



Anthony Steven Bueno-Cruz

E-mail: abueno2@utmachala.edu.ec

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5856-877X>

John Alexander Campuzano-Vásquez

E-mail: jcampuzano@utmachala.edu.ec

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3901-3197>

Virgilio Eduardo Salcedo-Muñoz

E-mail: vsalcedo@utmachala.edu.ec

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9821-3722>

Universidad Técnica de Machala, Machala, El Oro, Ecuador

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Bueno-Cruz, A. S., Campuzano-Vásquez, J. A., & Salcedo-Muñoz, V. E. (2024). Análisis exploratorio para la determinación de estrategias competitivas en productores bananeros del cantón El Guabo – Ecuador. *Revista Sociedad & Tecnología*, 7(3), 298-316. DOI: <https://doi.org/10.51247/st.v7i3.466>.

==== o =====

Análisis exploratorio para la determinación de estrategias competitivas en productores bananeros del cantón El Guabo - Ecuador

RESUMEN

La industria bananera en Ecuador ha sido históricamente una fuente importante de empleo, inversión y tributación, generando miles de puestos de trabajo directos e indirectos y revitalizando las operaciones portuarias en los puertos del país. Para mantener y mejorar su competitividad en los mercados internacionales, los productores de banano del cantón El Guabo agrupados en ASOGUABO, han implementado diversas estrategias competitivas que son objeto de análisis en este estudio. Este trabajo explora las estrategias competitivas utilizadas tanto por los productores individuales como por ASOGUABO. La metodología empleada es de naturaleza cuantitativa, con un enfoque descriptivo-correlacional y un diseño transversal no experimental. Para el procesamiento de los datos se utilizó el software SPSS 25. Los productores de banano del cantón El Guabo participaron en una encuesta que utilizó una escala Likert para evaluar aspectos clave como la innovación, la calidad y los costos. El análisis de datos y la concreción de constructos permitieron evaluar aspectos complejos como la competitividad general, los costos operativos, la calidad del producto y la innovación. Los resultados sugieren que las estrategias de inversión, capacitación y la gestión eficiente de la calidad de la fruta son clave para mantener una posición sólida en el mercado y mejorar la rentabilidad.

Palabras claves: Estrategias, Competitividad, Agricultura, Calidad, Innovación

Exploratory analysis for the determination of competitive strategies in banana producers in the canton of El Guabo - Ecuador.

ABSTRACT

The banana industry in Ecuador has historically been an important source of employment, investment and taxation, generating thousands of direct and indirect jobs and revitalizing port operations in the country's ports. To maintain and improve their competitiveness in international markets, banana producers in El Guabo canton, grouped in ASOGUABO, have implemented various competitive strategies that are the subject of analysis in this study. This study explores the competitive strategies used by both individual producers and ASOGUABO. The methodology employed is quantitative in nature, with a descriptive-correlational approach and a non-experimental cross-sectional design. SPSS 25 software was used for data processing. Banana producers in El Guabo canton participated in a survey that used a Likert scale to evaluate key aspects such as innovation, quality and costs. Data analysis and construct development allowed the evaluation of complex aspects such as overall competitiveness, operating costs, product quality and innovation. The results suggest that investment strategies, training and efficient fruit quality management are key to maintaining a strong market position and improving profitability.

Keywords: Strategies, Competitiveness, Agriculture, Quality, Innovation

==== o ====

Análise exploratória para determinação de estratégias competitivas em produtores de banana do cantão de El Guabo - Equador

RESUMO

Análise exploratória para determinação de estratégias competitivas em produtores de banana do cantão de El Guabo - Equador RESUMO A indústria da banana no Equador tem sido historicamente uma importante fonte de emprego, investimento e tributação, gerando milhares de empregos diretos e indiretos e revitalizando as operações portuárias nos portos do país. Para manter e melhorar a sua competitividade nos mercados internacionais, os produtores de banana do cantão El Guabo agrupados em ASOGUABO, implementaram diversas estratégias competitivas que são objeto de análise neste estudo. Este trabalho explora as estratégias competitivas utilizadas tanto pelos produtores individuais quanto pela ASOGUABO. A metodologia utilizada é de natureza quantitativa, com abordagem descritivo-correlacional e desenho transversal não experimental. O software SPSS 25 foi utilizado para processar os dados. Os produtores de banana do cantão El Guabo participaram de uma pesquisa que utilizou uma escala Likert para avaliar aspectos-chave como inovação, qualidade e custos. A análise dos dados e a concretização do construto permitiram avaliar aspectos complexos como competitividade geral, custos operacionais, qualidade dos produtos e inovação. Os resultados sugerem que estratégias de investimento, formação e gestão eficiente da qualidade dos frutos são fundamentais para manter uma posição sólida no mercado e melhorar a rentabilidade.

Palavras-chave: Estratégias, Competitividade, Agricultura, Qualidade, Inovação

INTRODUCCIÓN

La producción de banano es uno de los rubros más importantes para la economía del Ecuador. Este rubro representó en 2020 el 36% de las exportaciones que se dirigen a países con altos niveles de ingresos como Rusia, Estados Unidos, Italia y Alemania (Pardo et al., 2020). Esto

implica tener siempre mejores resultados para las empresas productoras en la sostenibilidad y consolidación de sus procesos productivos (Moncada et al., 2020).

Mantener la posición en un mercado competitivo exige elevar el nivel de competitividad. Para ello, las estrategias competitivas juegan un papel importante en el desarrollo económico de productores y empresas exportadoras de banano. Estas dependerán de tres factores según Bernal et al.,(2012), estabilidad macroeconómica, seguido por la infraestructura regional o la capacidad de producir el producto y cómo último factor la competitividad autónoma de la empresa.

La importancia de este estudio radica en el impacto significativo que tiene la industria bananera en la balanza comercial ecuatoriana, y en la generación de empleos directos e indirectos para miles de familias en las provincias productoras. Además, al enfrentar desafíos constantes este sector en un mercado global altamente competitivo, explorar las estrategias competitivas que implementan organizaciones eficientes en Ecuador aporta al mejoramiento de organizaciones pequeñas que quieren incursionar en una mejora continua, reduciendo con ello el fracaso empresarial.

