordinan los factores de producción. Esta es una de las funciones más importantes de una empresa y debe dirigir y coordinar los elementos de producción para contribuir de la manera más eficiente.
- Las empresas crean o aumentan la utilidad de los bienes. Al convertir las materias primas en productos, las empresas crean o aumentan la utilidad de las mercancías, es decir, aumentan su capacidad para satisfacer las necesidades humanas.
- La empresa asume riesgos. Al recompensar los factores de producción, la empresa paga sus ingresos por adelantado: salarios de los trabajadores, facturas de los proveedores de materias primas, intereses de los préstamos, etc. Todo esto se paga antes de que el producto sea fabricado y vendido. En otras palabras, te arriesgas a pagar por adelantado los recursos necesarios para llevar a cabo la campaña.

- Las empresas crean riqueza y crean puestos de trabajo. Las empresas cumplen importantes funciones sociales contribuyendo al desarrollo socioeconómico: crean puestos de trabajo y generan ingresos, realizan investigación e innovación para mejorar la calidad de los bienes y servicios y, por tanto, la calidad de vida de los ciudadanos

Asoproabon es una empresa dedicada a la compra y venta de banano, esta creada por un grupo de pequeños productores que están dispuestos a mejorar su producción para lograr ser más competitivos en el mercado, cansado de no contar con un precio justo, han decidido la creación de la empresa.

El entorno de la empresa es muy importante para su mejora, esto nos ayuda a mejorar, al tener un ambiente labora pacífico y productivo, la empresa tendría sus mayores beneficios y podrían mejorar laboralmente, es por ello que el entorno en la que se desenvuelven es muy profesional e importante para la producción.

El entorno

Uno de los componentes fundamentales de una empresa es el entorno en el que desarrolla sus actividades. En este sentido, una empresa puede ser pensada como un sistema abierto que está abierto al entorno en el que opera, afecta y es afectado. Dentro del entorno, conviene distinguir el entorno general o macroentorno del entorno específico o entorno inmediato o microentorno.

- El entorno general o macro entorno es el conjunto de factores y circunstancias que afectan por igual a todas las empresas de un área geográfica, independientemente de sus actividades.
- El entorno específico o entorno inmediato o microentorno se refiere únicamente a un conjunto de factores que afectan a un grupo específico de empresas con características comunes y coherentes en un mismo campo de actividad.

3.2.5. Objeto de estudio (Económico-Social-Sostenibilidad)

3.2.5.1 Económico

Como indica (SEPS, 2021) “la asociación de producción agrícola bonito Asoproabon en formación, ha cumplido con el depósito del aporte correspondiente al capital social inicial

mínimo, establecido por el ministerio coordinador de desarrollo social, en el artículo 2, de la resolución nro. Mcds-eps-012-2015, publicada en el registro oficial nro. 568, de 19 de agosto de 2015”. Por lo tanto, esto indica que la asociación Asoproabon en base a sus aportaciones por parte de sus 10 socios, los cuales realizan una aportación individual económica de \$40 dólares cada uno ha cumplido con el respectivo pago del aporte correspondiente dando como resultado un interés de capital de \$400 dólares para registrarlos en el SEPS como socios de la empresa.

Tabla 3. Lista de socios de Asoproabon

N°.	Nombres y apellidos completos	Numero de cedula	Aporte individual	firma
1	Cuero Vélez Jairo Efraín	0705563864	40	
2	Manchedo Cruz Ana Lili	0705907004	40	
3	Santo Endara Katherine Priscila	0706696606	40	
4	Vélez Correa Josselyn Brigitte	0705967016	40	
5	Correa Reyes Joselyn Lusbeth	0706924503	40	
6	Sarango Tituana Emily Melissa	0705587897	40	
7	Cornejo Palacios Iskra Rossmery	1105684508	40	
8	Cruz Toro Melanie Nicole	1727215673	40	
9	Pesantes Peralta Bolívar Alexander	0706679776	40	
10	Bustamante Tituana Clara Belén	0704507235	40	

