



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“VALORACIÓN COMERCIAL DEL EXCEDENTE DE LA PRODUCCIÓN DE
ORITO EN EL CANTÓN LA MANÁ”**

Proyecto investigativo presentado previo a la obtención del Título de Ingenieras Comerciales

Autoras:

Masapanta Masapanta Martha Edelina

Zambrano Bonilla Viviana del Rocío

Director:

Ing. Mg. Albarrasin Reinoso Marilin

La Maná – Ecuador

Marzo, 2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotras, Masapanta Masapanta Martha Edelina y Zambrano Bonilla Viviana del Rocio, declaramos ser las autoras del presente proyecto de investigación: **“VALORACIÓN COMERCIAL DEL EXCEDENTE DE LA PRODUCCIÓN DE ORITO EN EL CANTÓN LA MANÁ”**, siendo la Ing. Mg. Albarrasin Reinoso Marilin Directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además declaramos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.



.....
Masapanta Masapanta Martha Edelina

C.I: 172155067-9



.....
Zambrano Bonilla Viviana del Rocio

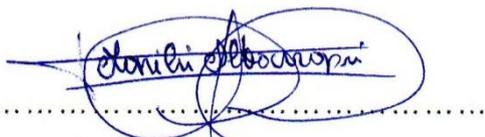
C.I: 050336322- 8

AVAL DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Directora del Trabajo de Investigación sobre el título:

“VALORACIÓN COMERCIAL DEL EXCEDENTE DE LA PRODUCCIÓN DE ORITO EN EL CANTÓN LA MANÁ”, de Masapanta Masapanta Martha Edelina y Zambrano Bonilla Viviana del Rocio, de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnico suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, Marzo del 2017

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a blue oval. The signature is cursive and appears to read 'Marilyn Albarrasin Reinoso'. Below the signature is a horizontal dotted line.

Ing. Mg. Albarrasin Reinoso Marilyn

C.I: 1719715375

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

Los suscritos Miembros del Tribunal de Lectores, aprueban el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas, por cuanto las postulantes Masapanta Masapanta Martha Edelina y Zambrano Bonilla Viviana del Rocio con el título de proyecto de investigación “**VALORACIÓN COMERCIAL DEL EXCEDENTE DE LA PRODUCCIÓN DE ORITO EN EL CANTÓN LA MANÁ**”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación de proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

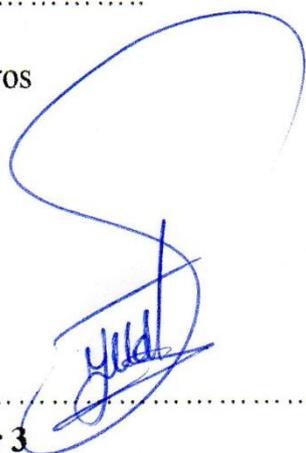
La Maná, Marzo del 2017



.....
Lector 1 (Presidente)
Ing. M. Sc. Neuval Villegas Barros
C.I: 1202437669



.....
Lector 2
Lcdo. Mg. Enry Medina López
C.I: 0501134514



.....
Lector 3
Ing. Mg. Xavier Martínez Ortiz
C.I: 1600508855

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por habernos acompañado y guiado a lo largo de nuestra carrera, por ser nuestra fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarnos una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná por darnos la oportunidad de estudiar y ser unas profesionales. A la Directora del proyecto de investigación, Ing. Mg. Albarrasin Marilin por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado que terminemos nuestro proyecto con éxito.

Martha y Viviana

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por ser el inspirador para cada uno de mis pasos, protegerme todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades. A mis Padres por ser el pilar más importante de apoyo incondicional. De igual forma a mis hermanos quienes me han brindado sus sabios consejos, sin importar nuestras diferencias de opiniones.

Martha

El presente proyecto está dedicado a Dios por ser el que guía cada uno de mis pasos dados, a mis Padres que siempre me apoyaron incondicionalmente en la parte moral y económica, por ser los guías en el sendero de cada acto que realizo día a día. A mis hermanos y demás familia por el apoyo que siempre me brindaron en mi carrera universitaria.

Viviana



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TÍTULO: “Valoración comercial del excedente de la producción de orito en el cantón La Maná”

Autoras:

Masapanta Masapanta Martha Edelina

Zambrano Bonilla Viviana del Rocio

RESUMEN

El proyecto de investigación se desarrolló con el propósito de diseñar una propuesta para valorar el excedente de la producción de orito en el cantón La Maná, que permita buscar una nueva alternativa de venta del producto, sobre todo para dar solución al problema detectado como lo es el excedente de orito el cual ocasiona pérdidas a los productores porque la fruta se queda en las fincas y no está siendo aprovechado, la investigación fue de tipo bibliográfica y de campo porque se pudo recopilar información de la investigación realizada y porque se aplicó en el área comercial de la producción de orito en el cantón La Maná y como métodos de investigación se aplicaron el deductivo, inductivo y analítico los cuales permitieron conocer los problemas que se presentan al momento de comercializar el orito, en el proyecto se utilizaron técnicas como la entrevista la cual fue aplicada a los representantes legales de las empresas comercializadoras de orito, la encuesta dirigida a los productores de orito del Cantón y un censo enfocado a los directivos de las comercializadoras de orito, los resultados que se obtuvieron con su aplicación, es que en el cantón La Maná existe 377 productores de orito los cuales al año generan un excedente de fruta de 1'803.360 racimos, que al ser procesados alcanza 901.680 cajas, otro resultado es que se consideró la venta de orito a los dos comisariatos más grandes del Cantón como Tía y Fortaleza como nueva alternativa comercial, para la cual se diseñan estrategias que viabilizan la venta de esta fruta. La elaboración de este modelo es en beneficio de los productores de orito del cantón La Maná.

Palabras clave: Comercialización, excedente, producción, productores, orito



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ADMINISTRATIVE SCIENCE FACULTY.

TITLE: “Commercial valuation of the excess in production of bananas “orito”
in La Maná town”

Authors:

Masapanta Masapanta Martha Edelina
Zambrano Bonilla Viviana del Rocio

ABSTRACT

The research project was developed with the purpose of designing a proposal for assessing the excess of production of bananas in La Mana town, allowing to search a new alternative for the sale of the product, especially to give solution to the problem explained before, which causes losses to the producers because the fruit stays on farms and it is not being used. The research was carried out on the field and uses bibliography because it was necessary to collect information for the research and it was applied on the commercial area of the production of bananas in La Maná town. As research methods we applied the deductive, inductive and analytical method which allowed us to identify the problems that arise at the time of marketing the bananas. The project techniques that were used were the interview which was applied to the legal representatives of the companies of bananas, the survey addressed to producers of bananas in the La Maná and a census focused on managers of distribution of bananas. The results obtained with its application, is in 377 bananas producers which annually generates a surplus of fruit of 1'803.360 clusters to be processed reaches 901.680 boxes, another result is the sale of bananas to the two exactions in La Maná as an alternative, for which same strategies were made viable the sale of this fruit. The development of this model is for the benefit of the producers of bananas “orito” in La Maná.

Key words: marketing, over, production, orito, producers



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

La Maná - Ecuador

CERTIFICACIÓN

En calidad de Docente del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná; en forma legal CERTIFICO que: La traducción de la descripción del proyecto de investigación al Idioma Inglés presentado por las señoritas egresadas: **Masapanta Masapanta Martha Edelina, Zambrano Bonilla Viviana del Rocio** cuyo título versa “**Valoración comercial del excedente de la producción de orito en el cantón La Maná**”; lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimare conveniente.

La Maná, Marzo 2017

Atentamente



Lcdo. Kevin Rivas Mendoza

DOCENTE

C.I. C.I. 131124804-9

ÍNDICE

Contenido	Pág.
PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
CERTIFICACIÓN.....	ix
ÍNDICE.....	x
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
1 INFORMACIÓN GENERAL.....	1
1.1. Título del proyecto.....	1
1.2. Tipo de proyecto.....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	3
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	4
4.1. Los beneficiarios directos.....	4
4.2. Los beneficiarios indirectos.....	4
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
5.1. Formulación del Problema.....	6
6. OBJETIVOS.....	6
6.1. Objetivo general.....	6
6.2. Objetivos específicos.....	6
7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METODOLOGÍA.....	7
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA.....	8
8.1 Antecedentes de proyectos relacionados.....	8
8.2. Categorías fundamentales.....	10

8.3.	Fundamentación teórica	11
8.3.1.	Valor comercial.....	11
8.3.2.	La comercialización	12
8.3.3.	El excedente	15
8.3.4.	La Producción	17
9.	PREGUNTAS CIENTÍFICAS.....	22
10.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	23
10.1.	Tipos de investigación	23
10.1.1	Bibliográfica	23
10.1.2	De campo	23
10.2.	Metodología	24
10.2.1	Método deductivo	24
10.2.2	Método analítico	24
10.3.	Técnicas investigación.....	24
10.3.1	Entrevista	24
10.3.2	Encuesta	24
10.3.3	Censo	24
10.4.	Población y muestra.....	25
10.4.1	Población.....	25
10.4.2	Tamaño de la muestra	25
10.4.3	Cálculo del coeficiente de proporcionalidad.....	26
10.4.4	Distribución de la muestra	26
11.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	27
11.1.	Resultados de la entrevista realizada a los representantes legales	27
11.2.	Análisis de la encuesta aplicada a los productores de orito del cantón	28
11.3.	Análisis del censo aplicado a los administrativos de las empresas.....	41
11.4.	Conclusiones y recomendaciones	52
11.4.1	Conclusiones	52
11.4.2	Recomendaciones	53
11.5.	Discusión de resultados.....	54
11.6.	Propuesta.....	55
11.6.1	Estructura de la propuesta.....	55
11.6.2	Desarrollo de la propuesta	55

12.	IMPACTOS DEL PROYECTO.....	72
13.	PRESUPUESTO DEL PROYECTO	73
14.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	74
14.1	Conclusiones	74
14.2	Recomendaciones.....	74
15.	BIBLIOGRAFÍA.....	75
16.	Anexos	79

ÍNDICE DE CUADROS

N°	Pág.
1. Objetivos específicos, actividades y metodología.....	7
2. Unidad de estudio de los productores de orito del cantón La Maná.....	25
3. Distribución de la muestra por estratos	26
4. Cantidad de terreno utilizado en el cultivo de orito.....	28
5. Cantidad de racimos orito obtenidos en una hectárea de terreno.	29
6. Cantidad de orito para elaborar cajas de 16 libras y cajas de 12 closters.....	30
7. Capacidad para elaborar cajas de orito.	31
8. Valor por cada caja de orito.....	32
9. Cantidad de cajas que compra la comercializadora semanalmente.....	33
10. Estación del año que aumenta la producción.....	34
11. De qué forma se comercializa la producción de orito.	35
12. Excedente de fruta.	36
13. Presentación del excedente de orito.....	37
14. Motivos que ocasiona el excedente de orito.....	38
15. Importancia de generar otra forma de comercializar el orito	39
16. Qué forma de comercializar ayudaría a vender el excedente.	40
17. Tiempo de comercialización de cajas de orito.....	41
18. Identificación de la actividad comercial.....	42
19. Número de veces semanales para adquirir cajas de orito a los productores.....	43
20. Forma de comercializar el producto adquirido.....	44
21. Grado de grosor aceptable de la fruta de orito.....	45
22. Cantidad de cajas de orito exportadas	46
23. Productores que mantienen una relación comercial con la comercializadora de orito.....	47
24. Incremento en el número de cajas por sobre producción	48
25. Temporadas altas de exportación	49
26. Identificación de los productores de orito por recinto.....	50
27. Ampliación del mercado internacional para la exportación de cajas de orito.	51
28. Productores de orito.....	58
29. Volúmenes de producción y exportación de orito en el cantón La Maná	58
30. Volúmenes de producción de orito no exportable en el cantón La Maná	59
31. Valoración comercial del excedente de la producción de orito.....	59

32. Destino de la producción no exportable de orito.....	60
33. Costo para embalar una caja de orito.....	67
34. Ingresos que se obtendrían con la venta del excedente de orito en cajas de 5 manos	68
35. Ingresos a percibir después de aplicar la estrategia de precio.	68
36. Gastos de distribución y ventas	70
37. Gastos de publicidad.....	71
38. Resumen de venta, costos y gastos de la producción y comercialización del excedente .	72
39. Presupuesto del proyecto	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº	Pág.
1. Cantidad de terreno utilizado en el cultivo de orito.....	28
2. Cantidad de racimos orito obtenidos en una hectárea de terreno	29
3. Cantidad de orito para elaborar cajas de 16 libras y cajas de 12 closters.....	30
4. Cantidad de cajas elabora semanalmente.	31
5. Valor por cada caja de orito.....	32
6. Cantidad de cajas que compra la comercializadora semanalmente.	33
7. Estación del año que aumenta la producción.....	34
8. De qué forma se comercializa la producción.....	35
9. Excedente de fruta.	36
10. Presentación del excedente de orito.....	37
11. Motivos que ocasiona el excedente de orito.....	38
12. Importancia de generar otra forma de comercializar el orito	39
13. Qué forma de comercializar ayudaría a vender el excedente.	40
14. Tiempo de comercialización de cajas de orito.....	41
15. Identificación de la actividad comercial.....	42
16. Número de veces semanales para adquirir cajas de orito a los productores.....	43
17. Forma de comercializar el producto adquirido.....	44
18. Grado de grosor aceptable de la fruta de orito.....	45
19. Cantidad de cajas de orito exportadas	46
20. Productores que mantienen una relación comercial con la comercializadora de orito.....	47
21. Incremento en el número de cajas por sobre producción	48
22. Temporadas altas de exportación	49
23. Identificación de los productores de orito por recinto.....	50
24. Ampliación del mercado internacional para la exportación de cajas de orito.	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Nº	Pág.
1. Categorías Fundamentales.....	10
2. Elementos para el diseño de las estrategias de comercialización.....	63
3. Mano de orito para la comercialización.....	64
4. Tipo de funda para empaque de la mano de orito.....	65
5. Logotipo.....	65
6. Forma de embalaje.....	66
7. Canales de distribución.....	69

INTRODUCCIÓN

La plantación de orito (*Musa Acuminata* AA) es una de las más sembradas por los agricultores después del banano porque se identifica una gran cantidad de productores en las provincias de Santo Domingo, la zona de la Amazonia Ecuatoriana, Los Ríos, El Oro, Cotopaxi entre otros. El orito Ecuatoriano es el más solicitado en los mercados extranjeros es así que el mercado donde más se comercializa el orito es Estados Unidos quien compró el 40,2% de la fruta. El consumo de la Baby Banana ecuatoriana capta mayor espacio en los hogares extranjeros. La venta del guineo pequeño con un sabor dulzón creció en enero del 2010 en un 63%. Según estadísticas del Banco Central del Ecuador (BCE), en el primer mes del año, el país logró vender 386,8 miles de dólares. El principal destino de la fruta fue Estados Unidos con el 40,2% y Bélgica con el 27,1%. Hacia Colombia, Alemania y Francia también se despachó la fruta. (Cotopaxi noticias, 2010)

El orito es cultivado por pequeños y medianos productores esta planta de forma artesanal y a la vez sus frutos se obtienen de forma natural, porque este tipo de plantación no necesita de fumigación ni muchos cuidados como el banano, en las áreas rurales del cantón La Maná el producto que más se cultiva es el orito después del banano debido a las empresas comercializadoras que se han creado con la finalidad de exportar esta fruta embaladas en cajas de cartón, sin embargo pese a esto existe fruta de orito que no ha podido ser exportada y la cual es conocida como excedente, este remanente se puede identificar como un problema permanente que sufren los productores de orito de La Maná, puesto que no existe otras alternativas comerciales que dejen ingresos considerables a los dueños de estos cultivos, es por eso que en varias ocasiones los productores venden su fruta a precios por debajo de sus costos de producción, o muchas de las veces la fruta se ha perdido por que son perecibles.

Con el problema presente en los productores de orito se propone como objeto de investigación la “valoración comercial del excedente de la producción de orito en el cantón La Maná”, para lo cual se conoce en primera instancia la cantidad de excedente de fruta orito ocasionada para luego entablar una nueva alternativa de comercialización, como lo es la venta de orito maduro a los comisariatos más grandes del cantón La Maná. Con la investigación se ha procurado brindar una solución al problema encontrado, en beneficio de los 377 productores de orito del cantón La Maná.

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del proyecto

Valoración Comercial del excedente de la producción de orito en el cantón La Maná.

1.2 Tipo de proyecto

1.2.1 Investigación aplicada

El proyecto está basado en la investigación aplicada porque parte con la definición de una problemática del excedente de la producción de orito que no es exportado a los mercados internacionales lo cual generaría pérdidas financieras a los productores del cantón La Maná; por lo que esta dificultad o problema requiere de la intervención investigativa para poder identificar de donde se origina el problema el cual deberá ser mitigado o solucionado; otro punto importante que requiere la investigación aplicada es la descripción sistemática de la situación deficitaria por lo que se identifica como deficiencia dos aspectos, el incremento de exigencias en las fincas y la insuficiente cantidad de cajas para embalar el orito, estos factores hace que el orito no pueda ser exportado en su totalidad al extranjero y por lo tanto ocasiona el remanente no deseado; la investigación aplicada busca identificar las posibles soluciones a las situaciones identificadas como problemáticas; en el caso del proyecto desarrollado se propone como alternativa de solución la comercialización del orito a través de los comisariatos más grandes del cantón La Maná como Fortaleza y Tía; finalmente se aplica la relación que tendrá el proyecto; fijándose en esto la participación de los 377 productores de orito del cantón La Maná como comunidad afectada; así como lo dice Velázquez (2011) la investigación aplicada es aquella que parte de una situación problemática que requiere ser intervenida y mejorada. Comienza con la descripción sistemática de la situación deficitaria; posteriormente, se proponen secuencias de acción o un prototipo de solución. Supone el uso de los métodos de la investigación-acción-participación, es decir, relación directa con la comunidad afectada por la problemática.

1.3. Propósito

Dar atención a problemas o necesidades locales relacionadas con el excedente de la producción de orito en el cantón La Maná, por motivo de que la oferta es mayor que la demanda y esto perjudica al productor al no poder vender toda la producción con el que este cuenta y como resultado dar a conocer el porcentaje de producción sobrante y canalizar soluciones que beneficie a la comunidad productora.

Se pretende con esta investigación resolver la problemática realizando una propuesta alternativa que permita viabilizar la comercialización de orito.

Fecha de inicio: Octubre del 2015

Fecha de finalización: Marzo del 2017

Lugar de ejecución: cantón La Maná

Unidad Académica que auspicia: Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera que auspicia: Ingeniería Comercial

Equipo de trabajo

- Masapanta Masapanta Martha Edelina (Curriculum anexo 1.)
- Zambrano Bonilla Viviana del Rocio (Curriculum anexo 2.)

Coordinador del Proyecto: Ing. Mg. Albarrasin Reinoso Marilin (Curriculum anexo 3)

Área de conocimiento: Educación Comercial y Administración

Línea de investigación: Administración y economía para el desarrollo humano y social.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto pretende visualizar datos reales de la sobreproducción de orito, del cantón La Maná enfocándose en los excedentes de producción de orito donde se aplicará técnicas para obtener información de las asociaciones y empresas dedicadas a su compra. El objeto de estudio es cuantificar el número de productores de orito, para proceder con la realización un registro de acuerdo a las exportadoras y asociaciones.

Dentro del proyecto se desarrolla un análisis sobre los volúmenes de producción de orito y exportación; así también se analiza la producción no exportable del orito; la valoración comercial del excedente; también se presenta el destino que tienen la producción de orito no exportables; y se identifica los factores determinantes del excedente en la producción de orito.

Se realizará una propuesta alternativa que permita viabilizar la comercialización de la fruta, de manera que se beneficiaran directamente los productores y el núcleo familiar y mejorando su nivel social, económica.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto se justifica porque a través de la investigación nos permitirá buscar soluciones y plantear mejoras a la problemática del excedente de producción de orito en el cantón La Maná, aprovechando la materia prima, otorgándole valor agregado al orito y obteniendo mayores utilidades que beneficiaran directamente a los productores. El cantón La Maná provincia de Cotopaxi cuenta con 377 productores según datos de las diferentes asociaciones o empresas que se dedican a su compra y venta como detallamos a continuación (Dole, Tierra Madre, Tierra Sol, Voluntad de Dios, Monte y Fusicar).

Además se prevé con la dirección del estudio, la salida del producto excedente al mercado comercial, bajo las disposiciones relativas a la calidad de acuerdo a la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2801:2013-11 en busca de nuevos mercados, orientando a fomentar fuentes de empleo en las familias del Cantón.

El proyecto va a beneficiar a las familias involucradas directamente en la producción de orito, logrando una economía sustentable dentro del hogar dando como resultado un mejor vivir, mejorando su producción, la calidad del producto y obtener mayores ingresos.

La presente investigación está enfocada a recabar información directamente mediante encuestas al productor, obteniendo como resultado el volumen de producción del orito y por ende valorar el excedente del orito en el cantón La Maná y así permite a la vanguardia científica, apoyar con la investigación a la universidad, para que en un futuro los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi fortalezcan sus conocimientos e idealicen en beneficio de la sociedad. Razón por la cual se ha escogido el tema de valorar el excedente de producción de orito del cantón La Maná.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

La participación de los beneficiarios directos e indirectos será acorde a un mismo principio de visión compartida que permitirá involucrarse hacia un beneficio en común, direccionado hacia los productores de orito del cantón La Maná, de modo que fortalezca el proyecto y las organizaciones locales.

4.1. Los beneficiarios directos

- 377 Productores y las familias de los productores
- 4 empresas exportadoras de orito.
- 2 Asociaciones

4.2 Los beneficiarios indirectos

- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca “MAGAP”
- La ciudadanía del cantón La Maná
- Gobierno Nacional del Ecuador, conjuntamente con el Servicio de Rentas Internas
- Comisariato Fortaleza y almacenes Tía ubicado en el cantón La Maná

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A nivel Mundial el banano es uno de los productos de mayor exportación desde hace varios años, la industria bananera representa una fuente de ingresos y empleo para Ecuador y más países dedicados a su producción y exportación a diferentes mercados mundiales que en ocasiones no permiten la exportación total de dicho producto por una excedente producción mundial y un costo de producción más alto q el precio de venta q tiende a variar según etapas.

El banano (orito) es originario de los países del suroeste asiático, en particular, India, China, Malasia y Filipinas y actualmente, se cultiva en algunos países tropicales y subtropicales, especialmente Ecuador, Colombia, Venezuela y México (Ponce, 2013).

En Ecuador, el banano (orito) pasó de ser un cultivo marginal para convertirse en un prometedor producto de exportación. Ya que está considerado como fruta exótica. Se calcula que en el país existen alrededor de 8.000 hectáreas de banano orito (*Musa AA*). Este cultivo es sustento para miles de familias ecuatorianas, principalmente para aquellas asentadas en las estribaciones de cordillera de las provincias Guayas, Azuay, El Oro, Bolívar, Cotopaxi y Chimborazo, en donde las plantaciones son manejadas, predominantemente, de forma orgánica y tradicional y en ocasiones formando parte de un negocio familiar con poca rentabilidad y por motivos de incremento de plantaciones de orito, sin contar con una exportación fija y precios variables que no cumplen con las expectativas requeridas (La Prensa Chimborazo, 2015).

En la provincia de Cotopaxi cantón La Maná al realizar el proceso importación y exportación de esta fruta, Agro calidad vigila que se cumplan los protocolos de calidad tanto por parte de los productores como de los exportadores, para que Ecuador no disminuya sus estándares de calidad y sea un competitivo e importante proveedor en el mercado internacional. La producción de “baby banano” o “banano orito” se incrementa en La Maná, cantón subtropical de Cotopaxi, que está inmerso en el sistema nacional de exportaciones. Según los registros de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento, cada semana se envían 4.200 cajas a Colombia y 1.200 a Estados Unidos a pesar de ser una gran escala de exportación la sobre producción de orito se ha incrementado notablemente, manteniéndose en forma lineal los niveles de exportación por falta de mercado, ocasionando una sobreproducción notable de la zona (Cotopaxi Noticias, 2010).

Uno de los problemas del cantón La Maná es la pérdida del excedente de la producción de orito motivo que se da por el mal manejo de las plantaciones productoras esto tiende a una disminución de su cosecha, afectando a que no cumpla con el grado adecuado para el proceso de corte y empaque disminuyendo la calidad exigida por los exportadores esto hace que el producto se rechace y se quede en las fincas, generando pérdidas a los productores agrícolas del Cantón. Por ello es importante identificar las causas que originan el problema; por la falta de control y regulación de las distintas entidades gubernamentales, el Ministerio de

Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca no realizan un registro adecuado de las siembras de orito, no controla que las fincas tengan los permisos de siembra correspondientes y no cuantifica la sobre plantación de orito sin permisos con estos factores se ocasiona una sobre producción de orito. Esto tiende a disminuir las exportaciones a mercados internacionales, el mismo que generan un nivel económico bajo que no satisface las necesidades básicas y económicas del núcleo familiar. Los efectos que se generan por la problemática son: Niveles de producción sin calidad que satisfaga al consumidor bajo ingreso económico y nivel de pobreza alto.