Además, existen preocupaciones ambientales y sociales relacionadas con las prácticas agrícolas y las condiciones laborales en algunas plantaciones que inciden en la competitividad actual y que deben ser estudiadas. Por lo tanto, es fundamental que el sector bananero ecuatoriano estudie estrategias competitivas no solo para la exportación, sino también en la cadena de valor. Este estudio puede aportar a la adopción de tecnologías avanzadas, certificaciones y prácticas agrícolas sostenibles, a partir de los resultados obtenidos.

El objetivo de esta investigación busca en primera instancia explorar y luego extrapolar a otros productores bananeros del país algunas estrategias competitivas aplicadas por los productores y empresas exportadoras de banano del cantón El Guabo, teniendo en ASOGUABO el objeto de análisis al ser la organización más antigua y mejor organizada de la provincia.

La población seleccionada para el estudio es la Asociación de Pequeños Productores El Guabo (ASOGUABO), la cual cuenta con una amplia experiencia en la exportación directa de banano durante más de 25 años con destinos a Estados Unidos y Europa. Bajo el marco del comercio justo ASOGUABO se ha posicionado como un actor estratégico para el desarrollo del país al agrupar a pequeños productores de banano de varias provincias productoras del país.

REVISIÓN LITERARIA

La importancia de la competitividad en la agricultura

El sector agrícola es fundamental para el crecimiento económico a nivel mundial y ha experimentado cambios significativos en las últimas décadas (Chuncho et al., 2021). Así mismo, es crucial para los agricultores prosperar en un mercado competitivo ofreciendo productos de calidad a precios competitivos (Botero et al., 2017). En la agricultura, la competitividad es clave para garantizar la viabilidad del sector, la seguridad alimentaria, el crecimiento de las exportaciones agrícolas y el desarrollo de un país.

La competitividad en el ámbito agrícola se refiere a la capacidad de desarrollar habilidades internas y fortalezas que permitan adaptarse a nuevas circunstancias, mejorar los resultados, incrementar las ventas y agregar valor tanto a la empresa como a la región en la que operan (Urdaneta et al., 2020).

Esquemas competitivos agrícolas en América del sur

Análisis exploratorio para la determinación de estrategias competitivas en productores bananeros del cantón El Guabo - Ecuador

En América del Sur se ha evidenciado la implementación de estrategias competitivas orientadas a la producción y exportación de productos y servicios. Dentro de los nuevos esquemas se pueden mencionar las estrategias de diferenciación de Michael Porter.



Gráfico 1: *Esquemas competitivos*
Nota: Briones et al. (2017)

En la figura 1 se muestran esquemas competitivos en América del Sur divididos en cinco grandes componentes, ligados a las estrategias planteadas por Porter. Estas estrategias incluyen la gestión de costos bajos, que implica ofrecer productos o servicios a precios más bajos que los de la competencia, (generalmente asociada con la calidad, la capacidad de producción y comercialización). Esta estrategia competitiva se centra en la eficiencia y conciencia en la gestión empresarial de los costos de producción y comercialización, sin comprometer la calidad con el objetivo de alcanzar las acciones para reducir los costos (López et al., 2019).

Según Veintemilla et al., (2021), la diferenciación se refleja tanto en el producto en sí como en su sistema de distribución, en el uso del marketing y otros aspectos muy valorados por los clientes (estrategia B2C, productor a consumidor). En otras palabras, busca que consumidores consideren y prefieran un producto o servicio por encima de los ofrecidos por la competencia, incluso si estos tienen una calidad o precio similares, algo clave en el sector bananero que compite por ingresar a diferentes mercados cada vez más exigentes.

Los avances en competitividad en el sector agrícola son fundamentales para el futuro de la agricultura. Estos avances no solo se enfocan en aumentar la productividad y la calidad de los cultivos, sino que también buscan reducir costos y minimizar el impacto ambiental. La innovación juega un papel clave en este proceso, estimulando una nueva etapa para la agricultura que promueve la eficiencia y la sostenibilidad.

Tabla 1

Avances en la competitividad en el sector agrícola

Área	Avances	Referencia
Certificaciones	Adopción de certificaciones internacionales - Alliance - ISO - Global GAP	(Carrión & Camacho, 2022)
Asociatividad	Conformación de Asociaciones de productores Poder de negociación con proveedores e intermediarios	(Buenhombre & Mariño, 2022)
Innovación	Adquisición de nueva tecnología para la producción bananera, aumentando el rendimiento por hectárea a través de innovaciones	(Ayón et al., 2021)

Análisis exploratorio para la determinación de estrategias competitivas en productores bananeros del cantón El Guabo - Ecuador

La tabla 1 resume los avances adoptados en certificaciones como ISO y Global GAP, estas certificaciones garantizan prácticas agrícolas sostenibles y de alta calidad, lo que mejora la competitividad de los productos agrícolas en mercados globales. Por otro lado, la conformación de asociaciones de productores ha sido un avance significativo que permite a los agricultores unirse para negociar sin intermediarios y obtener mejores condiciones comerciales. El poder de negociación colectivo fortalece la posición de los agricultores en la cadena de suministro. Por último, la adopción de nuevas tecnologías para impulsar la competitividad. Estos avances están contribuyendo a fortalecer la competitividad del sector agrícola, beneficiando tanto a los productores como a la economía en general.

Competitividad agrícola bananera en Ecuador

La industria agrícola bananera de Ecuador se ha destacado a nivel mundial por la calidad y volumen de producción de banano. La producción bananera suele estar dominada por grandes productores que gestionan sus cultivos con un elevado nivel de tecnificación que garantizan altos estándares de calidad (Ruiz et al., 2022). Según Motoche et al., (2021) Ecuador se diferencia del resto de países por la oferta de productos de alta calidad por el clima y suelo favorable con el que cuenta el país y el banano es uno de los productos que goza de estos elementos diferenciadores.

La competitividad en el Ecuador se lo puede medir mediante el rendimiento por hectáreas de cada provincia, este rendimiento es una forma de observar el impacto que tiene cada provincia en la economía y la seguridad alimentaria del país. Un alto rendimiento por hectáreas permite maximizar la producción sin expandir la superficie cultivada y esto a su vez proporciona un crecimiento en las exportaciones del país.