Fuente: Elaboración autores con base a información de la asociación ASOPROABON

3.2.5.2 Social

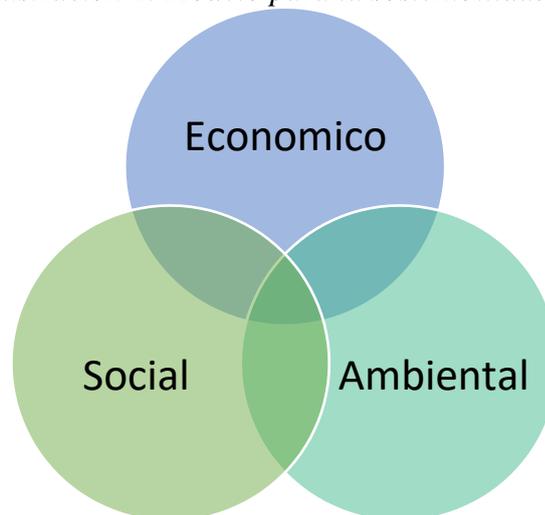
Como indica el sitio web de la (SEPS, 2021) “La asociación tiene como único objeto social principal la producción y comercialización de todos los productos agropecuarios, y para lograr este fin, la asociación podrá realizar actividades de apoyo siempre que estén directamente relacionadas con el objeto social principal. La realización de una o más actividades complementarias no implica la consecución de los objetivos sociales primarios”

Asoproabon junto a sus asociados los cuales son productores de banano están dispuestos a cumplir con todas las actividades relacionadas con estándares de responsabilidad social, económica y ambiental.

3.2.5.3 Sostenibilidad

(Cortés Mura & Peña Reyes, 2015)menciona que el desarrollo sostenible es Términos para manejar el planeta en equilibrio en tres áreas: ambiental, social y económica.” Teniendo en cuenta que ningún recurso renovable debe usarse más rápido de lo que se produce, y ningún contaminante debe producirse más rápido de lo que puede ser reciclado por el medio ambiente, la tasa de neutralización o absorción, ningún recurso no renovable deberá aprovecharse a mayor velocidad de lo necesario para sustituirlo por uno renovable utilizado de manera sostenible.

Ilustración 6. Modelo para la sostenibilidad.



Elaborado: propia de autores

La sostenibilidad de la empresa se basa en sus productores, la calidad de la producción es la que nos ayudara a tener una economía más estable al tener un mercado considerable para los productores y la asociación. Asoproabon está comprometido con el futuro, por lo que su principal meta es obtener una producción de calidad, mediante la preservación del medio ambiente y una economía estable, logrando de esta manera un mejor trabajo, impacto ambiental y una sostenibilidad productiva para la empresa.

3.2.6. Análisis de la problemática

Se analiza la problemática en la asociación ASOPROABON donde existen un grupo de productores dedicados a la siembra y cosecha de banano, y el problema radica en que la asociación no cuenta con el permiso de comercialización para poder distribuir la fruta, siendo así que el productor cuenta con un intermediario quien compra el producto a un precio muy inferior al que se vende en el mercado perjudicando al agricultor económicamente y disminuyendo la posibilidad de comercializarlo a una extensión de ventas más grande.

