



*Análisis de la competitividad de los centros de negocios campesinos de maíz del  
Cantón jipijapa, provincia de Manabí*

*Analysis of the competitiveness of the peasant corn business centers of the Jipijapa  
canton, Manabí province*

*Análise da competitividade dos centros empresariais de milho camponês do cantão  
Jipijapa, província de Manabí*

Margarita Elena Zaruma-Pincay <sup>I</sup>  
[margaritaz\\_zaruma@gmail.com](mailto:margaritaz_zaruma@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-2395-2376>

Pablo Bienvenido Loor-Cedeño <sup>II</sup>  
[pabloloor12@gmail.com](mailto:pabloloor12@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0001-6235-374X>

**Correspondencia:** [margaritaz\\_zaruma@gmail.com](mailto:margaritaz_zaruma@gmail.com)

Ciencias económicas y empresariales.

Artículos de investigación

\***Recibido:** 30 de julio de 2021 \***Aceptado:** 30 de agosto de 2021 \* **Publicado:** 03 de septiembre de 2021

- I. Investigador Independiente, Estudiante de la Maestría en Administración de Empresas, Instituto de Posgrado, Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador.
- II. Magíster en Desarrollo Local, Docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador.

## Resumen

El propósito general de la presente investigación es analizar la competitividad de los centros de negocios campesinos de maíz del cantón de Jipijapa, provincia de Manabí. Metodológicamente se caracteriza por ser una investigación de tipo descriptiva y de enfoque cuantitativo. Para la recolección de datos se empleó una encuesta de competitividad. La población está conformada por 107 socios maiceros agrupados en los tres centros de negocios campesinos de maíz, para una muestra de 84 productores. Al final del estudio se concluye que es necesario que los centros de negocios campesinos de maíz, busquen alternativas de financiamiento para invertir en tecnología actualizada, diversificar los servicios, ampliar la capacidad de acopio y beneficio del maíz e incrementar el volumen de compra para mejorar su participación e incidencia en el mercado. La demanda de maíz en el país es elevada, siendo los mayores compradores las industrias de balanceado y avícolas. Por lo que es necesario fortalecer las estrategias de negocios de los centros de negocios campesinos, por lo que se requiere la implementación de una estrategia general de cooperación que se base en alianzas estratégicas entre todos los centros, para que así superen las debilidades en los sistemas de mercadeo y falta de inversión, de manera, de encontrar soluciones a las amenazas que inciden especialmente en los precios del maíz, para lo cual se debe tener en cuenta que se tienen oportunidades en aspectos como la demanda de los productos, apertura de nuevos mercados, y la calidad y cumplimiento ante los clientes.

**Palabras clave:** Competitividad; ventajas; demanda; maiceros; asociaciones.

## Abstract

The general purpose of this research is to analyze the competitiveness of peasant corn business centers in the canton of Jipijapa, Manabí province. Methodologically, it is characterized by being a descriptive research with a quantitative approach. For data collection, a competitiveness survey was used. The population is made up of 107 corn growers grouped in the three peasant corn business centers, for a sample of 84 producers. At the end of the study, it is concluded that it is necessary for the peasant corn business centers to look for financing alternatives to invest in updated technology, diversify services, expand the storage and processing capacity of corn and increase the purchase volume to improve their participation and incidence in the market. The demand for corn in the country is high, the largest buyers being the balanced and poultry industries. Therefore, it is necessary to strengthen the business strategies of the peasant business centers,

which requires the implementation of a general cooperation strategy that is based on strategic alliances between all the centers, so that they overcome the weaknesses in the systems. of marketing and lack of investment, in order to find solutions to threats that especially affect corn prices, for which it must be taken into account that there are opportunities in aspects such as demand for products, opening of new markets , and quality and compliance with customers.

