



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN COMERCIAL COMO VENTAJA
COMPETITIVA ENTRE GRANDES Y PEQUEÑOS PRODUCTORES
BANANEROS DE LA CIUDAD DE MACHALA

GIRÓN CORO ERIKA ESTEFANIA

MACHALA
2016



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN COMERCIAL COMO VENTAJA
COMPETITIVA ENTRE GRANDES Y PEQUEÑOS PRODUCTORES
BANANEROS DE LA CIUDAD DE MACHALA

GIRÓN CORO ERIKA ESTEFANIA

MACHALA
2016



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN
ANÁLISIS DE CASOS

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN COMERCIAL COMO VENTAJA COMPETITIVA ENTRE
GRANDES Y PEQUEÑOS PRODUCTORES BANANEROS DE LA CIUDAD DE
MACHALA

GIRÓN CORO ERIKA ESTEFANIA
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TELLO MENDOZA MARIO DAVID

Machala, 18 de octubre de 2016

MACHALA
2016

Nota de aceptación:

Quienes suscriben TELLO MENDOZA MARIO DAVID, FEIJOO GONZALEZ ENA MARITZA, PALOMEQUE MARIA EUGENIA y ESPAÑA MARCA JOHNNY PATRICIO, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ANÁLISIS DE LA GESTIÓN COMERCIAL COMO VENTAJA COMPETITIVA ENTRE GRANDES Y PEQUEÑOS PRODUCTORES BANANEROS DE LA CIUDAD DE MACHALA, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



TELLO MENDOZA MARIO DAVID

0702174806

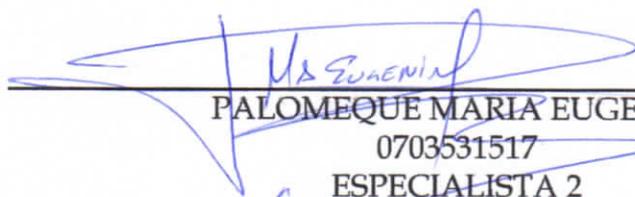
TUTOR



FEIJOO GONZALEZ ENA MARITZA

0703441253

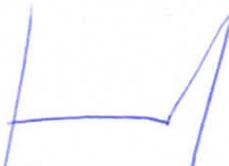
ESPECIALISTA 1



PALOMEQUE MARIA EUGENIA

0703531517

ESPECIALISTA 2



ESPAÑA MARCA JOHNNY PATRICIO

0702076373

ESPECIALISTA 3

Machala, 18 de octubre de 2016

Urkund Analysis Result

Analysed Document: GIRON CORO ERIKA ESTEFANIA.docx (D21636782)
Submitted: 2016-09-07 02:53:00
Submitted By: erikagc.33@gmail.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

TESIS-CARLOS-LIZANO-UTEQ.docx (D13315312)

Instances where selected sources appear:

1

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

El que suscribe, GIRÓN CORO ERIKA ESTEFANIA, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado ANÁLISIS DE LA GESTIÓN COMERCIAL COMO VENTAJA COMPETITIVA ENTRE GRANDES Y PEQUEÑOS PRODUCTORES BANANEROS DE LA CIUDAD DE MACHALA, otorga 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 tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara 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.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que él asume 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.

Machala, 18 de octubre de 2016



GIRÓN CORO ERIKA ESTEFANIA

0704398833

Dedicatoria

Le dedico este proyecto a Dios, fuente de amor y templanza; a mis padres, apoyo incondicional; a mi hermana, ayuda ideal; a mi hijo, origen de esperanza y compromiso; a mis docentes, fuentes de enseñanza y sabiduría y a mis amigos con quienes he compartido los mejores momentos de mi vida.

ERIKA ESTEFANÍA GIRÓN CORO

Agradecimiento

Agradezco a Dios y a la Virgen quienes me han dado la vida y han estado en cada paso que he dado, cuidándome y dándome la fuerza para continuar logrando así todo lo que me he propuesto.

A mis padres Rosa Coro y Luis Girón por darme el apoyo incondicional, su ejemplo de optimismo, perseverancia e incentivar me a seguir adelante enfrentando cada adversidad; a mi Hermana Gabriela que pese a la distancia ha sido un apoyo que me ha servido de impulso para lograr esta meta.

A mi hijo Santiago pilar fundamental en mi vida y en mi formación profesional, quien me alienta para lograr mis objetivos.

A mis amigos y compañeros quienes cuando lo necesite estuvieron apoyándome y me animaron en momentos difíciles para no desistir.

A todos los docentes de la Universidad Técnica de Machala por instruirme y capacitarme en el transcurso de mi carrera, quienes me dieron retos a cumplir.

Mi más grato agradecimiento al Ing. Mario Tello y a mi tribunal docentes de la Universidad Técnica de Machala, por brindarme los conocimientos necesarios para realizar este proyecto, para así poder complementar mis conocimientos profesionales.

ERIKA ESTEFANÍA GIRÓN CORO

RESUMEN

A lo largo de los años, Ecuador se ha convertido en el primer exportador y cuarto productor de banano en el mundo. Permitiendo la estabilidad económica del país, logrando que se generen divisas y fuentes de trabajo para los Ecuatorianos, todo esto gracias a que cuenta con un suelo rico en nutrientes y que después del boom petrolero exporta banano sustentablemente a diferentes partes del mundo, principalmente a Rusia, la Unión Europea y China.

Las nuevas tendencias encaminadas al cambio climático global han hecho que la industria del banano se vea en la obligación de mostrar al consumidor las garantías en la producción y mercadeo, esto quiere decir que las personas se percatan de aspectos como la calidad, el precio, la seguridad con la que el producto llega, la certificación del banano y si es o no amigable con el medio ambiente, siendo así que el productor se ganará la confianza de sus demandantes.

Debido a esto ciertos países protegiendo sus intereses y previniendo el riesgo en salud de los ciudadanos, piden a los exportadores que se cumplan con varios requisitos generales para aceptar los productos y así no llegar a suspender los envíos, fortaleciendo las relaciones comerciales, es aquí donde surgen diferencias entre pequeños y grandes productores debido a que los grandes productores cuentan con sus propios medios para exportar el banano mientras que los pequeños productores necesitan de los grandes para poder exportar.

Este trabajo se enfocará en analizar la gestión comercial entre los pequeños y grandes productores bananeros, para lo cual se comenzará tomando como referencias diferentes papers de revistas científicas que contengan información importante y relevante que apoyen al desarrollo de este trabajo, además mediante la utilización de diferentes métodos de investigación, haciendo uso de técnicas de entrevistas y encuestas y junto con la utilización de la herramienta estadística SPSS que analizará los datos para luego plasmar los resultados.

Los resultados que se reflejan en este proyecto se presentarán en torno a la gestión comercial como ventaja competitiva entre pequeños y grandes productores bananeros de la ciudad de Machala, en la que buscan la cooperación al momento de realizar la producción y venta del banano. La investigación realizada nos dice que la relación comercial existente entre los pequeños y grandes productores es la más grande ventaja competitiva ya que depende el uno del otro; la ventaja que tiene el gran productor es que él se convierte en exportador sin necesidad de terceros, pero necesita del pequeño productor para cumplir con su objetivo a exportar.

Los grandes y pequeños productores miden el cumplimiento de los objetivos de producción propuestos a través de indicadores, que miden o determinan la eficiencia de la producción. El indicador que normalmente utilizan los grandes productores es de las cajas realizadas sobre las cajas propuestas, determinando con esto si se cumple el objetivo, caso contrario, buscar donde está la falla y poder así rectificar. Los pequeños productores realizan su medición de objetivos de una manera empírica, las cajas rechazadas para las cajas vendidas analizando de esta manera el cumplimiento de lo propuesto.

Palabras Claves: *Producción bananera, gestión comercial, ventaja competitiva, sector agrícola.*

Abstract

Over the years, Ecuador has become the first and fourth banana producer in the world. Allowing the country's economic stability, achieving that foreign exchange and jobs for citizens, generate all this thanks to the fact that boasts a soil rich in nutrients and that is bananas sustainably after the oil boom to different parts of the world mainly exported to Russia, the European Union and China.

New trends to the global climate change have made the banana industry be obliged to show the consumer guarantees in the production and marketing, this means that people realize aspects such as quality, price, safety with which the product comes, banana certification and whether or not friendly to the environment so that the producer will win the confidence of their applicants.

Due to this certain countries protecting their interests and preventing the risk in health of them citizens, ask to them exporters that is comply with several requirements General to accept them products and thus not arrive to suspend them shipments, strengthening them relations commercial, is here where arise differences between small and large producers since them large producers have with their own media for export the banana while them small producers need of them large for power export.

This work is focus in analyze the management commercial between them small and large producers banana, for which is will begin taking as references different papers of magazines scientific that contain information important and relevant that support to the development of this work, also through the use of different methods of research, making use of technical of interviews and surveys and together with the use of the tool statistics SPSS that will analyze them data for then capture them results.

The results that are reflected in this project will be presented around the commercial management as a competitive advantage among large and small banana producers of the city of Machala, in which seek cooperation at the time of the production and sale of the banana. The research made us says that the relationship commercial existing among them small and large producers is the more large advantage competitive since depends on the

one of the other; the advantage that has the great producer is that he is converts in exporter without need of third, but need of the small producer to comply with its target to export.

Them large and small producers measure the compliance of the objectives of production proposed through indicators, that measure or determine the efficiency of the production. The indicator that normally used them large producers is of them boxes made on them boxes proposed, determining with this if is meets the objective, case contrary, search where is it failure and power so rectify. The small producers made their measurement of objectives of a wood empirical, them boxes rejected for them boxes sold analyzing of this way the compliance of it proposed.

Key password: *Production banana, management business, advantage competitive, sector agricultural.*

ÍNDICE

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
RESUMEN.....	III
ABSTRACT	V
ÍNDICE DE TABLAS.....	VIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO	3
DEFINICIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	3
HECHOS DE INTERÉS	10
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
<i>Objetivo General.....</i>	<i>11</i>
<i>Objetivo Específico.....</i>	<i>11</i>
CAPITULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICA DEL ESTUDIO.....	13
DESCRIPCIÓN DEL ENFOQUE EPISTEMOLÓGICA DE REFERENCIA	13
BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN	14
CAPITULO III. PROCESO METODOLÓGICO.....	24
DISEÑO O TRADICIÓN DE INVESTIGACIÓN SELECCIONADA	24
PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS EN LA INVESTIGACIÓN.....	25
SISTEMA DE CATEGORIZACIÓN EN EL ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	26
CAPITULO IV. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
DESCRIPCIÓN Y ARGUMENTACIÓN TEÓRICA DE RESULTADOS	30
CONCLUSIONES.....	30
RECOMENDACIONES.....	31
BIBLIOGRAFÍA	32
ANEXOS.....	39
ANEXO A.....	39
<i>Esquemas Entrevistas.....</i>	<i>39</i>
ANEXO B	41
<i>Esquema de Encuesta.....</i>	<i>41</i>

Índice de tablas

Tabla # 1	28
Tabla # 2	29

Introducción

La producción bananera es una de las principales actividades que permite la estabilidad económica del país, debido a la exportación del banano a muchas partes del mundo, es de gran importancia destacar la permanencia de la actividad bananera dentro de la economía del país, debido a que la exportación de banano conserva una posición sustentable antes y después del boom petrolero, llevando así que se generen divisas y fuentes de trabajo para los ecuatorianos.