La investigación se desarrollará en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi; en los productores identificados en este Cantón que ascienden a un número de 377 que actualmente producen el orito, en el período comprendido de Octubre 2015 a Marzo 2017.

5.1. Formulación del Problema

¿El excedente de la producción de orito que no es exportado a los mercados internacionales generaría pérdidas financieras a los productores de orito en el cantón La Maná?

6. OBJETIVOS

6.1 Objetivo general

- Valorar el excedente de la producción de orito en el cantón La Maná.

6.2 Objetivos específicos

- Cuantificar el número de productores de orito del cantón La Maná, para realizar un registro de acuerdo a las exportadoras.
- Identificar el excedente de producción de orito en el cantón La Maná.
- Diseñar una propuesta alternativa que permita viabilizar la comercialización de orito.

7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METODOLOGÍA

Cuadro 1. Objetivos específicos, actividades y metodología

Objetivos	Actividad	Resultado de la actividad	Descripción de la metodología por actividad
Cuantificar el número de productores de orito que se encuentran en el cantón La Maná para realizar un registro de acuerdo a las exportadoras.	Levantar información sobre el número de productores de orito identificando su ubicación por recintos	El Número de productores existentes dedicados a la producción.	Encuesta. Entrevistas
Analizar el excedente de la producción de orito en el cantón La Maná	Utilizando los datos de la encuesta, se realiza el cálculo del excedente de orito producido	La cantidad de producción bruta. El valor del excedente de la producción de orito.	Encuesta.
Diseñar una propuesta alternativa que permita viabilizar la comercialización de orito.	Con el excedente de orito determinado proponer una alternativa comercial basadas, en el producto, precio, distribución y publicidad	El adecuado manejo del excedente de producción de orito de tal forma que genere ingresos económicos. Aportar una alternativa de comercialización del producto.	Estrategias del producto, precio, colocación y publicidad.

Elaborado por: Las Autoras

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA

8.1 Antecedentes de proyectos relacionados

La investigación que se está llevando a cabo tiene la fundamentación científico técnica con proyectos que se han realizado en el cantón Ibarra que tiene similares estructuras y que evidencian trabajos relacionados que guardan similitud con el presente trabajo de investigación los mismos que a continuación se detallan de forma resumida.

- **Proyecto N°1**

“Proyecto de factibilidad para la exportación de banano (orito) al mercado italiano-milano 2013-2023”.

Resumen

El proyecto de Ponce L. (2013), fue realizado en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi específicamente en la compañía Ecu – Orito CÍA. LTDA cuyo objetivo de su desarrollo se enmarcó en la factibilidad de exportar banano (orito) a Italia basándose en el estudio del principio de calidad que exigen los mercados internacionales; otro aspecto determinar el grado de aceptación que va tener el orito en dicho mercado. En el proyecto se observa la aplicación de una metodología analítica y descriptiva porque analiza y detalla todos los procesos del empaquetado del orito, emplea también dos tipos de investigación siendo la bibliográfica, la cual sustenta el trabajo mediante las teoría y conceptos de autores de libros y fuentes electrónicas; así también la investigación de campo donde se aplica la observación del proceso de empaquetado del orito; los resultados que la autora del proyecto obtuvo con el desarrollo de la investigación es que el proyecto busca beneficiar al sector agropecuario mediante el impulso positivo de la exportación del orito; otro punto importante es que del orito dependen muchas familias ecuatorianas, principalmente la asentadas en las estribaciones de las cordilleras; en el Ecuador existen dos áreas importantes de producción de banano (orito) Bucay en la provincia de Chimborazo y La Maná en la provincia de Cotopaxi. Esta última tiene un óptimo de producción. De acuerdo a esta investigación el banano orito genera una rentabilidad sobre el capital invertido del 42.35% y una reacción con respecto a las ventas del 11.06%

- **Proyecto N° 2**

“Desarrollo de una tecnología de harina de orito (musa acuminata aa) en túnel de secado de adecuadas características sensoriales y nutricionales”.

Resumen

La investigación de Valencia (2012) fue desarrollada en el cantón Tena perteneciente a la provincia del Napo, el objetivo del proyecto fue dar solución al limitado desarrollo tecnológico para la elaboración de harina de orito (Musa acuminata AA) en túnel de secado, que impide obtener un producto con adecuadas características nutricionales y sensoriales para su consumo; en este proyecto la investigadora a utilizado como metodología básica de investigación la bibliográfica y la experimental con la finalidad de determinar variables para luego ser comprobadas; otros métodos y técnicas que utilizó son el análisis sensorial y el microbiológico; los principales resultados que fueron presentados con el desarrollo de este proyecto son el desarrollo de una tecnología de harina de orito (Musa acuminata AA) en túnel de secado, obteniendo un producto de adecuadas características nutricionales y sensoriales, para lo cual se plantea varias formulaciones, utilizando diferentes inactivadores enzimáticos y temperaturas de secado, de estas el mejor tratamiento obtenido es a 0,25% de ácido cítrico y temperatura de 60° C, resultado obtenido a través del diseño experimental AXB y corroborado en el análisis sensorial, ya que los oritos conservan sus características propias. El análisis proximal de harina determina: humedad 12,5%, sólidos 75%, cenizas 1,8% y pH 5,52. El análisis nutricional de la harina de orito reporta valores de proteína 3,89%, grasa 0,31%, cenizas 1,8%, carbohidratos 86,97%. Se realizó un estudio de costos de producción de harina de orito a nivel de laboratorio, siendo este de 0,70\$ por kilogramo, el mismo que es competitivo con productos similares que existen en el mercado, lo que posibilita su industrialización.

Análisis

Los proyectos antes mencionados aportaran en nuestra investigación con información relevante sobre cómo es comercializado el banano orito, así como los sectores o cantones donde se concentra este tipo de plantaciones. El proyecto uno demuestra cómo está compuesta

la oferta y demanda del banano orito sin ser procesado; es decir, sin ser convertido en otra clase de producto en base a esta fruta, en cambio en el proyecto 2 nos indica una alternativa de como procesar la fruta y qué se puede obtener de ella como lo es la harina, además en cada uno de estos proyectos la necesidad de la investigación parte de una problemática a la cual se le ha dado o brindado una solución como la factibilidad de comercializar en un nuevo mercado como el Italiano y la forma de elaborar harina en base al banano orito, estos proyectos también ayudaron a que en nuestra investigación también se pueda identificar un problema al cual se le ha buscado una solución de cómo comercializar el excedente de orito existente en el cantón La Maná, para ello se plateo estrategias de comercialización como el precio, el producto, la distribución y la publicidad para promover el producto.

8.2. Categorías fundamentales

La investigación en función de la revisión bibliográfica que sustente el trabajo investigativo se propone analizar las siguientes categorías fundamentales que a continuación se presentan:

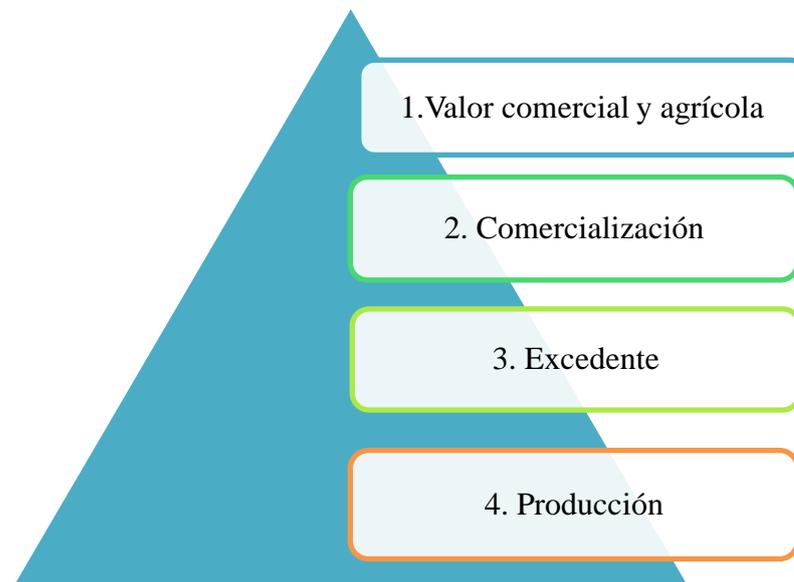


Figura 1. Categorías Fundamentales
Elaborado por: Las Autoras

8.3. Fundamentación teórica

8.3.1. Valor comercial

Es la ponderación económica entre el valor físico y el de capacitación de beneficios considerando el comportamiento del mercado de bienes con características similares los rendimientos futuros que se obtendrán con una inversión. En otras palabras fija el precio que el mercado está dispuesto a pagar al momento de la evaluación de un bien o un servicio (Martínez, 2015).

Es el Valor que se obtiene afectando el Valor de tasación por un factor obtenido de la comparación de operaciones de compra venta realizada de bienes similares, estableciendo las diferencias que pudieran existir entre estos y el bien analizado. Es el método que determina el valor del bien en función de la oferta y la demanda de acuerdo a la situación del sector del mercado que le corresponde. (Rueda y Pacheco, 2015)

1) Reconocimiento del valor comercial

Se reconoce el valor comercial en el momento en que una cadena productiva se relaciona entre actores individuales que se encuentra normalmente en el mercado, este enlace o relación se conoce como cooperación estratégica entre varias organizaciones participantes y para el beneficio de todos se transforma en una cadena valor, estas organizaciones pueden o no producir los productos o servicios que ofrecen en el mercado el valor comercial se apreciaría específicamente al momento en que estos productos o servicios son distribuidos y vendidos (Iglesias, 2011).

2) Valor agrícola

Es el estudio integro de la determinación del valor de las tierras, animales, abonos y maquinarias que están designadas para la producción agrícola. Las tierras se valoran por su situación, calidad, vías de acceso y humedad o riego. Para esto se han de incluir los gastos hechos en las labores de cosecha pendientes y su estimación en un futuro cercano. Las plantas se valoran según la especie, años que tardan en dar fruto y vida de los mismos (Parkin y Esquivel, 2012).

Agrupar a los actores económicos y sociales relacionados en actividades que agregan valor a un bien o servicio especialmente en la actividad agrícola, específicamente desde su producción hasta que este llega a los consumidores, incluidos los proveedores de insumos y servicios, transformación, industrialización, transporte, logística y otros servicios de apoyo, como el de financiamiento (Zúñiga, 2016).

8.3.2. La comercialización

Se maneja de acuerdo a las necesidades de cada uno de los clientes un enfoque dinámico de la comercialización considera los procesos de selección como el mecanismo principal para lograr la coordinación de la obtención, distribución y el consumo de bienes y servicios. Desde el punto de vista económico, las técnicas de comercialización abarcan las actividades de intercambio asociadas con las transferencias de derecho de propiedad de los productos, su manejo físico y transformación, además de los arreglos institucionales y el deseo de adoptar nuevas maneras de comercialización (Pérez de Lara, 2012).

La comercialización son las acciones tomadas para comercializar determinados productos, bienes o servicios, estas acciones o actividades pueden ser realizadas por una persona o un grupo de personas cuyo objetivo principal es colocar el producto en el mercado con la finalidad de satisfacer las exigencias de los consumidores (Valdivia, 2015)

1) Fundamentos de la Comercialización

Tiene cuatro elementos esenciales para un negocio exitoso, cualquier actividad o funcionamiento de una actividad que implica el flujo de productos o servicios desde el punto de producción final inicial hasta las manos de los consumidores. La comercialización es el flujo de productos y de servicios a los consumidores y las transacciones que facilitan o manejan ese flujo, por eso la comercialización se basa en la importancia que tiene los clientes para un negocio y tiene dos principios importantes. (Rueda, et al, 2015).

Los fundamentos de la comercialización está dada en las etapas principales de los ciclos de vida de los productos encontrándose en ella 4 ciclos; la introducción del producto en el mercado; el crecimiento del mercado; la madurez del mercado; y la declinación del mercado.

Estos escenarios describen claramente cómo evolucionará el consumo del producto una vez introducido en el mercado objetivo y mostrará también si este está o no cumpliendo con las expectativas esperadas (Mccarthy y Perreault, 2015).

2) Componentes y elementos básicos de la Comercialización

Dentro de este grupo de componentes tenemos: producto, lugar, precio, promoción y también las áreas de comercialización, gente proceso y evidencia física.

- El producto incluye etiquetado, empaquetado también el nivel de servicio teniendo en cuenta la calidad, confiabilidad y garantías en estas estrategias de productos pueden incluirse y concentrarse en un producto específico desarrollando un producto altamente especializado proporcionar un paquete o servicio de mejor calidad.
- El lugar de comercialización es un método utilizado para enviar un producto el mercado específico, por ejemplo hablamos de transporte, canal de comercialización del mercado.
- El precio del producto son estudiados de acorde a costo de producción al volumen y la cantidad, el precio por lo general los precios más altos implican bajos volúmenes y viceversa sin embargo las empresas facturan precios más altos debido a su servicio personalizado.
- La promoción es comunicarles a los clientes sobre el producto el lugar y precio de su producto, esta estrategia de promoción incluyen la publicidad e interacción directa con el cliente. (Rueda y Pacheco, 2015)

3) Las Estrategias de la comercialización

Las estrategias viene de un conjunto de acciones que conducen a la consecuencia de una ventaja competitiva sostenible en un tiempo factible de ser defendida ante la competencia, con el fin de satisfacer los objetivos y necesidades de los diversos grupos participantes en la organización empresarial, por eso es muy importante en la empresa la innovación de

productos o servicios ya que solo mejorándolas continuamente será posible sobrevivir en los mercados de la actualidad, procurando ser pionero en el mercado (Canta, et al. 2014).

Para utilizar las estaregias de comercializacion se fija un mercado meta y se identidfica un grupo homegeneo de posibles clietes a los cuales se debe atraer con el propositode que consuman el producto, estas estrategias buscan alcanzar metas que permitan satisfacer las necesidades de los consumidores, la estrategia comercial que se aplique debe considerar la distribucion, la promoción y el precio que tendra el poducto, bien o servicio, para este ultimo se debe considerara la competencia del mercado (Guerrero, et al, 2012)

- **Tipos de Estrategias**

Estos tipos de estrategias representan planes o métodos que las compañías utilizan para llevar acabo los planes y diversa funciones en sus operaciones comerciales, algunas empresas pequeñas pueden adaptarse a estas estrategias a sus operaciones y asignarlas a diferentes empleados, según (Valdez, 2013, 31-36 p.p.) los tipos de estrategias que se podrían utilizar son la coordinación de las actividades, utilización de recursos humanos y el desarrollar ventajas distintas a continuación la descripción de cada una de ellas:

- 1) Coordinación actividades**

Una estrategia de negocio común es la coordinación de todas las actividades individuales de cada unidad que se encuentran en un negocio. Las actividades de la unidad pueden dividirse por departamento o por puestos de trabajo individuales.

- 2) Utilización de recursos humanos.**

Las empresas deben ser capaces de utilizar los recursos humanos más disponibles en la empresa y en la economía en general. En si casi todas las empresas tienen algún tipo de trabajo humano para lograr las metas y objetivos del negocio

3) Desarrollar ventajas distintivas.

Es importante el desarrollar distintivas o ventajas competitivas es esencial para la creación de una empresa exitosa por ello es importante realizar actividades singulares o capacidades que una empresa utiliza para producir productos mejores que los de otra compañía

4) Identificar el mercado

Por lo general implica la realización de un análisis económico y el descubrimiento de una demanda de consumo específica que no está satisfecha o que no disponga de suficiente suministro como para cubrir la demanda actual

5) Controlar estrategias de productos

La empresa debe tener una manera de revisar sus estrategias de negocios implementadas en su operatoria. Este proceso a menudo da lugar a su propia estrategia, las empresas podrían revisar el proceso de adquisición de recursos económicos, el equipo utilizado para producir bienes y servicios (Valdes, 2013).

Estas estrategias también pueden dar flexibilidad y hacer cambios necesarios en la empresa para satisfacer la demanda de nuevos consumidores en el mercado competitivo.

8.3.3. El excedente

Es el sobrante o ganancia monetaria de un consumidor al adquirir un producto a un determinado precio, que es a la vez menos del precio estimado a al mayor precio existente en el mercado. El excedente del producto es la cantidad monetaria que recibe como ganancia fuera del gasto de producción al vender su producto a un precio mayor al ya disponible en el mercado. En otras palabras si hablamos de orito es el producto que sobra y se puede vender a otros consumidores, el cual vendría a ser como ganancia o aparte del dinero que recompone gastos de producción o satisfacción de otras necesidades, a partir de un precio menor o mayor al estimado para adquirir un producto (Krugman y Wells, 2010).

1) Tipos de Excedentes

- **El excedente del consumidor**

Iniciamos el análisis definiendo la función de la demanda y oferta de un denominado producto determinado, podemos definir el excedente del consumidor como la diferencia entre el próximo que estaría dispuesto a pagar y el precio que realmente paga. Se considera la diferencia existente del consumidor a una cantidad determinada de un bien por lo que paga por ese bien, esta utilidad cambia o incrementa cuando el precio por unidad baja de tres a dos dólares (Krugman y Wells, 2010).

El excedente del consumidor es un concepto basado en la ley de la oferta y la demanda, y es la ganancia monetaria obtenida por los consumidores, ya que son capaces de comprar un producto a un precio menor del que estarían dispuestos a pagar. En otras palabras, la cantidad de dinero en que los consumidores valoran un bien o servicio por encima de su precio de compra (Buján, 2013).

- **El excedente del productor**

Tiene la misma lógica que el del excedente del consumidor, en vista que se puede visualizar también como un área utilizando el modelo de la oferta y la demanda. Para estimar el excedente del productor debemos de partir de la función de oferta, dado un precio de mercado que compararemos el precio al que estaría dispuesto a ofrecer cada unidad de mercadería con el precio que realmente perciben. Y observaremos que hasta que el empresario por cada unidad ofrecida recibe un precio superior al que estaría dispuesto a percibir, dicha zona delimita gráficamente el excedente del productor (Krajewski y Ritzman, 2013).

El excedente productor es un concepto basado en la ley de la oferta y la demanda, y es el beneficio adicional que obtienen por la venta de sus productos, ya que son capaces de venderlos a un precio mayor del que estarían dispuestos a cobrar. En otras palabras, la diferencia entre la cantidad que un productor recibe de la venta de un bien y la cantidad más baja que el productor está dispuesto a aceptar por el producto. Cuanto mayor sea la diferencia entre los dos precios, mayor es el beneficio para el productor (Buján, 2013).

- **El excedente de una empresa**

En el análisis anterior vimos el excedente del consumidor y del productor a nivel mercado, es decir, el beneficio total de consumidor y empresas. En esta parte del documento veremos el excedente de una empresa bajo un enfoque competitivo, y su relación con la rentabilidad, variable, la importancia de esta en la toma de decisiones relacionadas a producir más o menos. Disposición a pagar es la cantidad máxima que pagaría un comprador por un bien (Luis de Sebastián, 2014).

- **Excedente del productor comercial**

Es la cantidad que percibe el vendedor por un bien menos el coste de producirlo. Miden los beneficiarios de los vendedores que participan en el mercado. El excedente del productor y curva de oferta de la misma manera que el excedente del consumidor se obtiene con la curva de la oferta. Para cualquier cantidad, el precio señalado por la curva de oferta muestra el coste del vendedor marginal, el vendedor es el primero que dejaría el mercado si el precio fuera menor (Madura, 2012).

8.3.4. La Producción

Es la actividad a través de la cual los seres humanos actuamos sobre la naturaleza, modificándole para adaptarla a nuestras necesidades, o a lo que es lo mismo, el proceso mediante el cual se transforma materiales en producto o se realiza un servicio. El término producción procede del latín *producere*, que significa salir, hacer, producir. La economía se sostiene sobre el sistema productivo de las sociedades, que será el encargado de crear bienes y servicios, es decir productos, para el consumo de sus ciudadanos (Acosta, 2010).

Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. En tanto la producción es un proceso complejo, requiere de distintos factores que pueden dividirse en tres grandes grupos, a saber: la tierra, el capital y el trabajo. La tierra es aquel factor productivo que engloba a los recursos naturales; el trabajo es el esfuerzo humano destinado a la creación de beneficio; finalmente, el capital es un factor derivado de los otros dos, y representa al conjunto de bienes que además de poder ser

consumido de modo directo, también sirve para aumentar la producción de otros bienes (Definiciones, 2013).

1) Elementos de la producción

- **Tierra**

La parte más importante de la naturaleza, en relación con la producción ella comprende la superficie del planeta con todos los recursos naturales, que el hombre utiliza para el cultivo de las plantas de donde extrae la mayor parte de los alimentos, es indispensable para la producción (Sempat Assadourian, 2012).

La tierra es el suelo que se utiliza en el ámbito de la productividad para todo tipo de cultivos y plantaciones; en la producción agrícola el suelo debe ser el más fértil que permita el crecimiento y desarrollo de los cultivos para luego ser cosechados y utilizados por los seres humanos (Sánchez, 2010)

- **Capital**

Se denomina capital al patrimonio que se posee para ser invertido en cualquier negocio el cual es un factor de producción, un insumo durable que por sí mismo es un producto de la economía, la mayoría de nosotros no nos damos cuenta de cuantas de nuestras actividades económicas dependen del capital (Rivas, 2011).

El capital en teoría comercial, es uno de los factores de la producción que habiendo sido creados por las personas, son utilizados para producir otros bienes o servicios, dos características importantes del capital son que su creación involucra un costo, porque es necesario utilizar recursos que podrían destinarse al consumo; y que su aplicación al proceso de producción incrementa la productividad de los otros factores productivos (Sánchez, 2010).

2) Tipos de producción

- **Producción agrícola**

Es aquel que se utiliza en el ámbito de la economía para hacer referencia al tipo de productos y beneficios que una actividad como la agrícola puede generar, la agricultura es decir el cultivo de granos, cereales y vegetales, es una de las principales y más importantes actividades para la subsistencia del ser humano, la producción agrícola está haciendo referencia a todo aquello que es el resultado de la actividad agrícola y son utilizados, en un porcentaje muy alto como alimentos aunque también se pueden encontrar otros usos a los mismos para diversas industrias (González, 2014).

La producción agrícola es el resultado de la práctica de la agricultura; es aquella que consiste en generar vegetales para consumo humano. La agricultura ha evolucionado a lo largo de la historia, presentando cambios o mejoras significativas en la misma gracias a la implementación de diferentes herramientas y procesos. Desde el punto de vista social, la producción agrícola ha jugado un papel fundamental en las condiciones de existencia de la especie, generando como resultado una mejora en las condiciones de productividad (Sánchez, 2010).

- **Producción de orito**

El banano orito es un cultivo tradicional y propio de la zona de Bucay en la provincia del Guayas su producción involucra a la comunidad rural y urbana de este cantón, todo este producto es exportado al mercado estadounidense en donde tiene una gran aceptación, quedando un pequeño excedente para el consumo local el cual es aprovechado por los turistas extranjero que visitan la región. se calcula que en el país existe alrededor de 8.000 hectáreas de orito (Rosales, et al , 2010).

3) Contexto de la comercialización del orito (Musa.AA)

La comercialización del producto en el extranjero se la maneja de acuerdo a las necesidades y pedidos del cliente, de una manera logística donde según los pedidos del mercado autorizan

los procesos para que la fruta esté lista al momento que la requiera el consumidor final (Magap, 2013).

Existen empresas comercializadoras de esta fruta en el extranjero como Dole Fresh Fruit International, Ltd.; Corporación Noboa, Banafresh, Dusal, Golden Forse. Etc.

Los márgenes de comercialización están dados de acuerdo al consumo y necesidades del cliente las cuales se expresan en las siguientes cifras con un aproximado. Semanalmente se exportan 19000 cajas de 16 libras y anualmente se exportan 988000 cajas de 16 libras (Magap, 2013).

Cerca de 10 toneladas de este tipo de orito se exportan mensualmente a Europa; principalmente a Rotterdam, en los Países Bajos. Según datos del Banco Central del Ecuador, durante el primer semestre del año pasado se exportó un promedio de 4 000 toneladas del orito.

El 53,1% se envió a Estados Unidos, el 26,5% a Bélgica y el porcentaje restante (20,4%) se divide entre Colombia, Nueva Zelanda, Japón, Francia, Holanda, entre otros (Correa, 2012).