**Keywords:** Competitiveness; advantages; productivity; associations.

## Resumo

O objetivo desta pesquisa foi avaliar os sistemas de comando de voz na área automotiva, os quais são mais aplicados no país e sua influência como uma nova abordagem de vanguarda para sua utilização no mercado local, adaptando-se às demandas e regulamentações de o ambiente. A pesquisa foi concebida com abordagem quantitativa na modalidade documental e de campo em nível descritivo e exploratório. O delineamento foi não experimental, transversal, utilizando como instrumentos observações e inquéritos do tipo questionário, os quais foram validados por julgamento de especialistas e com confiabilidade de 90% de acordo com o índice alfa de Cronbach. A pesquisa foi apoiada por uma matriz SWOT, mostrando que as aplicações desta tecnologia são dirigidas principalmente a pessoas com diferentes deficiências físicas que as impedem de uma gestão eficiente de forma tradicional, disponibilizando ferramentas cujo acionamento se dá pela voz. O estudo mostrou que existe resistência à utilização deste tipo de tecnologia, devido à falta de difusão comercial, bem como à falta de regulamentação que capacite os cidadãos a utilizar e ponderar aplicações ao nível dos transportes. Verificou-se também que, em nível acadêmico, as universidades ficaram para trás no desenvolvimento de sistemas de controle de voz. O estudo conclui que é necessária uma maior articulação entre as empresas automotivas, a universidade e o governo para o desenvolvimento do mercado automotivo que posicione o país como referência no uso dessa tecnologia.

**Palavras-chave:** Competitividade; vantagens; produtividade; associações.

## Introducción

Históricamente la agricultura es considerada como el conjunto de técnicas formadas mediante conocimientos adquiridos de distintas formas y fuentes, cuyo aprovechamiento es cultivar la tierra, transformar y tratar el suelo natural del medio ambiente para convertirlo en productos que contribuyan a la soberanía alimentaria de un país.

En este sentido, (Peña & Andrade, 2017) señalan que:

La actividad agrícola está motivada por fines económicos, cuyo fundamento es la explotación de los recursos que se originan en la tierra con la ayuda de la mano de obra del ser humano para obtener productos como frutas, cereales, hortalizas, es decir productos primarios que después pueden servir de base para la industria textil. (p.54)

Asimismo, en el Ecuador la agricultura se ha convertido en el rubro más importante representando el 6.79% del PIB, seguida por la manufactura, petróleo, construcción y comercio como ejes de relevancia en la economía, convirtiéndose en una fuente de entrada de divisas y además constituye la base de la política de soberanía alimentaria promovida por la constitución en el artículo 281. “La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente”

Bajo este mismo contexto, se puede decir que la producción de maíz en el cantón Jipijapa presenta bajos niveles de producción y productividad alrededor de 40.154 Tn al año y 5,72 Tn/ha respectivamente, causadas por los deficientes sistemas de producción, ausencia de sistemas de riego y sistemas de comercialización desarticulados. (Zambrano, 2015. p.3) se suma también la escasa capacitación y asesoramiento del proceso pre y post productivo por lo que los productores ponen en riesgo y en duda la sostenibilidad y competitividad de la organización. (Padro, 2018) indica que entre el sector público y el privado existe una débil articulación y vinculación, causado por ausencia de políticas productivas integrales que regulen y potencien los factores comparativos y competitivos del cantón.

Ante lo expuesto, el agricultor busca organizarse y lo realiza por medio de una organización agro-productiva constituida jurídicamente, para establecer alianzas en cuanto a la capacitación, infraestructura productiva, liquidez y representatividad del sector productivo, por medio de estas organizaciones surgen los denominados emprendimientos asociativos, sin embargo, estos emprendimientos liderados por agricultores no despuntan y más bien presentan bajos rendimientos

productivos, alta dependencia del Estado y de la empresa privada, mostrado en este contexto, el presente estudio tiene como propósito general, analizar la competitividad de los centros de negocios campesinos de maíz del cantón Jipijapa, provincia de Manabí.

## **Materiales y métodos**

Este estudio se caracteriza dentro del tipo de investigación descriptiva y de enfoque cuantitativo, ya que se seleccionan una serie de conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas. Para la recolección de datos se aplicará una encuesta de competitividad, en la cual se tomaron los datos básicos de los centros de negocios campesinos de maíz y su análisis competitivo, incluyendo aspectos relacionados con el modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter. Para la interpretación de los datos, se empleó el análisis documental y el análisis de la información recabada a través del cuestionario, finalmente la información fue procesada con el paquete estadístico Excel 2016.