En ciertos países exigen que los exportadores cumplan ciertos requisitos generales para aceptar los productos, ya que insisten en prevenir los riesgos en la salud de los habitantes protegiendo así también sus intereses; cuando existe un problema debido al incumplimiento de algún requisito sobre todo que afecte a la salud, las autoridades competentes pueden llegar a suspender el envío de cierto producto con la finalidad de tomar medidas cautelares beneficiando a todos y delegando más responsabilidad al país que sin intención pudo causar daños a una población.

Debido a que existen muchos problemas de desigualdad al momento de comercializar las cajas de banano, surgen en el país los diferentes gremios para ayudar al pequeño productor que no tiene las mismas oportunidades en el sector o mercado que los productores grandes y su propósito se centra en incursionar dentro de mercados con comercio justo, buscando con esto la posibilidad de ser integrados a la economía popular y solidaria, de manera que estos pequeño productores puedan vender su fruta a un precio no tan por debajo del estipulado.

Para tener una mejor perspectiva del tema de este análisis de caso se seguirá un esquema definido el cual consta en cuatro partes o capítulos, en el primer capítulo se hablará de las generalidades del objeto de estudio, donde se comenzará definiendo las palabras claves para que exista un mayor entendimiento y lograr con esto comprender el tema central, luego se analizará las variables con las que se va a trabajar, la variable dependiente que viene a ser la gestión de compra y venta ósea la gestión comercial y la variable independiente que es la ventaja competitiva que existe en conjunto con la primer variable para lograr un mejor entendimiento del tema; después se analizará las perspectivas macro,

meso y micro del objeto de estudio, es decir, se indagará las incidencias a nivel mundial, a nivel nacional y a nivel de la ciudad. Se investigará también sobre hechos de interés o hechos relevantes que existen dentro y fuera del país, que tomando referencia de ellos se pueda expresar la relación entre productores nacionales e internacionales. Y por último tenemos los objetivos que van desde los específicos que después conllevan al establecimiento del objetivo general, en el cual se centrará la investigación.

En el segundo capítulo se hablará de la descripción del enfoque epistemológico indagando sobre los antecedentes del objeto de estudio, el origen en general a investigar, las escuelas de pensamiento que predominan en el tema de nuestro proyecto, los modelos actuales existentes en nuestro medio para poder desarrollar la investigación, y los indicadores que nos ayudarán a medir o comparar resultados, por otra parte a través de las bases teóricas de investigación que se sustentarán a través de distintos papers de revistas o investigaciones relacionadas a nuestro tema.

En el tercer capítulo se explicará el proceso metodológico que se utilizó para describir el tipo de investigación, aquí se sustentará a través del diseño tradicional de investigación que se decida utilizar para la investigación que puede ser bibliográfica, de campo, experimental o analítica, para esto se tomará de referencia el tema que se desea analizar, en este capítulo se escribirá el proceso con el que se recopiló los datos ya sea por medio de encuestas, entrevistas, entre otros y también se buscará un sistema de categorización para ser utilizado en el análisis de los datos recolectados.

Por último en el capítulo cuatro encontraremos los resultados de la investigación, comenzando con una descripción y argumentación teórica de todos los resultados encontrados durante la investigación, esto se realizará mediante la implementación de tablas o gráficos estadísticos con su debido análisis, las conclusiones se darán en base de los objetivos y por cada conclusión se tendrá que hacer su respectiva recomendación.

Capítulo I: generalidades del objeto de estudio

Definición y contextualización del objeto de estudio

Antes de embarcarnos en el estudio de los aspectos específicos se realizará la definición de las palabras claves que servirán para la contextualización de la variable dependiente e independiente de este proyecto. Se comenzará por la búsqueda de la palabra gestionar, que según (Española, 2016) nos dice es ocuparse de la administración, organización y funcionamiento de una empresa, actividad económica o cualquier otro organismo, es decir que gestionar es la acción de realizar diferentes actividades o diligencias que alcanzan el perfeccionamiento de una operación comercial; así mismo realizando la investigación del significado de comercialización donde (Española, 2016) nos dice que es la acción y efecto de comercializar, analizando y complementando estas dos palabras se podrá indagar en la gestión comercial como variable dependiente, donde encontramos que es la función encargada de abrir oportunidades en el exterior para la empresa y de hacerla conocer, esta también se encarga de resolver dos problemas fundamentales como la participación en el mercado y la satisfacción de los clientes, desarrollando así una innovación en la calidad y demostrando la importancia del cliente dentro de la empresa con atención eficiente y eficaz.

Según (Borja, Lagos, y Francisco, 2010) dice que la gestión comercial lleva a cabo la relación del intercambio de productos entre la empresa y el mercado, analizando esto podríamos decir que la gestión comercial constituye el última etapa del proceso productivo que es la comercialización del producto que la empresa oferta, seguido de diferentes estrategias que dicha empresa debe de encontrar para fidelizar y atraer más clientes, mediante la gestión comercial se examinará el estudio del ambiente externo y las capacidades que tendrá la organización con la finalidad de poder determinar las principales amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas.

Ahora se hablará de la variable independiente que en este trabajo es la ventaja competitiva, normalmente conocemos que es una ventaja en cualquier aspecto o característica diferencial que una empresa posee antes sus competidores dentro del mismo mercado o sector nos dice CreceNegocios (2015), permitiéndole desarrollar un excelente desempeño,

con la capacidad de alcanzar mejores rendimientos que la competencia que serán sostenibles con el tiempo.

Una ventaja competitiva según Chacón (2009), puede surgir de una prestación adicional a un producto o servicio, a una buena imagen, a un precio considerado o a una ubicación estratégica, otorgando con cualquiera de estas u otras ventajas una posición monopólica parcial, ya que sería la única empresa con dicho plus. Sin embargo, al poseer una ventaja debemos considerar que no solo se trata de marcar la diferencia sino de ser los mejores cuando los clientes sean los jueces, ya que solo se consideraría una ventaja si los consumidores la valoran como tal.

Debido a que una empresa a través de una ventaja competitiva logra adquirir un rendimiento superior, esta debe ser resistible a largo plazo ya que el potencial de la organización depende directamente de ella Collaguazo (2014), pero la empresa no debe confiarse ni mantenerse solo con una ventaja competitiva sino que debe estar constantemente indagando en busca de ese plus que hace falta en el producto o en el servicio otorgado a sus clientes para de esta manera lograr un mejor desempeño y llegar a ser líder en el mercado. Para resumir lo anteriormente dicho se citará a Porter (2015), que nos dice que “la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible”.

Porter, (2015). Nos indica que existen dos tipos básicos de ventaja competitiva que son: liderazgo por costos y diferenciación, estos dos mencionados podrían ser estrechados o acercados muy ampliamente donde surge una tercera ventaja competitiva que es: el enfoque. El liderazgo por costos se da cuando una empresa realiza sus actividades de manera que los costos de producir cada producto sean menores a los de otro competidor y debido a sus precios bajos pero igual calidad llega a ser preferido por sus clientes ya que algunos solo se fijan en el precio al momento de realizar una compra.

La diferenciación según Porter (2015), significa que una organización tiene una propiedad diferencial que la competencia no posee y esto le permite colocar un precio superior comparado con otros, ya que el cliente comprará el producto sin depender de su costo. La

ventaja por diferenciación siempre debe estar en lucha por ser la única en el mercado, debido a que cualquier empresa incorporar algo nuevo al producto o servicio dejando a nuestro producto como obsoleto; la diferenciación puede ser aplicable en el producto, los canales de distribución, en el marketing, en la imagen o el servicio que brinda.

Al hablar de la ventaja por enfoque Porter (2015), dice que incluimos conjuntamente las dos ventajas mencionadas anteriormente, con la única diferencia que esta consiste en buscar un segmento no atendido en el mercado y a través del lanzamiento de un producto diferente poder poner el precio que veamos más conveniente, sin embargo hay que tener en cuenta que no cualquier empresa podrá lograr alcanzar ambas ventajas solo las más competentes y privilegiadas.

En resumen una ventaja competitiva es una mejoría con la que una empresa marca la diferencia en comparación con otras, también se considera que una empresa tiene ventaja competitiva cuando su rentabilidad es superior a la rentabilidad promedio del mercado de la que se desenvuelve; para que una ventaja competitiva sea efectiva debe cumplir con algunos requisitos como por ejemplo no debe ser fácilmente imitable, debe ser sostenible en el tiempo, debe ser aplicable a cualquier situación que enfrente la empresa y debe estar relacionada con el núcleo en el que se desenvuelve la compañía.

Estado, (2009). Para continuar con el proceso investigativo de este proyecto se analizará los aspectos macro, meso y micro del objeto de estudio, para lo cual se comenzará con un análisis general del cultivo del banano que normalmente se consume preferentemente fresco y de forma inmediata, el banano es un alimento de primera necesidad sobre todo en zonas tropicales y su producción se encontrará asociado su cultivo con el del café, forestales y frutales, con la producción lechera y la horticultura; la fruta del banano es la fruta más exportada en el mundo, tanto por valor económico como por su volumen; debido a los aumentos del consumo per cápita y la población mundial, el consumo del banano ha ido creciendo a través de los años, los países como Rusia y los de la Unión Europea han ido contribuyendo a este comportamiento.

Rubio, (2007). Las diferentes tecnologías de producción usadas para el autoconsumo y la exportación tienen muchas diferencias, tanto así que los analistas han decidido tomarlas como dos actividades distintas, para la primera se realizará una producción a pequeña escala, como para la venta en supermercados hacia las familias que al encontrar el producto a bajo costo y al compararlo con otros deciden que es accesible para su compra y consumo, mientras que para la exportación se emplean insumos de tecnología sofisticada que deben cumplir ciertos estándares de calidad para llegar a ser exportados.

Ecuador, (2016). La producción del banano concierne aproximadamente al 12% de todas las frutas del mundo, por lo general se caracteriza por ser cultivado de modo de monocultivo cuando es con el afán de exportar; este producto es parte de un complejo sistema de producción y distribución, por lo tanto intervienen muchos productores quienes se encargan de distribuir el producto al consumidor final; en el transcurso de la producción de la fruta el agricultor podrá encontrarse con factores limitantes como lo son las enfermedades o plagas causando una fuerte reducción del rendimiento y esto no es favorable para cumplir los estándares de exportación.