Se considera un rendimiento aceptable la producción promedio de 25 cajas de 16 libras de orito por hectárea por cada semana, durante las 52 semanas del año. Los rendimientos reales son, en promedio, de 14 a 16 cajas de 16 libras por semana (15 a 20 en invierno; 10 a 15 en verano). En algunas zonas, para obtener una caja de 16 libras se necesitan dos racimos, en otras hasta tres. La época de producción, todo el año (Magap, 2013).

4) Propiedades del orito

El orito es una fruta amarilla, que se consume cruda por ser dulce y suave, aporta 90 calorías por 100 gramos de alimento, es rico en azúcares, en potasio, participa en el mecanismo de contracción y relajación de los músculos, contiene vitaminas del grupo B, sobre todo, ácido fólico (B9), fibra soluble que ayuda a disminuir el nivel elevado de colesterol en la sangre, vitamina E que es un antioxidante que protege el tejido corporal del daño causado por sustancias inestables llamadas radicales libres, así lo explicó Robalino Tarquino, Docente investigador de la Universidad Estatal Amazónica (Sanchez, 2013).

5) Información nutricional del orito:

Propiedades

- Libre de grasas
- Libre de colesterol
- Buena fuente de Fibra
- Buena fuente de Potasio
- Buena fuente de vitamina C

Componentes	% Valor Diario*
Total de Grasa: 0g.	0%
Grasa Saturada: 0g.	0%
Colesterol: 0mg.	0%
Sodio: 0mg.	0%
Total de Carbohidratos: 20g.	7%
Fibra Dietética: 1g.	4%
Azúcar: 13g.	
Proteínas: 1g.	
Vitamina C	15%
Vitamina A	0%
Calcio	0%
Hierro	0%

Fuente: 2013 Castle Foods tropical fruit exporters

6) Localización de la producción de orito

Este cultivo se ha desarrollado a lo largo de la zona de estribaciones de la Cordillera de los Andes, que de acuerdo con las estadísticas oficiales se cultiva en Sierra, Costa y Oriente, siendo la sierra y amazonia las que tienen mayor superficie sembrada. La superficie total del país es de un aproximado de 8000 Ha, las que están explotadas por pequeños productores los que dentro de sus sistemas de producción tienen al banano orito como único componente de subsistencia. Las plantaciones son manejadas, predominantemente, de forma orgánica y tradicional. En la zona de Bucay (General Antonio Elizalde) el cultivo del orito es el principal producto agrícola (Magap, 2013).

7) Precio referencial por caja de Orito

Los precios varían de acuerdo a las diferentes tipos de cajas procesadas de distintos países y de diferentes empresas exportadoras.

- Una caja de 16 libras cuesta \$4.50
- Una caja de 32 libras cuesta \$ 9.00
- Una caja de gourmet 7 libras \$ 2.20

Teniendo en cuenta que le valor de una libra de banano orito en el extranjero cuesta \$6.99, se puede notar la diferencia del valor que paga la empresa exportadora (Correa, 2012).

9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS

¿Cuáles son los fundamentos teóricos básicos necesarios para la valoración comercial del excedente de la producción de orito?

La fundamentación teórica está basada en el análisis del excedente del orito, estas teorías están desglosadas de forma ordenada, específica y plasma los conceptos más relevantes que ayudan a sustentar la investigación. En la fundamentación teórica se considera temas como el valor comercial, la valoración agrícola, la comercialización, el excedente los tipos de excedente, la producción y los tipos de producción.

¿El excedente de producción que no ingresa a los mercados internacionales afecta económicamente a los productores de orito?

En el proyecto se pudo identificar que los productores obtienen un excedente anual de 61.564 racimos de orito, este remanente no es exportado a los mercados internacionales lo cual ocasiona pérdidas económicas a los productores de orito porque no podrán recuperar la inversión realizada en la plantación, la mano de obra consumida, los insumos empleados entre otros.

¿Cuáles son las características que debe reunir la propuesta alternativa que permita viabilizar la comercialización de orito. ?

De acuerdo al resultado obtenido en las encuestas los productores consideran que una alternativa de comercialización del orito sería la venta a los dos comisariatos más grandes del Cantón Tía y Fortaleza como nueva alternativa para ello es necesario que esa cuente con una presentación, tanto nutrición como de imagen, que tenga un precio accesible y que siempre esté disponible al momento de ser requerido, las características mencionadas anteriormente permitirá a que la fruta orito de los productores tenga una aceptación por parte de los consumidores y sea buscada como alimentación de la familia tratando de cumplir las necesidades de los posibles clientes, con estos factores y su aceptabilidad se validaría el proyecto.

10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

10.1. Tipos de investigación

10.1.1. Bibliográfica

La investigación bibliográfica aportó con los conceptos y teorías más importantes que guardan una relación exclusiva con la investigación desarrollada, los temas consultados de libros como valor comercial, comercialización, excedente y producción de orito sustentan el trabajo y a su vez están respaldados con las fuentes de donde fueron extraídas.

10.1.2. De campo

La investigación de campo permitió conocer y obtener información directa sobre la realidad que viven los productores al momento de vender su producción de orito, también facilitó identificar las causas que originan el problema sobre el excedente del orito.

10.2. Metodología

10.2.1. Método deductivo

Se empleó este método para evidenciar los aspectos más particulares como la forma en la cual es comercializado el orito, para con esto poder llegar a una determinación sobre una nueva forma de dar una valoración comercial del excedente de fruta, con este modelo se pretende ayudar a los productores del cantón La Maná.

10.2.2. Método analítico

El método analítico permitió la recopilación de información la cual fue depurada y analizada de tal forma que permita el diseño de un modelo para la valoración comercial del excedente de fruta orito.

10.3. Técnicas investigación

10.3.1. Entrevista

Se empleó la entrevista para recopilar información de los representantes legales de las empresas comercializadoras, para ello se elabora una serie de preguntas que permitieron realizar una entrevista de forma ordenada y sistemática (anexo 5).

10.3.2. Encuesta

Se utilizó la encuesta como una herramienta fundamental de recopilación de datos, la cual permitió el desarrollo de la investigación, para esto se elaboró un cuestionario estructurado aplicado a 194 productores de orito (anexo 6).

10.3.3. Censo

En la investigación se aplicó un censo para recopilar información directamente de los directivos de las 6 empresas comercializadoras de orito (anexo 7).

10.4. Población y muestra

10.4.1. Población

En la investigación se consideró como población a los productores de orito de los distintos recintos del cantón La Maná y las empresas comercializadoras.

Cuadro 2. Unidad de estudio de los productores de orito del cantón La Maná

Empresas comercializadoras del cantón La Maná	Responsables	Número de productores	Instrumento
Empresa Dole	Lic. Carmen Bahamonde	90	Encuesta
Asociación Tierra Madre	Ing. León Cañas	72	
Asociación Tierra Sol	Ing. Alex Cañas	65	
Empresa del Monte	Sr. Jaime Zapata	60	
Empresa Fusicar	Ing. Vicente Aguirre	50	
Asociación Voluntad de Dios	Sr. Amador Leal	40	
TOTAL		377	

Fuente: Centros de acopio del cantón La Maná 2016

10.4.2. Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula y se considera un margen de error del 5%.

Fórmula.

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra =?

N = Población e investigarse = 377

E = Índice de error máximo admisible = 0.05

$$n = \frac{377}{(0,05)^2(377 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{377}{(0,05)^2(376) + 1}$$

$$n = \frac{377}{(0,0025) (376) + 1}$$

$$n = \frac{377}{1.94} = 194$$

Para la investigación se encuestó a 194 productores de orito para ello se utilizó el formato de un cuestionario estructurado con 13 preguntas, para la tabulación e interpretación de resultados se empleó una hoja de cálculo en Excel.

10.4.3. Cálculo del coeficiente de proporcionalidad

$$f = \frac{n}{N} ; = \frac{194}{377} = 0,514588$$

10.4.4. Distribución de la muestra

Para distribuir la muestra por estratos se hace uso del coeficiente de proporcionalidad el mismo que se detalla a continuación.

Cuadro 3. Distribución de la muestra por estratos

Estrato	Población	Frac. Distributiva	Muestra
Empresa Dole	90	0.514588	46
Asociación Tierra Madre	72	0.514588	37
Asociación Tierra Sol	65	0.514588	33
Empresa del Monte	60	0.514588	31
Empresa Fusicar	50	0.514588	26
Asociación Voluntad de Dios	40	0.514588	21
Total	377		194

Elaborado por: Las Autoras

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

11.1. Resultados de la entrevista realizada a los representantes legales de las comercializadoras de orito del cantón La Maná.

1. ¿La empresa se dedica exclusivamente a la comercialización de orito o también de otro tipo de musácea?

La comercializadora Zapata y Voluntad de Dios se dedican exclusivamente a la compra y venta de cajas de orito las demás compran otras musáceas como banano y otros.

2. ¿Cuáles son las cajas que compra la comercializadora?

Las cajas de orito más adquiridas por las comercializadoras son las cajas de 16 libras

3. ¿Cómo es el proceso de repartición de cartón a los productores?

El cartón es repartido un día antes al día del proceso, a cada productor se le entrega el cartón con los líquidos que deben colocar en las empacadoras, la cantidad que se les entrega a cada uno depende del cronograma de la empresa y del historial de cajas producidas.

4. ¿Cómo describe la calidad de fruta adquirida?

Según las empresas la fruta debe ser de buena calidad para que esta sea comprada, para esto es necesario de la calificación previa tanto en las fincas como al momento de receptor la fruta empacada en los centros de acopio de no cumplir con los requerimientos esta es rechazada y las fincas puestas en cuarentena.

5. ¿Las empresas poseen exigencias para la producción y empaquetado de orito?

Las empresas son muy exigentes en el cuidado de la producción y al momento del empaquetado de la fruta, estas exigencias son controlados por técnicos designados por ellas los cuales verifican y comprueban el cumplimiento de lo contrario suspenden el proceso.

6. ¿Cuáles son los mayores retos y necesidades a las que se enfrenta su negocio?

El factor climático es uno de los factores de riesgo para las comercializadoras otro identificado es el mercado internacional y la competencia local.

11.2. Análisis de la encuesta aplicada a los productores de orito del cantón La Maná

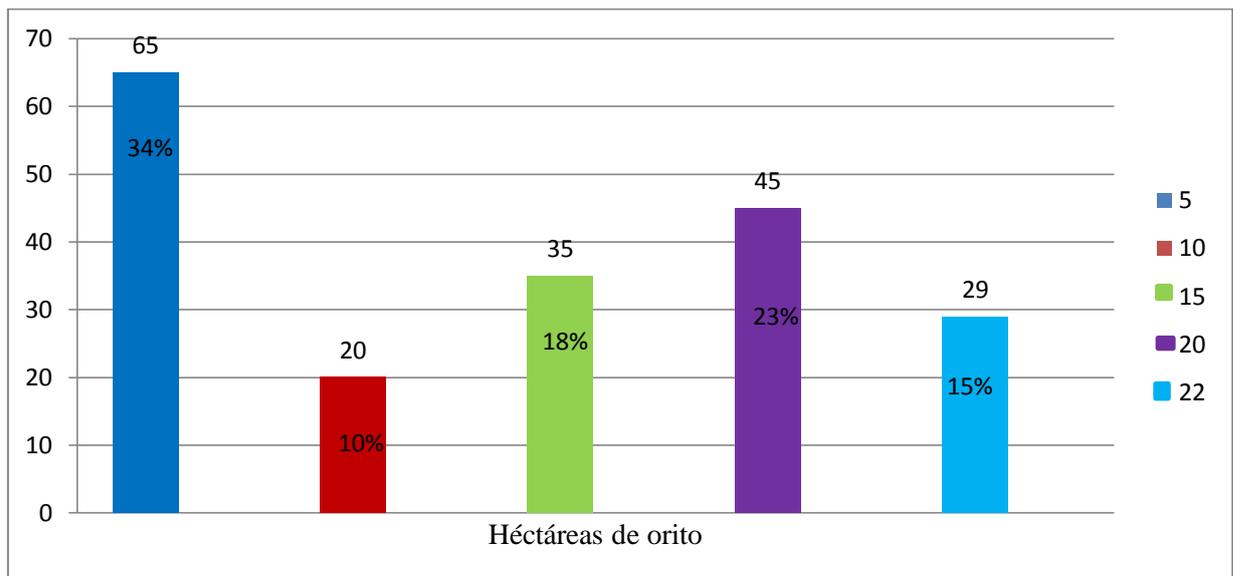
1. ¿Cuántas hectáreas de terreno posee y de cuántas están cultivadas con orito?

Cuadro 4. Cantidad de terreno utilizado en el cultivo de orito

# de hectáreas cultivadas con orito	# de productores	%
5	65	34%
10	20	10%
15	35	18%
20	45	23%
22	29	15%
TOTAL	194	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 1. Cantidad de terreno utilizado en el cultivo de orito



Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Análisis de Interpretación

De los encuestados el 34% de los productores tienen cultivadas 5 hectáreas de orito mientras que el 10% tienen cultivada 20 hectáreas. La mayoría de los encuestados destina la mayor cantidad de terreno para la producción agrícola porque esta es la actividad que más conocen y durante toda su vida se han dedicado a ello.

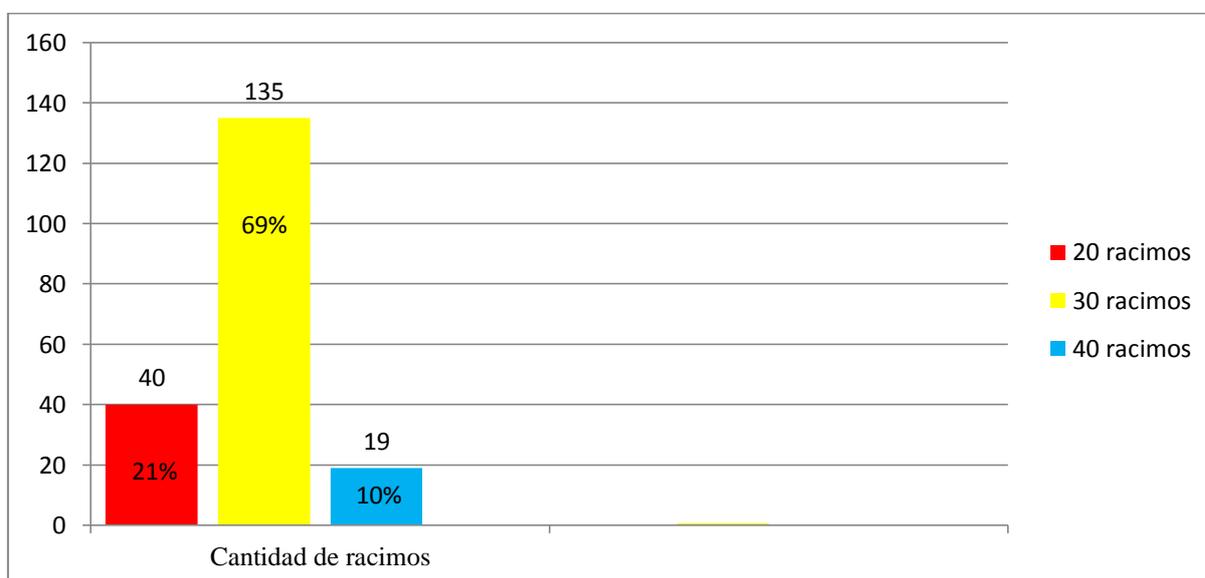
2. ¿Cuántos racimos de orito semanales obtiene en una hectárea de terreno?

Cuadro 5. Cantidad de racimos orito obtenidos en una hectárea de terreno.

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
20 racimos	40	21%
30 racimos	135	69%
40 racimos	19	10%
Más de 40	0	0%
TOTAL	194	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 2. Cantidad de racimos orito obtenidos en una hectárea de terreno



Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Análisis de Interpretación

El 69% de los productores encuestados producen 30 racimos de orito por hectárea, y el 10% dicen producir hasta 40 racimos. Los productores dicen obtener 30 racimos por hectárea de orito porque ellos abonan constantemente la plantación y el mantenimiento contra la maleza es constante.

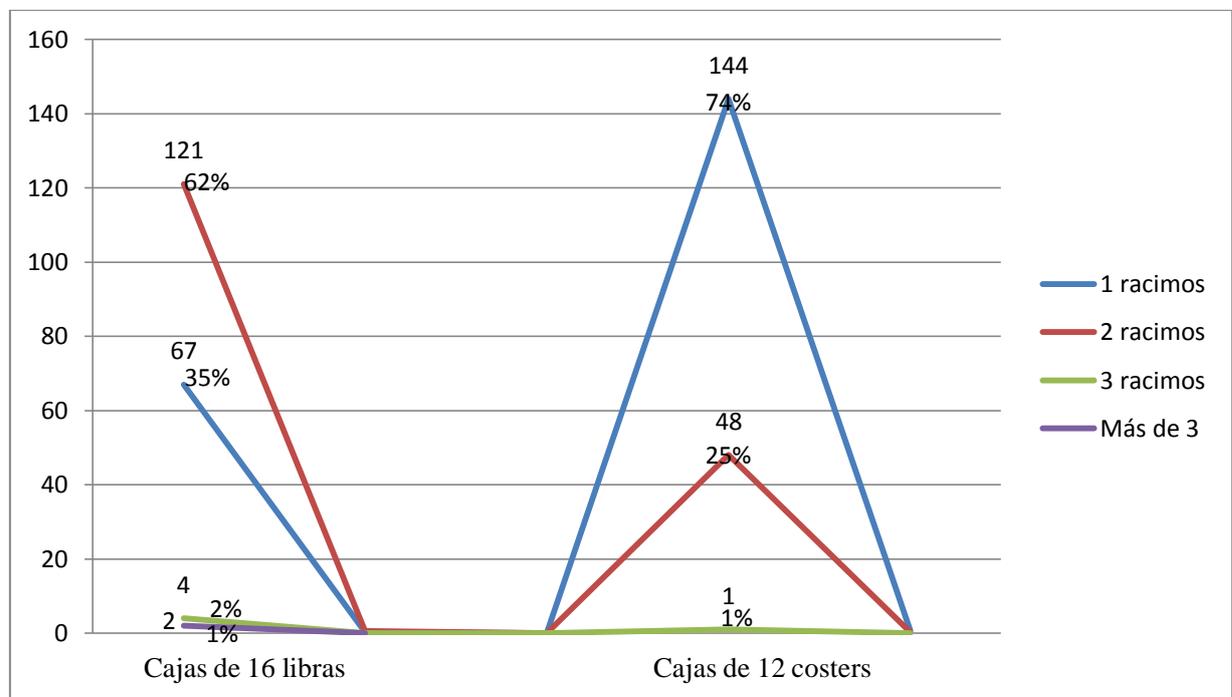
3. ¿Cuántos racimos de orito necesita para elaborar cajas de?

Cuadro 6. Cantidad de orito para elaborar cajas de 16 libras y cajas de 12 closters.

Caja de 16 libras	Valor absoluto	Valor relativo	Caja de 12 closters	Valor absoluto	Valor relativo
1 racimos	67	35%	1 racimos	144	74%
2 racimos	121	62%	2 racimos	48	25%
3 racimos	4	2%	3 racimos	1	1%
Más de 3	2	1%			
TOTAL	194	100%		194	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 3. Cantidad de orito para elaborar cajas de 16 libras y cajas de 12 closters.



Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Análisis de Interpretación

El 62% de los encuestados opinan que necesitan 2 racimos de orito para elaborar una caja de 16 libras, en cuanto a la elaboración de las cajas de closters el 74% de los encuestados utilizan 1 racimo para llegar a obtener una caja de este tipo, se utiliza un solo racimo para elaborar una caja de closter porque son manos de 5 dedos y en cada caja se empaca 12 closters.

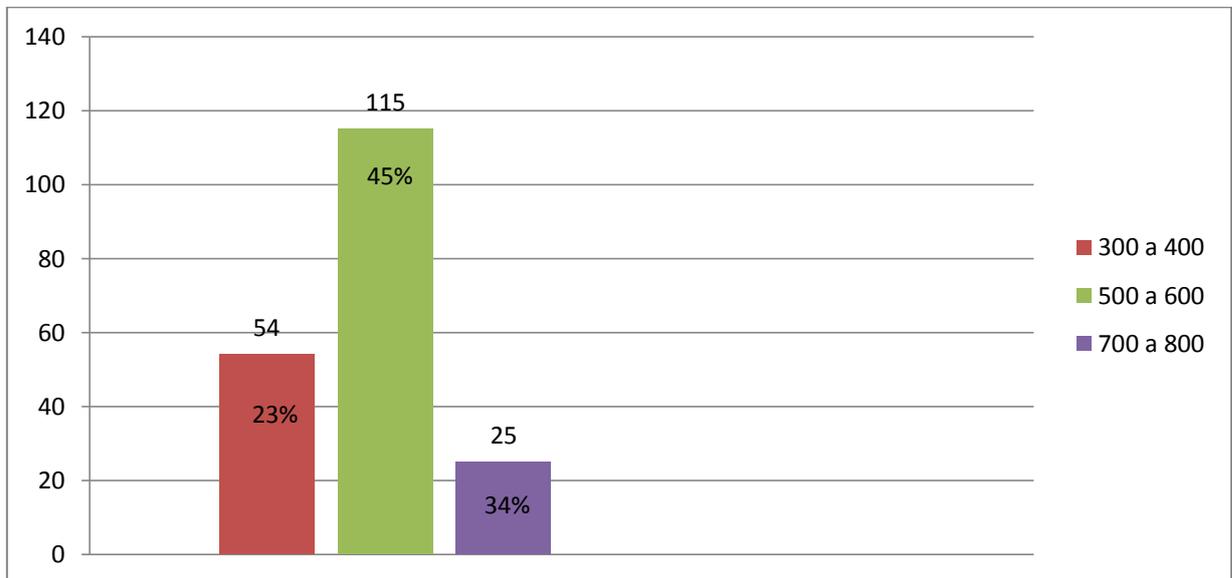
4. ¿Cuántas cajas de orito está en capacidad de elaborar semanalmente?

Cuadro 7. Capacidad para elaborar cajas de orito.

Caja de 16 libras	Valor absoluto	Valor relativo	Caja de 12 closters	Valor absoluto	Valor relativo
100 a 200	0	0%	200 a 400	194	100%
300 a 400	54	23%	600 a 800	0	0%
500 a 600	115	45%	1000 a Más	0	0%
700 a 800	25	34%			
TOTAL	194	100%		194	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 4. Cantidad de cajas elabora semanalmente.



Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Análisis de Interpretación

El 45% de los encuestados están en la capacidad de producir de 500 a 600 cajas de orito de 16 libras y el 100% está en la capacidad de elaborar de 200 a 400 cajas de closters. Los productores pueden elaborar de 500 a 600 cajas de orito y de closters de 200 a 400 cajas porque cuentan con una plantación de orito grande y con un adecuado mantenimiento.

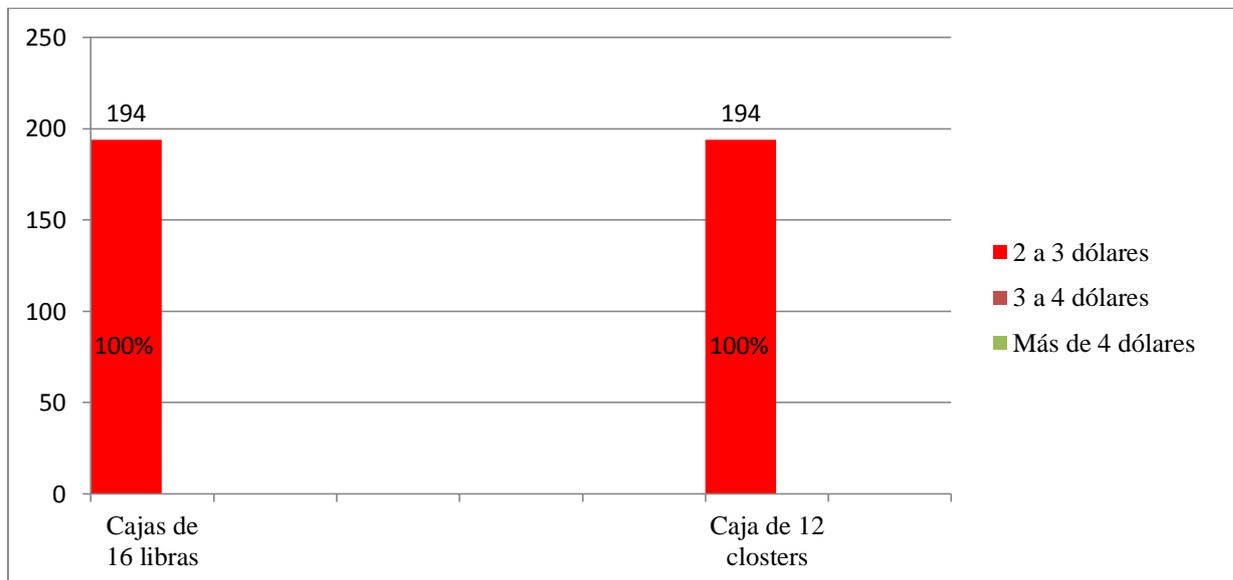
5. ¿Cuál es el precio por cada caja de orito?