La población está conformada por 107 socios maiceros agrupados en los tres centros de negocios campesinos de organizaciones agropecuarias ubicados en el Cantón de Jipijapa, como lo son: Asociación Agropecuaria 27 de junio, Asociación de Agricultores 11 de Octubre y Corporación Agropecuaria 3 de Octubre, ubicados en las parroquias rurales La América, El Anegado y la Comuna Sancán respectivamente. Determinándose una muestra de 84 socios maiceros.

Para la obtención de la muestra se utilizó la fórmula de población finita.

n = Muestra

N = Población = 107

p = Nivel de ocurrencia = 50% = 0.5

q = Nivel de no ocurrencia = 50% = 0.5

Z = Nivel de confiabilidad = 95% = 1.96

d = Nivel de error máximo permitid = 5% = 0.05 en dónde;

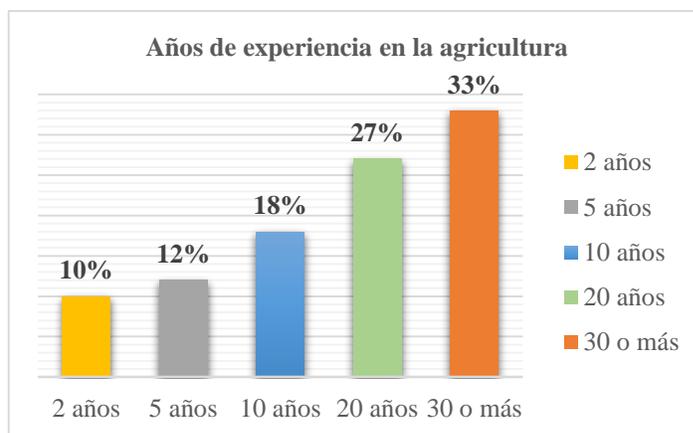
$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{107 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2(107 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50} = 84$$

## Análisis de los Resultados.

A continuación, se realizará el análisis y discusión de los datos aportados por los socios de los centros de negocios de maíz, con respecto a la competitividad de los centros de negocios campesinos de maíz del Cantón de Jipijapa, Provincia de Manabí, mediante este estudio se determinarán los aspectos relacionados con el modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter, luego se procederá a definir los aspectos concluyentes.

Pregunta 1 ¿Cuántos años de experiencia tiene en el cultivo de maíz?

**Figura 1:** Años de experiencia en la agricultura

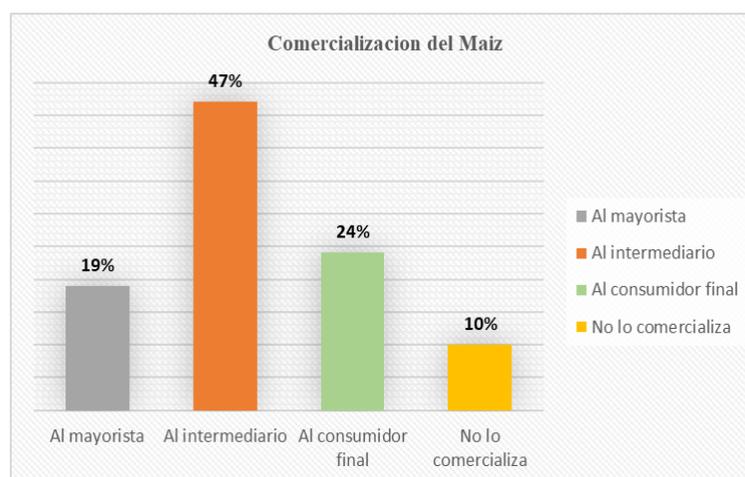


**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la aplicación del instrumento a los socios de los centros de negocios campesinos de maíz del cantón Jipijapa, 2021

El 33% de los encuestados tienen más de 30 años de experiencia cultivando y comercializando el maíz en el cantón de Jipijapa, mientras que el 27% 20 años, por ello, se puede determinar que la mayoría de los productores encuestados cuentan con la experiencia suficiente para darle validez al estudio por el conocimiento que se ha adquirido en dicho sector y rubro productivo.