Molina, (2015). En la actualidad según estudios realizados por la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en el Ecuador nos dice que debido a las diferentes dimensiones demográficas y los hábitos de consumo, el mercado Europeo para banano se ha convertido en un mercado maduro, mientras que en los países de niveles bajos, el banano es considerado como un producto ancla para los diversos supermercados debido a su bajo precio de venta al público.

Elbehri, Calberto, Hospido, Skully, y Staver, (2015). Las nuevas tendencias encaminadas al cambio climático global han hecho que la industria del banano se vea en la obligación de mostrar al consumidor las garantías en la producción y mercadeo, esto quiere decir que las personas se percatan de aspectos como la calidad, la seguridad con la que el producto llega, la certificación del banano, si es o no amigable con el medio ambiente y el precio, siendo así que el productor se ganará la confianza de sus demandantes, y por estas razones en este tiempo de globalización la agricultura parece ser a forma más idónea para la reestructuración de la actividad económica, en otras palabras se diría que existe la

posibilidad de que se regrese a producir al campo, dándoles prioridad al sector alimenticio en la economía mundial.

Agroideas (2014). En la antigüedad las fincas bananeras fueron formadas en áreas de bosques tropicales causando con el tiempo cambios en el ambiente como la pérdida de la erosión del suelo, la disminución de biodiversidad y desequilibrios químicos, biológicos y físicos del suelo, por ende ahora es necesario modificar el sistema de producción bananera con innovaciones que ayuden a la reducción de agroquímicos para la producción del banano, garantizando de esta manera el mantenimiento e incremento de la vida de los suelos de las bananeras, llegando con esto a reducir también la contaminación ambiental.

Fuenmayor (2015). Debido a las buenas condiciones ecológicas y climáticas que existen dentro de nuestro país, bendecido por su maravillosa naturaleza, ha admitido que los pequeños y grandes productores sean partícipes de la explotación de banano orgánico, el rojo, seda, oritos asegurando así la posibilidad de una demanda mundial de 365 días del año, construyendo de esta manera fuentes de trabajo que van desde la siembra, manejo y control de plantaciones, llevando organizadamente el corte y traslado de la fruta a las empacadoras, donde se encargan de dar previo tratamiento al embalaje y traslado a los puertos de embarque.

Pero existen varias razones por las cuales se rechaza el banano ya sea por maltrato por empaque, suciedad o cochinilla, quema por el sol, daños causados por insectos, demasiado o poco grado de madurez, cortes realizados por cuchillo, dedo corto o daño por flor de esto nos informan Smith, Velásquez, Zuñiga, y Jesús (2011).

Sotomayor, (2008). Este proceso se da aproximadamente en doscientas mil hectáreas de banano sembradas en el país, lo cual hace al Ecuador capaz de abastecer a otros países con una fruta optima en calidad, cosechada casi orgánicamente ya que usa niveles de agroquímicos bajos para tratar enfermedades como: sigatoka negra, sigatoka amarilla, mal de panamá, moko, cochinilla (fumagina), virosis (mosaico), picudo, nematodos (espeque) y elefantitis; dándole esto una ventaja y llevándolo a ser superior comparada con la competencia, pero mantenerse con el liderazgo dentro del comercio mundial de la fruta de

banano es igual a un reto de todos los años calendarios para el gobierno, productores y exportadores ya que deben enfrentar un mercado muy competitivo y altamente dinámico en los procesos productivos y de mercadeo.

La sigatoka negra por el momento es considerada como la enfermedad de mayor importancia nos dice Cuéllar, Alvarez, y Castaño (2011), debido a que afecta a los cultivos de banano en el mundo provocando desórdenes en el crecimiento de el cultivo, que produce el bajo rendimiento haciendo que la fruta no sea exportable.

Según Valdivieso, (2015) en el contexto de la economía del país debemos recalcar la actividad bananera ya que si revisamos en la historia la exportación de la fruta dentro del comercio exterior, mantiene una posición relevante como generador de empleos para los ecuatorianos tanto del campo como de la ciudad, siendo así el mayor rubro de producción gracias al esfuerzo de los diferentes productores y exportadores que se encuentran en lucha por mantener este liderazgo dentro del mercado internacional del banano, manifestándose en iniciativas para recuperar, ampliar y buscar nuevos mercados, a través de la definición de políticas, delineamiento de estrategias y reforzando los canales de distribución impulsando los objetivos a ampliar la venta de fruta.

El país se encuentra posesionado como uno de los primeros exportadores y productores bananeros en el mundo, dentro del comercio mundial esta fruta representa el 32% y el 3,84% del producto interno bruto; estas exportaciones cumpliendo las exigencias de las diferentes normativas pueden exportar, caso contrario quedará como banano de rechazo que nos dice Martínez, Lapo, Pérez, Zambrano, y Maza (2015), que se destinará para alimentación humana y animal.

Fierro y Villacres, (2014). Ecuador es el principal exportador y tiene el cuarto puesto como productor de banano en todo el mundo, esto conlleva a que los productores y exportadores estén constantemente esforzándose por permanecer en el liderazgo del mercado internacional de la fruta del banano, decidiendo así buscar iniciativas encaminadas a la ampliación, recuperación y búsqueda de nuevos mercados, a través de la delineación de estrategias y definición de políticas orientadas a propósitos que impulsen al desarrollo de

más ventas de banano hacia un crecimiento en las exportaciones del Ecuador a los diferentes países.

Existe diversidad de sistemas de producción en el Ecuador que van desde el sistema de drenaje, el riego, las claverías y la necesidad de la mano de obra es de un solo trabajador por hectárea en donde dependiendo de las innovaciones tecnológicas que tengan podrá hacer un máximo de cajas considerable para obtener un buen rendimiento.

Según el Ministerio de Agricultura G. A., (2015), se podría considerar al mercado ecuatoriano como un monopsonio al momento de exportar por lo que puede establecer un precio diferenciado entre compradores, pero esto también dependerá de los distintos convenios que existen entre productores y transnacionales, en donde se establecerá el precio por caja, el periodo con el cual deberán entregarse las cajas y el método tecnológico que usarán en la producción. El banano de nuestro país es reconocido mundialmente por su calidad y sabor, convirtiéndose en el más cotizado dentro del mercado internacional como en Europa, Asia y América del norte.

Pedrerros, (2015). Una de las provincias que constituye uno de los pilares fundamentales de desarrollo más importantes en el país a través de la exportación de banano es El Oro, que cuenta con 14 cantones de los cuales sobresale uno: Machala, conocida como: “La Capital Mundial del Banano”, obtuvo este nombre debido a que en esta ciudad se concentra un gran movimiento monetario basado en la exportación de banano que actualmente representa un gran porcentaje en el comercio internacional de productos de primera necesidad en el Ecuador. De Puerto Bolívar ubicado a las afueras de la ciudad, salen embarcaciones transportando miles de toneladas de banano, destinadas a diferentes partes del mundo.

Carrión, (2013). Debido a que es una ciudad pequeña existen grandes y pequeños productores de banano, al decir grandes se hace referencia a los bananeros que cuentan con extensas hectáreas y son ellos mismos los encargados de realizar el proceso de producción de fruta al exterior sin intermediarios, convirtiéndose en productor y exportador en cambio los pequeños productores de banano no cuentan con un acuerdo fijo para vender a una

empresa exportadora que se encargue de enviar las cajas al exterior, por estos motivos esta minoría se ve en la obligación de buscar la forma de asegurar sus producción y así nacen los gremios de pequeños agricultores, en la ciudad de Machala encontramos al Centro Agrícola Machala, el cual se encarga de hablar por los pequeños productores cuando existen diversos inconvenientes.

Uno de los principales inconvenientes según Mercado, (2006) de ciertos productores vulnerables se dan al momento de establecer un precio, debido a que existe una cadena donde el exportador se rige al precio del gobierno, pero el productor muchas veces para cubrir su –cuota–semanal de cajas de banano se ve en la obligación de pedir ayuda a un pequeño productor el cual accede por no dejar perder la fruta, en este proceso el productor se aprovecha de la situación e impone un precio muy por debajo del que a él le pagarán.

Aquí es donde surge la modalidad fairtrade conocida también como comercio justo, propuesta creada no solo con el fin de mejorar la situación de los productores desfavorecidos sino que también procura establecer una serie de principios como generación de trabajo, el cuidado del medio ambiente, la no explotación infantil y el comercio justo en sí, mediante imposición de normas ambientales y sociales, manteniendo su situación económica, nos dice Friant, (2016).

Hechos de interés

Históricamente el Ecuador según Arévalo (2015) ha atravesado por cuatro etapas que comienzan con el auge del cacao que se dio desde 1860 a 1920, luego surge el boom bananero desde 1948 a 1972, convirtiéndose en 1952 en el primer exportador de banano del mundo pero después llega el auge del petróleo desde 1972 a 1980, continuando aún la exportación del banano pero en los años 1982 y 1983 debido a que el fenómeno natural de El Niño causó un devastador daño en las plantaciones en el país cediendo así su liderazgo en el mercado a Costa Rica, país que se encontraba segundo a nivel mundial, pero en el año de 1984 Ecuador se recuperó y vuelve a ocupar el liderazgo que actualmente lo mantiene.

Pedrerros, (2015). Debido a la capacidad que tiene Ecuador de combinar los recursos de trabajo, inversión, técnica, administrativa y económica adquiere sus ingresos de dos fuentes como lo son la exportación de banano y la extracción de petróleo, y gracias a la diversa naturaleza existente en el país este se especializa en la agricultura a costos bajos. Después de la II Guerra Mundial, la exportación de banano en el Ecuador tuvo mayor impulso, comenzando a producir en grandes cantidades, y obtuvo más fuerza cuando los países de Centro América se vieron afectados por la enfermedad del banano conocido como mal de Panamá, es allí cuando el país toma una ventaja ocupando el primer lugar en exportación de banano.

Elbehri, Calberto, Hospido, Skully, y Staver, (2015). Más de 150 países del mundo se encargan de cultivar banano, razón por la cual se cree que existen aproximadamente casi 1000 variedades de banano, que se encuentran subdivididas en 50 grupos; debido a las propiedades nutritivas como fibras, carbohidratos y por ser rico en potasio, ácido fólico y magnesio las personas se han dado la oportunidad de fabricar diversos productos ya que el consumo del banano se puede dar cuando está maduro y se lo consume crudo y cuando esta verde creando variedades de productos ya sea fritos, asados, en jugo, también se realizan harina o bebidas alcohólicas cuando se pone a secar y luego se muele.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Investigar la gestión comercial como ventaja competitiva entre pequeños y grandes productores bananeros en la ciudad de Machala.