Tabla 2

Rendimiento por hectáreas en provincias 2022

Provincias	Rendimiento (t/ha)
Los Ríos	41.13
Guayas	40.28
El Oro	29.28
Cotopaxi	40.45
Cañar	35.52
Loja	17.13
Otras	12.48

Nota: (Ipiales & Cuichán, 2024)

La Tabla 2 muestra el rendimiento por hectárea en diferentes provincias durante el año 2022. Los datos se refieren al cultivo de banano en Ecuador. Las provincias más destacadas son Los Ríos, con un rendimiento de 41.13 t/ha, y Guayas, con 40.28 t/ha. El Oro ocupa el quinto puesto con un rendimiento de 29.28 t/ha. Sin embargo, por su extensión de cultivos mantiene una posición muy fuerte en el banano tipo Cavendish.

En el estudio de Panimboza, (2014), se enfatiza que la competitividad del Ecuador en la producción de banano tiene además del clima y suelo, al factor de la mano de obra y capital como diferenciadores al momento de competir, y en los últimos años la migración extranjera es motivo de análisis en la reducción de costos.

Competitividad agrícola en El Oro

Análisis exploratorio para la determinación de estrategias competitivas en productores bananeros del cantón El Guabo - Ecuador

La provincia de El Oro se basa en el comercio, la agricultura, acuicultura y últimamente la minería, la producción agrícola se basa en cultivos como el banano, arroz, café y cacao, en lo acuícola con la cría de camarón y la exploración y explotación minera en cantones como Portovelo, Zaruma y Santa Rosa. Las pequeñas y medianas empresas agrícolas están implementando procesos de innovación que incluye el uso estratégico de la tecnología en el diseño de sus modelos de negocio, con el fin de lograr ser organizaciones competitivas, ágiles y eficientes (Díaz et al., 2019).

Según Carvalho et al., (2019), mencionan que la provincia de El Oro es reconocida como uno de los principales productores de banano de exportación en Ecuador, habiendo logrado posicionarse como la provincia más productiva y competitiva en este rubro a pesar de tener una superficie sembrada menor que provincias como Los Ríos y Guayas. Sin embargo, con el paso del tiempo, ha perdido su posición como la principal productora a nivel nacional, pasando a ocupar el tercer lugar en la lista de provincias que aportan de manera significativa al desarrollo económico del país.

La superficie de hectáreas sembradas de banano por provincia en Ecuador es un indicador clave para evaluar la importancia de este cultivo en cada región. Esta superficie refleja mediante las cifras la relevancia económica y agrícola del banano sobre áreas como la regeneración de empleo, logrando ser un pilar fundamental para la economía y las exportaciones en el Ecuador.

Tabla 3

Superficie de hectáreas sembradas por provincia 2022

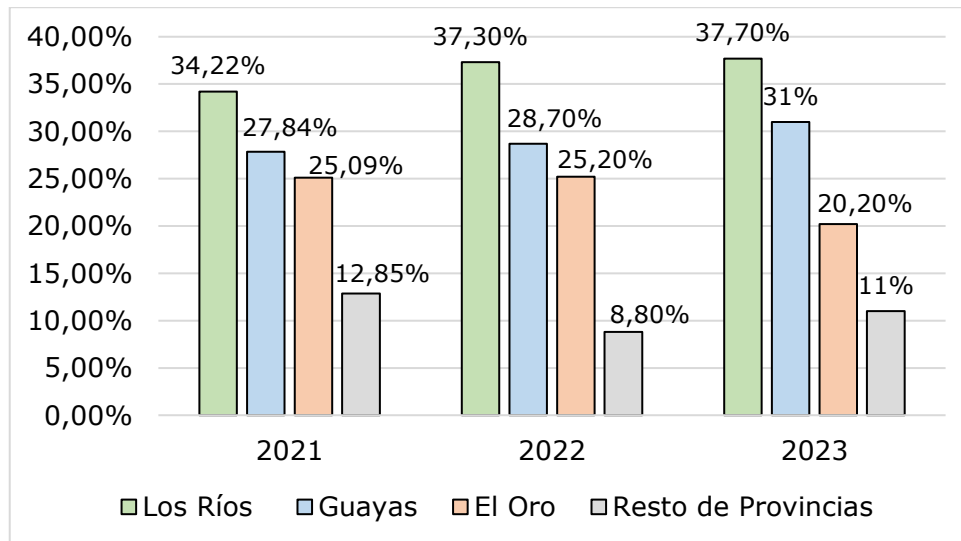
Provincias	2022
Los Ríos	62,543
Guayas	48,085
El Oro	42,179
Resto de Provincias	14,707

Nota: (Ipiales & Cuichán, 2024)

La tabla 3 muestra la superficie en hectáreas sembradas de las principales provincias productoras de banano en el 2022. Ese año, la superficie total sembrada a nivel nacional fue de 167,514 hectáreas. La distribución de estas hectáreas fue la siguiente: la provincia de los Ríos tuvo la mayor superficie con 62,543 hectáreas, seguido por Guayas con 48,085 hectáreas, El Oro con 42,179 hectáreas, y las demás provincias alcanzaron un total de 14,707 hectáreas.

El análisis del ranking de producción de banano por provincia es fundamental para comprender la importancia económica del banano en Ecuador, así como para identificar la distribución geográfica de los productores. Las disparidades entre las provincias en tamaño de fincas y rendimiento por hectárea asignan a cada región un papel distintivo en la industria bananera.

Análisis exploratorio para la determinación de estrategias competitivas en productores bananeros del cantón El Guabo - Ecuador



Grafica 2

Ranking de producción de Banano por provincia 2021-2023

Nota: Datos extraídos del ESPAC

En la gráfica 2 se observa el ranking de producción de banano por provincia durante el periodo 2021-2023, esta grafica muestra la tendencia de participación, se observa que la provincia que más aporta es Los Ríos liderando el ranking de producción, le sigue la provincia de Guayas y El Oro ocupa el tercer lugar en el Ranking. En la provincia de El Oro se observa una tendencia a la reducción de su participación nacional, esto se debe a que las dos principales provincias aumentaron su producción y esto a su vez su participación en la producción de banano.