Pregunta 2 ¿Cómo comercializan el maíz, los centros de negocios campesinos del cantón de Jipijapa?

**Figura 2:** Comercialización del Maíz

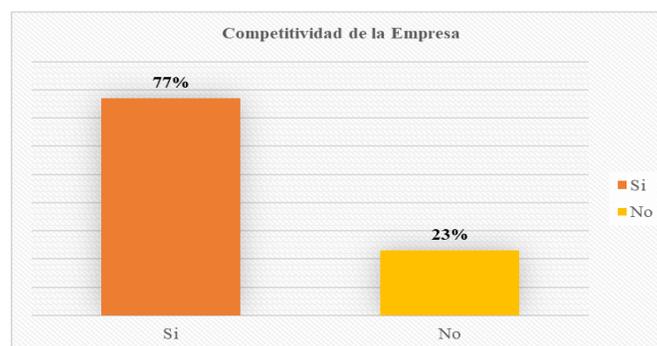


**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la aplicación del instrumento a los socios de los centros de negocios campesinos de maíz del cantón Jipijapa, 2021

El 47% de los encuestados comercializa su cosecha mediante un intermediario, mientras que el 24% al consumidor final procesado o no, esto conlleva al que la producción sea poco rentable ya que no se tiene un mercado consolidado para la comercialización del maíz.

Pregunta 3. ¿Considera que los centros de negocios campesinos de maíz del cantón Jipijapa son competitivos?

**Figura 3:** Competitividad en el sector maicero



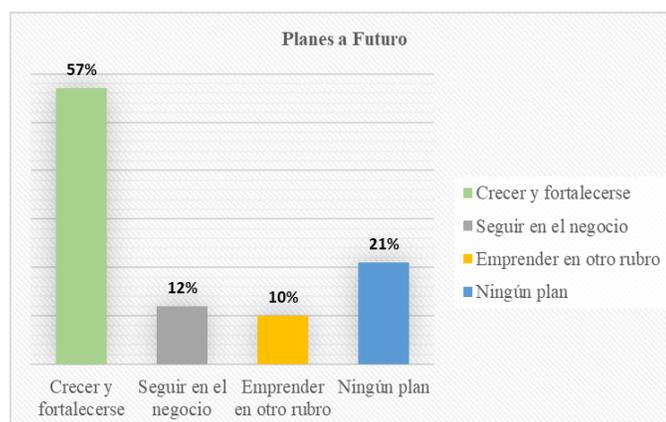
**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la aplicación del instrumento a los socios de los centros de negocios campesinos de maíz del cantón Jipijapa, 2021

El 77% de los encuestados respondieron que sus centros de negocios son competitivos mientras que el 23% no son competitivos, esto se debe que la competitividad en el sector maicero se da de acuerdo con el grado en el que el productor desarrolla sus negocios, por lo tanto, si desarrollan

negocios en el mismo cantón, su competitividad estará dada con relación a las otras empresas en un nivel similar.

Pregunta 4 ¿Qué planes tiene el centro de acopio para el futuro de los socios maiceros?

**Figura 4:** Planes a futuro



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la aplicación del instrumento a los socios de los centros de negocios campesinos de maíz del cantón Jipijapa, 2021

El 57% de los encuestados manifestaron crecer y fortalecerse dentro de la producción de maíz, mientras que el 21% no tienen ningún plan, esto se debe a que la mayoría de los productores de maíz, tienen entre 20 y 30 años dedicándose a la siembra, producción y comercialización que lo que aspiran a futuro en mantenerse igual o crecer y fortalecerse en el sector maicero ya que este es su principal actividad económica y fuente de trabajo para los habitantes de la ruralidad del cantón.

Pregunta 5 ¿Qué característica tiene la tecnología aplicada en el cultivo de maíz?