Objetivo Específico

Determinar la eficiencia de la gestión comercial entre pequeños y grandes productores en la ciudad de Machala.

Identificar la ventaja competitiva entre los pequeños y grandes productores de banano

Establecer los efectos que tienen el comercio justo o fair trade dentro de la gestión comercial.

Capítulo II. Fundamentación teórico-epistemológica del estudio

Descripción del enfoque epistemológica de referencia

Para hablar del banano o los conflictos existentes entre sus productores, sean estos grandes o pequeños necesitamos conocer a fondo todo lo que engloba el proceso de esta fruta, así que antes de adentrarnos en el tema de estudio empezaremos por generalizar e indagar en todo lo referente al objeto de investigación.

Inversiones, (2013). Sabemos que el banano es un fruto muy antiguo, se considera que su origen surge en el Sureste Asiático, específicamente en Malasia, Indonesia y Filipinas, donde actualmente se encuentran variedades de banano, existen escritos de que en Nueva Guinea desde 5000 a.C. fue donde comenzó el cultivo de banano, aunque se cree que desde 200 d.C. fueron los chinos los primeros en cultivar la fruta, luego en 650 a.C. llega a Palestina a través de los conquistadores islámicos y poco a poco los comerciantes se encargaron de difundir el banano en casi toda África al igual que los exploradores en América Central. La mayoría de los autores que han estudiado sobre el tema de la fruta del banano creen que llegó al mediterráneo después de la conquista Árabe en el año 650 d.C.

Nos dice Arroba (2001), el banano fue llevado desde Portugal por algunos misioneros a las Islas Canarias en 1502, donde junto a los españoles se dedicaron a llevar con ellos la fruta y la cultivaron. En 1516 se estima que se comienza a sembrar banano en Santo Domingo, de donde luego se esparcirá por todo en el Caribe y luego del descubrimiento de América en América Central, pero a finales del siglo XIX el banano fue objeto de exportación para otros países, en 1899 la compañía estadounidense United Fruit Company predominó en las ventas de banano comenzando con la exportación hacia América Central del 75% de banano que llevaban hasta Estados Unidos y a Europa.

Vargas J. L., (2015). Históricamente el banano se remonta a tiempos antiquísimos y debido a la variedad de productos que se pueden desarrollar a partir de esta fruta, le da un espacio dentro del mercado de frutas y hortalizas, que se encarga de la comercialización de diferentes productos terminados para consumo del cliente, siendo resultado de gestión de compra y venta internacionalmente. Hoy en día existen muchas empresas productoras de

banano y debido a que existen una gama de productos derivados del banano deben cumplir con algunas certificaciones.

S.f., (2013). Con el tiempo la demanda en Estados Unidos y Europa fue creciendo, pero debido al impacto de ciertas plagas y ciertos huracanes que arrasaron con los cultivos en Centroamérica, el gobierno vigente de esa época que era el de Galo Plaza Lasso se ve en la necesidad de modernizar la producción y exportación del banano, convirtiéndose en el primer productor mundial de esta fruta gracias a su disponibilidad de tierra fértil, su ausencia de plagas, su mano de obra barata, su clima tropical, créditos y obras que se les otorgaba a ciertos productores.

S.f., (2011). Actualmente toda variedad de banano es comestible, y aquí se dará a conocer las más comercializadas y conocidas, como por ejemplo: Banana Cavendish tiene una cascara fina aunque es menos resistente a ser transportada, hoy en día es la más comercializada y cultivada; Banana Gros Michel cuenta con una cáscara espesa, es muy dulce y es la variedad más grande que existe; Banana Gros Nain es la más cultivada en el mercado de frutas y hortalizas conocido como Orito o banana chiquita; Banana Lacatan es una banana dulce toman un color amarillo-naranja cuando se encuentra madura; Banana Roja su mayor característica es que tiene una cáscara de color rojo conocida como banana seda y tiende a ser un poco pequeña y gruesa.

Bases teóricas de la investigación

Al hablar de producción se podría decir que es el proceso por el cual la materia prima debe pasar para cumplir un objetivo, luego de realizada la transformación y a través de la utilización de diferentes medios se obtendrá un producto final, el cual mediante la gestión comercial correcta llegará a otros lados. Nos dice Schwentesius y Sangerman (2014) que depende de la empresa para desarrollar el sistema de producción más conveniente, ya que esta es la forma de conservar un nivel favorable de rentabilidad para la empresa.

Hay diferentes tipos de enfoques según Izquierdo, González, y Nuñez (2014) para estudiar la competitividad de un país, ya que la capacidad de competir dentro del mercado se definirá por las ventajas o desventajas de nuestros competidores, razón por la cual es

necesaria una estrategia de mercado, que se encargará de realizar un análisis comparativo (breachmarking) indagando en la capacidad de la empresa para poder participar en un determinado sector.

Según reporte de la FAO Agricultura (2016) la fruta de banano es la más vendida en todo el mundo y debido a su valor absoluto en la producción, se encuentra dentro del puesto cuatro dentro de los cultivos alimenticios con más relevancia en el mundo, se localiza después del arroz, el trigo y el maíz. Ecuador a nivel mundial es el tercer productor de banano pero es el primer exportador, gracias a los factores climáticos apropiados para el desarrollo de la fruta con excelente calidad lo ha hecho poseedor de una gran ventaja comparativa.

Ecuador no es el país con mayor producción de banano en el mundo, esta distinción se la gana la India pero somos los principales exportadores de esta fruta tropical, nos indica Sutter (2011), en el país existe una entidad que habla por los principales productores de banano llamada Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE).

Sutter, (2011). Las principales competencias que tiene el país son Colombia, Costa Rica, Filipinas, Guatemala y varios países de África, quienes en el 2010 se beneficiaron ya que Ecuador tuvo algunos inconvenientes debidos al mal tiempo, pero en ese mismo año en el país se festeja el lanzamiento ECUBEX, un nuevo servicio de transporte que llevará las cajas de bananos y otros productos desde el Puerto de Guayaquil a San Peterburgo, esto se da gracias a la Empresa Maersk, los efectos de este servicio se evidenciaron pronto cuando las importaciones rusas de fruta alcanzaron niveles record, aunque el país ha pasado por mucho inconvenientes, de tener altos y bajos siempre ha superado todo esa es una de las razones por las que seguimos estando en el primer lugar como exportadores.

Normalmente a los productores les importa mucho conocer la eficiencia productiva que proporciona cada uno de los lotes de sus fincas, asimismo les es indispensable poder reconocer las diferentes causas de mayor o menor productividad comparada con la competencia, para esto además deben realizar primero un estudio para delimitar las variables y estrategias que se deben aplicar a cada zona, así nos dicen Castañeda,

Jaramillo, y Cotes (2014) que nos proporcionan una serie de métodos que nos permitirá seleccionar ciertas variables edáficas que representan a la producción de la fruta de banano.

El primer método que veremos será el del procedimiento por pasos hacia adelante y hacia; otro método es el de regresión de Avance por Etapas es similar al anterior, tenemos también tres métodos de encogimiento: Arista de regresión (LAR), Lasso, encogimiento mínimo ángulo de regresión, estos los utilizará un especialista para determinar lo antes mencionado y poder conocer la precisión de la estrategias al momento de producir ya que no contaba con las propiedades necesarias.

El cultivo de la fruta de banano es favorecida en suelos con profundidad, con buen drenaje interno, con los que cuentan con ausencia de salinidad, un pH no restrictivo, es decir ligeramente ácidos y ligeramente alcalino y con bajos contenidos de carbono de calcio, todas estas características ayudan en el desarrollo de las raíces de la planta según Cigales y Pérez (2011), debido al sistema de raíces debe de ser resistente a la sequía, caso contrario de no cumplir con estas características las raíces son poco profundas, sin fuerza para penetrar en el suelo, sin poder extraer suficiente agua, de lo contrario esto conlleva a que el suelo se limite para proporcionar suficiente humedad al cultivo y no podrá reaccionar cuando exista sequedad debido a la deficiencia de agua, además de que el suelo debe cumplir con ciertos factores físicos y químicos, otro de los parámetros hídricos que tiene mucha influencia en el cultivo es el clima, debido a que este debe de ser tropical para tener una mejor producción, también se necesitará de un sistema de riego que disminuya la salinización y ayude a tener una mayor y mejor productividad.

Castañeda, Jaramillo, y Cotes , (2014). Cuando hablamos de sistema de riego hablamos de una organización para llevar un control periódico y continuo del clima y otros factores, para poder desarrollar estrategias que nos ayuden a fortificar los sistemas de riego, logrando con esto tener un fortalecimiento sostenible de la producción. Cuando no se cuenta con un sistema de riego fortificado encontramos afecciones negativas dentro de la producción ya que el racimo carece de peso, las manos de los racimos sale con anomalías en su peso y número, por eso antes de dedicarse al cultivo de banano para luego realizar la comercialización debemos tener presentes los diferentes factores que

influyen en el cultivo de esta fruta, empezando por un estudio del suelo donde nos dirá si se encuentra limpio, fértil y estable para poder sembrar, conociendo el grado de químicos al que hubiese sido expuesta la tierra o revisar diferentes aspectos como los antes mencionados, por ejemplo la salinidad, el pH entre otros y a través de este estudio reconocer los requerimientos hídricos con los que se cuentan o faltan.

A pesar de la importancia de contar con un suelo rico en nutrientes para el cultivo del banano debemos de contar con un sistema de riego que nos ayude a lograr nuestros objetivos como productores así que en Perú en busca de una manera de mejorar la productividad de cierto sectores, se ha creado un proyecto piloto que según AgroEnfoque (2011) pretende fortificar la parte de la organización, la re infraestructura y la comunicación de los resultados, para de esta manera asegurar un buen nivel de adaptación de la tecnología de la fruta de banano con un riego tecnificado en las bananeras que cultivan banano orgánico fortificando su competitividad en la exportación de banano orgánico.

El riego tecnificado según AgroEnfoque (2011), ayuda a la optimización del agua, comprimiendo a la tercera, casi cuarta parte el gasto del agua, logrando que los productores que se encuentran lejos de los canales de riego tengan mejor acceso y menos problemas para el riego, poniéndose en práctica el control de enfermedades que muchas veces es causado por el riego de inundación, este proyecto implica un nuevo punto de partida hacia la mejora competitiva y un implemento al sistema comercial, desde el punto que los costos de producción y comercialización serán menores.

Afortunadamente en nuestro país los recursos hídricos son pródigos, que nos hacen merecedores del primer puesto en exportación de banano. Nosotros contamos con suficiente agua para utilizar ya sea en época lluviosa o en época de sequía y esto se debe a la irregular distribución temporal y espacial de las precipitaciones nos informa el Ministerio de Agricultura G. A., (2013); mantener esta programación y manejo de un recurso tan importante como es el agua, ya que tiene como finalidad poder determinar la cantidad de agua que se debe aplicar y la manera que se lo debe hacer, esto nos dice Caicedo, Balmaseda, y Proaño, (2015).