Cuadro 8. Valor por cada caja de orito.

Caja de 16 libras	Valor absoluto	Valor relativo	Caja de 12 closters	Valor absoluto	Valor relativo
2 a 3 dólares	194	100%	1 a 2 dólares	194	100%
3 a 4 dólares	0	0%	2 a 3 dólares	0	0%
Más de 4 dólares	0	0%	Más de 3 dólares	0	0%
TOTAL	194	100%		194	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 5. Valor por cada caja de orito.



Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Análisis de Interpretación

Los productores encuestados reciben por cada caja de orito de 16 libras un valor que va desde \$ 2 a 3 dólares y de 1 a 2 dólares por cada caja de closters. Reciben ese precio por cada caja de orito de 16 libras y cajas de closters porque ese es el precio que les ofrece las empresas comercializadoras.

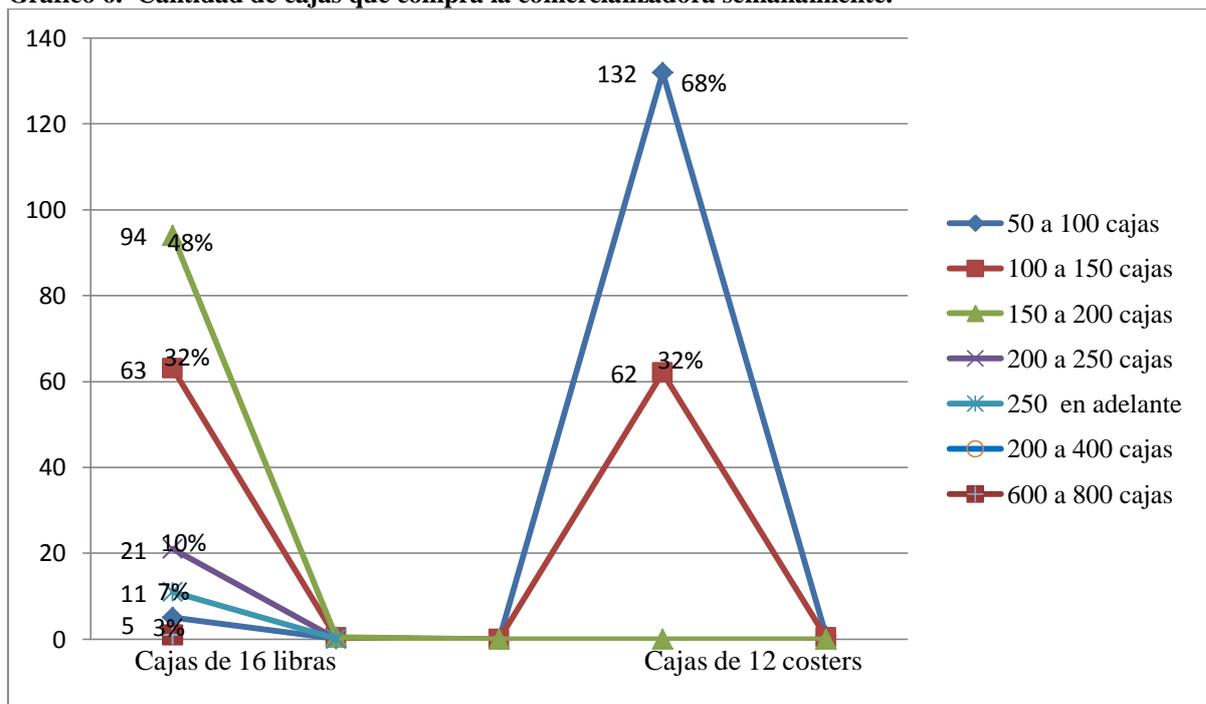
6. ¿Cuántas cajas de orito le compra la comercializadora semanalmente?

Cuadro 9. Cantidad de cajas que compra la comercializadora semanalmente.

Caja de 16 libras	Valor absoluto	Valor relativo	Caja de 12 closters	Valor absoluto	Valor relativo
50 a 100 cajas	5	3%	200 a 400 cajas	132	68%
100 a 150 cajas	63	32%	600 a 800 cajas	62	32%
150 a 200 cajas	94	48%	1000 o más	0	0%
200 a 250 cajas	21	10%			
250 en adelante	11	7%			
TOTAL	194	100%		194	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 6. Cantidad de cajas que compra la comercializadora semanalmente.



Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Análisis de Interpretación

El 48% de los productores dicen que las empresas comercializadoras les compran de 150 a 200 cajas semanales de orito de 16 libras y el 68% dice que les compran de 200 a 400 cajas de closters. La comercializadora les compra de 200 a 300 cajas semanales de orito porque la empresa en varias ocasiones les ha disminuido el cupo de producción.

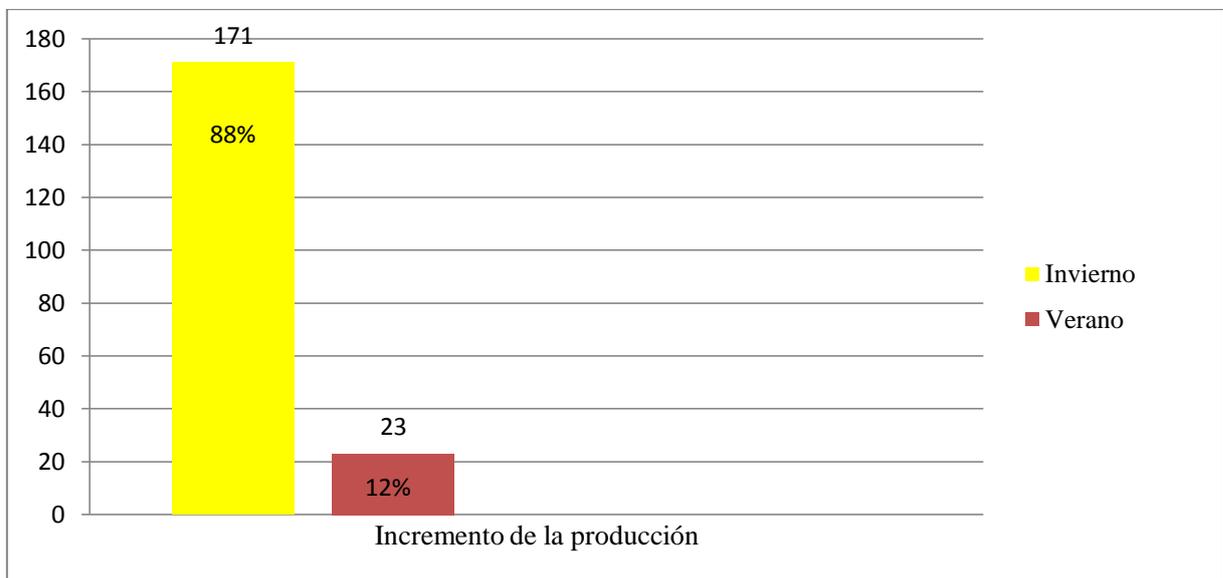
7. ¿En qué estación del año aumenta la producción de orito?

Cuadro 10. Estación del año que aumenta la producción.

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
Invierno	171	88%
Verano	23	12%
TOTAL	194	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 7. Estación del año que aumenta la producción.



Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Análisis de Interpretación

EL 88% de los productores encuestados dicen que en la estación del año en que más se produce el incremento de la producción de orito es en el invierno. La mayoría de encuestados dicen que se incrementa la producción de orito en el invierno porque esto se ve reflejado en los racimos obtenidos durante esa época del año.

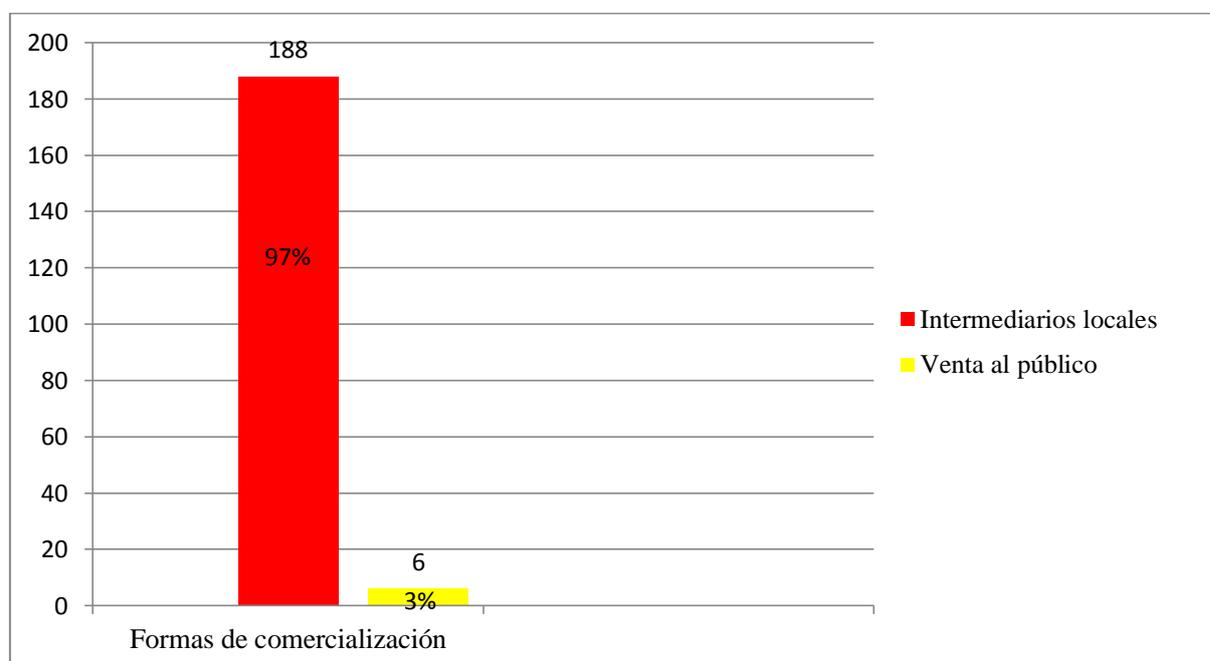
8. ¿Cómo comercializa la producción de orito?

Cuadro 11. De qué forma se comercializa la producción de orito.

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
Exportación directa	0	0%
Intermediarios locales	188	97%
Venta al público	6	3%
TOTAL	194	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 8. De qué forma se comercializa la producción.



Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Análisis de Interpretación

El 97% de los encuestados dicen que la producción de orito es comercializada por intermediarios locales y el 3% mediante venta al público. Los productores tienen el tipo de comercialización de intermediarios locales y venta al público porque no cuenta con otra forma de poder comercializar su producto.

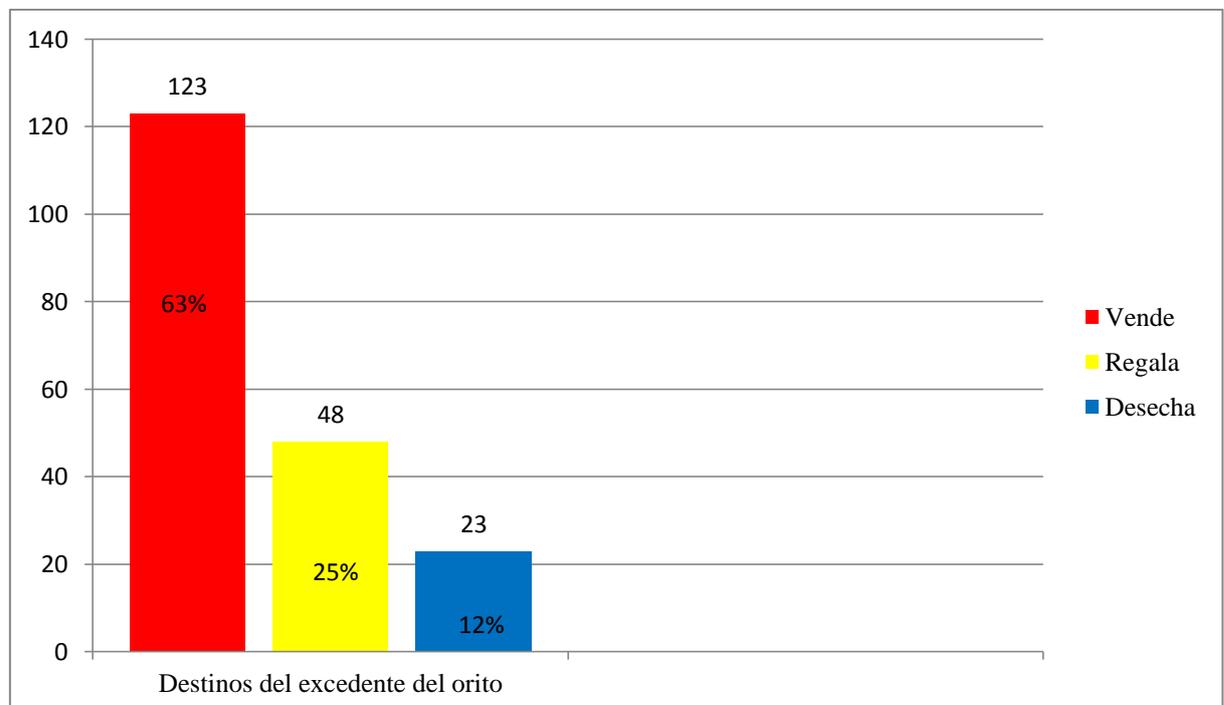
9. ¿Qué hace con el excedente fruta?

Cuadro 12. Excedente de fruta.

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
Vende	123	63%
Regala	48	25%
Desecha	23	12%
TOTAL	194	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 9. Excedente de fruta.



Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Análisis de Interpretación

El 63% de los productores dicen que el excedente de fruta es vendido mientras que el 12% la desecha. Los productores venden el excedente de fruta porque existe microempresas dedicadas a la venta al menudeo en los mercados de la región sierra y otras personas compran como rechazo para el ganado reciben por racimo de orito un precio de \$ 0.55 centavos.

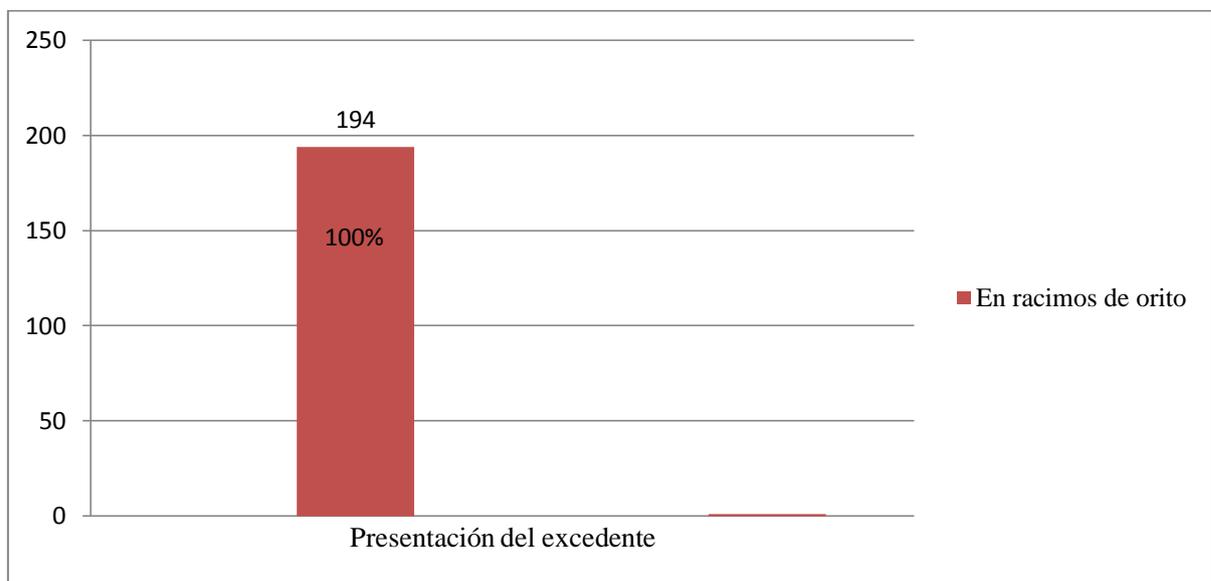
10. ¿Cómo está representado el excedente de fruta orito?

Cuadro 13. Presentación del excedente de orito

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
En cajas de orito	0	0%
En racimos de orito	194	100%
TOTAL	194	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 10. Presentación del excedente de orito



Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Análisis de Interpretación

El 100% de los encuestados dicen que el excedente de fruta se presenta en los racimos de orito sin procesar. Se manifiesta este excedente porque a los productores no les son entregadas el cartón suficiente para poder empacar el orito en su totalidad.

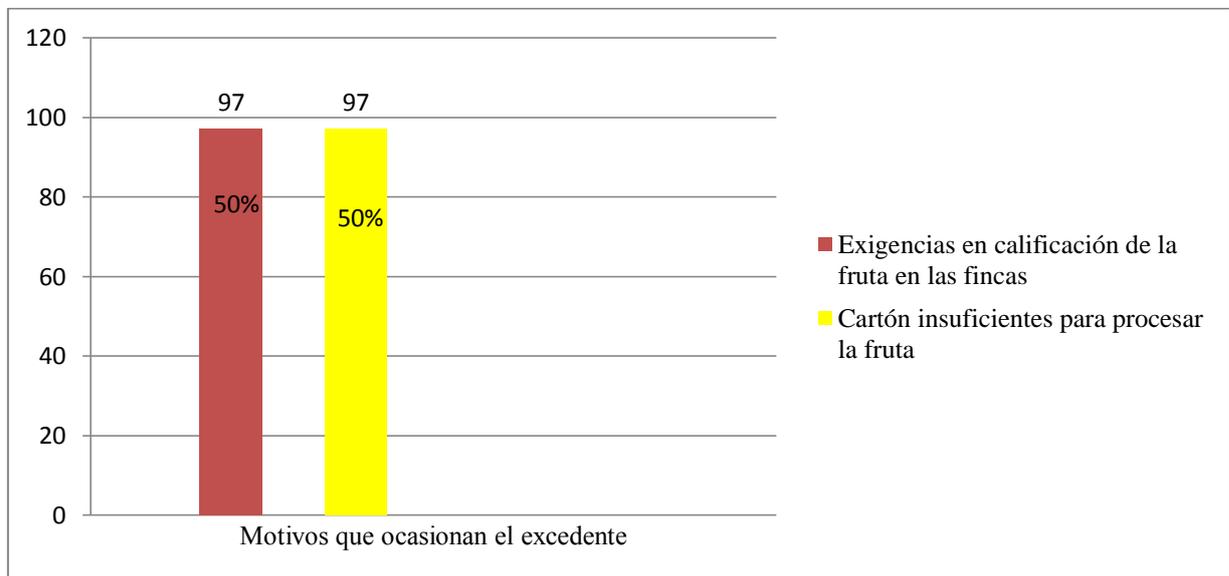
11. ¿Se ocasiona el excedente de fruta por?

Cuadro 14. Motivos que ocasiona el excedente de orito

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
Calidad de la fruta	0	0%
Exigencias en calificación de la fruta en las fincas	97	50%
Nuevos cultivos sin autorización	0	0%
Cartón insuficientes para procesar la fruta	97	50%
Total	194	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 11. Motivos que ocasiona el excedente de orito



Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Análisis de Interpretación

De los encuestados un 50% dice que lo que les ocasiona el excedente de fruta es el incremento de exigencias en la calificación del orito en las fincas y el otro 50% ocasiona la insuficiencia de cajas de cartón para poder empacar el orito.

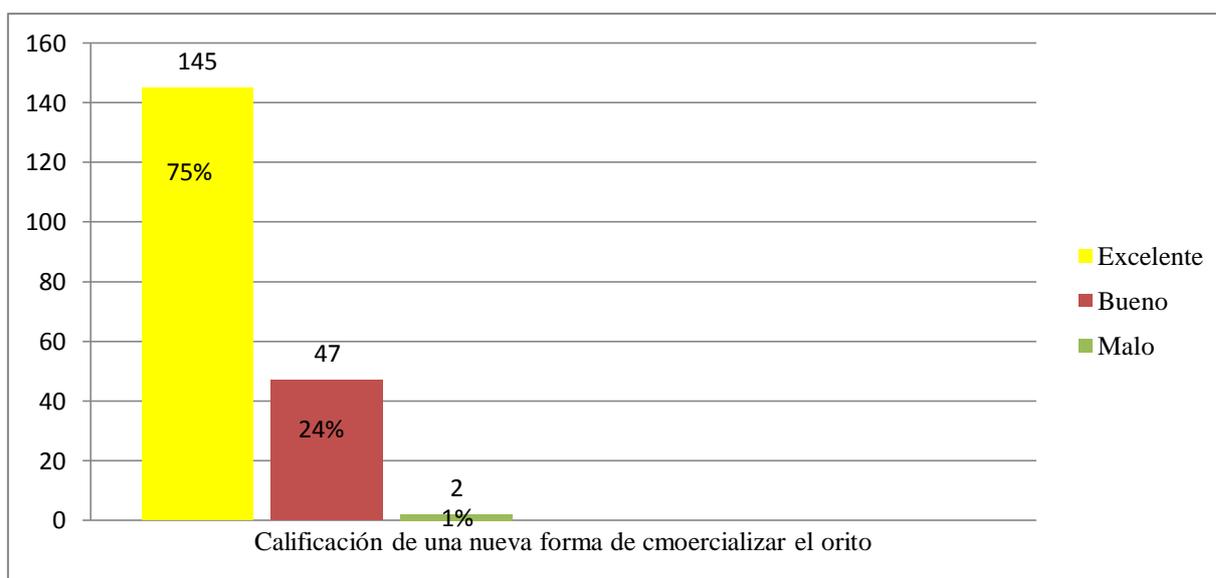
12. ¿Cómo consideraría usted la creación de otra forma de comercializar la fruta orito en el cantón La Maná?

Cuadro 15. Importancia de generar otra forma de comercializar el orito

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
Excelente	145	75%
Bueno	47	24%
Malo	2	1%
TOTAL	194	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 12. Importancia de generar otra forma de comercializar el orito



Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Análisis de Interpretación

El 75% de los productores considera excelente la creación e otra forma de comercializar el orito y un 1% lo considera como malo. La creación de otra forma de comercializar el orito considerada como excelente por los productores porque ellos necesitan tener otras opciones de vender la fruta y poder mejorar el precio de la misma puesto que deben aceptar lo que las comercializadoras quieran pagarles para no perder su producción.

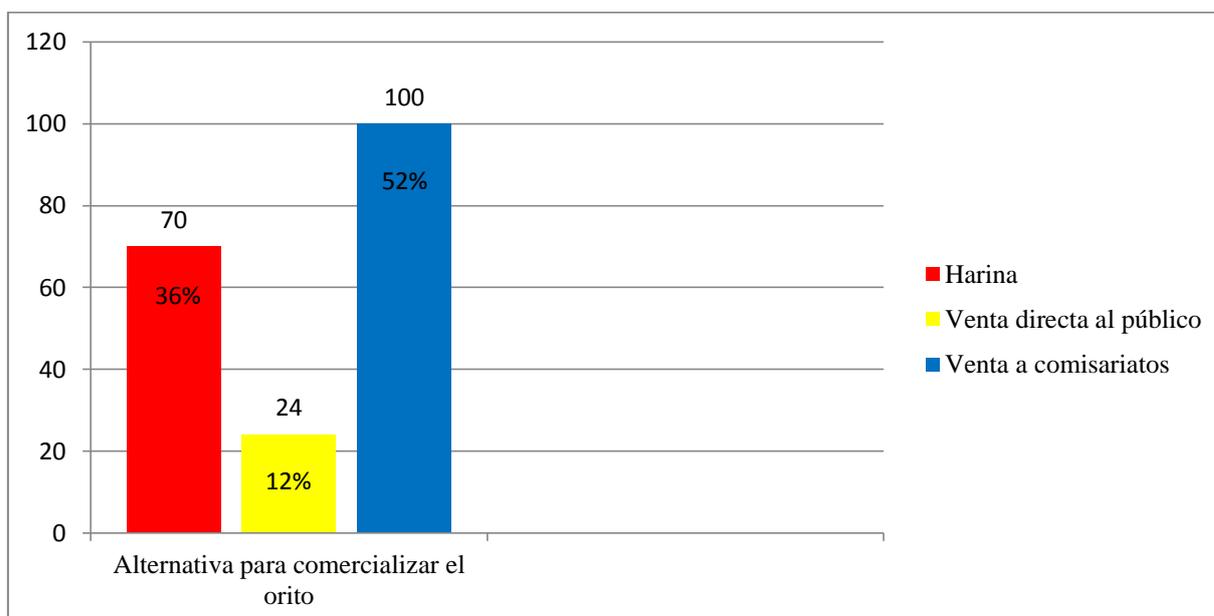
13. ¿Cuál de estas formas de comercializar el orito cree usted que ayudaría a vender el excedente de producción?