Figura 5: Tecnología aplicada para el cultivo



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la aplicación del instrumento a los socios de los centros de negocios campesinos de maíz del cantón Jipijapa, 2021

El 60% de los encuestados respondieron que la tecnología que utilizan es convencional, mientras que el 21% indicó que es intermedia, esto se debe a que los centros de negocios no cuentan con la capacidad financiera para invertir en tecnologías, en tanto, los cultivos de maíz lo realiza en la época de invierno, debido a que no cuentan con la maquinaria e implementos agrícolas necesarios y modernos para cultivar bajo riego, representando esto una desventaja competitiva en el sector maicero de Jipijapa.

Pregunta 6. ¿Las instituciones públicas con competencias en el fomento productivo, ofrecen alguna ayuda a los centros de negocios de maíz del cantón Jipijapa?

Figura 6: Ayuda para mejorar la producción de maíz

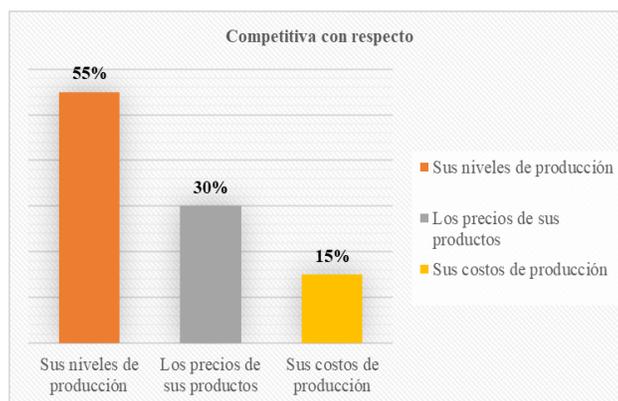


Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la aplicación del instrumento a los socios de los centros de negocios campesinos de maíz del cantón Jipijapa, 2021.

El 76% de los encuestados respondieron que las instituciones si ofrecen la ayuda para mejorar la producción de maíz , mientras que el 24% responde no, la ayuda que se le ha prestado a los productores es a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería, con programas como la urea subsidiada, proyecto de Plan Semilla, Seguro Agrícola, infraestructura, equipamiento asistencia técnica, además de alianzas con los GADS parroquial, municipal y provincial con asistencia técnica, equipamiento, capacitación permitiendo un uso y manejo apropiado para mejorar la producción.

Pregunta 7. ¿Considera que los centros de negocios de maíz son competitivos en relación con respecto a?

**Figura 7:** Competitividad en relación a:

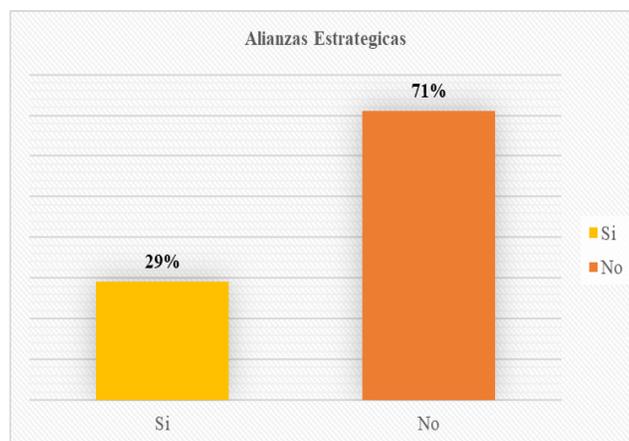


**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la aplicación del instrumento a los socios de los centros de negocios campesinos de maíz del cantón Jipijapa, 2021

El 55% de los encuestados señalaron que son competitivos por los niveles de producción mientras que el 30% por los precios del producto, debido a que la producción de maíz es uno de los principales productos que generan los agricultores de la zona rural del cantón de Jipijapa, además, es considerado un producto con buen nivel de demanda a nivel local y nacional, constituyéndose por esta razón en uno de los factores más ventajosos para los productores maiceros.

Pregunta 8 ¿El centro de negocios campesino de maíz ha establecido convenios o alianzas estratégicas con alguna entidad pública y/o privada?