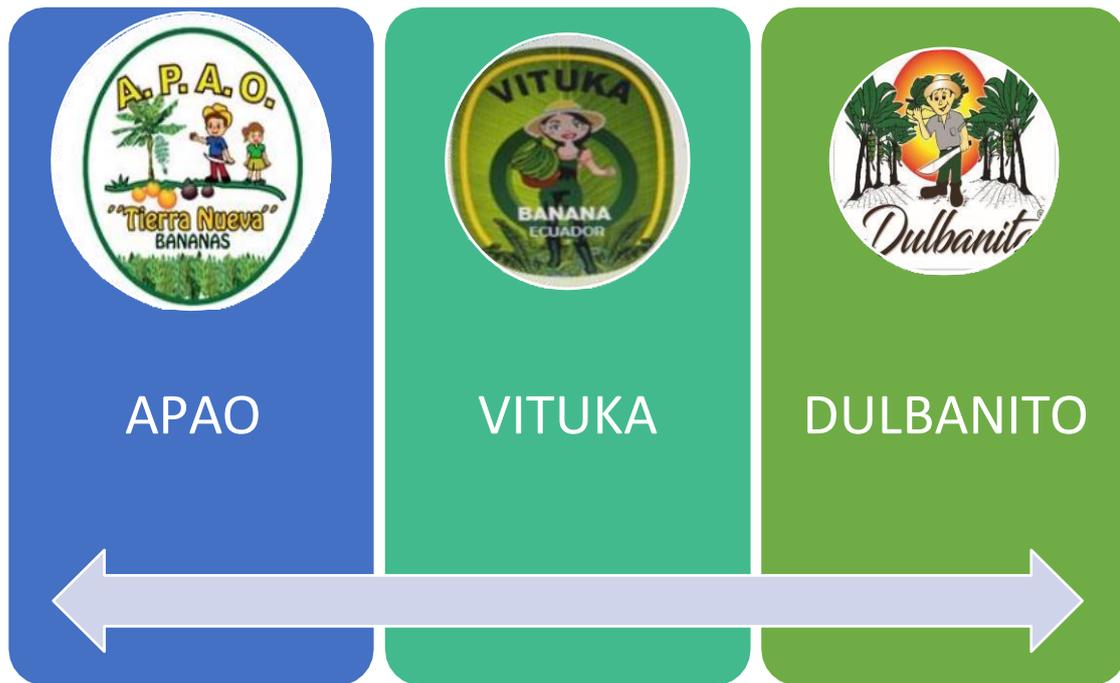
3.2.7 Posibles resultados obtenidos

Según (Villanueva Ceballos, Añazco Correa, & Bonisoli, 2019) mencionana que “los productos orgánicos se van introduciendo en la mente de los consumidores, debido aque es asociado con bienestar y cuidado del ambiente”, por lo tanto la fruta es bien aceptada por el consumidor ya que la produccion va con el cuidado del medio ambiente y esto da confiabilidad.

Al obtener los permisos de comercializacion se procederia a crear marcas adicionales para exportacion, teniendo como resultado posicionamientos en el mercado con las diferentes marcas creadas y ser competitivos en el mercado nacinal e internacional.

La Asociación ASOPROABON mediante la guía y asesoramiento comercial a implementado la creacion de algunas marcas que estan en procesos de legalizacion, ya que al ser una asociacion de pequeños productores tienen una vision grande en cuanto a crecer e introducirse en el mercado, para de esta manera hacerse concer a nivel nacional y en futuro internacionalizarse.

Ilustración 7. Introduccion de marca adicionales para exportacion de frutas tropicales



Elaborado: por los autores

La primera marca: APAO

La segunda marca: VITUKA

La tercera marca: DUBANITO

Técnica de la entrevista

La entrevista se basa en el seguimiento de un guión, en él se plasman todos los temas que se desean abordar en los encuentros, por lo que se deben preparar los temas, con el fin de controlar los tiempos, distinguir los temas y dispersiones por parte del entrevistado (Robles , 2011)

Preguntas:

1. ¿Usted al ser la presidenta de la asociación, los representaría adecuadamente a los productores?
2. ¿La empresa cumple con todos los requisitos que exige el MAGAP?
3. De acuerdo a los requisitos del MAGAP, ¿Cuál sería con el que carece la Asociación?
4. De acuerdo a lo preguntado, ¿Cree usted que la Asociación sería competitiva en el mercado?
5. ¿Con cuántos socios cuenta la Asociación?

6. ¿Cuál sería la capacidad de producción de la empresa?
7. ¿La empresa cuenta con programas de responsabilidad social empresarial?
8. ¿Cuenta con los productores adecuados para ser competitivos en el mercado?
9. ¿Cuál sería el principal problema de no lograr dicho trámite?

Entrevista 1

A la abogada Iskra Cornejo presidenta de la asociación Asoproabon

Al ser portadores directos de la entrevista realizada a la presidenta de la Asociación ASOPROABON quien es la ABG. Iskra Cornejo Palacios, hemos deducido que es una profesional muy capaz de implementar y dirigir adecuadamente a la empresa, esta estuvo presta a cualquier apertura en el momento de brindarnos información adecuada y veras, de tal modo que nos ha dejado muy presente que su conocimiento y sobre todo su experiencia sobre el manejo de una empresa es plenamente seguro, a pesar de su corta edad ella ah logrado adquirir mucho profesionalismo, comentándonos que no es la primera empresa que dirige, anteriormente ah estado en otras más, donde también se ha manejado de una manera muy profesional, sin embargo es una tarea muy difícil, cuando la empresa no contaba con sus permisos y sus socios estaban a la espera de cualquier intermediario que no tenía un precio justo, estos recibían un precio minoritario por cada caj producida, nos comentaba que fue ahí donde ella se dio cuenta y quiso cambiar el rumbo de cada uno de ellos, ingresándolos como socios y agilizando los procesos para lograr la obtención del permiso de comercialización, el permiso fue de gran ayuda para los socios y sobre todo para la empresa, esta logro introducirse en el mercado con su propia marca, es por ello que al día de hoy la empresa esta tramitando sus certificaciones y permisos de exportación para ser ella misma la que se poseione en el mercado nacional e internacional.