METODOLOGÍA

Metodológicamente se utilizó como primer paso la revisión bibliográfica en documentos que se alineaban en el sector agrícola, luego se procedió a un enfoque cuantitativo. En la participación del factor cuantitativo se encuentra situada en la tabulación y la utilización de herramientas estadística para una compresión de los resultados obtenidos. Según Ochoa et al., (2020), menciona que este enfoque parte de un paradigma de investigación que se basa en la recolección y análisis de datos numéricos para responder preguntas de investigación y probar hipótesis. Este enfoque se fundamenta en la medición objetiva y rigurosa de las variables de estudio, utilizando métodos estadísticos para establecer patrones y relaciones entre ellas.

La investigación implementada en el estudio es descriptiva-correlacional, el descriptivo busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar, y es correlacional debido a que se busca la correlación o relación entre variables. Según Hernández et al., (2014), enfatiza que una investigación es de alcance correlación debido a que el estudio busca explorar y determinar la posible conexión o nivel de correlación entre diversos elementos, ya sean conceptos, categorías o variables, dentro de un entorno o muestra específica.

Además, dentro de la investigación se expone que el diseño metodológico aplicado fue no experimental con corte transversal, Redondo & Fuentes, (2020), mencionan que este diseño observa a las variables dependientes e independientes tal y como se presentan en su contexto natural, sin manipularlas. Y se basa en la recolección de datos en un único momento

específico, describiendo las variables y analizando su incidencia e interrelación en ese momento concreto.

La investigación utiliza un método basado en el análisis de reducción de dimensiones, una técnica que posibilita la integración de componentes principales, derivados de variables ordinales y nominales, en un conjunto de datos numéricos existente. Este método también permite estudiar exclusivamente variables categóricas de escala, como se evidencia en el presente estudio. A través de este proceso, se logra identificar y poner de manifiesto las relaciones subyacentes entre las diferentes variables analizadas, lo que proporciona una visión más clara y sintética de la estructura y patrones presentes en los datos. Según Norabuena et al., (2021), señala que este método tiene como objetivo simplificar y condensar un conjunto de datos multivariados en un número menor de variables o dimensiones, manteniendo la mayor cantidad posible de información original. Este proceso se lleva a cabo identificando patrones subyacentes y relaciones entre las variables, lo que permite representar los datos de manera más concisa y comprensible.

Se realizó un estudio recopilando información mediante una encuesta en línea y en presencial dirigida a los productores bananeros del Cantón El Guabo. Según Fera et al., (2020), las encuestas sirven para recolectar datos mediante un cuestionario predeterminado, lo que nos va permitir describir las variables de interés y analizar su incidencia, interrelación, distribución y desarrollo, así como para captar opiniones subjetivas de una población. La encuesta que se aplicó fue adaptada para este estudio de las investigaciones de Urgiles & Zambrano, (2022) y Saca & Armijos, (2022). Las preguntas de la encuesta se respondieron utilizando una escala de Likert (1: Totalmente desacuerdo, 2: En desacuerdo, 3: Ni de acuerdo; Ni en desacuerdo, 4: De acuerdo, 5: Totalmente de acuerdo) que abordaron temáticas relacionadas con estrategias competitivas como la Innovación, Calidad, Costos, etc. Según Barrera & Hinojosa, (2021) las escalas de medición de categorías se presentan como herramientas valiosas para cuantificar variables cualitativas, tales como opiniones, preferencias y características de un grupo específico, entre otras. Estas escalas permiten transformar información subjetiva proporcionada por los productores y expertos en la producción bananera en datos numéricos que pueden ser analizados estadísticamente.

La población seleccionada para el estudio fue la Asociación de Pequeños Productores El Guabo (ASOGUABO) la cual cuenta con gran experiencia en la exportación directa de banano por más de 25 años a Estados Unidos y Europa bajo la modalidad de comercio justo. Por otro lado, la selección de ASOGUABO se debe al ser un actor estratégico para el desarrollo del país agrupando a pequeños productores bananeros en las provincias de El Oro, Guayas y Azuay.

La población considera los 135 productores bananeros que son parte de ASOGUABO, La muestra representativa de la población de interés de acuerdo con la siguiente fórmula es de 48 personas.

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población – N=135

Z = Número determinado según la tabla de áreas bajo la curva normal tipificada

de 0 a Z, representa el límite de confianza requerido para garantizar los resultados –
Z=1.96

Análisis exploratorio para la determinación de estrategias competitivas en productores bananeros del cantón El Guabo - Ecuador

q = Probabilidad de no acierto – $q=0.05$

p = Probabilidad de acierto – $p=0.95$

E = Error máximo permitido – 0.05

1 = Es una constante

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,95 * 0,05 * 135}{(0,05)^2(135 - 1) + (1,96)^2 * 0,95 * 0,05}$$

$$n = \frac{24,624}{0,5174}$$

$$n = 48$$

Para realizar el levantamiento de la información se diseñó un formulario en Google Forms para recolectar la percepción de cada uno de los productores mediante el correo personal. Después de casi dos meses desde el envío del cuestionario, se obtuvo la respuesta de 20 productores bananeros con respecto a la muestra de 48 personas, lo que representa un 41.66%.

Además, en la investigación se utilizó análisis multivariante mediante la técnica de análisis factorial exploratorio (AFE). Este análisis es importante porque permite explorar constructos o variables latentes no observadas; es decir, permite la generalización confiable de los resultados de la población de interés siendo una práctica esencial para la investigación y análisis de datos (Lloret et al., 2014).

La investigación utilizó el software SPSS 25, para poder agrupar variables por componentes o constructos, derivados de variables categóricas del conjunto de datos numéricos creado (Rengifo et al., 2021). A través de este proceso, se logró identificar y poner de manifiesto las relaciones subyacentes entre las diferentes variables analizadas, lo que proporciona una visión más clara y sintética de la estructura y patrones presentes en los datos.

RESULTADOS

En función a la encuesta realizada se extrajeron los resultados obtenidos para después proceder a realizar el análisis de estadísticas de fiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach para comprender la confiabilidad del instrumento y del contenido de este.