Pérez, Francesena, Espinoza , y Castellanos, (2014). Existen indicadores agroambientales que sirven como instrumento clave para inspeccionar el desempeño ecológico de la agricultura, realizando un alcance de tendencias en cuanto al impacto que tiene con el ambiente, proporcionando así información para poder evaluar los efectos de la composición de las inquietudes agroambientales en relación a las políticas. En la actualidad hay 24 indicadores pero se encuentran repartidos en 8 ámbitos como son: energía, uso de plaguicidas, densidad, uso de agua, suelo, tierra, consumo de fertilizantes, aire y cambio climático.

El banano proviene de una planta conocida como herbácea de gran tamaño, dotada de un rizoma que vendría a ser la raíz, contiene un tallo que llega a su vida útil cuando su fruto madura y luego brota otro tallo a partir de las yemas del rizoma, sin importar las veces que el tallo salga la firmeza del banano cambia lentamente, aunque al ir creciendo puede ocurrir cambios en la acidez de la pulpa y en el pH nos dice Barco, Burabano, Medina, Mosquera, y Villada, (2009). Esta fruta ha abordado estudios relacionados con la aplicación de ceras para recubrir ciertas rutas ya que al utilizarla como cera se convierte en una barrera que protege de gases y vapor de agua, además sirve como medio de transporte para los agentes antimicrobianos y antioxidantes.

La planta de banano como se ha dicho en esta investigación favorece a los productores y a los importadores pero no sólo las personas se benefician de esta planta también lo hacen los animales, un ejemplo claro se evidencia en el trabajo de Vereza, Antón, y Solórzano (2010), donde realizada una investigación se registró que las aves, sobre todo las migratorias prefieren un hábitat con baja contaminación, es decir prefieren cultivos amigables con el ambiente y la planta de banano sobre todo banano orgánico ayuda a la avifauna.

Del banano pueden derivarse diferentes productos pero debido a su abundante contenido de agua que le da una vida corta en anaquel debe ser consumido en fresco, pero su valor nutricional es muy importante en la salud se convierte en una materia prima lista para ser procesada, alargando su vida útil y ofreciendo otras maneras de consumo, la fritura es una técnica antiquísima utilizada para el procesamiento de los alimentos y debido a la

popularidad de los productos fritos aceptados por personas de todas las edades ha generado el interés de personas emprendedoras y comercializar el banano de otra manera nos dice Rodríguez, Zuluaga, Puerta, y Ruiz, (2013).

Escalante , et al. (2013). Así también otra forma de comercializar este producto nutritivo en carbohidratos, vitaminas y minerales, podría ser como jugo de banano a través de la utilización de enzimas para ayudar a la liberación y a la extracción del jugo aumentado de manera significativa su rendimiento, pero para realizar la extracción es necesario utilizar métodos mecánicos y esto puede hacer que el jugo salga turbio con un color gris.

En Nueva Zelanda se ha realizado un estudio para otro método de utilización del banano, el cual consiste en analizar cuál es la influencia de este en la reproducción de los conejos determinando el costo beneficio de los tratamientos; aunque normalmente el banano se cultiva para exportación o consumo de los habitantes, existen cantidades de fruta que podrían emplearse como alimento para los animales ya que contiene una fuerte cantidad de carbohidratos, Sánchez, y otros (2012).

A través de la búsqueda de conseguir que el mediano y pequeño productor se asocie a los gremios y pueda conseguir obtener una ventaja competitiva, se desarrollan proyectos para que además de ganar más dinero y mejore la calidad de educación de sus hijos pueda llevar a su hogar un ambiente de confort en todos los aspectos nos dice Agroideas, (2014).

Pineda, Díaz, & Pérez, (2014). Ya que día a día nosotros nos convertimos en los consumidores, seleccionando el producto que cubra nuestras necesidades y deseos, pero no nos preocupamos de las personas detrás del proceso para obtener dicho producto, por eso surge la idea de incluir a los productores a la utilización de comercio justo.

También dentro de estos proyectos los productores tendrán un mejor manejo integrado para las plagas y su gestión de calidad debido a que estos son puntos críticos para el desarrollo del cultivo de esta fruta, destacando el logro de ser competitivos al preocuparse en el medio ambiente que engloba salud, bienestar y seguridad de los trabajadores, los consumidores y también los animales así nos lo indica Hualtaco, (2014).

La ciencia se encuentra constantemente generando resultados útiles para la sociedad, y cuando se trata de aportar al medio ambiente, el compromiso es más exigente a tal punto que el agricultor se inclina por lo natural así nos dice Echeverri (2013), en esta manera los encargados buscan la sustancia que se aplique contra el hongo patogénico y sirva para a la protección de la fruta del banano a través del uso de productos naturales.

Es muy importante que los productores sean grandes o pequeños sepan la mejor manera para poder tratar las plagas en la producción de banano, una de las plagas que ha tenido relevancia para los productores es la sigatoka negra según nos indican Morales, Dávila, y Romero (2015), el método convencional para proteger la planta era a través de plaguicidas químicos pero debido a los avances en la ciencia se ha lanzado una alternativa de aplicación de plaguicidas naturales, que han demostrado atacar la plaga sin dañar la planta, el uso de este tipo de plaguicidas son una opción económica y más segura que los pesticidas o fungicidas habituales, por eso es preciso indicar que este uso de tecnología ayuda a educar al productor para que se encuentre preparado en la aplicación de estas nuevas tecnologías que requieren preparación y reducen la incidencia de daños a la planta por la enfermedad.

Una vez controlada la producción a través de un riego tecnificado, llevando control de cada proceso que debe cumplir la planta y previniendo enfermedades de la planta a través de la utilización de plaguicidas orgánicos se procede a la preparación para la exportación la cual seguirá una cadena de logística, esto quiere decir que se realizará a través de un servicio, desde el punto de origen hasta que llegue en buen estado a manos del consumidor final Fierro y Villacres, (2014).

En el 2013 la exportación de banano hacia los Estados Unidos era decreciente, razón por la cual mediante una investigación se determinó que los puntos débiles a solucionar se encontraban en los precios, en asociar a las pymes exportadoras, en reducir los costos en fletes, en disminuir la brecha que existía en el precio con la competencia y en la eliminación de intercambios que no eran necesarios.

Tiempo atrás el comercio en el mundo se daba a través de un intercambio desigual que perjudicaba a los países con escasos recursos, ya que el pequeño productor debía conformarse con un precio muy por debajo del que normalmente se compraba, pero nos dice Justo (2007), que en 1959 nace el comercio justo también conocido como comercio alternativo, donde el objetivo principal es mejorar la entrada de aquellos productores desfavorecidos para que tengan igual oportunidades que aquel productor grande, mediante respectivas asociaciones o gremios, logrando que lleguen a una autosuficiencia en su economía.

En el país existe una entidad llamada Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo que se encarga de dirigir este proceso de comercio, representando a los pequeños productores para de esta manera garantizar igualdad y beneficios para toda las familias de los pequeños productores. Según García (2012), los impactos del comercio justo van desde el impacto social hasta el económico y ambiental, influye tanto que llega a mejorar la vida y el trabajo de las personas involucradas, como también su situación económica y social.

Los pequeños productores se encuentran en constante debate sobre el comercio justo, ya que ellos conocen la importancia de contar con un certificado de estos, pero muchas veces las trabas o condiciones para obtenerlo son muy exigentes que deciden mejor no concretar estas ideas, esto nos dice Coscione, (2013).

Cuando el banano se encuentra a tiempo de ser cosechado ya para que pueda cumplir con el último proceso, que es el de exportación donde a través de ciertos criterios como la apariencia y el tamaño será seleccionado en dos categorías: el banano que es para exportar y el que queda como rechazo, normalmente el que queda como rechazo es destinado para uso o consumo dentro del país, en algunos casos los utilizan como compost o sino siguen como residuos, otra alternativa según Correa, Ruiz, & Garrote (2012), es utilizar los bananos de rechazo como microorganismos, representando una ventaja económica y otra ecológica al reutilizar este residuo.

Pero existen estudios según Guevara, Arenas, Mejía, y Pelaéz (2011), que se desea implementar un sistema para producir alcohol mediante el uso de estos residuos

considerando dos aspectos importantes, primero se va a desarrollar una metodología indicada precisamente para la extracción de los azúcares, mejorando el rendimiento a través de la disminución de los costos de hidrólisis y por último reducir costos de energía en la producción mediante la obtención de más biocombustibles.

Vargas, Guillén, & Arce, (2013). Terminado el cultivo del banano, el pseudotallo cumple su vida útil pero estratégicamente se va desarrollando de su raíz otro tallo, y el anterior tallo junto con las hojas es utilizado como parte de abono para cosechar al futuro banano que crecerá vigoroso aumentado su peso, resistiendo ante las plagas y evitando problemas de pudrición prematura.

Una de las más importantes enfermedades que suelen observarse en la postcosecha de la fruta del banano según Aguilar, García, Dulanto, y Maldonado (2013), es la pudrición de la corona, que deteriora la calidad del banano razón por la cual se convierte en una problemática para exportar.

Luego de hablar sobre las enfermedades que afectan al banano en el proceso antes de ser exportado, es bueno conocer que se hace o se recomienda hacer con aquel banano sobrante o que por baja calificación no puede ser exportado. Nos dicen Martínez, Villaseñor, Díaz, y Ramírez (2013), que del banano se saca un almidón, que según revelan los estudios puede ser utilizada para elaborar alimentos que requieran características como estabilizantes, espesantes y gelificantes.

Abdullah, Sulaiman, y Mohd (2013) Nos comentan que no solo se puede utilizar la fruta del banano cómo otro método de reutilización, sino existen otras partes de la planta que se pueden tomar para crear nuevos productos, como las hojas que algunas personas las utilizan como embalaje de alimentos, los pseudo-tallos llegan a convertirse en artesanías, mientras que otras partes serán utilizadas como compost para plantaciones o como alimento para distintos animales.

Otro producto que se podría elaborar según Gil, y otros (2011) sería a través de los residuos de banano de exportación, de los cuales se obtiene harina elaborada con el banano verde con cáscara, desarrollando de esta manera un producto con alto porcentaje de valor

nutricional para el mercado panificador con el que ofrece un producto saludable para sus clientes.

Para terminar Garaña & De Pablos, (2015) nos dicen que es el éxito de una pyme se encuentra en el liderazgo y gestión de desempeño de sus directores actuando junto con los colaboradores y trabajadores, desarrollando estrategias para su autogestión y potenciando valores claves haciéndolo más competitivo en el mercado.