Cuadro 16. Qué forma de comercializar ayudaría a vender el excedente.

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
Harina	70	36%
Venta directa al público	24	12%
Venta a comisariatos	100	52%
TOTAL	194	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 13. Qué forma de comercializar ayudaría a vender el excedente.



Fuente: Encuesta realizada a los productores de orito cantón La Maná, 2016

Análisis de Interpretación

El 52% de los encuestados consideran que otra forma de comercializar el excedente fruta orito sería mediante la venta a los comisariatos y un 12% debería ser como venta directa al público. Otra forma de comercializar la fruta orito sería a través de la venta a los comisariatos más grandes del cantón La Maná siendo almacenes Tía y comisariato Fortaleza, porque son los lugares más concurridos por la ciudadanía para realizar sus compras de todo tipo de alimentos.

11.3. Análisis del censo aplicado a los administrativos de las empresas comercializadoras de orito del cantón La Maná.

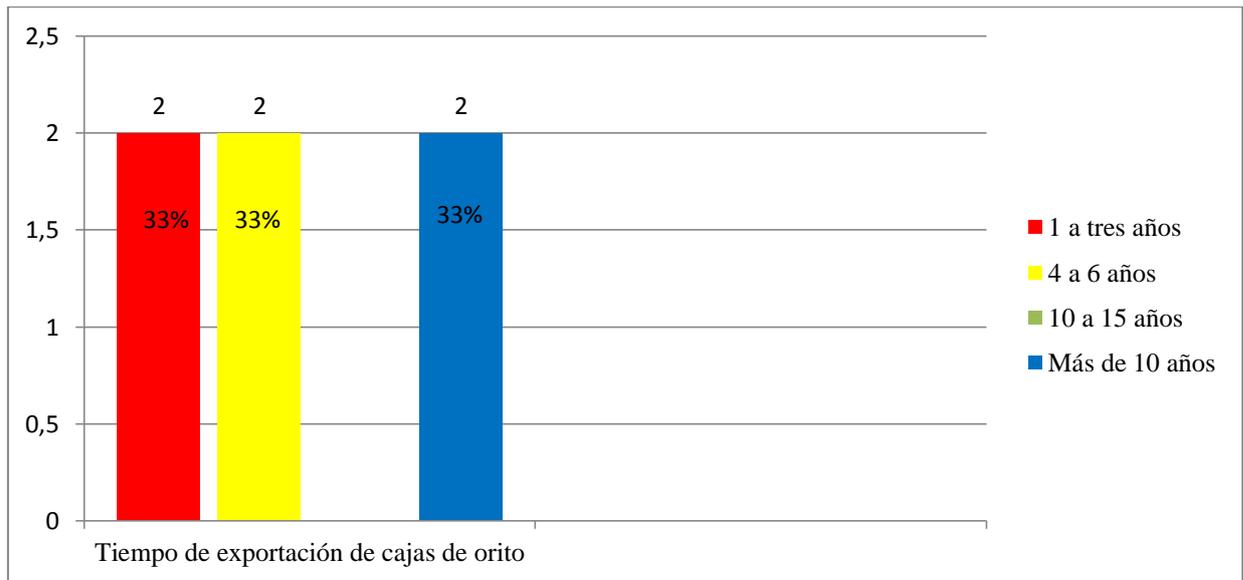
1. ¿Hace cuánto tiempo se dedica a la compra y venta de orito?

Cuadro 17. Tiempo de comercialización de cajas de orito

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
1 a tres años	2	33%
4 a 6 años	2	33%
10 a 15 años	0	0%
Más de 10 años	2	33%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito Cantón La Maná, 2016

Gráfico 14. Tiempo de comercialización de cajas de orito



Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Análisis e interpretación

El 33% de los encuestados se dedican a la comercialización de cajas de orito de 1 a 6 años y el otro 33% por más de 10 años. Las empresas llevan mucho tiempo en el mercado comercial del orito porque estas ofrecen buenos precios por cada caja de orito y eso ha garantizado su permanencia en el mercado.

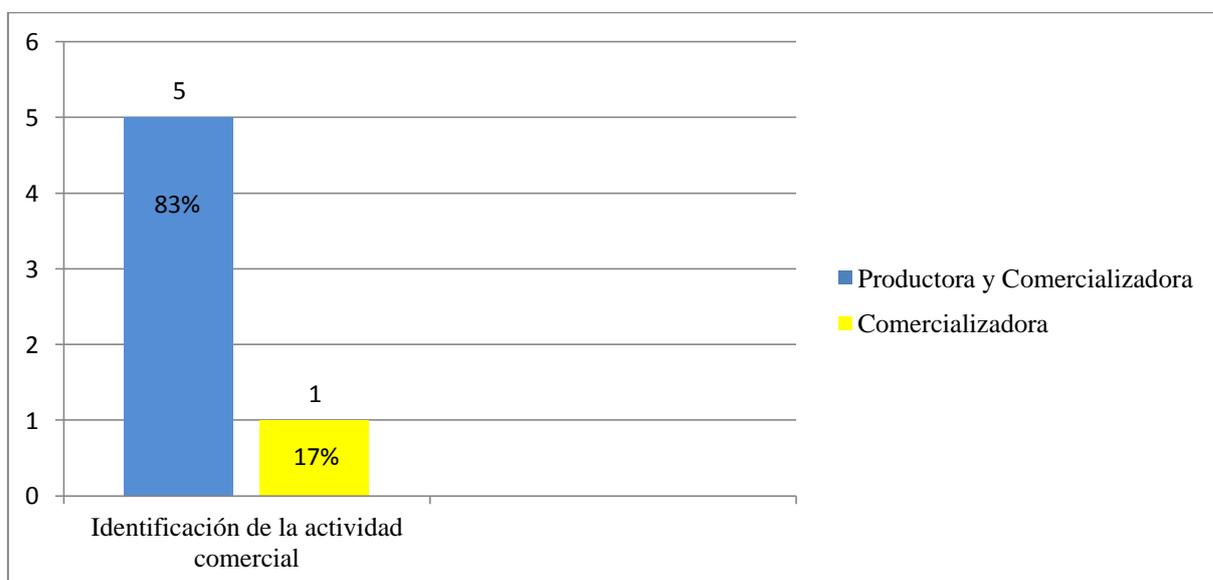
2. ¿Su empresa tiene actividad de?

Cuadro 18. Identificación de la actividad comercial

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
Productora y Comercializadora	5	83%
Comercializadora	1	17%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 15. Identificación de la actividad comercial



Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Análisis e interpretación

El 83% de las empresas consultadas dicen que la actividad principal es la de comercializadora y productora de orito el 17% restante únicamente se dedica a la comercialización de orito. La mayoría de las empresas se dedican a comercializar y a producir el orito porque la aspiración de estas instituciones es obtener más ganancias mediante la exportación directa de sus productos.

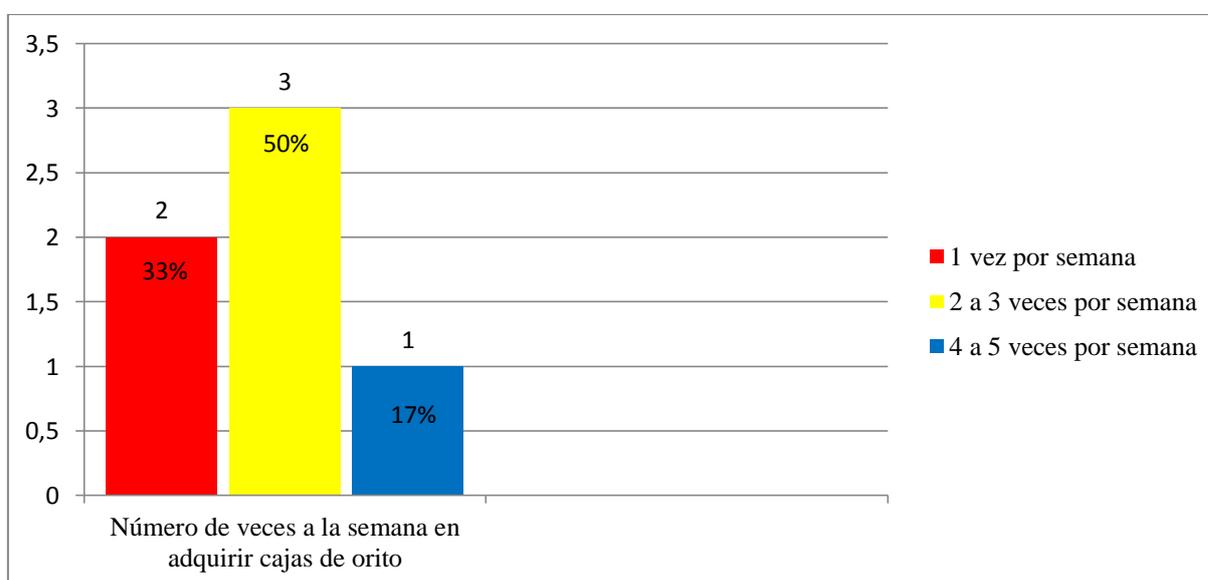
3. ¿Cuántas veces a la semana adquiere las cajas de orito a los productores?

Cuadro 19. Número de veces semanales para adquirir cajas de orito a los productores.

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
1 vez por semana	2	33%
2 a 3 veces por semana	3	50%
4 a 5 veces por semana	1	17%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 16. Número de veces semanales para adquirir cajas de orito a los productores



Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Análisis e interpretación

El 50% de las empresas encuestadas compra cajas de orito a los productores de 2 a 3 veces por semana y el 17% lo hace de 4 a 5 veces por semana. La compra de cajas de orito es de 2 a 3 veces por semana porque las comercializadoras que realizan la compra local deben esperar que las empresas a las cuales se les envía el producto en el extranjero depositen un anticipo de adquisición y en muchas ocasiones se demora en hacer efectiva la transferencia de fondos.

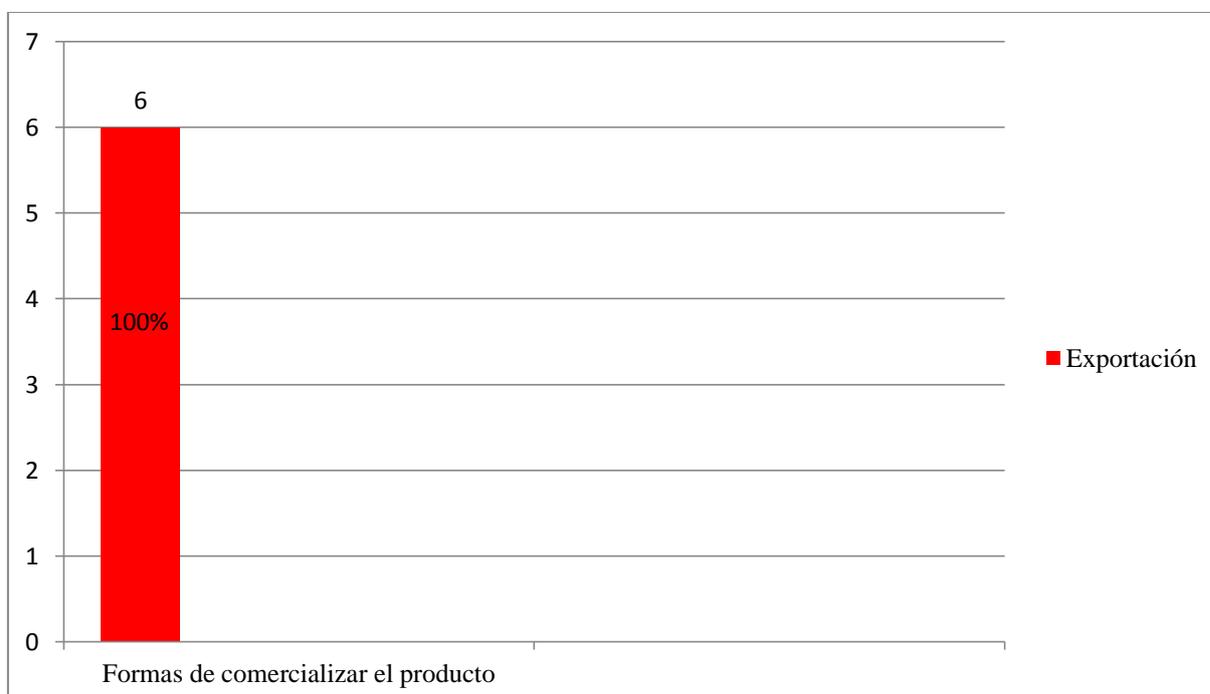
4. ¿El producto que su empresa adquiere es comercializado de qué forma?

Cuadro 20. Forma de comercializar el producto adquirido

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
Exportación	6	100%
Venta al público	0	0%
Entrega a empresa privada	0	0%
Procesado	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 17. Forma de comercializar el producto adquirido



Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Análisis e interpretación

El 100% de las empresas encuestadas comercializan el producto mediante la exportación. Las cajas de orito es más comercializado por vía de exportación porque en el mercado local no existe el consumo suficiente para que se distribuya este tipo de fruta.

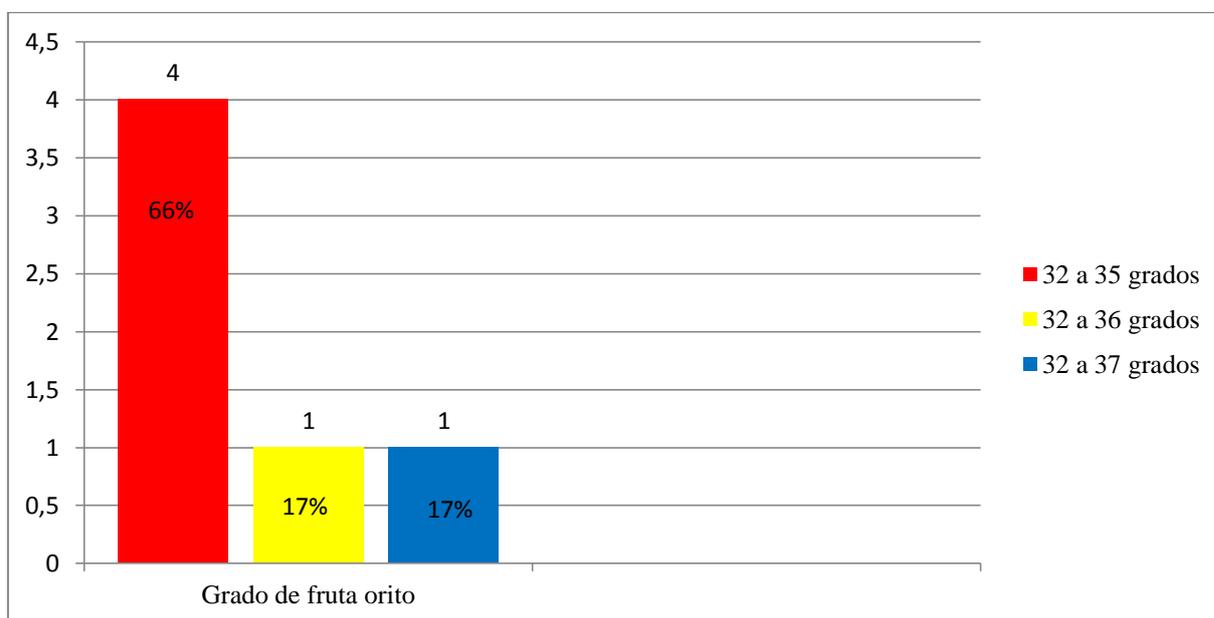
5. ¿Hasta qué grado de grosor acepta la comercializadora el orito?

Cuadro 21. Grado de grosor aceptable de la fruta de orito

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
32 a 35 grados	4	66%
32 a 36 grados	1	17%
32 a 37 grados	1	17%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 18. Grado de grosor aceptable de la fruta de orito



Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Análisis e interpretación

El 66% de la comercializadoras aceptan las cajas de orito con un grosor de fruta que va desde los 32 a 35 grados y un 17% de 32 a 37 grados. La diferencia en los grados de aceptación de la fruta orito es porque las cajas de orito deben ser elaboradas de acuerdo a los países a donde van a ser enviadas es decir; los países de Europa se envía cajas de orito de grado 32 a 35 por el tiempo y la distancia que tarda en llegar el producto.

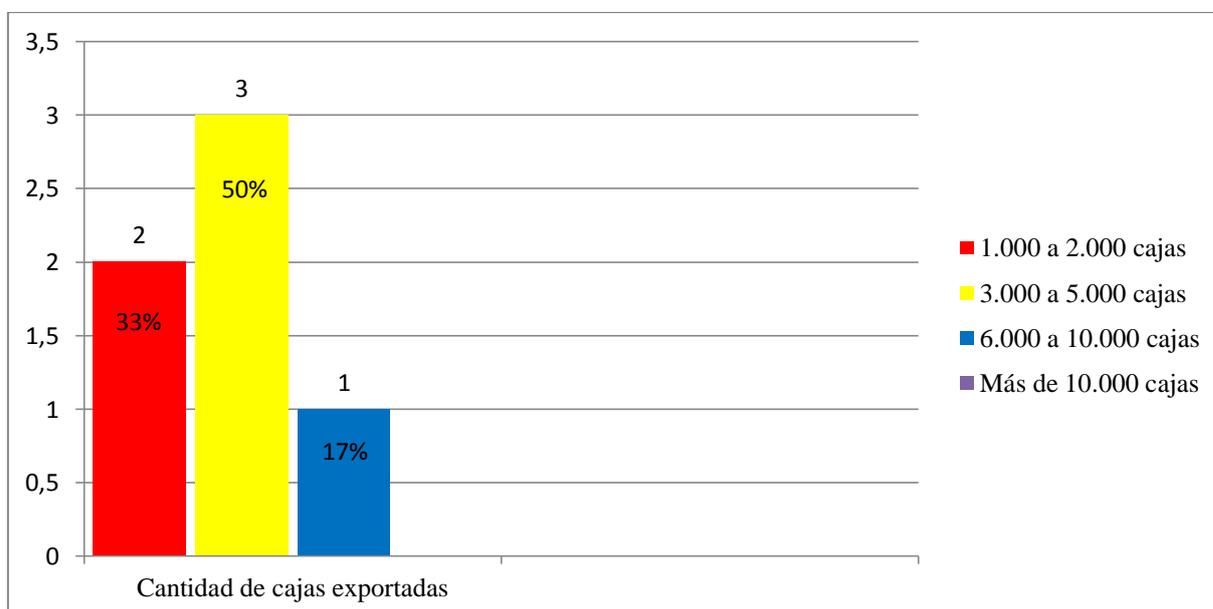
6. ¿De ser el caso cuantas cajas de orito exporta semanalmente?

Cuadro 22. Cantidad de cajas de orito exportadas

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
1.000 a 2.000 cajas	2	33%
3.000 a 5.000 cajas	3	50%
6.000 a 10.000 cajas	1	17%
Más de 10.000 cajas	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 19. Cantidad de cajas de orito exportadas



Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Análisis e interpretación

El 50% de las comercializadoras encuestadas exporta semanalmente de 3.000 a 5.000 cajas de orito y un 7% de 6.000 a 10.000. Las comercializadoras exportan de 3000 a 5000 cajas de orito semanales porque existe competencia de empresas que se dedican a esta actividad y también se considera el tiempo que llevan en el mercado.

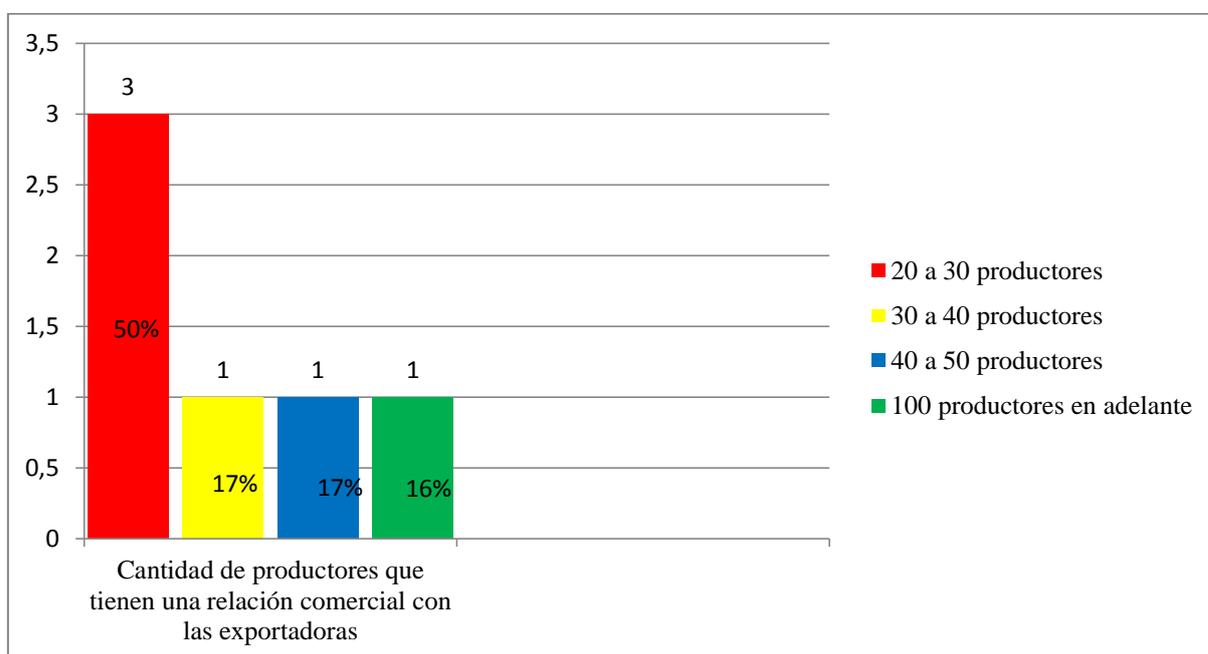
7. ¿Cuántos productores de orito tienen una relación comercial con su empresa?

Cuadro 23. Productores que mantienen una relación comercial con la comercializadora de orito

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
20 a 30 productores	3	50%
30 a 40 productores	1	17%
40 a 50 productores	1	17%
100 productores en adelante	1	16%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 20. Productores que mantienen una relación comercial con la comercializadora de orito



Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Análisis e interpretación

El 50% de las comercializadoras tienen de 20 a 30 productores como clientes y el 16% tienen de 100 productores en adelante. La empresa que tienen más de 100 productores es porque esta empresa ha sido una de las primeras en dedicarse a la exportación de cajas de orito en el cantón La Maná.

8. ¿Cuándo existe sobre producción de orito que cantidad de cajas incrementa la empresa a los productores?

Cuadro 24. Incremento en el número de cajas por sobre producción

Caja de 16 libras	Valor absoluto	Valor relativo	Caja de 12 closters	Valor absoluto	Valor relativo
20 a 30 cajas	6	100%	50 a 60 cajas	6	100%
30 a 40 cajas	0	0%	80 a 90 cajas	0	0%
40 a 50 cajas	0	0%	100 a 150 cajas	0	0%
TOTAL	6	100%		6	100%

Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 21. Incremento en el número de cajas por sobre producción



Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Análisis e interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras incrementan de 50 a 60 cajas de 16 libras y la misma cantidad para las cajas de closters. El incremento de cajas se produce porque existe un incremento de producción de fruta y también un incremento de la demanda de los pises consumidores.