Tabla 4

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.760	28

Nota: Resultados SPSS

La tabla 5 muestra un breve resumen del modelo de la encuesta mediante el coeficiente Alfa de Cronbach de 0.760 obtenido en la encuesta de 28 preguntas con escala Likert, indica una buena consistencia interna y confiabilidad del instrumento. Este valor, que se encuentra dentro del rango aceptable de 0.7 a 0.9 según los estándares típicos en ciencias sociales, sugiere que las preguntas de la encuesta miden de manera coherente y consistente el constructo o concepto subyacente que se desea evaluar. Esto implica que las respuestas de los participantes a las diferentes preguntas son congruentes entre sí, lo cual respalda la

Análisis exploratorio para la determinación de estrategias competitivas en productores bananeros del cantón El Guabo - Ecuador

utilización de las puntuaciones obtenidas en la encuesta para realizar análisis e interpretaciones posteriores con un nivel adecuado de confianza.

En este contexto, se realizó el método de reducción de dimensiones para transformar datos de alta dimensionalidad a un espacio de menor dimensión, preservando la mayor cantidad posible de información relevante.

Tabla 5

Cargas de componentes

Ítems	Componente			
	1 Calidad	2 Costos	3 Innovación	4 Inversión
Pregunta 11.5.	0,97			
Pregunta 11.2.	0,97			
Pregunta 11.1.	0,966			
Pregunta 13.	0,952			
Pregunta 17.	0,952			
Pregunta 11.	0,952			
Pregunta 21.	0,952			
Pregunta 9.	0,871			
Pregunta 14.	0,841			
Pregunta 20.		0,948		
Pregunta 22.		0,948		
Pregunta 19.		0,917		
Pregunta 23.		0,857		
Pregunta 15.		0,777		
Pregunta 18.		0,724		
Pregunta 6.			0,95	
Pregunta 2.			0,873	
Pregunta 7			0,849	
Pregunta 1.			0,846	
Pregunta 12.				0,984

Nota: Resultados SPSS

En cada dimensión, se han seleccionado las preguntas o ítems con cargas factoriales mayores a 0.70, lo cual es un umbral común para identificar ítems que tienen una correlación fuerte con el factor latente que representa la dimensión. Además, la encuesta estaba compuesta por 28 preguntas, 20 de las 28 preguntas tenían la mayor carga factorial que se observa en la tabla 5.

Las variables seleccionadas indican que cada ítem tiene una buena representación en su respectiva dimensión. La selección de ítems con cargas factoriales altas ayuda a asegurar que las dimensiones sean interpretativas y que los ítems seleccionados compartan una varianza común significativa.

Los resultados obtenidos en el método de reducción de dimensiones identificaron 4 componentes o dimensiones principales, donde se agruparon las preguntas con mayor carga factorial. El primer componente es el de calidad teniendo las preguntas con mayor cargas factorial: ¿Está usted de acuerdo que la adquisición de certificaciones de calidad son estrategias de competitividad?, ¿Con que relaciona la competitividad de su producto?, ¿Calidad del producto?, ¿Precios competitivos?, ¿Qué medidas toma la empresa para garantizar la calidad del banano durante el proceso de producción y exportación?, ¿Está de acuerdo en implementar alguna estrategia específica para diferenciar la calidad del banano que produce?, ¿Está de acuerdo en realizar un análisis periódicamente de las variaciones de

Análisis exploratorio para la determinación de estrategias competitivas en productores bananeros del cantón El Guabo - Ecuador

precios y la demanda en el mercado?, ¿Considera importante controlar los impactos ambientales que se producen en la producción del banano?.

Todas preguntas anteriores se vinculan a la obtención de certificaciones de calidad como estrategia fundamental para la competitividad de la asociación. Al adquirir estas certificaciones, ASOGUABO establece confianza con sus clientes y proveedores, fortaleciendo así su reputación y destacándose en su mercado. Asimismo, el análisis periódico de precios y demanda, junto con el control de impactos ambientales, también juegan un papel fundamental en la excelencia y sostenibilidad del negocio que mantiene ASOGUABO al enviar su fruta al mercado europeo.

El segundo componente es de costos que está compuesto por las preguntas: ¿Está de acuerdo en implementar estrategias de diferenciación?, ¿Según su percepción está de acuerdo en minimizar los costos de producción como estrategia competitiva sin afectar la calidad del producto?, ¿Está de acuerdo que la capacidad de producción es un factor que determina la competitividad?, ¿Según su percepción está de acuerdo que el banano de la provincia El Oro es competitivo con las demás provincias?, ¿Considera importante contar con personal capacitado para producir banano de alta calidad?, ¿Está de acuerdo que los productores deben estar preparados para competir con productores nacionales o internacionales?.

Las preguntas planteadas están relacionadas con la competitividad en la producción de banano considerando minimizar costos de producción sin afectar la calidad. ASOGUABO revisa su capacidad de producción, la capacitación del personal interno y de los productores factores clave para mantenerse competitivos en la industria bananera.

El tercer componente es de el de Innovación que está compuesto por las preguntas: ¿Qué tan importante considera usted la innovación en el sector bananero?, ¿Está usted de acuerdo que la calidad de la fruta es una prioridad en la producción bananera?, ¿Está de acuerdo que la competencia en el mercado nacional bananero es alta?, ¿Cómo describe la eficiencia de su cadena de suministro desde la producción hasta la exportación?

La innovación es fundamental según los manifiestan los informantes de ASOGUABO. En términos de la cadena de suministro, las certificaciones de Calidad permiten encontrar los cuellos de botella que impiden la eficiencia para asegurar que el producto llegue en condiciones óptimas a su destino final.

El cuarto y último componente es Inversión, está compuesto por una sola pregunta: ¿Considera importante la inversión económica para implementar estrategias competitivas?, esta pregunta explica que es esencial invertir constantemente en mejorar procesos internos y externos para mantenerse competitivo en un mercado globalizado. Estrategias como la diferenciación, la mejora de la calidad y la expansión de la capacidad de producción requieren de recursos económicos. Asimismo, la inversión en tecnología, equipos y maquinarias, formación del personal y desarrollo de canales de distribución impacta de manera directa en la competitividad.

Al analizar estas dimensiones o constructos en conjunto, las empresas pueden desarrollar estrategias competitivas que les permitan destacarse en el mercado. Por ejemplo, una estrategia que equilibre la innovación y la calidad debería apostar a obtener certificaciones internacionales de Calidad que permitan a las organizaciones del nivel que sean ofrecer productos superiores sin incrementar significativamente los costos, manteniendo así precios competitivos.