CAPITULO III. PROCESO METODOLÓGICO

Diseño o tradición de investigación seleccionada

Este proyecto investigativo se ha realizado bajo el método deductivo – inductivo, en la que se emplea la investigación Científica, donde de varios puntos escogidos se generará un punto general que nos servirá para poder cumplir con los objetivos propuestos de este trabajo. Cuando se dice deductivo nos dicen Chuquillanqui, y otros (2010), que consiste en presentar afirmaciones conceptos básicos o definiciones donde se van extrayendo conclusiones. Mientras que ella mismo nos dice que el método inductivo se debe razonar para obtener las conclusiones y se debe comenzar por estudiar individualmente los hechos, formulando conclusiones generales postulándose con fundamentos o principios teóricas.

El tipo de investigación aplicado a esta investigación se basa en una investigación descriptiva, exploratoria y explicativa, analizando el tema desde lo particular a lo general, la primera se la realiza al especificar las características más relevantes del problema describiéndolo como es y cómo se manifiesta, la siguiente se da conforme avanza la investigación según se realicen las entrevistas para tener información y sustentar los resultados y la última se realiza un análisis explicando la relación de las variables.

Entre las técnicas utilizadas para realizar esta investigación encontramos la técnica de investigación bibliográfica que consta en analizar un determinado problema, con el fin de conocer antecedentes históricos a través del estudio de diferentes artículos de diferentes revistas científicas, documentos web y tesis en relación al tema investigado, con el propósito de saber cuáles han sido las contribuciones científicas en el pasado y así poder establecer la diferencias comparando con la actual realidad y será plasmada en los hechos de interés de este trabajo.

Otra técnica que se utilizó es la investigación de campo, que no es otra cosa que un estudio mediante los hechos que se producen en la realidad y en esta investigación se ha realizado entrevistas aplicadas a la responsable de la Unidad de Banano del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) la señorita Abogada Lucy Berrezueta Alvarez y al Sr. Paúl González Presidente del Centro Agrícola de Machala para

a través del contacto directo entre el investigador y la realidad se pueda conocer los diferentes puntos de vista respecto al tema y de esta manera poder recolectar y registrar la información.

Proceso de recolección de datos en la investigación

Debido a que existe un gran número de productores de banano en la ciudad se recurrió a las diferentes entidades que les compete contar con una base de datos donde consten los productores de banano. Se empezó por el Servicio de Rentas Internas (SRI) donde se dejó un oficio el cual nos informaron que aproximadamente en 20 días llegaría un oficio de respuesta al domicilio del solicitante.

Como segunda fuente de información se recurrió al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), dejándole un oficio a la señorita Abogada Lucy Berrezueta Alvarez, el cual es mismo día ya fue ingresado en el sistema QUIPUX Gestión Documental que informó que en dos días llegaría la información solicitada a ese sistema; otra fuente para la obtención de información sobre pequeños productores fue el Presidente del Centro Agrícola de Machala, el señor Paúl González.

Las respuestas de las fuentes de información por parte del servicio de rentas internas fue una base de datos donde se encontraba una lista de las actividades comerciales con Registro Único de Contribuyentes y Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) de la provincia de el Oro, dificultando la manera de trabajar con una base de datos; mientras que por parte del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) me dio una base de datos de predios de productores de banano información que servirá de referencia para la realización de las encuestas y en el Centro Agrícola de Machala no nos supieron facilitar información debido a que es algo delicado.

Para tener una mayor comprensión del tema a tratar se realizará una entrevista a los representantes de estas entidades que expresen según su criterio cuales son las empresas que hacen la diferencia en el mercado, para después ir donde los productores y realizar las encuestas respectivas, para a continuación poder determinar los resultados de la investigación y así representarlos al final de este trabajo.

Para extraer datos estadísticos en la investigación se tomó la información de los predios de los 1323 productores bananeros de la ciudad, proporcionada por el MAGAP, para así poder extraer una muestra y poder realizar las encuestas respectivas y sacar las preguntas más significativas que respondan los objetivos, la fórmula que se utilizó fue:

$$n = \frac{N(p * q)}{(N - 1) \frac{e^2}{Z^2} + p * q}$$

N= Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

p= Probabilidad de éxito

e= Error muestral

q= Probabilidad de fracaso

Z= Margen de confianza

$$n = \frac{1323(0.5 * 0.5)}{(1323 - 1) \frac{0.05^2}{1.96^2} + 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{330.75}{1.1102254}$$

$$n = 297.91 \approx 298$$

Según el resultado de la fórmula de la muestra, el número de encuestas a efectuarse son 297.91 y debido a que el resultado debe ser un número entero tomaremos el inmediato superior que serían 298 encuestas a realizar a los productores de banano. Estas encuestas se realizarán por medio electrónico y personalmente según la facilidad de los productores, luego los datos recolectados se los registrará en el Sistema Estadístico SPSS para facilitar su análisis.

Sistema de categorización en el análisis de los datos

Primero se plasmará los resultados de las entrevistas realizadas a los responsables de las entidades antes mencionadas para así poder cumplir con lo que está en los objetivos, a continuación las preguntas más representativas donde se escribirá generalizada la respuesta

¿Qué ventajas competitivas cree usted que existen entre los grandes y pequeños productores de banano?

Ambos entrevistados concuerdan en que la producción de banano en el Ecuador es en sí una ventaja competitiva comparada con otros países, pero dentro de la ciudad la ventaja competitiva que se refleja entre los pequeños y grandes productores de banano es la relación que existe entre ambos ya que el pequeño productor depende del grande y viceversa, la primera se da en la manera cuando se va a exportar la fruta ya que el pequeño productor necesita de una compañía exportadora y para ello debe asociarse con un gran productor, y aquí surge la otra relación con la que el gran productor cuenta con el pequeño productor para poder llegar a su objetivo en cajas.

¿Cómo cree Ud. que se puede determinar la eficiencia entre pequeños y grandes productores bananeros en la gestión comercial?

La gestión comercial entre los grandes y pequeños productores bananeros según los entrevistados se podría medir a través de la comparación de las ventas o exportación semanal o midiéndolo según el comportamiento del banano cual se ha producido. En el caso de los pequeños productores se determinará su eficiencia a través de la comparación de las cajas vendidas y en el caso de los grandes las cajas exportadas.

Dentro de la gestión comercial ¿qué efectos tiene el comercio justo o fair trade?

El comercio justo o también llamado fair trade puede tener tanto efectos positivos como negativos, los cuales tienen más peso sobre los pequeños productores, concuerdan los entrevistados, los efectos positivos se reflejan en el desarrollo económico de la empresa, mejoramiento de calidad de vida de los trabajadores y sus familias y la certificación que los hace preferibles. Mientras que como efectos negativos tenemos el proceso que se debe seguir para lograr llegar a ser parte de los productores con comercio justo.

Después de haber realizado las entrevistas se procedió a hacer las encuestas a pequeños y grandes productores debido a que no se cuenta con una base de datos por separado para poder diferenciar a los productores, estos datos se los recoge a través de encuestas electrónicas y personales y los resultados en resumen fueron:

¿Cómo determinar si se cumple el objetivo de producción propuesto?

En las grandes empresas encuestadas nos supieron decir que para saber si se cumple con el objetivo se lo hace a través de índices o indicadores de resultados, primero utilizan el de cajas exportadas sobre cajas hechas para saber si el porcentaje de rechazo de cajas y buscar la solución inmediata, luego realizan la medición a través de indicadores para saber si existe o no progreso. Mientras que los pequeños productores no tienen un sistema a seguir para poder medir los resultados pero ellos llevan de acuerdo a las cajas realizadas para las cajas estimadas, realizando esto ellos ven si su producción ha sido de éxito, caso contrario intentan mejorar.

Tabla # 1

¿Con qué valor agregado cuenta para la comercialización de banano?		
	Frecuencia	Porcentaje
Ubicación	39	13%
Infraestructura	47	16%
Técnicos especializados	74	25%
Tecnología	46	15%
Ayuda entre productores	92	31%
TOTAL	298	100%

Fuente: Productores de banano
Elaborado por: Erika Girón

Según los datos que nos refleja esta tabla podemos ver que la ventaja competitiva o el valor agregado que las empresas consideran es la relación que existe entre el pequeño y gran productor de banano ya que estos dependen mutuamente y mientras exista una relación laboral con respeto no solo será beneficioso para los dos sino socialmente.

Tabla # 2

¿Qué efectos cree usted que tenga el Comercio Justo o Fair Trade?		
	Frecuencia	Porcentaje
Mejorar calidad de vida	92	31%
Aumenta desarrollo productivo	81	27%
Precio oficial	73	25%
Influencia clima y demanda	52	17%
TOTAL	298	100%

Fuente: Productores de Banano
Elaborado por: Erika Girón

Analizando los resultados que nos arroja la tabla #2 nos percatamos de que los productores concuerdan en que el Comercio Justo ayuda a mejorar la calidad de vida, ya que al hacer esto mejora la calidad de vida de todos los que se relacionan directa o indirectamente de esta producción.

CAPITULO IV. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

Descripción y argumentación teórica de resultados

Luego de realizada la investigación a través de la lectura de papers, revistas científicas, entre otros y de haber realizado entrevistas a las diferentes entidades y haber hecho encuestas a los distintos productores, podemos describir que la gestión comercial entre productores al momento de realizar la producción y comercialización de banano se convierte en una ventaja competitiva debido al afán que tienen estos dos grupos de cumplir sus objetivos haciendo que se relacionarse entre sí.

Los pequeños productores necesitan asociarse con los grandes productores para poder llegar a exportar sus cajas de banano realizadas, mientras que los productores grandes debido a su magnitud tienden a sufrir pérdidas de banano por lo que esto hace que no lleguen a cumplir con su número de cajas establecidas y es ahí cuando aparece la ayuda del pequeño productor quien le ayuda a cumplir su objetivo, aunque este no gane todos los beneficios que debe.

Conclusiones

De la investigación realizada en el proyecto determinado análisis de la gestión comercial como ventaja competitiva entre pequeños y grandes productores de banano, podemos concluir:

Que para determinar de la eficiencia de la gestión comercial se lo hace a través de la implementación de indicadores que ayuden a medir con mayor facilidad y de manera más precisa si se cumplen o no con los objetivos de producción propuestos; los grandes productores lo realizan mediante una división de las cajas exportadas sobre las cajas realizadas, en cambio a los pequeños productores se lo realizará a través de la división de las cajas realizadas sobre las presupuestadas.

