



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

CARRERA:

LICENCIATURA EN MARKETING

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN,
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADAS
EN MARKETING

TEMA:

FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE
COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE
LA CAÑA DE AZÚCAR EN EL CANTÓN ECHEANDÍA EN EL
PERIODO 2017- 2018.

AUTORAS:

LISBETH MARISELA MARTINEZ OCAMPO
JESSICA ALEXANDRA VERDEZOTO QUINTANA

DIRECTOR:

ING. CHARLES VISCARRA Mgs.

PARES ACADEMICOS:

ING. MARGOTH CHÁVEZ Mgs.

ING. PAOLA ALBAN Mgs.

GUARANDA – ECUADOR

2018.

CERTIFICADO DIRECTOR

Mgs. CHARLES VISCARRA, DOCENTE DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA

Que el presente proyecto de investigación titulado: **“FOTALECIMIENTO DE LA CADENA DE COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CAÑA DE AZUCAR EN EL CANTON ECHEANDIA EN EL PERIODO 2017-2018”** de autoría de LISBETH MARISELA MARTINEZ OCAMPO y JESSICA ALEXANDRA VERDEZOTO QUINTANA, estudiantes de la carrera de Marketing, reúnen los requisitos correspondientes a las normas establecidas en el Reglamento de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, por lo tanto faculto a sus autoras, para que continúen con los trámites legales pertinentes.

Guaranda 26 de junio 2018.

Mgs. Charles Viscarra

DIRECTOR

AUTORIA NOTARIADA



Nosotras, LISBETH MARISELA MARTINEZ OCAMPO y ALEXANDRA VERDEZOTO QUINTANA declaramos ser las únicas autoras del trabajo de investigación "FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN EL CANTÓN ECHEANDIA EN EL PERIODO 2017- 2018". Previo a la obtención del Título de Licenciadas en Marketing, expresamos que el presente trabajo es original, mediante la aplicación de nuestros conocimientos con las adecuadas referencias académicas y consultas bibliográficas de otros autores por lo cual eximimos expresamente a la UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR y a sus representantes legales posibles reclamos o acciones legales.


Lisbeth Martínez Ocampo
CI: 020214034-9


Jessica Verdezoto Quintana
CI: 020215436-5



**ESCRITURA PÚBLICA
DECLARACION JURADA**

LISBETH MARISELA MARTÍNEZ OCAMPO y JESSICA ALEXANDRA VERDEZOTO QUINTANA

En la ciudad de Guaranda, Capital de la Provincia de Bolívar, República del Ecuador, hoy día MIÉRCOLES, DIECIOCHO DE JULIO DE DOS MIL DIECIOCHO, ante mi Doctor GUIDO FABIAN FIERRO BARRAGAN, NOTARIO PÚBLICO PRIMERO DEL CANTÓN GUARANDA, comparecen: **LISBETH MARISELA MARTÍNEZ OCAMPO y JESSICA ALEXANDRA VERDEZOTO QUINTANA**. Las comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, de estados civiles solteras, capaces de contraer obligaciones, domiciliadas en la parroquia Guanujo del cantón Guaranda; y, en la parroquia La Magdalena del cantón San José de Chimbo, respectivamente; a quienes de conocer doy fe, en virtud de haberme exhibido sus cédulas de ciudadanía y papeletas de votación, cuyas copias adjunto a esta escritura.- Advertidas por mí el Notario de los efectos y resultados de esta escritura, así como examinadas de que comparecen al otorgamiento de la misma sin coacción, amenazas, temor reverencial, ni promesa o seducción, juramentadas en debida forma, prevenidas de la gravedad del juramento, de las penas de perjurio y de la obligación que tienen de decir la verdad con claridad y exactitud, bajo juramento declara lo siguiente: "Previo a la obtención del título de Licenciadas en Marketing, manifestamos que los criterios e ideas emitidas en el presente trabajo de investigación titulado **"FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN EL CANTÓN ECHEANDÍA EN EL PERÍODO 2017-2018"**, es de nuestra exclusiva responsabilidad en calidad de autoras. (Hasta aquí la declaración juramentada rendida por las comparecientes la misma que queda elevada a escritura pública con todo el valor legal.) Para el otorgamiento de esta escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso; y leída que le fue a los comparecientes íntegramente por mí el Notario, se ratifican en todo su contenido y firman conmigo en unidad de acto. Incorporo esta escritura pública al protocolo de instrumentos públicos, a mi cargo. De todo lo cual doy fe.-

LISBETH MARISELA MARTÍNEZ OCAMPO
C.C. 0202140349



JESSICA ALEXANDRA VERDEZOTO QUINTANA
C.C. 0202154365

EL NOTARIO



Dr. Guido Fierro Barragan
NOTARIO PÚBLICO PRIMERO DEL CANTÓN GUARANDA

AUTORIA DEL TRABAJO

Nosotras, LISBETH MARISELA MARTINEZ OCAMPO y JESSICA ALEXANDRA VERDEZOTO QUINTANA declaramos ser las únicas autoras del trabajo de investigación **FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN EL CANTÓN ECHEANDIA EN EL PERIODO 2017- 2018.** Previo a la obtención del Título de Licenciadas en Marketing, expresamos que el presente trabajo es original, mediante la aplicación de nuestros conocimientos con las adecuadas referencias académicas y consultas bibliográficas de otros autores por lo cual eximimos expresamente a la UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR y a sus representantes legales posibles reclamos o acciones legales.