DISCUSIÓN

Dentro de los resultados se identificaron los principales componentes de las estrategias competitivas como la calidad, innovación, costos e inversión en unidades de producción de banano de ASOGUABO del cantón El Guabo que se encuentran ligados a las estrategias de diferenciación y de costos mencionadas por Michael Porter vía Certificaciones Internacionales. En este contexto en los estudios de Erreyes et al., (2020) y Ramírez et al., (2019) concuerdan con los hallazgos, reafirman que la diferenciación del producto y un control eficiente de los costos emergen como estrategias competitivas fundamentales.

El Alfa de Cronbach de 0.776 indicó una buena fiabilidad para las 28 preguntas relacionadas con competitividad, costos, innovación y calidad. Lo que se confirma con lo manifestado por Pertuz & Pérez (2020) quienes señalan que los valores de alfa entre 0.70 y 0.90 se consideran indicativos de una buena consistencia interna, lo que sugiere que los ítems están relacionados entre sí y son confiables para medir la misma idea general. En el estudio de Campo (2006) y Quero (2010), mencionan la importancia de este rango de valores se fundamenta en la necesidad de equilibrio entre la homogeneidad y la heterogeneidad de los ítems. Un Alfa superior a 0.90 podría indicar redundancia entre los ítems, es decir, que varios ítems podrían estar midiendo lo mismo, lo cual no es deseable en una escala que pretende capturar múltiples facetas de un constructo.

La reducción de dimensiones es un proceso crítico en el análisis de datos, especialmente cuando se trata de evaluar aspectos tan complejos y multifacéticos como la inversión, los costos, la calidad y la innovación. Los estudios de Villarreal & Gómez (2022) y Díaz & Martín (2007) mencionan que el éxito competitivo de una compañía se basa en la adecuada combinación de tres factores clave: innovación, control de costos y calidad. Sin embargo, la innovación debe ser sostenible económicamente y no puede elevar desproporcionadamente los costos de producción, lo que se manifiesta en el presente estudio.

Además en el estudio de Lertxundi & Rodríguez (2011) y Bautista et al. (2021) se mencionan que la calidad es un aspecto crucial que no se debe pasar por alto, ya que impacta directamente en la satisfacción de los clientes y el prestigio de la marca. Un producto de alta calidad puede justificar un precio más elevado y generar fidelidad en los consumidores. No obstante, la calidad debe encontrar un equilibrio con los costos; un nivel de calidad excepcionalmente alto que se traduzca en un precio inaccesible puede terminar restringiendo el mercado objetivo al que puede apuntar la empresa. Aspectos con los que concuerdan los informantes de ASOGUABO y que hacen de esta organización un referente internacional.

Por otro lado, en el estudio de Córdoba & Naranjo, (2017) explica como la relación entre la inversión en innovación y ofrecer productos innovadores como mecanismo para incrementar la competitividad en empresas manufactureras en Colombia, donde las empresas que invierten en innovación alcanzan un mejor desempeño al generar productos y procesos nuevos y mejorados, la evidencia empírica concuerda con esta explicación.

Además, en el estudio de Ibarra et al., (2017) se menciona que variables como la producción y operaciones son mecanismo que se encuentran ligadas a las estrategias competitivas como la de diferenciación y de bajos costos, esto se observa mediante los mecanismo como la adopción de certificaciones, procesos de producción que son las variables que presentan valor confiabilidad en el estudio de Ibarra, donde las confiabilidad de estas variables es de 0.938, es decir, que proporciona un resultado satisfactorio.

Análisis exploratorio para la determinación de estrategias competitivas en productores bananeros del cantón El Guabo - Ecuador

Estos estudios demuestran y respaldan los resultados obtenidos en la investigación de las estrategias competitivas, que están ligadas por una variedad de constructos como la calidad, costos, innovación y además en otros resultados en los que intervienen factores como las producción y operaciones que realizan las empresas.

CONCLUSIONES

Las estrategias competitivas identificadas en ASOGUABO con sus productores, se alinean a componentes de calidad, innovación, costos e inversión, los que se encuentran organizados con las estrategias competitivas de Michael Porter. Se evidencia que esta organización de segundo nivel viene adoptando certificaciones como ISO y Global G.A.P, para garantizar prácticas agrícolas sostenibles y de alta calidad para el banano.

La adopción de certificaciones es uno de los principales mecanismos para competir en el mercado bajo los componentes de calidad, costos e innovación, la asociación de pequeños productores bananeros (ASOGUABO), cuenta con un variedad de certificaciones como la FAIRTRADE, Global G.A.P., Business Alliance for Secure Commerce (BASC) y Certificación Orgánica (para países como la Unión Europea, Estados Unidos y Canadá), estas certificaciones han permitido demostrar el compromiso de los productores con las causas sociales y ambientales y esto a su vez a realizar exportaciones bajo la modalidad de comercio justo a los países mencionados, lo que la convierte en una organización con pensamiento estratégico orientado a la competitividad.

Por lo tanto, las estrategias competitivas son fundamentales para el desarrollo y fortalecimiento del sector bananero en Ecuador, y como ejemplo de esto tenemos a ASOGUABO, una organización estratégica para el desarrollo del país, y de apoyo a productores bananeros de las principales provincias productoras de banano en el Ecuador a lo largo de 25 años de trabajo.

LIMITACIONES Y ESTUDIOS FUTUROS

El estudio puede ser ampliado a una muestra mayor que incluya otras provincias del Ecuador. Aspecto que las autoras se proponen tener en consideración en un próximo estudio.

RECONOCIMIENTO

Los autores reconocen la colaboración brindada por las colegas docentes de la carrera de economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UTMach.

CONTRIBUCIÓN DE LOS COAUTORES

Anthony Steven Bueno Cruz. Diseño teórico y metodológico del trabajo; procesamiento y análisis de los datos; redacción del artículo.