Preguntas

1. ¿Qué rol cumple usted en la empresa?
2. ¿Soy la encargada de manejar los apuntes importantes y papeleos de la empresa?
3. ¿Cree usted que se está manejando adecuadamente la empresa?
4. ¿La Asociación ASOPROABON es con o sin fines de lucro?
5. ¿Qué beneficios tiene ser una asociación sin fines de lucro?
6. ¿Como se siente al formar parte de la empresa ASOPROABON?

Entrevista 2

A La Srta. Melany Cruz Toro secretaria de la Asociación Asoproabon
Implementando la entrevista a quien es la Srta. Melany Cruz Toro Secretaria De La Asociación ASOPROABON quien nos supo explicar un poco mas los beneficios de la empresa y sus contras, indicando que la empresa al ser una asociación sin fines de lucro esta exenta de cualquier impuesto, esta asociación da muchos beneficios a sus asociados, y sus trabajadores, siendo así como logra la mayor producción de sus productores, la señorita Cruz nos recalca que la Asociación no contaba con su permiso de comercialización, esta solo contaba con u intermediario que les pagaba la fruta a un precio muy inferior al del mercado, no obstante siempre les ayudo a poder sacar su fruta y que no se dañe, en el momento de tramita los permisos los productores se pusieron mas empeñosos, sabiendo que tendrían un cupo estable y un precio justo para poder seguir produciendo, es por ello que ASOPROABON es una empresa que brinda muchos beneficios a la personas que han estado ahí luchando para en bien de la asociación, la empresa cuenta con productores pequeños debidamente registrados y productores grandes que tienen que ser registrados, también actualmente la empresa cuenta con un contrato registrado debidamente en el MAGAP, ya que era la estabilidad que buscaba la empresa, esta también cuenta con una junta directiva quienes se reúnen en un tiempo determinado para topar temas importantes de la empresa, todo los apuntes los llevamos en registro y en nuestra acta de constitución, es por ello que la empresa esta debidamente adecuada para cualquier auditoria.

CAPITULO IV. DISCUSIÓN

4.1 Descripción y argumentación teórica de los resultados

Describiendo lo mencionado anteriormente, se ha llegado al análisis de resaltar que uno de los factores que ha retrasado el proceso de obtención del permiso de comercialización es el COVID-19 este no solo a afectado a la empresa ASOPROABON, también, ha logrado llegar internacionalmente, dañando muchas empresas ya formadas, es por ello que hubo un pequeño retraso, no obstante, eso no fue impedimento para lograr el objetivo planteado.

(Bravo-Neira, 2021) Nos Indica que “El fuerte impacto del Covid-19 en el mundo ha generado, no solo un impacto en la economía, sino también en los hábitos de consumo del consumidor final, las intenciones de gasto han disminuido notablemente de las 10 personas q anteriormente consumían normalmente los productos ahora consumen solo 6 en la misma cantidad ya que la mayoría de consumidores están ahorrando y prefieren el consumo dentro del hogar, ahora las personas prefieren comprar alimentos para la preparación dentro del hogar las personas mantienen el aislamiento lo que provoca que haya menos consumo para las empresas” Siendo así como la pandemia afecto a la empresa, es por ello que lograron ser mas fuertes y acoplarse a los diferentes métodos que se fueron produciendo poco a poco para así ser más competitivos y eficaces.

La empresa ASOPROABON tuvo buenos resultado al adquirir su permiso de comercialización, si bien es cierto y mencionado, esta logro ser más competitiva en el mercado nacional, siendo así como logro captar mas socios y personal dispuestos a la mejora de la misma, ya que mediante este permiso se obtenía mejores propuestas y mejores adquisiciones.

Actualmente la empresa ha logrado crecer junto a sus socios, es por ello que tienen el compromiso y objetivo de mejorar y salir con mas eficaz a mercado, mencionando que están tramitando las certificaciones orgánicas y permiso de exportación, sabiendo que para lograr ser más fuertes en su producción se debe ir desarrollando mucho más, es este el resultado que podemos indicar con gran satisfacción de la Asociación ASOPROABON.