Al hablar de ventaja competitiva hablamos de una ventaja en cualquier aspecto que haga diferenciar a una sector de otro, en el caso de los productores de banano la necesidad de apoyarse o ayudarse mutuamente se ha convertido en una ventaja competitiva, pero

individualmente según los resultados la ventaja que se haya en los grandes productores es la facilidad que tienen de producir y exportar la fruta por su propia empresa sin necesidad de buscar terceros, es muy diferente a lo que pasa con los pequeños productores pero en estos la ventaja competitiva es que ellos no necesitan mucho control de cómo fitosanitario o agro calidad.

El fair trade o comercio justo permite a los productores el mejoramiento de calidad de vida de los involucrados en el proceso de producción, brindándole al consumidor la seguridad de tener un producto al precio de mercado y con excelente calidad.

Recomendaciones

Luego de haber realizado el análisis de resultados del proyecto y de acuerdo a las conclusiones de la investigación se recomienda lo siguiente:

Los productores deben contar con un sistema de indicadores para medir aspectos específicos, ayudando a detectar necesidades de mejora y también a respaldar acciones.

Contar con una ventaja competitiva o valor agregado dentro de la empresa productora es importante para poder diferenciarnos de otra empresa que esta no la pueda conseguir fácilmente de esta manera, será preferida por el cliente asegurándole así una permanencia en el mercado más estable.

Se debe capacitar a los productores para que se involucren en el comercio justo, que es muy favorable para comercializar productos en iguales condiciones, ya que ayuda a evitar grandes diferencias en varios aspectos dentro de la producción convirtiendo a la empresa productora en una fuente confiable ya que cuenta con un sello fairtrade dándole ventajas en el mercado.

Bibliografía

- Abdullah, N., Sulaiman, F., y Mohd, R. (2013). Characterization of Banana Plantation Wastes as a Potential Renewable Energy Source. *National Physics Conference*, 325-330.
- Agricultura, O. d. (21 de Junio de 2016). *FAO*. Obtenido de Un mundo sin hambre: <http://www.fao.org/economic/ess/agroambientales/es/>
- AgroEnfoque. (2011). Riego Tecnificado: En Sullana, Piura con riego tecnificado mejoran la producción de banano orgánico y ahorran agua. *AgroEnfoque*, 69 - 70.
- Agroideas. (2014). Boom del banano orgánico mejora calidad de vida de productores en piura. *Agroideas*, 194.
- Aguilar, R., García, R. B., Dulanto, J. A., y Maldonado, A. A. (2013). Hongos asociados a la pudrición de la corona en frutos de banano orgánico (*Musa spp. L.*) en Piura, Perú. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental*, 81-88.
- Arévalo, C. A. (7 de Mayo de 2015). *Respositorios Utmach*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/jspui/handle/48000/33/simple-search?filterquery=ADMINISTRACI%C3%93N+DE+EMPRESAS&filtername=subject&filtertype>equals>
- Arroba, E. (24 de Febrero de 2001). *SlideShare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/efromero/historia-del-banano-ecuatoriano>
- Barco, P. L., Burabano, A. C., Medina, M., Mosquera, S. A., & Villada, H. S. (2009). Efecto de recubrimiento natural y cera comercial sobre la maduración del banano (*Musa sapientum*). *Biotecnología en el Sector Agroppecuario y Agroindustrial*, 70-76.
- Borja, Lagos, C. M., & Francisco. (2010). *Sistema de la Función Comercial*. Netbiblo.
- Caicedo, O., Balmaseda, C., & Proaño, J. (2015). Programación del riego del banano (*Musa paradisiaca*), en finca San José 2, Los Ríos, Ecuador. *Revista Ciencias Técnicas Agropecuarias*, 18-22.

- Carrión, J. (29 de abril de 2013). *El Diario Correo*. Obtenido de <http://www.diariocorreo.com.ec/noticia.aspx?idNoticia=5012>
- Castañeda, D. A., Jaramillo, D. F., & Cotes, J. M. (2014). Selección de propiedades del suelo espacialmente relacionadas con producción en el cultivo de banano. *Ciencia del Suelo*, 73 - 83.
- Chacón, O. (4 de febrero de 2009). *El Ergonomista*. Obtenido de Estrategia Empresarial. Diseño organizativo: <http://www.elergonomista.com/3ab12.html>
- Chuquillanqui, Z., Mateos, J., Noroña, V., Taípe, J., Taza, J., & Vivanco, A. (Noviembre de 2010). *SlideShare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/losqtu/2010-monografia-de-metodo-inductivo-y-deductivo-miercoles-noviembre>
- Cigales, M., & Pérez, O. (2011). Variabilidad de suelos y requerimiento hídrico del cultivo de banano en una localidad del Pacífico de México. *Avances en Investigación Agropecuaria*, 21 - 31.
- Collaguazo, A. H. (8 de Septiembre de 2014). *emprendepyme.net*. Obtenido de La ventaja competitiva: <http://www.emprendepyme.net/la-ventaja-competitiva.html>
- Correa, J. F., Ruiz, A. A., & Garrote, G. (2012). Estudio del tratamiento hidrotérmico de fruta de banano. *Revista de Química Teórica y Aplicada*, 191 - 196.
- Coscione, M. (2013). Comercio Justo y relevo generacional: La experiencia colombiana de la asociación de jóvenes agricultores del Valle. *El Ágora U.S.B.*, 279 - 539.
- CreceNegocios. (06 de Septiembre de 2015). *Crece Negocios*. Obtenido de Que es una ventaja competitiva: <http://www.crecenegocios.com/que-es-una-ventaja-competitiva/>
- Cuéllar, A., Alvarez, E., & Castaño, J. (2011). Evaluación de resistencia de genotipos de plátano y banano a la sigatoka negra. *Revista Facultad Nacional de Agronomía Medellín*, 5853 - 5865.

- Echeverri, F. (2013). La protección del banano contra la sigatoka negra por métodos no biocidas. *Revista de la Academia Comlobiana de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales*, 519-525.
- Ecuador, B. C. (31 de marzo de 2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/863-el-resultado-de-la-cuenta-corriente-para-2015-refleja-un-mayor-d%C3%A9ficit-determinado-principalmente-por-la-ca%C3%ADda-de-los-precios-del-petr%C3%B3leo>
- Elbehri, A., Calberto, G., Hospido, A., Skully, D., & Staver, C. (2015). *Cambio climático y sostenibilidad del banano en el Ecuador*. Roma: Organización de Naciones Unidas .
- Escalante , P., Ibarra, V., Puente, J. H., Chávez, A. M., Ornelas, J. J., Pérez, J. D., & Orozco , M. (2013). Optimización de la extracción enzimática de jugo de banano a partir de los cultivares enano gigante, FHIA-17 y FHIA-23. *Universidad y Ciencia*, 1-9.
- Española, R. A. (2016). *Diccionario Lengua Española*. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=9vTsXmy>
- Estado, B. C. (2009). *DDiseño, Diagramación y ´rpesado: Publicaciones Económicas*. Quito: Encuestas de coyuntra.
- Fierro, I. J., & Villacres, C. E. (2014). Diagnóstico de la cadena logística de exportación de banano ecuatoriano hacia Estados Unidos de América. *Saber, Ciencia y Libertad*, 77-90.
- Friant, M. C. (2016). Comercio Justo, seguridad alimentaria y globalización: construyendo sistemas alimentarios alternativos. *Revista de Ciencias Sociales*, 215 - 240.
- Fuenmayor, B. (18 de marzo de 2015). *Economía y finanzas internacionales*. Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/219-ventaja-comparativa-el-banano-en-el-ecuador>

- Garaña, J. M., & De Pablos, C. (2015). Factores clave en el éxito de la internacionalización de la pyme española. Propuesta para nuevo modelo organizativo. *Harvard Deusto Business Review*, 30 - 41.
- García , A. (05 de Octubre de 2012). *Eroski Consumer* . Recuperado el 29 de Julio de 2016, de http://www.consumer.es/web/es/solidaridad/economia_solidaria/2012/10/05/213567.php
- Gil, M. A., Vélez, L. M., Millán, L. J., Acosta, M. A., Díez, C., Cardona, N., . . . Villa , G. C. (2011). Desarrollo de un producto de panadería con alto valor nutricional a partir de la harina obtenida del banano verde. *Producción mas limpia*, 96-107.
- Guevara, C. A., Arenas, H. A., Mejía, A., & Pelaéz, C. A. (2012). Obtención de Etanol y Biogás a partir de Banano de rechazo. *Información tecnológica*, 19-30.
- Hualtaco, S. (2014). Acciones de la DGCA: Productores de banano orgánico buscan la certificación. *AgroEnfoque*, 50-51.
- Inversiones, D. d. (2013). Análisis del Sector Banano. *Inteligencia Comercial e Inversiones*, 10-11.
- Izquierdo, H., González, M. C., & Nuñez, M. (2014). Estabilidad de las plantas de banano (*Musa spp.*) micropropagadas con reguladores del crecimiento no tradicionales. *Biotecnología Aplicada*, 23 - 27.
- justo, C. d. (3 de Agosto de 2007). *Portal de economía solidaria*. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de reas - red de redes de economía alternativa y solidaria: http://www.economiasolidaria.org/comercio_justo
- Martínez, O., Lapo, B., Pérez, J., Zambrano, C., & Maza, F. (2015). Mecanismo de getalinización del almidón nativo de banano exportable del Ecuador. *Revista Colombiana de Química*, 16 - 21.

- Martínez, O., Villaseñor, D., Díaz, R., & Ramírez, E. (2013). Evaluación funcional del almidón de banano (*Musa sapientum*) exportable del Ecuador. *Ciencia y Tecnología de Alimentos*, 11-15.
- mercado, S. d. (6 de Noviembre de 2006). *Ecuador Inmediato*. Obtenido de http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=43501&umt=magnate_bananero_lidera_encuestas_en_ecuador
- Ministerio de Agricultura, G. A. (2013). *Plan Nacional de Riego y Drenaje 2012-2017*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/127451977/Libro-Plan-Nacional-de-Riego-y-Drenaje>
- Ministerio de Agricultura, G. A. (7 de Abril de 2015). *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca*. Obtenido de Pequeños productores bananeros de El Oro instalados sistema de riego subfoliar : <http://www.agricultura.gob.ec/pequenos-productores-bananeros-de-el-oro-instalan-sistema-de-riego-subfoliar/>
- Molina, A. B. (6 de Octubre de 2015). *Organización de las Naciones Unidas Alimentación y la Agricultura*. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/019/i3627e/i3627e.pdf>
- Morales, L., Dávila, A., & Romero, C. R. (2015). Empleo de plaguicidas naturales en el manejo de la sigatoka negra (*Mycosphaerella fijiensis* Morelet.) en plantaciones de bananos. *Revista de Protección Vegetal*, 46.
- Pedrerros, J. E. (6 de Abril de 2015). *Editorial*. Obtenido de <http://www.editorialox.com/eloro.htm>
- Pérez, R., Francesena, M., Espinoza, E., & Castellanos, L. (2014). Indicadores del crecimiento, desarrollo y rendimiento de cinco cultivares híbridos de banano. *Centro Agrícola*, 75-80.
- Pineda, M., Díaz, A., & Pérez, A. (2014). Un sistema alternativo de intercambio comercial: El comercio justo. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 1101 - 1110.