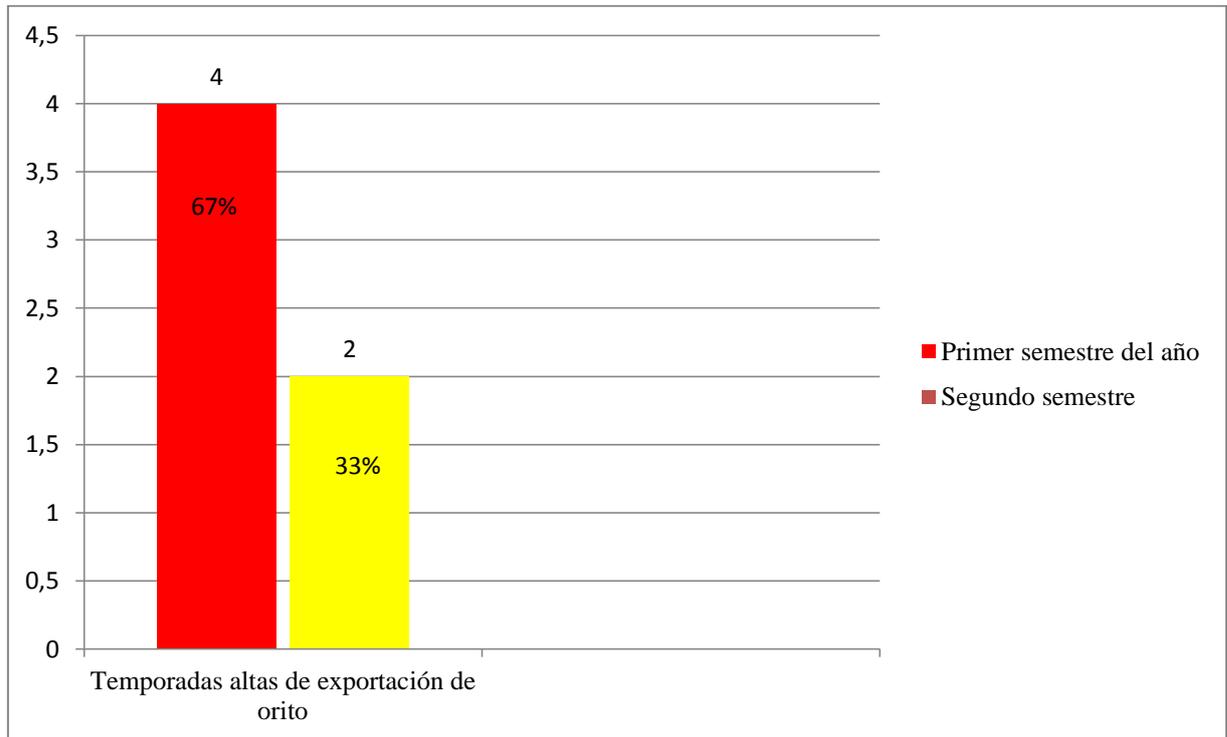
9. ¿En qué épocas son las temporadas altas de exportación de orito?

Cuadro 25. Temporadas altas de exportación

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
Primer semestre del año	4	67%
Segundo semestre	2	33%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta realizada a empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 22. Temporadas altas de exportación



Fuente: Encuesta realizada a empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Análisis e interpretación

Según 67% de las empresas comercializadoras la mayor exportación de cajas de fruta es en el primer semestre del año y el 33% dice que es en el segundo semestre del año. Las empresas exportan más cajas de orito en el primer semestre porque es la temporada invernal en el extranjero y esto hace que se incremente la demanda de producto.

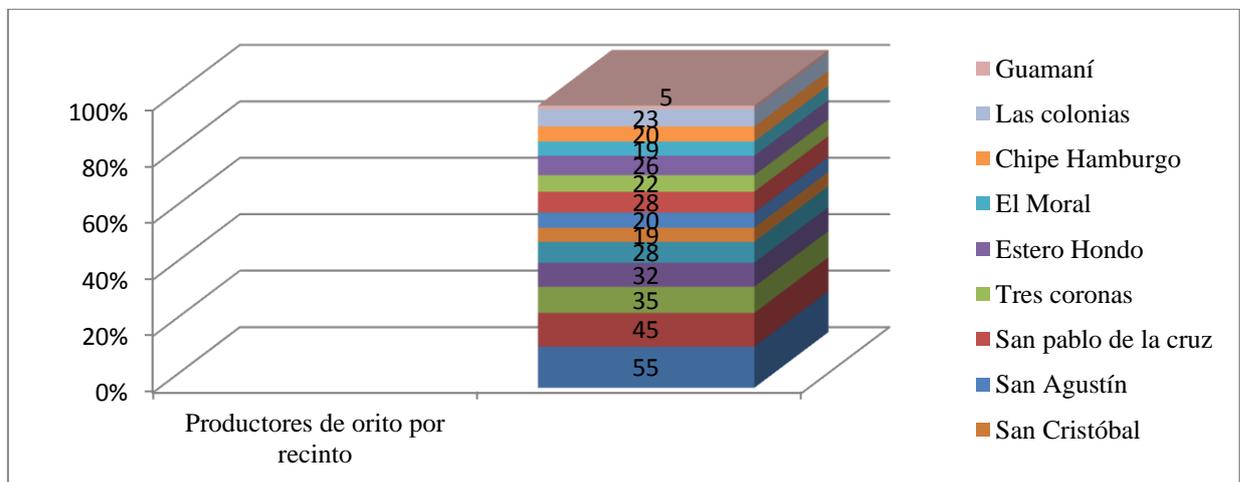
10. ¿De los recintos del cantón La Maná cuantos productores de orito se encuentran en cada uno de estos?

Cuadro 26. Identificación de los productores de orito por recinto

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
Manguila	55	15%
Manguila chico	45	12%
Manguila el triunfo	35	9%
Selvalegre	32	8%
San Pedro	28	7%
San Cristóbal	19	5%
San Agustín	20	5%
San pablo de la cruz	28	7%
Tres coronas	22	6%
Estero Hondo	26	7%
El Moral	19	5%
Chipe Hamburgo	20	5%
Las colonias	23	6%
Guamaní	5	1%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 23. Identificación de los productores de orito por recinto



Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Análisis e interpretación

El 14% de los productores se ubican en el recinto Manguila y 3 % en el recinto Guamaní, la mayor cantidad de productores de orito están Manguila porque los terrenos son muy húmedos y adecuados para una mejor producción de orito.

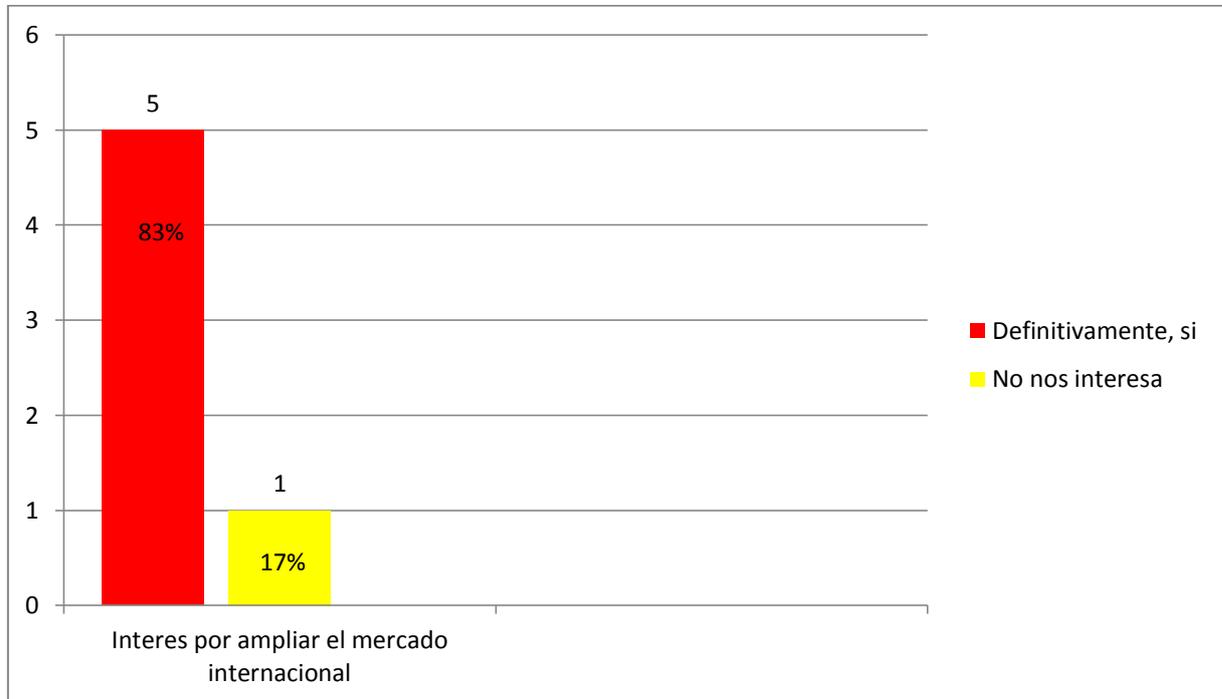
11. ¿La empresa considera necesario la ampliación del mercado internacional para el incremento de exportaciones de cajas de orito?

Cuadro 27. Ampliación del mercado internacional para la exportación de cajas de orito.

Descripción	Valor absoluto	Valor relativo
Definitivamente, si	5	83%
No nos interesa	1	17%
Definitivamente no	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Gráfico 24. Ampliación del mercado internacional para la exportación de cajas de orito.



Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

Análisis e interpretación

Al 83% de las empresas comercializadoras les interesa la ampliación del mercado internacional para la exportación de cajas de orito y el 17% no lo considera importante. La apreciación de ampliación del mercado internacional para la exportación de cajas de orito es porque existe una buena producción de fruta más aun en las épocas de invierno donde incrementa la producción de este tipo de fruta.

11.4. Conclusiones y recomendaciones

11.4.1. Conclusiones

Como resultado de las encuestas aplicadas se llega a las siguientes conclusiones:

- Con las encuestas se pudo identificar que existen 6 empresas comercializadoras de orito, el 33% de estas empresas tienen una permanencia en el mercado de 1 a 3 años en un mismo nivel de porcentaje están las que tienen 10 años, estas empresas a la vez son productoras y comercializadoras de orito.
- Según la encuesta existe alrededor de 377 productores de oritos distribuidos en los distintos recintos pertenecientes al cantón La Maná, como Manguila, Manguila Chico, Selvalegre, El Moral entre otros, de estos productores la mayoría vende su producción a intermediarios quienes exportan el orito empaquetado en cajas, la caja más comercializada es la que contiene 16 libras.
- Se presenta un excedente de fruta por dos motivos principales por el incremento en las exigencias en la calificación de la fruta en las fincas y por la insuficiente cantidad de cajas de cartón que reciben los productores para empacar la cantidad de orito apto para exportación.
- Los productores consideran como excelente la búsqueda de una nueva alternativa para comercializar la fruta orito, ellos prefieren la venta en los comisariatos como una nueva modalidad de utilizar el excedente de fruta; es decir, darle al sobrante de orito un valor comercial para posicionarlo en el mercado alimenticio.

11.4.2. Recomendaciones

Con las conclusiones planteadas se realiza las siguientes recomendaciones

- Con el propósito de continuar con la permanencia en el mercado de las empresas comercializadoras, es necesario del incremento de cajas para los productores de orito y también busquen nuevos mercados internacionales para que toda la fruta pueda ser exportada.
- Con la intención verificar la existencia real de los productores de orito según la investigación realizar una levantamiento de información mediante la visita a las fincas ubicados en los distintos recintos del cantón La Maná.
- Para que no se genere el excedente orito se recomienda a las exportadoras reconsiderar las exigencias impuestas en las fincas y mejorar la forma de repartición de cajas para empacar el orito.
- A los productores de orito para que den continuidad a la nueva forma de comercializar el orito en los comisariatos Fortaleza y Tía.

11.5. Discusión de resultados

De acuerdo a la investigación desarrollada los productores de orito ubicado en los distintos recintos del cantón La Maná creen que una forma de darle un valor comercial a los sobrantes de fruta sería mediante la comercialización a través de los comisariatos más grandes del cantón La Maná como son Tía y Fortaleza con esta forma se podría obtener un mayor valor o precio por el producto, puesto que en la actualidad la fruta de orito sin procesar; es decir, en racimo tienen un precio de mercado de \$ 0.55 centavos de dólar, pero con esta nueva alternativa se lograría incrementar el valor a \$ 2.25 dólares, este incremento representaría a la nueva captación de beneficio considerando el comportamiento del mercado tal como dice (Martínez, 2015) el valor comercial es el valor físico y el de capacitación de beneficios considerando el comportamiento del mercado de bienes con características similares los rendimientos futuros que se obtendrán con una inversión. En otras palabras fija el precio que el mercado está dispuesto a pagar al momento de la evaluación de un bien o un servicio, todo esto se podrá dar siempre y cuando se conozca con certeza el excedente de fruta existente como lo indica (Pérez, 2015) el excedente del producto es la cantidad monetaria que recibe como ganancia fuera del gasto de producción al vender su producto a un precio mayor al ya disponible en el mercado. En otras palabras si hablamos de orito es el producto que sobra y se puede vender a otros consumidores, el cual vendría a ser como ganancia o aparte del dinero que recompone gastos de producción o satisfacción de otras necesidades, a partir de un precio menor o mayor al estimado para adquirir un producto, todos estos parámetros deben ser considerados al momento de fomentar la idea y realizar la estructura y forma de cómo ser comercializado el producto; es decir, como será presentado o que características deberá tener el orito para poder ser comercializado como alimentación escolar entre esto se debe analizar el producto con el que se cuenta, tanto en calidad como precio, distribución entre otros, así como indica (Pérez de Lara, 2012) la comercialización del producto se la maneja de acuerdo a las necesidades de cada uno de los clientes un enfoque dinámico de la comercialización considera los procesos de selección como el mecanismo principal para lograr la coordinación, la obtención y la distribución. Desde el punto de vista económico, las técnicas de comercialización abarcan las actividades de intercambio asociadas con las transferencias de derecho de propiedad de los productos, su manejo físico y transformación, además de los arreglos institucionales y el deseo de adoptar nuevas maneras de comercialización.

11.6. Propuesta

11.6.1. Estructura de la propuesta

1. Título de la propuesta
2. Justificación de la propuesta
3. Objetivos de la propuesta
4. Caracterización de la producción de orito en el cantón La Maná
5. Productores de orito en el cantón La Maná
6. Volúmenes de producción de orito y exportación de orito en el cantón La Maná
7. Volúmenes de producción de orito no exportable en el cantón La Maná
8. Valoración comercial del excedente de la producción de orito en el cantón La Maná
9. Destino de la producción no exportable
10. Factores determinantes del excedente en la producción de orito en el cantón La Maná
11. Alternativas para viabilizar la comercialización de orito en el cantón La Maná

11.6.2. Desarrollo de la propuesta

1. Título de la propuesta

Propuesta para la valoración comercial del excedente de la producción de orito en el cantón La Maná.

2. Justificación de la propuesta

Con el desarrollo de la propuesta se busca identificar cual es la ubicación de los productores de orito del cantón La Maná y la cantidad existente de ellos, así como también llegar a determinar el excedente de orito ocasionado para los productores, para con esto buscar una alternativa de comercialización mediante estrategias donde se hace referencia a la forma de distribución y precio, que permitan llegar el producto al consumidor final e influir en el consumo del mercado objetivo.

Además la propuesta se justifica porque está enfocada a recabar información directamente de los productores de orito del cantón La Maná, la cual sirvió como fundamento para llegar a determinar el excedente de orito, datos que permitieron analizar y plantear la propuesta del proyecto.

La propuesta servirá como herramienta de apoyo para los productores que necesitan de una nueva forma de comercializar el excedente de orito, con esto se pretende beneficiar a los productores y sus familias, para a través de esta alternativa ayudar a los involucrados en la producción de orito a mejorar su economía, la producción y sobre todo se pueda alcanzar el buen vivir.

3. Objetivos de la propuesta

- Identificar el número de productores de orito y su ubicación geográfica en la zona rural del cantón La Maná.
- Calcular los volúmenes de producción de orito y exportación en el cantón La Maná
- Realizar la valoración comercial del excedente de la producción de orito en el cantón La Maná
- Identificar los destino de la producción no exportable
- Establecer una alternativa para comercializar el excedente de orito

4. Caracterización de la producción de orito en el cantón La Maná

A nivel, nacional desde enero del año 2012, se ha incrementado la producción de orito porque más agricultores están sembrando orito en sus propiedades entre las provincia productoras de esta fruta están Santo Domingo, la zona de la Amazonia Ecuatoriana, Los Ríos, El Oro, Cotopaxi entre otros. El orito Ecuatoriano es el más solicitado en los mercados extranjeros es así que uno de los mercados donde se comercializa el orito es Estados Unidos quien compró el 40,2% de la fruta. El consumo de la Baby Banana ecuatoriana capta mayor espacio en los hogares extranjeros. La venta del guineo pequeño con un sabor dulzón creció en enero de ese año un 63%. Según estadísticas del Banco Central del Ecuador (BCE), en el primer mes del año, el país logró vender 386,8 miles de dólares. El principal destino de la

fruta fue Estados Unidos con el 40,2% y Bélgica con el 27,1%. Hacia Colombia, Alemania y Francia también se despachó la fruta. (Cotopaxi noticias, 2010)

A nivel de la provincia de Cotopaxi , se produce mini bananas (orito) en la zona subtropical en donde se ubica el cantón La Maná de acuerdo a los registros del MAGAP, los agricultores de este Cantón destina más del 50% de sus propiedades a la siembra de esta fruta, los productores para poder vender la producción deben registrarse y obtener el permiso de siembra extendido por Agro calidad, la comercialización de orito se lo realiza mediante intermediarios locales quienes distribuyen la fruta mediante la exportación (Magap, 2013).

A nivel Cantonal la producción de orito se comercializa bajo el sistema nacional de exportaciones. Según los registros Agro calidad en el año 2015 se exportaron alrededor de 6000 cajas al mercado Europeo y Latinoamericano. Las acciones que toma Agro calidad es vigilar que se cumpla todas las disposiciones emitidas para la calidad de la fruta tanto para los productores como para las comercializadoras exportadoras. Actualmente la producción de orito se ha incrementado en referencia al de otros años, causando que exista una sobre producción de orito, la venta del producto sobrante no es registrada y por lo tanto se puede decir que la fruta no es garantizada y no contaría con la calidad suficiente para el comercio (Cotopaxi noticias, 2010).

5. Productores de orito en el cantón La Maná

Para detallar los productores del cantón La Maná se toman los datos obtenidos en las encuestas previamente realizadas a los productores de orito (pregunta 1).

En el cantón La Maná de acuerdo a la investigación realizada se ha identificado 377 productores de orito en el anexo (4) se puede observar el detalle de productores según las comercializadoras.

Cuadro 28. Productores de orito

Número de hectáreas	Número de productores	%
5	155	14%
10	103	27%
15	56	15%
20	26	7%
22	37	10%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

De la información presentada en el cuadro 28 se establece que el 41% de los productores que tienen 5 hectáreas destinadas a la producción de orito estos productores se encuentran en los recintos como Manguila, Manguila el triunfo, El Moral, Chipe Hamburgo y Guamaní, San Cristóbal mientras que en los recintos Manguila chico, San Pedro y San Pablo de la cruz se encuentran ubicados el 27% de los productores que poseen 10 hectáreas de terreno destinados al cultivo de orito, un mínimo del 7% de productores poseen 20 hectáreas de cultivo de orito los cuales se encuentran ubicados en el recinto Tres Coronas.

6. Volúmenes de producción y exportación de orito en el cantón La Maná

De acuerdo a la investigación realizada los volúmenes de producción y exportación de orito en el cantón La Maná se presentan a continuación:

Cuadro 29. Volúmenes de producción y exportación de orito en el cantón La Maná

Productores	# de hectáreas	Racimos de orito obtenidos al año	Cajas procesadas al año	Cajas Vendidas al año	Cajas no vendidas al año
155	5	1116000	558000	372000	186000
103	10	1483200	741600	494400	247200
56	15	1209600	604800	403200	201600
26	20	748800	374400	249600	124800
37	22	1172160	586080	444000	142080
377		5.729.760	2864880	1628400	901680

Fuente: Encuesta realizada empresas comercializadoras de orito cantón La Maná, 2016

De la información establecida se determina que en el cantón La Maná se producen 5'729.760 racimos de orito anualmente que llevados al proceso de empaque representa 2'864.880 cajas

entre todos los productores de la cantidad de caja procesadas el 57% ingresa al mercado internacional el cual representa 1'628400 cajas quedando un remanente de 901.680 cajas que no han podido ser ingresadas en el mercado internacional debido que no cumplen con los parámetros de calificación de la fruta establecidos por las empresas comercializadoras como el grado de grosor, fumigación, control de plagas, embalaje entre otros.

7. Volúmenes de producción de orito no exportable en el cantón La Maná

Los volúmenes de la producción de orito no exportados a los mercados internacionales se detallan a continuación:

Cuadro 30. Volúmenes de producción de orito no exportable en el cantón La Maná

Productores	# de hectáreas	Cajas no vendidas al año	%
155	5	186000	21%
103	10	247200	27%
56	15	201600	22%
26	20	124800	14%
37	22	142080	16%
377		901680	100%

Fuente: Datos informativos cuadro n°29

De acuerdo a la investigación de total de cajas procesadas al año un total de 901.680 cajas no llegan al mercado internacional por razones como problemas en el mercado, incremento de exigencias por parte de las empresas comercializadoras al momento de la calificación y así como también el mantenimiento de las fincas.

8. Valoración comercial del excedente de la producción de orito en el cantón La Maná

Cuadro 31. Valoración comercial del excedente de la producción de orito

Hectáreas	Cajas no vendidas al año	Precio por caja*	Perdida ocasionada
5	186000	3,00	558.000,00
10	247200	3,00	741.600,00
15	201600	3,00	604.800,00
20	124800	3,00	374.400,00
22	142080	3,00	426.240,00
	901680		2.705.040,00

Fuente: Datos informativos cuadro 30

*: El precio de \$ 3.00 dólares es el valor que pagan las comercializadoras a los productores por una caja de orito lista para ser exportada.

Con la investigación desarrollada se determina que en el cantón La Maná de toda la producción de orito existente el 43% no ingresa al mercado internacional por los problemas antes descritos lo que representa 901.680 cajas de orito al año, las mismas que llevadas a valores monetarios con un precio por caja de \$ 3.00 dólares (pregunta 5 encuesta productores) representaría un valor de \$ 2'705.040 dólares que los productores estarían perdiendo por no comercializar su producto al año.

9. Destino de la producción no exportable

Cuadro 32. Destino de la producción no exportable de orito

Formas de utilización de la producción no exportable	% de realización
Consumo doméstico	63%
Alimentación de animales (cerdos y ganado)	25%
Desechar la fruta	12%

Fuente: Encuestas productores de orito

De los resultados alcanzados en el proceso investigativo la producción de orito que no ingresa al mercado internacional haciende a 1'803.360 racimos al año lo que representa 901.680 cajas al año, esta producción no se puede vender para ser exportada sin embargo es utilizada para consumo doméstico a un precio de \$ 0.55 centavos de dólar, con la intención de recuperar en algo lo invertido, esta venta de orito lo realiza el 63% de los productores, mientras que el 25% regala a los vecinos para la alimentación animal (cerdos y ganando) y un 12% prefiere desechar o botar la fruta (pregunta 9).

10. Factores determinantes del excedente en la producción de orito en el cantón La Maná

Para poder analizar los motivos que hacen se presente el excedente de orito se considera las respuestas proporcionadas por los productores en las encuestas realizadas, para ello se plantea como interrogante ¿Se ocasiona el excedente de fruta por?, se plantea en ella cuatro opciones,

de las cuales los productores debieron escoger la que más este apegada a su realidad productiva, a continuación la respuestas proporcionadas por los productores (pregunta 11).

Según el 50% de los productores el incremento de las exigencias en calificación de la fruta en las fincas es lo que les perjudica y es por ello que se presenta el excedente del orito; al 50% de los productores restantes les afecta la insuficiente cantidad de cartón para empaclar el orito

Ahora partiendo desde estos dos motivos se puede plantear dos incógnitas que permitan profundizar el estudio sobre lo que ocasiona el excedente de orito por ejemplo, ¿Qué factores se involucran en las exigencias de calificación del orito en las fincas? y ¿Por qué la cantidad de cartón recibida por los productores les es insuficiente para empaclar orito? pasando a contestar las preguntas.

- **Exigencias de calificación del orito en las fincas de los productores**

El procesos productivo del orito y el proceso de empaque consideran medidas de calidad exigentes con la finalidad que el producto pueda ingresar al mercado internacional, entre las exigencias que se aplican para los productores son las que a continuación se detallan

- Desmante de la finca una vez por semana
- Control de plagas con bomba a motor
- Abonado con nitrógeno y potasio
- Deshoje cada 15 días
- Deseje cada 15 días
- Enfunde del orito en bellota a los dos días de haber brotado
- Desflore a los 8 días
- Empaquetado sin considerar mucha tecnología

Incremento de nuevas exigencias

- El deshoje debe ser diario
- El enfunde debe ser apenas haya brotado la bellota

- Mantener archivos que contengan información sobre el control de plagas y abono de la finca.
- El desflore debe realizarse a los cinco días de haber sido enfundado la bellota
- Para el empaquetado debe ser en una empacadora con tanques de cemento.
- No se permite animales de ningún tipo cerca de la empacadora.
- Para el empaquetado de orito se incrementa la exigencia de rodillos de metal, para el aspirado debe ser con aspiradora eléctrica, la fumigación del orito debe ser con bomba de mochila entre otras.