CONCLUSIONES

En el presente trabajo se ha concluido aplicando un plan estratégico para la obtención del permiso de comercialización, hemos demostrado que siguiendo los pasos correspondientes que nos indica la entidad (MAGAP) se logra agilizar de una manera más rápida y segura dicho trámite.

En la presente introducción se logran detallar los objetivos a desarrollar, el cual es la obtención del permiso de comercialización de la asociación de producción agrícola BONITO en Machala del año 2021, para lograr obtenerlo se ha desarrollado numerosas actividades como, la adecuación de las oficinas y muchos más factores que se han logrado cumplir con éxito, es por ello que para lograr alcanzar se han utilizado diferentes métodos y técnicas entre los cuales se encuentran los métodos teóricos que se clasifican en métodos Histórico Lógico, el método analítico sintético, método inductivo – deductivo, con respecto a los métodos empíricos se han empleado las entrevistas estructuradas.

En el marco teórico investigamos la producción bananera y los procesos de comercialización de la misma, es por ello que mediante tan profunda investigación podemos deducir los porcentajes de producción, siendo así como tenemos competitividad en el mercado, teniendo en cuenta cuanto hay que invertir para lograr posesionarnos en el mercado

Para concluir, la empresa ASOPROABON a logrado su objetivo previsto, siendo así como actualmente está posesionándose del mercado nacional y futuramente mercado internacional, esta cumple con todos los requisitos para ser competitiva en los nichos de mercado, es por ello que tenemos la gran satisfacción de mostrar el desarrollo de la misma.

RECOMENDACIONES

En presente documento plasmamos las recomendaciones al aporte practico de la presente investigación de la obtención del permiso de comercialización de la Asociación de producción Agrícola BONITO:

- Realizar adecuadamente los procesos que nos indica la entidad (MAGAP) siendo así como logramos facilitar el proceso.
- Tener la documentación en regla para presentar de una manera rápida y eficaz.
- Implementar algunas alternativas para lograr agilizar el proceso del permiso de comercialización
- Tener ingresado los socios adecuadamente en las entidades establecidas.

BIBLIOGRAFÍA

- Fierro Ulloa, I. J., & Villacres Rojas, C. E. (23 de 05 de 2014). DIAGNÓSTICO DE LA CADENA LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN DEL BANANO ECUATORIANO HACIA ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA. *SABER, CIENCIA Y Libertad*, 8(2), pag.77-90. doi:<https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2014v9n1.1985>
- Acaro, L., Cordova, A., Vega, A., & Sánchez, t. (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. *Pol conocimiento*, 6(8), pag. 257-277. doi:DOI: 10.23857/pc.v6i8
- Alvarez, E., Leon, S., Sanchez, M., & Cusme, B. (28 de junio de 2020). Evaluación socioeconómica de la producción de. *Journal of Business and entrepreneurial*, 4, pag. 86-95. doi:<https://doi.org/10.37956/jbes.v4i2.78>
- Borja, J. (2016). La producción de banano bajo el sistema de comercio justo: un análisis del caso ecuatoriano. *Universidad Central del Ecuador*, 3(1), pag. 7-10. Recuperado el 23 de 02 de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6140329>
- Bravo-Neira, G. M. (2021). Diagnosis of consumer goods commercialization companies. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 440-446. doi:<https://doi.org/https://orcid.org/0000-0002-6260-6644>
- Capa Benítez, M., Alaña Castillo, M. P., & Benítez Narváez, M. M. (08 de 2016). IMPORTANCIA DE LA PRODUCCIÓN DE BANANO ORGÁNICO. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3). Obtenido de IMPORTANCIA DE LA PRODUCCIÓN DE BANANO ORGÁNICO.: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300008
- Carmita Beltrón Cedeño, A. S. (08 de 2018). *El fortalecimiento de la comercialización del plátano mediante formas asociativas. Caso de estudio El Cantón El Carmen de la provincia de Manabí*”, *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Obtenido de El fortalecimiento de la comercialización del plátano mediante formas asociativas. Caso de estudio El Cantón El Carmen de la provincia de Manabí”, *Revista Caribeña de Ciencias Sociales* : <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/08/comercializacion-platano-ecuador.html>
- Cedeño, C. B. (2018). *Caribeña de Ciencias Sociales*. Obtenido de Caribeña de Ciencias Sociales: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/08/comercializacion-platano-ecuador.html>
- Cortés Mura, H. G., & Peña Reyes, J. I. (2015). De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(78), 40-54. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20640430004>
- Gardey, J. P. (2010). *Definición de comercialización*. Obtenido de Definición de comercialización: <https://definicion.de/comercializacion/>
- IMESUN. (2016). IMESUN. *COMERCIALIZACIÓN*. Obtenido de IMESUN: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf
- Ku Yasasupo, L. (2020). La importancia del concepto de permisión en los sistemas normativos y en el marco de los estados constitucionales. *Revista de la*