**Figura 8:** Alianzas estratégicas



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la aplicación del instrumento a los socios de los centros de negocios campesinos de maíz del cantón Jipijapa, 2021

El 71% de los encuestados respondieron que los centros de negocios maiceros no establecen alianzas estratégicas, mientras que el 29% respondió que sí, los centros de negocios de maíz sus alianzas establecidas han sido con entes del Estado, como son el Ministerio de Agricultura y Ganadería, la empresa pública Manabí Produce perteneciente a la Prefectura de Manabí, BANECUADOR recibiendo asistencia técnica a nivel de fincas, capacitación, infraestructura y equipamiento y algo de crédito.

Aun así para la mayoría de los socios estas alianzas son considerada poco funcionales, paternalistas y en algunos caso alejados de la problemática real, por la cual, demandan que los centros de negocios agropecuarios, deben ampliar su horizonte buscando alterativas con otras empresas privadas y entidades financieras que coadyuven con recursos financieros para implementar tecnología apropiadas que ayuden al sector a bajar costos de producción y tener liquidez para el proceso comercial.

PREGUNTA 9 ¿El centro de negocios campesinos de maíz utiliza alguna de las siguientes estrategias para fortalecer la producción, indique cuál?

**Figura 9:** Estrategia empleada



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la aplicación del instrumento a los socios de los centros de negocios campesinos de maíz del cantón Jipijapa, 2021

El 64% de los encuestados respondieron que los centros de negocios utilizan como estrategia principal el liderazgo de precios, mientras que el 24% respondió que la diferenciación del producto. Esto se debe a que los centros de negocios con la finalidad de captar potenciales clientes en la compra de maíz, basan su proceso comercial de acuerdo al precio de sustentación fijada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, en cuanto a la diferenciación del producto los centros de negocio, a través, de la capacitación, la tecnificación a los productores y el Proyecto Plan Semilla, han vistos cambios positivos en la cadena productiva del maíz, aplicando criterios de calidad total, con el fin de incrementar la producción, y la obtención de calidad para la venta a precio justo.

## Discusión

Analizando los resultados de las encuestas aplicadas a los socios de los centros de negocios productores de maíz, desde la perspectiva del modelo Diamante Competitivo de Porter, se pudo establecer lo siguiente:

Lo relacionado con las condiciones de los factores hay una gran desventaja en los centros de negocios campesinos de maíz, aunque existe una capacitación y tecnificación al productor, hacen falta mayores niveles de inversión para que los maiceros puedan trabajar en el cultivo y la

producción con tecnología actualizada ya que la mayoría de estos trabajos se realizan de forma rudimentaria, y de esta manera podrá mejorarse tanto la producción como la comercialización; otro factor que se presenta como desventaja son las alianzas estratégicas ya que se debe ampliar el acercamientos y establecer convenios con instituciones que coadyuven al desarrollo de los centros de negocios campesinos de maíz, además, las políticas del ente gubernamental no debe dirigirse solo a la capacitación del productor sino también a la inversión en equipos y maquinarias que ayudarían a la modernización de los productores maiceros en toda la cadena productiva del maíz. Lo relacionado con la condiciones de la demanda y la estructura de estrategia y rivalidad de empresas, es importante y necesario que los centros de negocios campesinos de maíz, fortalezcan y unifiquen las estrategias que utilizan para robustecer la producción, para lo cual se debe implementar una estrategia general de cooperación estratégica entre todos los centros campesinos de maíz, de esta manera puedan enfrentar y superar las debilidades que se presentan en el mercadeo, y de esta manera encontrar soluciones a las amenazas que inciden especialmente en los precios.