John Alexander Campuzano Vásquez y Virgilio Eduardo Salcedo Muñoz. Recuperación de la información; procesamiento y análisis de los datos; elaboración de las tablas y gráficos estadísticos; aplicación de la norma APA y revisión del texto final.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ayón, I., Vera, M., & Rodríguez, J. (2021). Innovación un factor clave en el desarrollo empresarial del sector bananero de la provincia del Guayas. *Polo Del Conocimiento*, 6(3),

- 1552–1569. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2451>
- Barrera, J., & Hinojosa, A. (2021). Utilización de encuesta de escala Likert para precisar el grado de aplicación del modelo de control interno COSO 2013. *Vinculatégica*, 7(2), 593–603. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.29105/vtga7.2-47>
- Bautista, J., Neira, M., Ormaza, J., & Quevedo, J. (2021). Emprendimiento e innovación: Dimensiones para el estudio de las MiPymes de Azogues-Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(1), 315–333. <https://doi.org/10.31876/racs.v27i1.35318>
- Bernal, C., Fracica, G., & Frost, J. (2012). Análisis de la relación entre la innovación y la gestión del conocimiento con la competitividad empresarial en una muestra de empresas en la ciudad de Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 28, 303–315. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2012.1490>
- Botero, V., Cabrera, M., & Ortega, D. (2017). *Estrategias para mejorar la competitividad en el sector agrícola del departamento de Vichada* [Universidad Agustiniana]. <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/146/BoteroGiraldo-Vanessa-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Briones, W., Morales, F., & Bajaña, F. (2017). Gestión financiera desde la competitividad de las agrícolas de un grupo bananero en las provincias de Guayas y Los Ríos. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 2(8), 16–21. <https://doi.org/10.26910/issn.2528-8083vol2iss8.2017pp16-21>
- Buenhombre, M., & Mariño, G. (2022). Asociatividad como estrategia de productividad y competitividad del sector agrícola. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 619–633. <https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.15>
- Campo, A. (2006). Usos del coeficiente de alfa de Cronbach. *Biomédica*, 26(4), 585. <https://doi.org/10.7705/biomedica.v26i4.327>
- Carrión, J., & Camacho, G. (2022). Vista de Certificación GLOBAL GAP como estrategia de mejora en los procesos de producción del banano. *Revista Científica Sociedad & Tecnología*, 5(1), 519–529. <https://doi.org/https://doi.org/10.51247/st.v5i3.260>
- Carvallo, Y., Solano, J., & Gonzaga, S. (2019). Vista de La planeación de sistemas de información como factor influyente en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas agrícolas. *Revista Científica Agroecosistemas*, 7(1), 115–118. <https://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/251/272>
- Chuncho, L., Uriguen, P., & Apolo, N. (2021). Ecuador: análisis económico del desarrollo del sector agropecuario e industrial en el periodo 2000-2018. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 8(1), 08–17. <https://doi.org/10.26423/rctu.v8i1.547>
- Córdoba, J., & Naranjo, J. (2017). Incidencia de la inversión en innovación en las ventas de productos innovadores. Evidencia empírica en empresas manufactureras de Colombia. *Informacion Tecnologica*, 28(2), 153–166. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000200017>
- Díaz, E., & Martín, L. (2007). Un análisis de las configuraciones genéricas de la estrategia de producción de empresas industriales españolas. *Cuadernos de Economía y Dirección de La Empresa*, 10(32), 149–176. [https://doi.org/10.1016/s1138-5758\(07\)70094-4](https://doi.org/10.1016/s1138-5758(07)70094-4)
- Díaz, J., Zamora, M., & Mora, N. (2019). La innovación como factor de competitividad de los productos Ecuatorianos periodo 2012-2017. *Innovación & Negocios*, 12(19), 1–11. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-

27372019000100002

- Erreyes, G., Zumba, L., Romero, W., & Mora, N. (2020). La gestión de costos de la calidad en empresas bananeras de la Provincia El Oro: caso el Porvenir. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(6-1), 254-269. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.398>
- Feria, H., Margarita, M., & Mantecón, S. (2020). Vista de LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA. *Didáctica y Educación*, 6(3), 62-79. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/992/997>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo sus similitudes y diferencias. *ACADEMIA Accelerating the World's Research*, 1(1), 2-21. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58257558/Definiciones_de_los_enfoques_cuantitativo_y_cualitativo_sus_similitudes_y_diferencias-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1665031128&Signature=CWIHMOjC17jAjN5~PoQxtXNOjN~QIIKS8AtQlxlEfLC9Y78yk6DterT09m7AuXutJKhBP6
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107-130. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>
- Ipiates, O., & Cuichán, M. (2024). Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) Boletín técnico 2023. *INEC - Ecuador*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/2023/Boletin_tecnico_ESPAC_2023.pdf
- Lertxundi, A., & Rodríguez, J. (2011). Estrategia competitiva y sistemas de trabajo de alto rendimiento. *Revista Europea de Dirección y Economía de La Empresa*, 20(2), 73-86. <https://doi.org/https://doi.org/10.30554/lumina.v23.n2.4275.2022>
- Lloret, S., Ferreres, A., Hernández, A., & Tomás, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: Una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151-1169. <https://doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>
- López, E., López, G. P., & Agudelo, S. (2019). Relationship between competitive strategies and types of organizational learning in Colombian companies. *Informacion Tecnológica*, 30(5), 191-202. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000500191>
- Moncada, G., Ramírez, P., & González, M. (2020). Estrategias competitivas de las empresas ecuatorianas exportadoras de camarón. Casos de éxito. *INNOVA Research Journal*, 5(1), 111-128. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1115>
- Motoche, M., Garzón, V., Carvajal, R., & Jessica, Q. (2021). Análisis De La Participación Del Banano En Las Exportaciones Agropecuarias Del Ecuador Periodo 2015-2019. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 4(2), 82-89. <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/379/399>
- Norabuena, C., Huamán, A., & Ramirez, E. (2021). Modelo de Ecuaciones Estructurales (Con estimación PLS) basado en calidad de servicio y lealtad del Cliente de las Cajas Rurales Peruanas. *Ciencias Administrativas*, 9(18), 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.24215/23143738e081>
- Ochoa, R., Nava, N., & Fusil, D. (2020). Comprensión Epistemológica Del Tesista Sobre Investigaciones Cuantitativas, Cualitativas Y Mixtas. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*, 45(15), 13-22. www.revistaorbis.org.ve/núm45