- Asociación IUS ET VERITAS*(60), 160-187. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7654753>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura . (2022). *Gobierno del Encuentro*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/magap-fortalece-estrategias-de-comercializacion-para-productores/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (12 de 2017). *Informe sector bananeroEcuatoriano*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/Informe-sector-bananero-espa%C3%B1ol-04dic17.pdf>
- Miranda, P., Aguayo-, V., & Villalva Abarca, G. (31 de 7 de 2017). La planificación estratégica y la gestión de recursos de la información. *Revista científica dominio de la ciencia*, 3(4), pag. 1044-1059. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.4.jul.%201044->
- Mora, D., Lituma, A., & Gonzalez, M. (2020). Las certificaciones como estrategia para la competitividad de las empresas exportadoras. *INNOVA Research Journal*, 5(2), 114. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1274>
- Otmara Navarro Silva, W. F. (3 de 02 de 2018). La calidad como factor estratégico en el desarrollo competitivo de las pequeñas y medianas empresas. *Revista Universidad y Sociedad*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200171
- Palacios, P. (12 de 2014). *Repositorio Istitucionan Unidades* . Obtenido de Repositorio Istitucionan Unidades : <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/1938>
- Quiñones, O., Castillo , S., Bruno , C., & Oyarvide, R. (2020). Gestión y comercialización: Pequeñas y medianas empresas de servicios en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, XXVI(3), pag. 194-206. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-GestionYComercializacion-7565476.pdf>
- Rincón, Segovia, Aguilera, López, Zavarce, & Leal. (2004). Los pequeños productores y su participación en el proceso de comercialización agrícola. *Revista de la Facultad de Agronomía*, 21(2). Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0378-78182004000200007#Cuadro%201
- Robles , B. (2011). La entrevista en profundidad. *Cuicuilco*, 18, pag. 39-49. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592011000300004
- SEPS. (21 de 01 de 2021). *SUPER INTENDENCIA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA* . Obtenido de SUPER INTENDENCIA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA : <file:///C:/Users/Bryan%20Palacios/Desktop/RESOLUCI%C3%93N%20No.%20SEPS-ROEPS-2021-910464%201.pdf>
- significados.com. (6 de 01 de 2022). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/asociacion/>
- Velasteguí, E., & Herrera Vargas, E. (1 de abril de 2017). Análisis de la producción y la comercialización del banano como aspecto socio económico. *Visionario Digital*, 1(2), 3. doi:<https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v1i2.241>
- Villanueva Ceballos, V. A., Añazco Correa, C. D., & Bonisoli, L. (13 de 12 de 2019). Introducción de marca de banano orgánico en el mercado ecuatoriano. *INNOVA Research Journal*, 5(1), pag. 166-183. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1150>