- Porter, M. (2015). Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. En M. Porter, *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia* (pág. 408).
- Rodríguez, G. c., Zuluaga, C. L., Puerta, L. F., & Ruiz, L. V. (2013). Evaluación de parámetros fisicoquímicos en el proceso de fritura de banano osmodeshidratado. *Biotecnología en el Sector Agropecuario y Agroindustrial*, 123-129.
- Rubio , P. (2007). *Introducción a la Gestión Empresarial*. Instituto Europeo de Gestion Empresarial.
- S.f. (22 de Septiembre de 2011). *Cultivo de banano*. Obtenido de <https://cultivodeplatano.com/2011/09/22/variedades-de-banano/>
- s.f. (10 de Enero de 2013). *ZipMec*. Obtenido de <http://www.zipmec.com/es/banana-historia-produccion-comercio.html>
- Sánchez, A., Torres, E., Meza, G., Estupiñán, K., Torres, Y., Barrera, A., . . . López, L. (2012). Efecto de dos leguminosas y banano maduro en la producción y reproducción de conejos Nueva Zelanda. *Revista Ciencia y Tecnología*, 27 - 31.
- Schwentesius, R., & Sangerman, D. M. (2014). Desempeño competitivo de la fruticultura mexicana, 1980-2011. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 1287-1300.
- Smith, E., Velásquez, M., Zuñiga, L., & Valerín, J. (2011). Efecto de la densidad de población sobre el crecimiento y producción de plantas en primera generación de banano dátil. *Agronomía Costarricense*, 77 - 83.
- Sotomayor, I. (2008). Prevención y manejo de enfermedades. *Iniap*, 50-62.
- Sutter, M. (2011). Bananos. *Latin Trade*, 112.
- Valdivieso, K. I. (5 de Enero de 2015). *Desarrollo organizacional y su influencia en la calidad de vida de loa pequeños productores de El Oro*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/jspui/handle/48000/33/simple->

search?filterquery=ADMINISTRACI%C3%93N+DE+EMPRESAS&filtername=subject&filtertype>equals

Vargas, A., Guillén, C., & Arce, R. (2013). Efecto del manejo del pseudotallo de banano (Musa AAA) a la cosecha sobre la planta sucesora. *Agronomía*, 19-28.

Vargas, J. L. (23 de Febrero de 2015). *Monografías.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos73/antecedentes-banano-platano/antecedentes-banano-platano.shtml>

Verea, C., Antón, F., & Solórzano, A. (2010). La avifauna de una plantación de banano del norte de Venezuela. *Bioagro*, 43-52.

Anexos

Anexo A

Esquemas Entrevistas

Entrevista a Representante del MAGAP

- 1) Según su criterio ¿Cuál es la diferencia entre los grandes y pequeños productores bananeros?
- 2) ¿Cuáles son las ventajas de los productores asociados a este centro?
- 3) ¿Con qué desafíos tienen que lidiar los productores de banano y cómo los pueden enfrentar?
- 4) ¿Cómo regulan el buen funcionamiento?
- 5) ¿Qué ventajas competitivas cree usted que existen entre los grandes y pequeños productores de banano?
- 6) ¿Cuál cree Ud. que es la eficiencia entre pequeños y grandes productores bananeros en la gestión comercial?
- 7) Piensa que se debería invertir más en la gestión comercial, si, no ¿por qué?
- 8) Dentro de la gestión comercial ¿qué efectos tiene el comercio justo o fair trade?
- 9) ¿Qué es el precio spot dentro de la producción bananera?
- 10) ¿Cuáles son los productores que generan mayor fuente de ingreso en el cantón?

Dirigidas al Presidente del Centro Agrícola Machala el Señor Paúl González:

- 1) Según su criterio ¿Cuál es la diferencia entre los grandes y pequeños productores bananeros?
- 2) ¿Cuáles son las ventajas de los productores asociados a este centro?
- 3) ¿Cuál ha sido el aporte del actual gobierno al centro agrícola?
- 4) ¿Con qué desafíos tienen que lidiar los productores de banano y cómo los pueden enfrentar?
- 5) ¿Cómo regulan el buen funcionamiento?
- 6) ¿Qué ventajas competitivas cree usted que existen entre los grandes y pequeños productores de banano?
- 7) ¿Cuál cree Ud. que es la eficiencia entre pequeños y grandes productores bananeros en la gestión comercial?
- 8) Piensa que se debería invertir más en la gestión comercial, si, no ¿por qué?
- 9) Dentro de la gestión comercial ¿qué efectos tiene el comercio justo o fair trade?
- 10) ¿Cuenta el centro agrícola con un sello de fair trade para los productores? Sí, no ¿por qué?
- 11) ¿Qué es el precio spot dentro de la producción bananera?
- 12) ¿Cuáles son los productores que generan mayor fuente de ingreso en el cantón?

Anexo B

Esquema de Encuesta

Encuesta a productores bananeros

Sírvase por favor responder esta encuesta para determinar un análisis sobre ventaja competitiva en la gestión comercial que ayudará al complemento de desarrollo de proyecto de titulación.

¿Cómo determina si cumple con su objetivo propuesto?

¿Cuenta con estrategias para comercializar?

Si
No

¿Trabaja con productos verdes?

Si
No

¿Con qué valor agregado cuenta para la producción de banano?

Ubicación
Infraestructura
Técnicos especializados
Tecnología
Ayuda entre productores

¿Cuenta con certificaciones para su producción?

Si
No

¿Conoce sobre Fair Trade o comercio Justo?

Si
No

¿Qué efectos cree que tenga el comercio justo?

Mejorar calidad de vida
Aumenta nivel de desarrollo
Precio oficial se respeta
Influye en el clima y la demanda

Tabla N° 1

¿Cuenta con estrategias para comercializar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	180	60,6	60,6	60,6
	No	117	39,3	39,4	100,0
	Total	297	99,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,1		
Total		298	100,0		

Fuente: Productores bananeros

Elaboración: Erika Girón

Gráfico N° 1

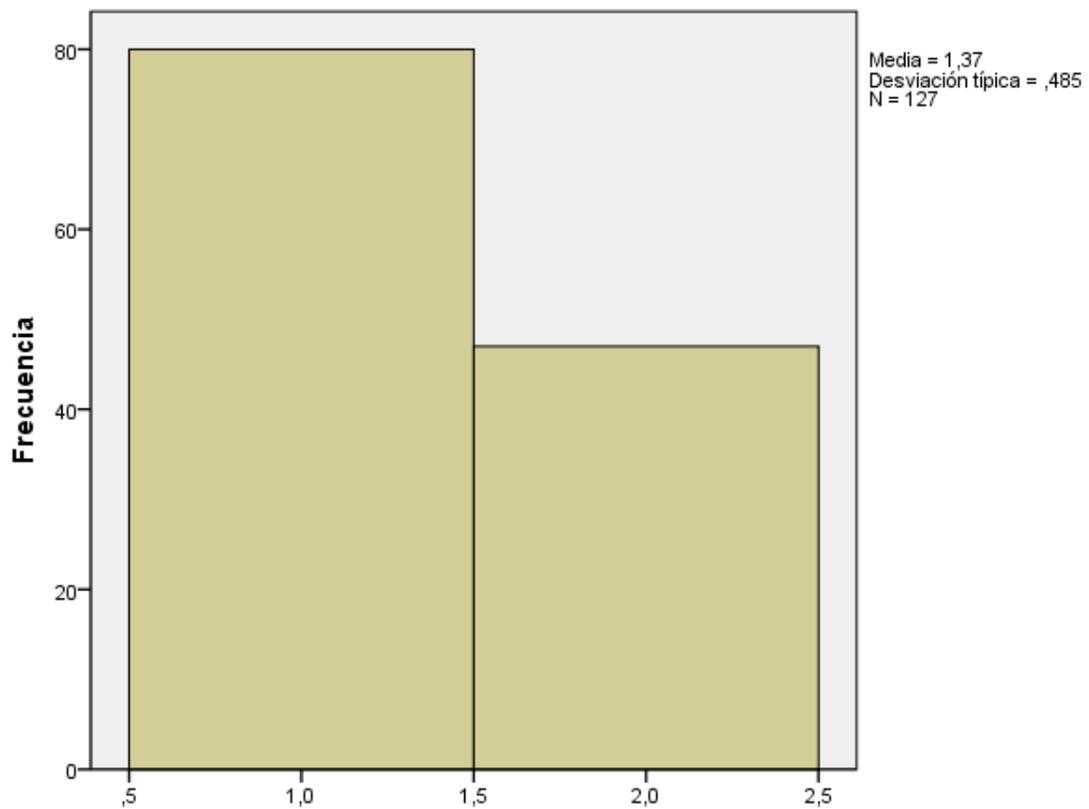


Tabla N° 2

¿Trabaja con productos verdes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	160	53,7	54,0	54,0
	No	137	45,9	46,9	100,0
	Total	297	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		298	100,0		

Fuente: Productores bananeros

Elaboración: Erika Girón

Tabla N° 3

¿Cuenta con certificaciones para su producción?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	175	58,7	59,0	59,0
	No	122	40,9	41,0	100,0
	Total	297	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		298	100,0		

Fuente: Productores bananeros

Elaboración: Erika Girón

Tabla N° 4

¿Conoce sobre Fair Trade o Comercio Justo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	149	50,0	50,0	50,0
	No	148	49,7	50,0	100,0
	Total	297	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		298	100,0		

Fuente: Productores bananeros

Elaboración: Erika Girón

Tabla N° 5

¿Con qué valor agregado cuenta para la producción del banano?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Ubicación	39	13,0	13,0	13,0
Infraestructura	47	15,7	16,0	29,0
Técnicos Esp.	74	24,8	25,0	54,0
Tecnología	46	15,4	15,0	69,0
Ayuda entre prod	91	30,5	31,0	100,0
Total	297	99,4	100,0	
Perdidos Sistema	1	,6		
Total	298	100,0		

Fuente: Productores bananeros

Elaboración: Erika Girón

Tabla N° 6

¿Qué efecto cree que tenga el comercio Justo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Mejorar calidad de vida	92	30,9	31,0	31,0
Aumenta nivel de desarrollo	81	27,2	27,0	58,0
Precio oficial se respeta	73	24,5	25,0	
Incluye en el clima y la demanda	51	17,1	17,0	100
Total	297	99,7	100,0	
Perdidos Sistema	1	,3		
Total	298	100,0		

Fuente: Productores bananeros

Elaboración: Erika Girón