- Panimboza, A. (2014). *Análisis de competitividad del banano en el sector agrícola ecuatoriano* [Escuela Agrícola Panamericana]. <https://bdigital.zamorano.edu/handle/11036/3412>
- Pardo, G., Narváez, C., & Erazo, J. (2020). Análisis del impacto tributario y contable por las variaciones del precio de la caja de banano en los productores del cantón Machala, Ecuador. *Ciencia Económicas y Empresariales*, 6(1), 396–428. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i1.1154>
- Pertuz, V., & Pérez, A. (2020). Condiciones para el aprendizaje organizacional y prácticas de gestión de innovación: un análisis en medianas empresas. *Informacion Tecnologica*, 31(3), 209–218. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000300209>
- Quero, M. (2010). Confiabilidad Y Coeficiente Alpha De Crombach. *Telos*, 12(3), 248–252. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99315569010.pdf>
- Ramírez, M. C., Rodríguez, M. del P., & González, J. P. (2019). Revisión de la Literatura sobre el Enfoque Estratégico de los Modelos de Negocios Martha. *Informacion Tecnologica*, 30(6), 177–192. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000600177>
- Redondo, P., & Fuentes, J. (2020). *Vista de La investigación sobre el Aprendizaje-Servicio en la producción científica española_ una revisión sistemática*. 31(1), 69–82. <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/view/61836/4564456552838>
- Rengifo, D., Calvo, A., & Henao, C. (2021). Análisis de reducción de dimensiones para el reconocimiento de actividades físicas humanas usando fusión multimodal. *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, 29(4), 717–734. <https://doi.org/10.4067/s0718-33052021000400717>
- Ruiz, M., Rodríguez, F., & Redondo, A. (2022). Competitividad del banano colombiano: una mirada desde el caso ecuatoriano. *I+D Revista de Investigaciones*, 17(2), 75–87. <https://doi.org/10.33304/revinv.v17n2-2022006>
- Saca, G., & Armijos, A. (2022). *Estrategias competitivas para incrementar la exportación de banano organico en la Asociación de pequeños productores bananeros El Guabo hacia Bélgica en el 2021* [Universidad Técnica de Machala]. https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/20048/1/Trabajo_Titulacion_979.pdf
- Urdaneta, A., Delgado, R., Yanez, M., Quijije, B., & Cedeño, W. (2020). El cumplimiento tributario y su impacto en el entorno macroeconómico de la competitividad empresarial en Ecuador. *Revista Espacios*, 41, 142–156. <https://www.revistaespacios.com>
- Urgiles, M., & Zambrano, J. (2022). *Estretagias competitivas para la exportación de banano orgánico de la ASOGUABO hacia California, Estados Unidos* [Universidad Técnica de Machala]. https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/20068/1/Trabajo_Titulacion_1003.pdf
- Veintemilla, K., Maza, O., & González, M. (2021). El B2B Como Estrategia De Diferenciación. Un Enfoque En Las Empresas Exportadoras De Derivados De Cacao. *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 8(1), 25–41. <https://doi.org/10.46677/compendium.v8i1.906>
- Villarreal, F., & Gómez, J. (2022). Estrategias Competitivas y la sustentabilidad en la Mipyme de Durango Capital. *Lúmina*, 23(2), E0021. <https://doi.org/10.30554/lumina.v23.n2.4275.2022>

Análisis exploratorio para la determinación de estrategias competitivas en productores bananeros del cantón El Guabo - Ecuador

Anexo 1

Estrategias Competitivas en Productores Bananeros del Cantón el Guabo

Encuesta

Las estrategias competitivas son las acciones que emprenden las empresas para obtener una ventaja que les permita superar a sus rivales en una industria. Su objetivo es crear una posición defendible frente a las cinco fuerzas competitivas que moldean la competencia en ese sector industrial: competidores, proveedores, compradores, productos sustitutos y nuevos participantes.

Preguntas

Indicadores

1. Total, desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo; ni desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
----------------------	------------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	¿Qué tan importante considera usted la innovación en el sector bananero?					
2	¿Está usted de acuerdo que la calidad de la fruta es una prioridad en la producción bananera?					
3	¿Considera que la implementación de equipos de alta tecnología es esencial para mejorar la productividad?					
4	¿Según su percepción, que tan satisfechos se encuentran sus compradores con respecto a la calidad del producto?					
5	¿Considera necesario recibir asistencia técnica y capacitación sobre estrategias competitivas en el mercado bananero?					
6	¿Está de acuerdo que la competencia en el mercado nacional bananero es alta?					
7	¿Cómo describe la eficiencia de su cadena de suministro desde la producción hasta la exportación?					
8	¿Cómo evalúa la eficiencia de los procesos técnicos de su empresa en términos de tiempo de entrega y costos?					
9	¿Está usted de acuerdo que la adquisición de certificaciones de calidad son estrategias de competitividad?					
10	¿Cree necesario el uso de estrategias competitivas para incrementar la producción y exportación de banano?					
11	¿Con que relaciona la competitividad de su producto? Seleccione una o más opciones					
11.1.	Precio					
11.2.	Calidad del producto					
11.3.	Tiempo de entrega					
11.4.	Personal Capacitado					
11.5.	Otra					
12	¿Considera importante la inversión económica para implementar estrategias competitivas?					
13	¿Qué medidas toma la empresa para garantizar la calidad del banano durante el proceso de producción y exportación?					
14	¿Está de acuerdo en implementar alguna estrategia específica para diferenciar la calidad del banano que produce?					
15	¿Cuáles son esas las estrategias competitivas de diferenciación que implementa?					
16	¿Está usted de acuerdo en invertir en tecnología y maquinaria moderna para reducir los costos de producción?					
17	¿Está de acuerdo en realizar un análisis periódicamente de las variaciones de precios y la demanda en el mercado?					
18	¿Según su percepción está de acuerdo en minimizar los costos de producción como estrategia competitiva sin afectar la calidad del producto?					

Análisis exploratorio para la determinación de estrategias competitivas en productores bananeros del cantón El Guabo - Ecuador

19	¿Está de acuerdo que la capacidad de producción es un factor que determina la competitividad?					
20	¿Según su percepción está de acuerdo que el banano de la provincia El Oro es competitivo con las demás provincias?					
21	¿Considera importante controlar los impactos ambientales que se producen en la producción del banano?					
22	¿Considera importante contar con personal capacitado para producir banano de alta calidad?					
23	¿Está de acuerdo que los productores deben estar preparados para competir con productores nacionales o internacionales?					

Nota: Encuesta adaptada de los estudio de (Urgiles & Zambrano, 2022) y (Saca & Armijos, 2022)