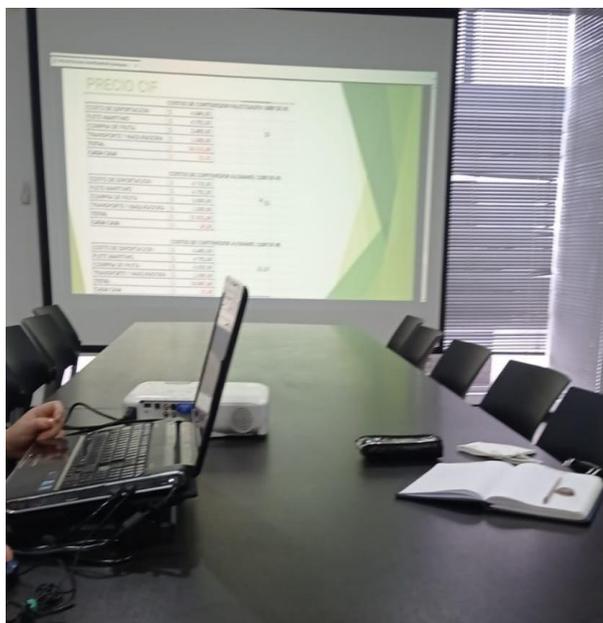
ANEXOS

Ilustración 8. Dirección Provincial Agropecuario De El Oro



Fuente: tomado por autores

Ilustración 9 oficina de ASOPROABON



Fuente: tomado por autores

Ilustración 10. Logotipo de ASOPROABON

Asociación de
Producción Agrícola
"Bonito"



Fuente: tomado por autores

Ilustración 11 Productores de banano en proceso



Fuente: tomado por autores

Guía metodológica de la entrevista 1

A) datos

Institución	Asoproabon
Lugar	Asociación
Fecha	12 de septiembre de 2021
Hora	13:00pm
Entrevistador	Vélez León Pedro Michael

B) objetivo: realizar una entrevista a los productores de la asociación de producción agrícola bonito Asoproabon para conocer cuáles son los inconvenientes más comunes para obtener el permiso de comercialización y cuál podría ser la solución al problema.

C) tipos de entrevista

Según su estructura	Estructurada
Según la cantidad de entrevistados.	Individual

D) condiciones para realizar una entrevista.

- Conocer el lugar donde se entrevistará
- Estipular un lugar adecuado para que el entrevistador se encuentre cómodo.
- Estar en el lugar de los hechos

E) población: asociación de producción agrícola bonito Asoproabon

Muestras: dirigido al gerente de la asociación

F) diseño del cuestionario

Consignación

Saludo: buenas tardes estimados, el motivo de esta entrevista es lograr conocer las necesidades que tiene la asociación para lograr obtener el permiso de comercialización de esta manera nos permitirá contribuir a la investigación.

Objetivo: conocer el proceso a seguir para lograr obtener el permiso de comercialización y así lograr cumplir con las necesidades de la asociación.

Desarrollo: preguntas

Preguntas

1. ¿Usted al ser la presidenta de la asociación, los representaría adecuadamente a los productores?
2. ¿La empresa cumple con todos los requisitos que exige el MAGAP?
3. De acuerdo a los requisitos del MAGAP, ¿Cuál sería con el que carece la Asociación?
4. De acuerdo a lo preguntado, ¿Cree usted que la Asociación sería competitiva en el mercado?
5. ¿Con cuántos socios cuenta la Asociación?
6. ¿Cuál sería la capacidad de producción de la empresa?
7. ¿La empresa cuenta con programas de responsabilidad social empresarial?
8. ¿Cuenta con los productores adecuados para ser competitivos en el mercado?
9. ¿Cuál sería el principal problema de no lograr dicho trámite?

Guía metodológica de la entrevista 2

A) datos

Institución	Asoproabon
Lugar	Asociación
Fecha	12 de septiembre de 2021
Hora	13:00pm
Entrevistador	Katherine Santo

B) objetivo: realizar una entrevista a los productores de la asociación de producción agrícola bonito Asoproabon para conocer cuáles son los inconvenientes más comunes para obtener el permiso de comercialización y cuál podría ser la solución al problema.

C) tipos de entrevista

Según su estructura	Estructurada
Según la cantidad de entrevistados.	Individual

D) condiciones para realizar una entrevista.

- Conocer el lugar donde se entrevistará
- Estipular un lugar adecuado para que el entrevistador se encuentre cómodo.
- Estar en el lugar de los hechos

E) población: asociación de producción agrícola bonito Asoproabon

Muestras: dirigido al gerente de la asociación

F) diseño del cuestionario

Consignación

Objetivo: conocer el proceso a seguir para lograr obtener el permiso de comercialización y así lograr cumplir con las necesidades de la asociación.

Desarrollo: preguntas

Preguntas

1. ¿Qué rol cumple usted en la empresa?
2. ¿Soy la encargada de manejar los apuntes importantes y papeleos de la empresa?
3. ¿Cree usted que se está manejando adecuadamente la empresa?
4. ¿La Asociación ASOPROABON es con o sin fines de lucro?
5. ¿Qué beneficios tiene ser una asociación sin fines de lucro?
6. ¿Como se siente al formar parte de la empresa ASOPROABON?