### **Aspectos Concluyentes.**

Condiciones de los Factores: La actividad económica en las familias de los socios está basada en la agricultura principalmente, en cultivos de maíz, razón por la cual es necesario que los centros de negocios campesinos de maíz, busquen alternativas de financiamiento para invertir en tecnología actualizada que permita la modernización de la producción y comercialización, hasta ahora el aporte del ente gubernamental están dirigidas a la capacitación y asistencia técnica del productor, la gestión de los centros de negocios como tal, se debe direccionar a la inversión en equipos y maquinarias que promoverán la modernización de los centros de negocios campesinos de maíz y por ende de los productores, además, deben establecer alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas a nivel nacional a fin de potenciar el desarrollo productivo del maíz. Todos estos factores representan una gran desventaja de los centros de negocios campesinos objetos de estudio.

Condiciones de la demanda: en lo referente a este factor las ventajas son positivas ya que en el país existe una gran demanda de maíz amarillo, siendo los potenciales compradores las industrias de balanceado y avícolas, debido a que en los últimos años se ha venido trabajando con la

introducción de semillas certificadas que ha dado un mayor rendimiento y calidad en la producción de maíz.

Sectores afines y de apoyo. Los productores maiceros del cantón de Jipijapa cuentan con el apoyo de centros de negocios campesinos de maíz que son los encargados de la recepción del maíz y de regular los precios en la zona, beneficiando a socios y demás agricultores, y por otro lado cuentan con el apoyo Ministerio de Agricultura y Ganadería mediante programas y proyectos como: Proyecto de Innovación Tecnológica y Productividad Participativa-PITPPA y Programa del Buen Vivir Rural convirtiéndose en una ventaja positiva.

Estrategias y Rivalidad de las empresas: La mayoría de los productores de maíz, tienen entre 20 y 30 años dedicándose a la producción y comercialización de este rubro, por lo que sus aspiraciones futuras es mantenerse en el mismo, ya que este representa la principal actividad económica de las familias del cantón, entonces su competitividad estará dada con relación a las otras empresas en un nivel similar, asimismo, los centros de negocios campesinos de maíz, centran sus estrategias en los precios del producto, debido a que la producción de maíz es uno de los principales productos que generan los agricultores de la zona rural del cantón de Jipijapa, además, es considerado un producto con buen nivel de demanda a nivel local y nacional, constituyéndose por esta razón en uno de los factores más ventajosos para los productores maiceros.

El papel del gobierno: Es positiva ya que influye en los centros de negocios campesinos de maíz, a través, de programas y proyectos dirigido por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, del que han recibido asistencia técnica y equipamiento, capacitación, permitiendo así diversificar el uso del maíz y manejo apropiado de la producción y comercialización, así como también los acuerdos del precio de sustentación del grano, basados características como la humedad y la impureza.

Finalmente, se debe tener en cuenta que la producción del maíz en el cantón Jipijapa y a nivel nacional representa una oportunidad de mejorar la economía, por el alto consumo y utilidad del mismo, estableciendo nexos con empresas nacionales e internacionales y cumpliendo los estándares de calidad del producto. Por lo que es necesario fortalecer las estrategias de negocios de los centros de negocios campesinos, por lo que se requiere la implementación de una dinámica general de cooperación que se base en alianzas estratégicas entre todos los centros, para que así superen las debilidades en los sistemas de mercadeo y falta de inversión, de manera que se encuentre soluciones a las amenazas que inciden especialmente en los precios del maíz, para lo

cual se debe tener en cuenta que se tienen oportunidades en aspectos como la demanda de los productos, apertura de nuevos mercados, y la calidad y cumplimiento ante los clientes.