En el caso que el productor no de cumplimiento a estas exigencias le ocasiona que la finca sea puesta en cuarentena, por los técnicos designados por las empresas comercializadoras a las cuales el productor le vende su producción y esto acarrea que se pierda la fruta, su inversión en el mantenimiento de la plantación por el tiempo que no se puede procesar y comercializar el orito, según los productores estas exigencias son exageradas puesto que el orito de la zona es orgánico, nativo y resistente a las plagas a diferencia del banano que necesita de muchos cuidados, si se considera todas las exigencias que las empresas creen que son las adecuadas para obtener una fruta de calidad no se obtendría una fruta lista para ser exportada en el tiempo que se necesita, tomando una de las exigencias el deshije cada 15 días, con este punto la fruta tardaría más tiempo en engrosar y obtener el calibre que es requerido para ser empacada, porque al deshijar la plantación dos veces al mes perdería mucha agua ya que este tipo de plantas acumulan este líquido en su tallo y esto haría que el engrose de la fruta sea en más de 6 semanas y es por eso que es necesario que la plantación sea deshijada una vez por mes.

- **Cantidad de cartón recibida por los productores les es insuficiente para empacar orito.**

Considerando las respuestas que dan las empresas comercializadoras sobre la repartición de cajas de orito para el proceso, en la entrevista realizada, estas empresas distribuyen el cartón dependiendo de su cronograma y del historial de cajas producidas. Con esto podemos decir que los productores no reciben el cartón suficiente para empacar la fruta, poniendo un ejemplo de esto, se tendría que si el productor tiene en su finca 100 racimos de orito de calidad listos para ser empacados en cajas para ser exportadas, de los cuales se obtendría unas 50 cajas

aproximadamente, dependería de la bondad de las comercializadoras para que los productores puedan recibir la cantidad adecuada para empaquetar todo ese orito; entonces ¿Cómo se produce aquí el excedente de orito ? el excedente se comienza a ocasionar desde el mismo momento en que se repartió el cantón; por decir, si el productor podía elaborar 50 cajas y la comercializadora le entrega únicamente 30 le sobraría la fruta para elaborar 20 cajas, el sobrante de fruta sería 40 racimos.

Desde el punto de vista de las investigadoras lo correcto para repartir el cantón sería que se le consulte al productor la cantidad de fruta disponible para ser empaquetada y con ello realizar un cálculo para entregar el cantón.

11. Alternativas para viabilizar la comercialización de orito en el cantón La Maná

- **Estrategias de comercialización.**

Las estrategias de comercialización se elaboran bajo lo siguiente:

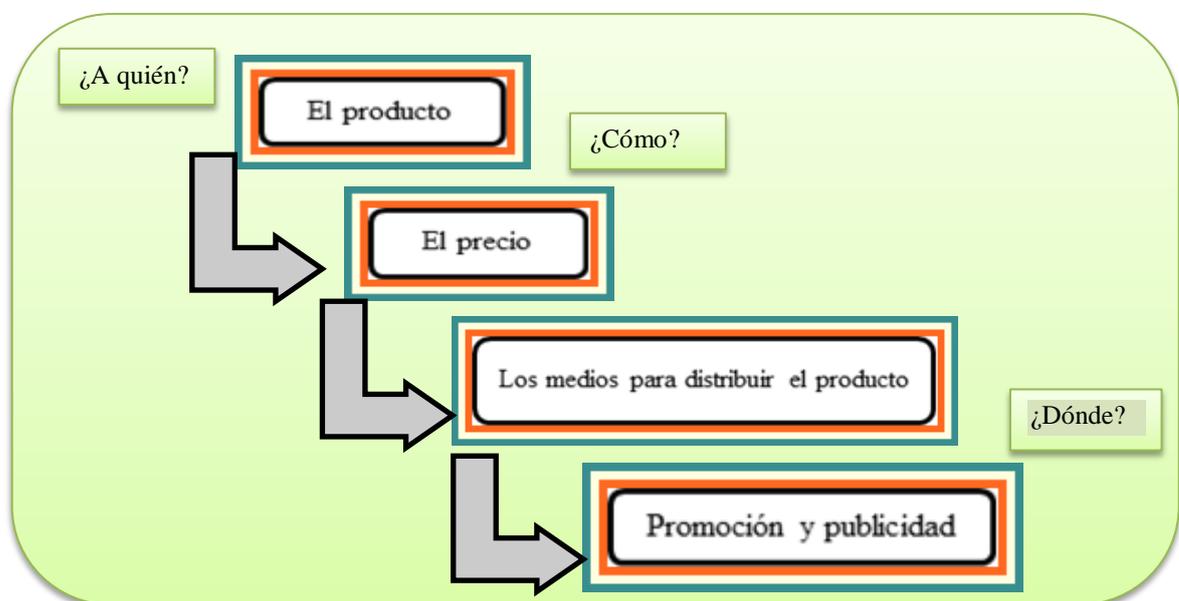


Figura 2. Elementos para el diseño de las estrategias de comercialización

Elaborado por: Las Autoras

1. Estrategias del producto

El orito es el bien que se ofrecerá a los posibles consumidores en una sola presentación

- **Parámetros previos para la comercialización de orito**

- El orito será comercializado en forma de manos
- Tendrá un color amarillo
- El orito debe estar libre de plagas y fumigación
- Tendrá un grosor de más de 37 – 38 grados
- No tendrá puntos de maduración ni manchas.



Figura 3. Mano de orito para la comercialización

Elaborado por: Las Autoras

- **Parámetros definitivos para la comercialización de orito**

- El orito será enfundado y sellado al vacío
- La funda debe contener la etiqueta o logo del productor
- Las manos de orito deben ser colocadas en cartones
- Cada cartón contendrá 5 manos y también se colocará protectores.
- El empaquetado contendrá procesos tecnificados, garantizando el mayor aseo posible.

- **Presentación**

La presentación de las manos de orito será en fundas perforadas selladas con cinta y a su vez contendrá un logotipo que identifique a los comercializadores.



Figura 4. Tipo de funda para empaque de la mano de orito

Elaborado por: Las Autoras

- **Diseño de logo para la funda**

Para la presentación de la mano de orito se realiza el siguiente diseño



Figura 5. Logotipo

Elaborado por: Las Autoras

- **Empaquetado y embalaje**

Seleccionar el empaquetado del producto es de mucha importancia porque este mantendrá la naturalidad, frescura y calidad del producto. El empaquetado tendrá ranuras que permite la circulación del aire y evita que el calor se concentre en el producto y se deteriore. Para este proceso será necesario de dos personas las cuales cobrarán sus servicios mediante facturas.

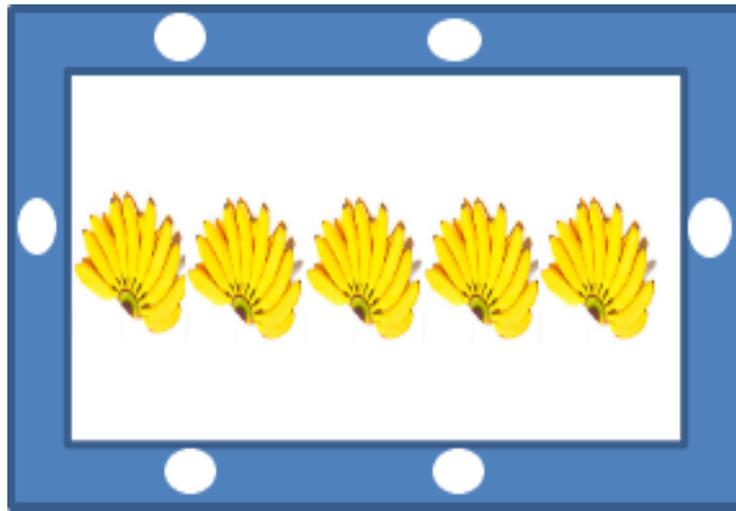


Figura 6. Forma de embalaje

Elaborado por: Las Autoras

Con el planteamiento de las características que el orito debe cumplir se puede determinar los costos que los productores necesitan para el empaquetado de orito. Para ello previamente tomamos el excedente de fruta en racimos para calcular el número de cajas que se puede obtener utilizamos el excedente calculado con el total de productores existentes.

Como excedente se tienen 1'803.360 racimos al año, una de las estrategias del producto dice que este será comercializado en cajas que contendrá 5 manos, también se utilizará 2 racimos, con esta información el resultado sería que con la cantidad de remanente existente se podría elaborar 901.680 cajas de orito maduro al año para ser comercializado. Ahora se procede a calcular el costo unitario para elaborar esta cantidad de cajas.

- **Costos de producción para embalar una caja de orito**

Cuadro 33. Costo para embalar una caja de orito.

Actividades	Unidad	Cantidad	Precio	Costo Unitario*
Racimo de orito	Racimo	1	0,70	0,70
Funda de polietileno	Fundas/paquete de 100	5	4,00	0,20
Logotipo	Bloque/1000	5	15,00	0,02
Protectores	Unidad	6	12,00	0,07
Cartón	Unidad	1	0,10	0,10
Mano de obra	por unidad producida	1	0,05	0,05
Total				1,14

Elaborado por: Las Autoras

*: El \$ 1.14 dólares es un costo unitario estimado

En el cuadro anterior se muestra el costo unitario de \$ 1.14 dólares para embalar una caja de orito maduro para ser comercializado en los comisariatos del cantón. Si a esta cantidad se multiplica el número de cajas que se espera embalar; es decir, $1.14 * 901.680$, obtendremos el costo ventas totales de \$ 1'027.915,20 dólares al año.

2. Estrategia del precio

La estrategia del precio es la forma de cómo establecer el precio al producto, este precio se calculará de acuerdo a lo siguiente:

- Precio para penetración en el mercado
 - Precio igual al de la competencia
 - Precio superior al de la competencia
- **Fijación del precio para la caja de orito**

Para el proyecto se oferta el producto bajo un precio inferior al de la competencia, puesto que existe productores de orito el cantón Pujilí colindante con el cantón La Maná que están comercializando la fruta orito de color amarillo o maduro y lo hacen en cajas. El tipo de

precio inferior al de la competencia es para la rápida penetración en el mercado y aceptabilidad del producto en las unidades educativas.

- **Precio de la caja de orito amarillo o maduro**

Actualmente los diferentes productores están ofertando el producto a un precio por caja de \$ 2.00 a \$ 3.00 dólares (pregunta 8) con esto escogemos un precio intermedio de \$ 2.50 dólares.

Al precio del producto calculado se le disminuirá un porcentaje del 10% lo que nos da un valor de \$ 2.25 dólares por caja de orito de 5 manos.

Con el precio establecido y con la cantidad de cajas que se podrían elaborar se puede ya determinar el valor de ingresos que se obtendría con la venta.

Cuadro 34. Ingresos que se obtendrían con la venta del excedente de orito en cajas de 5 manos

Tipo	Cantidad	Precio de venta	Ingreso total
Cajas / 5 manos	901680	\$ 2,25	\$ 2'028.780,00

Elaborado por: Las Autoras

- **Estrategias de precio a emplear**

- Se otorgará créditos de máximo 15 días
- Las compras por volumen por más de 50 cajas tendrán un porcentaje de descuento del 1%. A continuación el valor del ingreso aplicando el descuento establecido

Cuadro 35. Ingresos a percibir después de aplicar la estrategia de precio.

Tipo	Cantidad	Precio de venta	Ingreso total	Estrategia de descuento	Ingreso final
Cajas / 5 manos	901.680	\$ 2,25	\$ 2'028.780,00	- 1%	\$2'008.492,20

Elaborado por: Las Autoras

3. Estrategias de distribución

Para seleccionar los canales de distribución para que el producto llegue al consumidor final se analiza la zona geográfica de ubicación de los mismos. Se utilizan dos tipos de intermediarios como canal de distribución: El productor, el productor comercializador y los Comisariatos más grandes del Cantón.

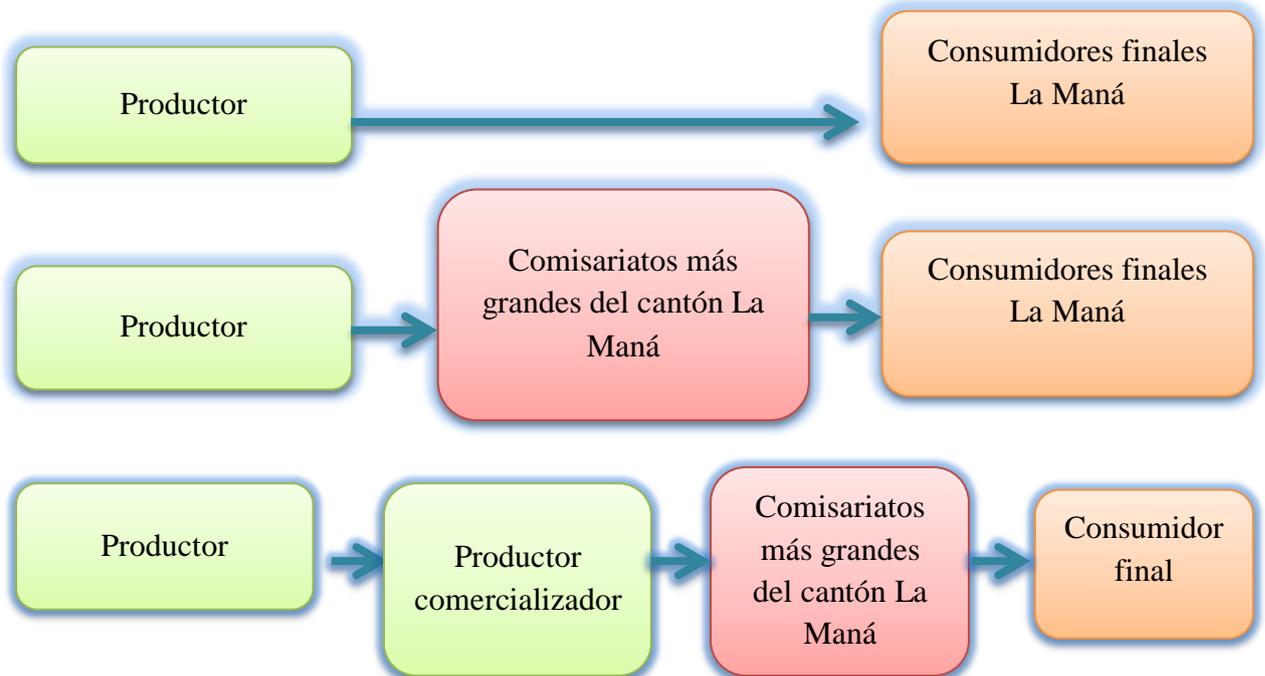


Figura 7. Canales de distribución

Elaborado por: Las Autoras

- **Cómo llegar a distribuir en almacenes Tía y comisariato Fortaleza**

Para que un productor llegue a vender o distribuir las cajas de orito en estas dos empresas deben cumplir ciertos requerimientos o exigencias impuestas por estas entidades:

- Llenado de formulario de datos (anexo 8)
- Elaborar carpeta con documentación específica solicitada (anexo 9)

- **Procesamiento de pedidos**

Para las empresas que deseen las cajas de orito deben realizar su pedido previamente para que los productores puedan disponer del producto a tiempo.

- **Almacenamiento**

El almacenamiento del producto deberá ser supervisado constantemente para vigilar su estado y se mantendrá un informe de stock de cajas ingresadas y entregadas.

- **Transporte**

Para transportar la fruta será necesario de un vehículo con capacidad de transportar más de 100 cajas en las condiciones adecuadas, con el transporte se estaría ahorrando tiempo seleccionando las mejores rutas.

Cuadro 36. Gastos de distribución y ventas

Rubro	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Tiempo	Valor anual
Almacenamiento	1	100,00	100,00	12	1.200,00
Transporte	24 fletes	5,00	120,00	12	1.440,00
Total					\$ 2.640,00

Elaborado por: Las Autoras

Para cumplir con la estrategia número tres es necesario que se invierta al año \$ 2.640,00 dólares tal como se muestra en el cuadro 36. Este valor se invertirá si se utiliza la forma de distribución del producto número tres (productor comercializador, comisariatos, consumidor final, gráfico 27).

4. Estrategia de promoción y publicidad

- **Herramientas de publicidad**

La publicidad hace conocer el producto al mercado objetivo y depende de los medios que se utilice para llegar de forma directa o indirectamente al consumidor final para esto se debe contratar lo siguiente: Elaboración de folletos con contenido nutricional del producto.

- Publicidad radial
- Hojas volantes

- **Herramientas de promoción para clientes**
 - Participar en ferias gastronómicas
 - Descuentos por pronto pago
 - Entrega de artículos publicitarios como esferos, libretas, tarjetas.
 - Por pronto pago tendrá el 1% de descuento.

Cuadro 37. Gastos de publicidad

Rubro	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Tiempo	Valor anual
Folletos	2/ millares	35,00	70,00	12	840,00
Publicidad radial	1	125,00	125,00	12	1.500,00
Hojas volantes	1 / millar	25,00	25,00	12	300,00
Total					\$ 2.640,00

Elaborado por: Las Autoras

En la publicidad se invertiría un valor de \$ 2.640,00 dólares como se observa en el cuadro anterior. Estas herramientas de publicidad se utilizarían en la probabilidad de distribución del gráfico 27.

Con la propuesta se analizó todas las estrategias posibles que permitirán que los productores de orito del cantón La Maná, lleguen a posicionar el excedente de orito en los comisariatos, también les servirá como una guía al momento de que se tome la decisión de comercializar el orito a las empresas. En este caso son los productores quienes deben buscar o tomar la iniciativa de entrar en conversaciones y proponer a los comisariatos la probabilidad de comercializar el orito maduro al igual que el guineo y el plátano, es importante que no se deseche esta probabilidad de venta del orito, puesto que con esto se estaría incentivando el consumo interno, pues en la localidad el orito no es considerado como alimento necesario dentro de las frutas como el banano, la manzana, las peras, naranja entre otras y es más utilizado para la alimentación de animales vacuno y porcino, además esta fruta es más utilizada para ser exportada a varios países del mundo donde si aprecian su calidad y nutrición, es por ello que existe varias empresas dedicadas a la compra, venta de orito en cajas.

Cuadro 38. Resumen de venta, costos y gastos de la producción y comercialización del excedente de orito

Detalle	Cantidad de cajas	Precio y costo Estimado	Ingreso
Venta	901.680	\$ 2,25	\$ 2.028.780,00
Descuento en ventas 1%			\$ 20.287,80
Venta total			\$ 2.008.492,20
Costo unitario estimado		\$1,14	\$ 1.027.915,20
Gasto de almacenamiento			\$ 1.200,00
Gasto de transporte			\$ 1.440,00
Gasto de publicidad			\$ 2.640,00
Inversión a recuperar			\$ 975.297,00

Elaborado por: Las Autoras

En el cuadro 38 se puede observar el resumen de ventas, costos y gastos necesarios para producir y comercializar 901.680 cajas de orito maduro que se obtendría luego de procesar el excedente de esta fruta, la cual se pretende vender a los dos comisariatos más grandes del cantón La Maná como Fortaleza y Tía, con esto se obtendría un valor de venta después del descuento del 1% un total de \$ 2.008.492,20 dólares, de este ingreso se disminuye el costo de producción de las cajas antes mencionadas un valor total de \$ 1.027.915,20 dólares, como gastos se ubica la publicidad y los gastos de transporte y almacenamiento por un valor de \$ 2,640 dólares, después de realizar el cálculo se puede decir que se obtendría una utilidad líquida de \$ 975.297,00 dólares para ser repartidos entre los 377 productores de acuerdo al número de cajas que logre producir cada uno.

12. IMPACTOS DEL PROYECTO

El proyecto tendrá un impacto social positivo porque permitirá a que la ciudadanía del cantón La Maná consuma una fruta con excelentes contenidos nutricionales como potasio, hierro, zinc entre otros. Otro impacto que tendrá el proyecto es el económico porque ayudará a que los productores puedan recuperar su inversión en la producción de orito.

13. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

En cuadro siguiente se detalla el presupuesto que se genera para la realización de la investigación.

Cuadro 39. Presupuesto del proyecto

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Levantamiento de información			
Realización de encuestas	194	0,05	9,70
Aplicación	2 personas	20,00	40,00
Resma de papel	3	5,00	15,00
Tableros apoya manos	2	2,50	5,00
Carpetas	2	2,50	5,00
Bolígrafos	4	0,35	1,40
Transporte	5	12,00	60,00
Cuantificar el número de productores del cantón La Maná			
Análisis de información	2 personas	20,00	40,00
Identificar el excedente de producción de orito en el cantón La Maná			
Calculo de excedente según encuesta	2 personas	20,00	40,00
Calculadora	1	15,00	15,00
Esferos	2	0,15	0,30
Computadora	1	350,00	350,00
Diseñar propuesta alternativa para viabilizar la comercialización del orito			
Almacenamiento	1	1.200,00	1.200,00*
Transporte	1	720,00	1.440,00*
Folletos	Millar	840,00	840,00*
Publicidad radial	1	1.500,00	1.500,00*
Hojas volantes	Millar	300,00	300,00*
TOTAL			\$ 5.861,40

Elaborado por: Las Autoras

Nota: los valores marcados con (*) serán cubiertos por los productores de orito

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1. Conclusiones

De acuerdo a la investigación realizada se puede concluir lo siguiente:

- Se determina el número de productores de orito existentes en el cantón La Maná, encontrando una cantidad de 377 agricultores dedicados a la producción y proceso de orito según las bases de datos de las empresas comercializadoras, estos productores están distribuidos en los diferentes recintos de la zona rural del cantón como Manguila, Manguila chico, Manguila el Triunfo, Selvalegre, Guamaní entre otros.
- Se logra identificar como causas principales que ocasiona el excedente de orito el incremento de exigencias en las fincas y la insuficiente cantidad de cajas para embalar la fruta, con estos dos factores se calcula un excedente anual en racimos de orito de 1'803.360 racimos de orito en todos los productores existentes, con este excedente se podría elaborar 901.680 cajas.
- Como una alternativa que permita la viabilizarían de comercialización del excedente de orito se identifica a la venta de esta fruta a los dos comisariatos más grandes del cantón La Maná como es Almacenes Tía y Fortaleza, considerando este factor se realiza un diseño donde se propone estrategias para el producto, el precio, la distribución, la promoción y comercialización.

14.2. Recomendaciones

- A los productores para que realicen un registro o base de datos propio con la finalidad de conocer el número real de productores y procesadores de cajas de orito, estos estarán identificados por nombre de productor, la zona o recinto al que pertenecen y la cantidad de orito producido.
- A los productores para que venzan las causas que originan el excedente de orito y busquen alternativas junto con las empresas exportadoras para incrementar la cantidad

de cartón y no se genere el remanente, puesto que con la cantidad existente en racimos se podrían embalar una cantidad considerable de cajas.

- A los productores para que consideren el modelo propuesto como una herramienta que les servirá de guía para aplicar la nueva alternativa de comercializar el orito a través de los comisariatos más grandes y concurridos del cantón La Maná.

15. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Acosta, A.(2010). Historia Económica del Ecuador. Ecuador. Corporacion Editorial Nacional. pág. 406. ISBN:9789978842898.
- Canta, A., Casabella, R., Conde, A., Cardiano, M., Torres, G., y Roselló, J. (2014). Comercio Internacional en el siglo XXI. Buenos Aires. Dunken. pág. 280. ISBN:9789870272151.
- Correa, R. (2012). De banana Republic a la no Republica. Ecuador. Penguin Random House Grupo Editorial Colombia pág. 198. ISBN:9789588613376.
- Guerrero, F., Molina, J., Sánchez, R., Vallespín, M., Díaz, J., Aguilar, R. (2012). Distribución comercial aplicada. Madrid : ESIC Editorial, 2012. pág. 506. 9788473568364.
- González, E. (2014). Jornadas internacionales sobre agricultura intensiva. Almeria.Universidad Almería. pág. 139. ISBN:9788416027286.
- Krajewski, L., y Ritzman, L. (2013). Administración de operaciones. México. Pearson Educación. pág. 892. ISBN:9789684444119.
- Krugman, P y Wells, R. (2010). Macroeconomía. Barcelona. Reverte. pág. 576. ISBN:9788429126327.

- Luis de Sebastián. (2014). Responsabilidad social de la empresa. España. Caritas Españolas. pág. 236. ISBN:9788484403906.
- Madura, J. (2012). Administración Financiera Internacional. Bogotá. Cengage Learning Latin America. pág. 647. ISBN:9786078410363.
- Magap. (2013). Análisis del sector bananero. Quito Ecuador. Instituto de promociones de exportaciones. ISBN:9786653115984.
- Martínez, J. (2015). Marketing en la actividad económica. España.. Ediciones Paraninfo. pág. 278. ISBN:9787886625489.
- Parkin, M. y Esquivel, G. (2012). Microeconomía, versión para Latinoamérica. México. Pearson Educación. pág. 520. ISBN:9786073233323.
- Pérez de Lara, M. (2012). Principios de la Administración de Operaciones. México. Pearson Edición. pág. 138. ISBN:9789702605256.
- Pérez, J. (2015). La gestión financiera de la empresa. Madrid. Esic Editorial. pág. 798. ISBN:9788415986683.
- Rivas, M, Sergio. (2011). La administración financiera del capital de trabajo. México : Instituto Mexicano de Contadores. pág. 321. ISBN:9788497328661.
- Rosales, F. E, Tripon, S.C y Cerna, J. (2010). Producción de Banano Orgánico. Costa Rica : Centro Editorial. pág. 252. ISBN:9789253050574.
- Rueda, Zarate, A., y Pacheco, P. (2015). Política, mercados y modelos de producción. Indonesia. CIFOR. pág. 70. ISBN:97845987988823
- Sánchez, C. (2010). Elementos de Producción y Comercialización Agropecuaria para profesionales en Ciencias Económicas. México : Ediciones Cooperativa,. ISBN: 9789876520607.