## Referencias

1. Banco Mundial. (2018). PIB (US\$ a precios actuales). Obtenido de Disponible en: <https://datos.bancomundial.org/indicador/>. Consultado 17 de agosto 2021
2. Bueno, E., & Morcillo, P. (1994). Fundamentos de economía y organización industrial. Madrid: Mc Graw-Hill.
3. Burgos, R. (2020). Perspectivas del maíz en el mercado mundial 2020 y 2021. Obtenido de Disponible en: <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Perspectivas-del-maiz-en-el-mercado-mundial-2020-y-2021-20210504-0135.html>. Consultado 16 de agosto, 2021
4. Cedeño, J., & Quijije, L. (2016). Costos y niveles de producción agrícola y su incidencia en los ingresos como determinante en la calidad de vida de los agricultores de la Asociación San Lorenzo de Mapasingue Adentro del cantón Portoviejo, periodo julio 2014 - julio2015 . . Portoviejo.: Asociación San Lorenzo de Mapasingu.
5. Conforme, B. (2017). Análisis del modelo de gestión administrativo-financiero en la asociación agropecuaria 27 de junio de la parroquia la América. Manta: Proyecto de Investigación Previo a la obtención del título de Ingeniero de Administración de Empresas Agropecuarias. Universidad Estatal del Sur de Manabí.
6. Departamento de Agricultura de Estados Unidos. (s.f.).
7. ESPAC. (2013). Encuesta de Superficie de Producción Agrícola Continua. Quito.
8. González, R., & Mendiete, M. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. Cuadrenos de Turismo - Universidad de Murcia, 111-128.
9. INEC. (2020). Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua. Obtenido de Disponible en: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>. Consultado 19 de agosto, 2021

10. Jacquemin, A. (1982). Economía industrial, estructuras de mercado y estrategias europeas de empresa. Barcelona: Hispano Europea.
11. López, B. (2018). Análisis de la producción de maíz en la provincia de Manabí y su aporte al desarrollo local. Periodo 2012-2017. Quito: Universidad de Guayaquil. Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de economista. Facultad de Ciencias y Económicas.
12. Margaretta, J. (2013). Para entender a Michael Porter. Guía esencial hacia la estrategia y la competencia. México: Patria.
13. Mendoza, J., García, K., Salazar, R., & Vivianco, I. (2019). La Economía de Manabí (Ecuador) entre las sequías y las inundaciones. Revista Espacios, 10-22.
14. Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2019). Ministerio de Agricultura y Ganadería. Obtenido de Disponible en: <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cifras-agroproductivas?>. Consultado 18 de agosto de 2021
15. Navarrete, B. (2012). Buenas prácticas agrícola en los cultivos de maíz (*Zea mays* L.) y arroz (*Oryza sativa* L.) Parroquia San Plácido, Cantón Portoviejo. Manabí.
16. Nuñez, I. (2017). Economías de aglomeración espacial y su impacto sobre productividad en empresas domésticas y exportadoras. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
17. Padro, J. (2018). Incidencia socioeconómica de los créditos CCMA para los agricultores de maíz del Cantón Jipijapa periodo Diciembre 2016- Febrero 2017. Manabí.
18. Palomeque, C. (2013). Diseño de un plan de estrategias para incrementar la comercialización en los propietarios de los viveros del cantón Milagro. Manta.
19. PDOT. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Jipijapa.
20. Pelayo, Y. (2014). Ventajas Competitivas. España: Universidad de Huelva.
21. Peña, N., & Andrade, E. (2017). Análisis del sistema de comercialización de la producción de maíz para mejorar los ingresos de los pequeños productores del recinto aguas frías de Medellín, cantón ventanas, provincia de Los Rios. Guayaquil: Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Economista. Universidad Laica Rocafuerte. Facultad Ciencias, Sociales y Derecho.
22. Porter, M. (1991. p.110). La ventaja competitiva de las naciones. Buenos Aires: Editor Javier Vergara.
23. Quijije, N. (2019). La producción agrícola y su incidencia en la economía de la Ciudad de Jipijapa. Manabí: Proyecto de Investigación previo a la obtención del título Ingeniera en

Administración de Empresas Agropecuarias. Universidad Estatal del Sur de Manabí,  
Facultad de Ciencias Económica .

24. SINAGAP. (2018). Sistema de Información Nacional del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Quito.
25. Trademap. (2018). Exportaciones e importaciones mundiales de maíz. Obtenido de Disponible en: <https://www.trademap.org/>. Consultado 16 de agosto, 2021
26. Zambrano, M. (2015. p.3). Manabí tierra de Encantos. Portviejo.
27. Zamora, Y., Montesdeoca, M., Alcivar, K., & Hidalgo, M. (2017). La gestión agrícola en el sector minorista del cantón Bolivar. Revista Mikarimin.

© 2021 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons

Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)