- Sanchez, C.,Javier. (2013). Determinación de la proteína del orito. Quito. Impresiones INIAP. pág. 106. ISBN:9789682315688.
- Valdes, D. (2013). Mercadotecnia en 6 pasos. México. Editorial Limusa. pág. 193. ISBN:9789681854706.
- Valdivia, J. (2015). Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas. España : IC, 2015. pág. 352. ISBN: 9788416351603.
- Zúñiga, G. (2016). El concepto de cadenas agrícola. Costa Rica: IICA, 2016. ISBN: 9786589423115.

TESIS

- Ponce, L. (2013). Proyecto de factibilidad para la exportación de banano (orito) al mercado italiano - milano 2013- 2023. Tesis de Grado Previa la Obtención del Título de Ingeniera en Comercio Exterior, Integración y Aduanas. Facultad de Ciencias Económicas y Negocios. Universidad Tecnológica Equinoccial UTE. Quito – Ecuador.
- Valencia, G. (2012). Desarrollo de una tecnología de harina de orito (Musa Acuminata AA) en túnel de secado de adecuadas características sensoriales y nutricionales. Tesis de grado Previo a la Obtención del Título de Ingeniero en Alimentos. Facultad de Ciencia e Ingeniería en Alimentos. Universidad Técnica de Ambato. Ambato – Ecuador.

SITIOS WEB

- Buján A. (2013). Enciclopedia Financiera. [En línea] 03 de 02 de 2013. [Citado el: 10 de 01 de 2017.] <http://www.encyclopediainanciera.com/legal.htm>.
- Cotopaxi Noticias. (2010). Exportación de orito lamanense se incrementa COTOPAXI [en línea] [ref. Enero 27 del 2016] publicado. 19/09/2010 Disponible en la WEB: <http://cotopaxinoticias.com/seccion.aspx?sid=11&nid=1363>

- Definiciones. (2013). Definiciones. [En línea] 15 de 03 de 2013. [Citado el: 15 de 01 de 2017.] <http://definicion.mx/produccion/>.
- La Prensa Chimborazo (2015). El banano orito despunta en los mercados. CHIMBORAZO-ECUADOR [ref. Enero 27 del 2016] Disponible en la WEB: <http://www.laprensa.com.ec/interna.asp?id=6267#.Vqk3d1JWits>
- Lozada, José. (2014). Investigación aplicada. Quito, Pichincha, Ecuador. [en línea] [ref. 09 de Enero del 2016] Disponible en la Web: <http://www.uti.edu.ec/documents/investigacion/volumen3/06Lozada-2014.pdf>
- Velásquez, O. (2011). Universidad de La Sabana. Investigación aplicada. Bogotá Colombia. [en línea] [ref. 09 de Enero del 2016] Disponible en la WEB: <http://www.unisabana.edu.co/carreras/comunicacion-social-y-periodismo/trabajo-de-grado/opciones-de-trabajo-de-grado/investigacion-aplicada/>

16. ANEXOS

Anexo 1. Currículum Martha Masapanta

CURRICULUM VITAE	
1. DATOS INFORMATIVOS Apellidos : Masapanta Masapanta Nombres : Martha Edelina Cédula de ciudadanía : 172155067-9 Lugar : La Maná Nacionalidad : Ecuatoriana Provincia : Cotopaxi Fecha de nacimiento : 27/01/1990 Lugar de nacimiento : La Maná Cotopaxi-Ecuador Estado civil : Soltera Dirección domiciliaria : Av. Rio San Pablo y El Carmen Teléfono móvil : 0969781111 E-Mail : martha.masapanta9@utc.edu.ec	
2. FORMACIÓN Y ESTUDIOS Primaria : Escuela Fiscal Dr. Alfonso Velasco Rivas Secundaria : Colegio Nacional Técnico Rafael Vascones Gómez Título obtenido: Bachiller Contabilidad Y Administración	
3. EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI EXTENSIÓN LA MANÁ Facultad de Ciencias Administrativas y Humanísticas Carrera. Ing. Comercial	

Anexo 2. Currículum Viviana Zambrano

CURRICULUM VITAE	
INFORMACIÓN PERSONAL	
<hr/> <p>Apellidos : Zambrano Bonilla Nombres : Viviana del Rocio Cédula de ciudadanía : 0503363228 Lugar : La Maná Nacionalidad : Ecuatoriana Provincia : Cotopaxi Fecha de nacimiento : 02/02/1993 Lugar de nacimiento : El Tingo - Cotopaxi-Ecuador Estado civil : Soltera Dirección domiciliaria : Calle Velasco Ibarra y Jaime Roldos Teléfono móvil : 0990367157 E-Mail : Viviana.zambrano8@utc.edu.ec</p>	
FORMACIÓN Y ESTUDIOS	
<hr/> <p>Primaria : Escuela fiscal mixta “FRANCISCO MIRANDA” Secundaria : Colegio Nacional Técnico “ONCE DE NOVIEMBRE” Título obtenido: Bachiller Contabilidad Y Administración</p>	
EDUCACIÓN SUPERIOR <hr/> <p>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI - EXTENSIÓN LA MANÁ Facultad de Ciencias Administrativas y Humanísticas Carrera. Ing. Comercial</p>	

Anexo 3. Currículum coordinadora del proyecto

		
INFORMACIÓN PERSONAL		
<hr/>		
Nombres y Apellidos	:	MARILIN VANESSA ALBARRASIN REINOSO
Cédula de Identidad	:	1719715375
Lugar y fecha de nacimiento:	Pujili, 20 de agosto de 1984	
Estado Civil	:	Casada
Tipo de Sangre	:	A +
Tipo de Licencia	:	A - B
Domicilio	:	Francisco Sandoval Pastor y Tungurahua
Teléfonos	:	0967675097-032697133
Correo electrónico	:	marilin.albarrasin@utc.edu.ec
ESTUDIOS REALIZADOS		
<hr/>		
Primer Nivel	:	Escuela Luis Andino Gallegos La Maná.
Segundo Nivel:	Instituto Técnico Superior La Maná.	
Tercer Nivel	:	Universidad Técnica de Ambato :Facultad de Ciencias Administrativas
Cuarto Nivel	:	Universidad Técnica de Ambato :Maestría en Gestión Financiera : Universidad Técnica de Ambato :Maestría en Docencia Universitaria(MODULO 18/20)
TÍTULOS		
<hr/>		
Bachiller en Ciencias Informática		2002
Ingeniera Comercial		2008
Maestría en Gestión Financiera		2013
Maestría en Docencia Universitaria		2014

Anexo 4. Productores de orito del Cantón La Maná

LISTADO DE CAJAS PRODUCIDAS-MES DE ENERO



Nº	PRODUCTORES	TOTAL CAJAS
1	ACOSTA WALTER	708
2	AGUIRRE TORRES LIVIA	2497
3	ALANUCA GAVILANEZ ELIESER RAMIRO	124
4	AYALA JOSE	30
5	AYALA GUAMANGATE SAUL GONZALO	138
6	AYALA LUIS	181
7	BARAJA HERNAN	147
8	BARAJA PEDRO	212
9	CAJAS NORMA	88
10	CAISALUISA RICARDO	347
11	CHIGUANO MIRANDA ANGEL	501
12	CORREA JOSE	350
13	CUCHIPARTE LUIS	571
14	CUNUHAY ROSALINO	255
15	CUNUHAY AYALA JOSE	346
16	CUNUHAY SIGCHA JOSE	1028
17	CUYO MANUEL (GABRIEL)	1447
18	CUYO MANUEL ANTONIO (ALEJANDRO)	1362
19	CUYO PATRICIO	446
20	ESPIN VIVIANA	326
21	FASSO TOAQUIZA XAVIER	595
22	FLORES ENCALADA ANA	733
23	FLORES MARCO	1114
24	GUAMAN OJEDA WILSON WILFRIDO	207
25	GUATO GONZALO	511
26	LICTAPUZON SILVIA	907
27	LOVATO MARIA	797
28	MACIAS ANGEL	1222
29	MARCALLA DIAZ CARMEN	511
30	MASAPANTA ARTURO	274
31	MASAPANTA BUENAVENTURA	1838
32	MASAPANTA CRISTIAN	308
33	MASAPANTA DELIA	200
34	MASAPANTA EDUARDO	1698
35	MASAPANTA ENRIQUE	500
36	MASAPANTA MASAPANTA LUIS IVAN	382
37	MASAPANTA JOSE ANTONIO	2572
38	MASAPANTA LEONIDAS	101
39	MASAPANTA LUIS ALBERTO	656
40	MASAPANTA LUIS GERARDO	573
41	MASAPANTA VICTORIA	30
42	MASAPANTA WASHINGTON	721
43	MORA RODRIGO (MONICA MORA)	1203
44	MORA TULIO	1349
45	MORAN JORGE	81

46	MOROCHO MANUEL	660
47	OTO VEGA LUIS	864
48	PARRAGA OJEDA WASHINGTON	556
49	PAZTUÑA HUGO	163
50	PAREDES VICTOR	34
51	PUMASUNTA ABRAHAN	584
52	PUMASUNTA SACA GLORIA	230
53	PUMASUNTA SACA MARIO	496
54	QUILUMBA MARIO	520
55	RAMOS EDISON(PALLASCO OÑA MARIA INES)	522
56	SANGOVALIN SEGUNDO	545
57	SANGOVALIN SIMALUISA MARIA ENRIQUETA	203
58	SEGOVIA VALVERDE ANGEL GUSTAVO	141
59	SOLIZ JOSE	348
60	TOALUMBO MARIO	200
61	TOAPANTA JOSEFINA	318
62	TOAPANTA MARTHA	372
63	TOAPANTA REINALDO	4413
64	TUALUMBO MARIELA	166
65	VEGA CHUSIN AGUSTIN	129
66	VEGA GENESIS	318
67	VEGA QUINDINGALLI FRANCISCO	103
68	VEGA VEGA DANNI PATRICIO	480
69	VILLARROEL HOLGER	414
70	ZAMBRANO LEONARDO	1174
71	TIGASI ANTONIO	27
72	VELEZ JOSE	20
	TOTAL	44188



**CARMITA BAHAMONDE
PRODUCTORES DE FRUTA DE DOLE DEL MES
DE ENERO DEL 2016**

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CAJAS PRODUCIDAS
1	ANGETA ARTES LUIS ROBERTO	560
2	ACOSTA LEON LILIA ELIZABETH	590
3	BONILLA AGUSTIN	820
4	CAJAS NORMA	650
5	CUNUHAY ALBA	460
6	CHICAIZA GUILCAZO EDWIN GILBERTO	500
7	CHUCHUCANA UAGUARI ROSA DOLORES	560
8	ESPIN OSORIO EDDY ALBERTO	440
9	FLORES MARIA JESUS	640
10	GOMEZ PALATE EDUARDO UWALDO	790
11	LAURA LEON	960
12	LICTA VEGA HUMBERTO	640
13	MASAPANTA CHOLO MARIA DOLORES	500
14	MASAPANTA MASAPANTA JOSE REINALDO	600
15	MASAPANTA SAMPEDRO JOSE ALBERTO	1020
16	MASAPANTA ACOSTA HILDA ROSARIO	680
17	MASAPANTA MASAPANTA SEGUNDO FAUSTO	840
18	MASAPANTA RONQUILLO JOSE CARLOS	1460
19	MASAPANTA LEONIDAS	720
20	PILAGUANO SIGHA MANUEL ELIAS	800
21	TOA CAIZA EDWIN EDILBER	560
22	OÑA MIGUEL	1140
23	ORTIZ ORTIZ BLANCA NIEVES	400
24	OBANDO SALGERO GLADIS VICTORIA	610
25	VEGA CHILUISA ERNESTO	640
26	PROMESA ORGA	1681
27	LOOR FABIAN	1376
28	FINCA PONDEROSA	1830
29	ZAMBRANO VINICIO	6410
30	MASAPANTA MASAPANTA JOSE LUIS	640
31	LOOR LEONARDO	3060
	TOTAL	32.577

CARMITA BAHAMONDE
PRODUCTORES DE FRUTA DE CHIQUITA DEL MES DE
ENERO DEL 2016

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CAJAS PRODUCIDAS
1	MASAPANTA FAUSTO	507
2	MASAPANTA MAYULECA JOSE CARLOS	1018
3	MASAPANTA RONQUILLO JOSE CARLOS	1027
4	MASAPANTA MASAPANTA RAUL	300
5	MASAPANTA KLEOTILDE	458
6	AYALA CUCHIPARTE JOSE MIGUEL	508
7	ESPIN MOLINA WILTER KENNEDY	508
8	PUERRES MANZANO MAYRA ALEJANDRA	605
9	SIGCHA CUNUAY GLADIS VERONICA	528
10	TOAPANTA TIPAN MANUEL	1556
11	GUAMAN SIMALUISA MANUEL EMILIO	1017
12	TOBAR RIVERA MARIANA RUBI	1386
13	PICO EDISON	762
14	OÑA OÑA MARIA ROSA	1234
15	OÑA OÑA JOSE MIGUEL	917
16	MIRANDA JOSE MIGUEL	228
17	MIRANDA RUALES GRACIELA	528
18	DEBRAY YEPEZ	1076
19	PALLASCO MARIA	149
20	PICO BONILLA PATRICIO VICENTE	806
21	JUAN MANUEL MINDA	271
22	CHILUISA VEGA ERNESTO	300
23	MARIA LAURA OÑA	357
24	TOAQUIZA EDWIN	177
25	BONILLA AGUSTIN	488
26	PONDEROSA	1014
	TOTAL	17.725

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRÍCOLA VOLUNTAD DE DIOS**RUC:0591730177001**

ITEM	NOMBRE	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN POR SOCIOS
1	MERCEDES VEGA CUYO	150
2	MAYRA JEANETH OÑA OÑA	150
3	MIGUEL OÑA UNAUCHO	80
4	FANNY CLEMENCIA SEMANATE ORTEGA	200
5	MANUEL TOAPANTA TIPAN	130
6	AMADOR CRISISTOMO LEAL CASTRO	80
7	JOSE CARLOS MASAPANTA MAYOLICA	40
8	LUIS ALBERTO OTO VEGA	100
9	WILSON MARTIN ALCIVAR BARRIONUEVO	50
10	BOLIVAR PICO	40
11	SEGÚN LEONIDAS MASAPANTA MASAPANTA	150
12	ANA VICTORIA FLORES ENCALADA	100
13	VILMA LLANETH MONSALVE SEMANATE	200
14	MARCO PATRICIO JACOME CHANGO	100
15	MARIA INES VEGA CUYO	60
16	DEBRAI DAYAN YEPEZ MOGRO	100
17	DANIEL RAMIRO MORA VERA	60
18	WILTER KENNEDY ESPIN MOLINA	30
19	EDISON PICO	60
20	DENNIS OCTAVIO BETUN HENRIQUEZ	80
21	LUIS MATEO PICO VILLACIS	50
22	ANA LUCIA GUAMANGALLO TERAN	50
23	CLEVER BOLIVAR PASTUÑA CHICAIZA	50
24	CELIA CALAPAQUI	70
25	CESILIA MASAPANTA	60
26	ROSA OÑA	50
27	DANIEL MORAN	90
28	MARLON RENE MARTINEZ	80
29	WILSON BARREIRO	200
30	PATRICIO MASAPANTA	90
31	MARIO VEGA ORTIZ	60
32	ROSA VEGA	80
33	FORTUNATO SEMANATE	200
34	MILTON SALDARIAGA	50
35	JOSÉ JACINTO MASAPANTA	200
36	FANNY VILLARROEL	70
37	CLEVER MIRANDA	50
38	FRANCISCO VEGA QUILUMBA	70
39	CRISTINA CISNEROS	50
40	ESEQUIEL MORALES	100
	TOTAL	3680
 ADMINISTRADOR 1200563763		 PRESIDENTE 0500822820

Anexo 5. Formato de entrevista dirigida a las Comercializadoras de cajas de orito para exportación.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera Ingeniería Comercial

Objetivo: Obtener información directa de las empresas Exportadoras de orito

FORMATO DE ENTREVISTA PARA LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ORITO DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI.

1. ¿Qué tipo de comercializadora de orito es?

2. ¿La empresa se dedica exclusivamente a la comercialización de orito o también de otro tipo de música?

3. ¿Cuáles son las cajas que compra la comercializadora?

4. ¿Cómo es el proceso de repartición de cartón a los productores?

5. ¿Cómo describe la calidad de fruta adquirida?

6. ¿Las empresas poseen exigencias para la producción y empaquetado de orito?

7. ¿Cuáles son los mayores retos y necesidades a las que se enfrenta su negocio?

Anexo 6. Formato de encuestas aplicadas a los productores de orito.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera Ingeniería Comercial

Objetivo: Determinar el excedente de producción de orito en el cantón La Maná

**FORMATO DE ENCUESTA PARA LOS PRODUCTORES DE ORITO DEL
CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI.**

1. ¿Señale cuantas hectáreas de terreno posee y de estas cuantas están cultivadas con orito?

Cantidad de hect.	# de hectáreas cultivadas con orito

2. ¿Cuántos racimos de orito obtiene en una hectárea de terreno?

- 20 racimos
- 30 racimos
- 40 racimos
- Más de 40

3. ¿Cuántos racimos de orito necesita para elaborar cajas de?

Caja de 16 libras

- 5 racimos
- 6 racimos
- 7 racimos
- Más de 7

Caja de 12 closters

1 racimos	<input type="checkbox"/>
2 racimos	<input type="checkbox"/>
3 racimos	<input type="checkbox"/>
Más de 3	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cuántas cajas de orito está en capacidad de elaborar semanalmente?

Cajas de 16 lbs

100 a 200n	<input type="checkbox"/>
300 a 400	<input type="checkbox"/>
500 a 600	<input type="checkbox"/>
700 a 800	<input type="checkbox"/>
Más de 900	<input type="checkbox"/>

Cajas de 12 closters

200 a 400	<input type="checkbox"/>
600 a 800	<input type="checkbox"/>
1000 a Más	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuál es el precio por cada caja de orito?

Cajas de 16 lbs

2 a 3 dólares	<input type="checkbox"/>
3 a 4 dólares	<input type="checkbox"/>
Más de 4 dólares	<input type="checkbox"/>

Cajas de 12 closteres

1 a 2 dólares	<input type="checkbox"/>
2 a 3 dólares	<input type="checkbox"/>
Más de 3 dólares	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuántas cajas de orito le compra la comercializadora semanalmente?

Cajas de 16 lbs

50 a 100 cajas semanales	<input type="checkbox"/>
150 a 200 cajas semanales	<input type="checkbox"/>
200 a 250 cajas semanales	<input type="checkbox"/>
250 en adelante	<input type="checkbox"/>

Cajas de 12 closters

200 a 400 cajas semanales	<input type="checkbox"/>
600 a 800 cajas semanales	<input type="checkbox"/>
1000 a Más cajas semanales	<input type="checkbox"/>

7. ¿En qué estación del año aumenta la producción de orito?

Invierno
Verano

8. ¿Cómo comercializa la producción de orito?

Exportación directa
Intermediarios locales
Venta al público

9. ¿Qué hace con el excedente fruta?

Vende
Regala
Desecha

10. ¿Cómo está representado el excedente de fruta orito?

Excedente en cajas de orito
Excedente en racimos de orito

11. ¿Se ocasiona el excedente de fruta por?

Problemas en la calidad de la fruta
Incremento de exigencias en calificación de la fruta en las fincas
Incremento de nuevos cultivos sin autorización
Cajas de cartón insuficientes para procesar la fruta

12. ¿Cómo consideraría usted la creación de otra forma de comercializar la fruta orito en el cantón La Maná?

Excelente
Bueno
Malo

13. ¿Cuál de estas formas de comercializar el orito cree usted que ayudaría a vender el excedente de producción?

Harina
Venta directa al público
Venta a comisariatos

Anexo 7. Formato de censo dirigido o a los administrativos de las comercializadoras de orito del cantón La Maná



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera Ingeniería Comercial

Objetivo: Obtener información sobre la producción de orito en el cantón La Maná.

FORMATO DE CENSO PARA LOS ADMINISTRATIVOS DE LAS COMERCIALIZADORAS DE ORITO DEL CANTÓN LA MANÁ

1. ¿Hace cuánto tiempo se dedica a la compra y venta de orito?

- 1 a 3 años
- 4 a 6 años
- 9 a 10 años
- Más de 10 años

2. ¿Su empresa tiene actividad de?

- Productora y comercializadora de orito
- Solo Comercializadora

4. ¿Cuántas veces a la semana adquiere cajas de orito a los productores?

- 1 vez por semana
- 2 a 3 veces por semana
- 4 a 5 veces por semana

5. ¿El producto que su empresa adquiere es comercializado de qué forma?

- Exportación
- Venta al público
- Entrega empresa privada
- Procesado

6. ¿Hasta qué grado de grosor acepta la comercializadora el orito?

32 a 35 grados

32 a 36 grados

32 a 37 grados

7. ¿De ser el caso cuantas cajas de orito exporta semanalmente?

1000 a 2000 cajas

3000 a 5000 cajas

6000 a 10.000 cajas

Más de 10.000 cajas

8. ¿Cuántos productores de orito tienen una relación comercial con su empresa?

20 a 30 productores

30 a 40 productores

40 a 50 productores

100 productores en adelante

9. ¿Cuándo existe sobre producción de orito que cantidad de cajas incrementa la empresa a los productores?

20 a 30 cajas

30 a 40 cajas

40 a 50 cajas

10. ¿En qué épocas son las temporadas altas de producción de orito?

Primer semestre del año

Segundo semestre del año

11. ¿De los productores de orito a los cuales les compra el producto cuantos existen en los recintos del cantón La Maná?

Manguila

Manguila chico

Manguila el triunfo

Selvalegre

San Pedro	<input type="checkbox"/>
San Cristóbal	<input type="checkbox"/>
San Agustín	<input type="checkbox"/>
San pablo de la cruz	<input type="checkbox"/>
Tres coronas	<input type="checkbox"/>
Estero Hondo	<input type="checkbox"/>
El Moral	<input type="checkbox"/>
Chipe Hamburgo	<input type="checkbox"/>
Las colonias	<input type="checkbox"/>
Guamaní	<input type="checkbox"/>

12. ¿La empresa considera necesario la ampliación del mercado internacional para el incremento de exportaciones de cajas de orito?

Definitivamente, si	<input type="checkbox"/>
No, nos interesa	<input type="checkbox"/>
Definitivamente, no	<input type="checkbox"/>

Anexo 8. Formulario para ser proveedor de almacenes Tía



Contáctenos Ética Horarios Propuestas Órdenes Reserva Facturas Embalajes Entrega Pagos Devoluciones

Nombre de la Empresa *	Masapanta fausto
Nombre del contacto *	Masapanta fausto
Cargo	Propietario
E-mail *	-----
Dirección	La Maná
Teléfono	000000000_
Ciudad *	La Maná
País	Ecuador
Sección *	Frutas y Verduras
Descripción del producto *	Baby bananas - orito

Esta pregunta es para evitar el envío automático de spam.

Escriba el texto

Contáctenos

Forme parte del staff de proveedores de TIA S.A.

Anexo 9. Requisitos para vender artículos nuevos

El proveedor deberá entregar al Comprador una carpeta con la siguiente información:

- Datos de la Empresa, dirección, teléfono, email del contacto comercial.
- Descripción del producto.
- Muestra del producto.
- RUC y RISE
- Tamaño, peso unidad de empaque interior y exterior.
- Normas INEN del producto y demás regulaciones de autoridades competentes. (Según aplique)
- Registro sanitario o licencia para comercializar vigente.
- Certificado de estar registrado en el Camal. (Aplica para carnes)
- Permitir realizar una visita al sitio de producción.
- Códigos de barra EAN 13, EAN 14, EAN 128 (este último para productos con caducidad menor a 60 días) del producto, empaque o embalaje, si tiene alguna duda al respecto a los códigos detallados favor contacte a ECOP (ECUATORIANA DE CÓDIGOS DE PRODUCTOS – TELÉFONO: 022507580).
- Empaques que cumplan con las normas de etiquetado y semaforización. (según aplique).
- Precio de costo y condiciones comerciales.
- Lista de precios actualizada de sus artículos.