Lisbeth Martínez Ocampo
CI: 020214034-9

Jessica Verdezoto Quintana
CI: 020215436-5

APROBACIÓN TRIBUNAL GRADO

TRIBUNAL	FIRMA	FECHA
Dr. Carlos Ribadeneira:
DECANO		
Mgs. Charles Viscarra:
DIRECTOR		
Mgs. Margoth Chávez :
PAR ACADÉMICO 1		
Ing. Paola Albán:
PAR ACADÉMICO 2		

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA



Guaranda 30 de mayo del 2018.

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Yo, Charles Viscarra, Director del Proyecto de Investigación, certifica que las señoritas **MARTINEZ OCAMPO LISBETH MARISELA y VERDEZOTO QUINTANA JESSICA ALEXANDRA**, estudiantes de la carrera de Marketing, dentro de la modalidad de Titulación (Proyecto de Investigación); ha cumplido con la revisión a través de la herramienta URKUND, el día martes 12 de junio del Informe Final del Proyecto de Investigación denominado **“FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CAÑA DE AZÚCAR DEL CANTÓN ECHEANDÍA EN EL PERIODO 2017 – 2018”**, dando como resultado un 5% de coincidencia; porcentaje que se encuentra dentro del parámetro legal establecido.

Es todo cuanto puedo certificar,

Ing. Charles Viscarra
DIRECTOR

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación lo dedicamos con mucho amor:

A nuestras familias porque han sido nuestro pilar fundamental en cada paso de nuestra vida estudiantil, porque han depositado su confianza en nosotros aun sabiendo que el camino estudiantil es largo y lleno de muchas dificultades.

A nuestros docentes quienes han sabido inculcarnos conocimientos los cuales nos que han servido de una u otra forma para llevarlo a la práctica diaria y llegar así a ser buenos profesionales.

A mis compañeros quienes nos apoyábamos mutuamente en nuestra formación profesional

Lisbeth y Jessica

AGRADECIMIENTO

A Dios por darnos sabiduría y entendimiento para poder seguir formándonos como profesionales.

De igual forma a nuestros padres quienes nos han formado con valores y principios para ayudarnos a ser mejores personas en el camino profesional.

A nuestros amigos y compañeros de aula con quienes hemos compartido diversos momentos que quedaran impregnados en nuestros corazones.

A nuestros maestros quienes nos enseñaron el valor de la enseñanza diaria y como plasmar los conocimientos adquiridos dentro de las aulas en un futuro.

Lisbeth y Jessica

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DIRECTOR	II
AUTORIA NOTARIADA	III
AUTORIA DEL TRABAJO	V
APROBACIÓN TRIBUNAL GRADO	VI
CERTIFICADO ANTIFLAGIO	VII
DEDICATORIA	VIII
AGRADECIMIENTO	IX
ÍNDICE GENERAL	X
RESUMEN EJECUTIVO	XIII
ABSTRAC	XV
INTRODUCCIÓN	1
REVISIÓN DE LA LITERATURA	2
MÉTODO	5
DISCUSIÓN	10
CONCLUSIONES	11
RECOMENDACIONES	12

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice 1: Mercado local (Echeandía)	16
Apéndice 2: Trapiché para la elaboración de los productos.....	17
Apéndice 3: Lugar de producción	18
Apéndice 4: Productos derivados de la caña de azúcar.....	19

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Método Inductivo	5
---	---

RESUMEN EJECUTIVO

Los problemas que enfrentan los campesinos, para llegar con sus productos al consumidor final, es que atraviesan por varios intermediarios y no mantienen una comercialización firme, que facilite la economía de sus familias.

Los productos derivados de la caña de azúcar son un medio de subsistencia, ya que mediante la venta de estos productos realizan la educación de sus hijos y el sustento familiar. En los recintos aledaños y comunidades cercanas del Cantón Echeandía elaboran productos 100% natural utilizando medidas sanitarias, y con registros de salubridad, lo cual ayuda a tener mayor credibilidad en el mercado.

La situación económica de los agricultores de productos derivados de la caña de azúcar del Cantón es crítica, ya que sus ingresos están por debajo del nivel de la canasta básica, además sus familias son numerosas, las condiciones con respecto a la infraestructura como vivienda y baterías sanitarias no son las más adecuadas.

La producción de la caña de azúcar se realiza a través de métodos tradicionales es decir sin la utilización de tecnología o herramientas modernas, ya que el trabajo lo realizan artesanalmente sin ningún enfoque que permite a los productores tener un mejor manejo en sus cultivos ayudando, así a generar mayor producción año tras año. Las capacitaciones a los productores deben ser enfocados en aspectos de producción y comercialización y fijación de precios todos estos puntos ayudaran a tener un mejor nivel socioeconómico teniendo un mayor impacto en el mercado local.

La organización en la asociación de productores para la comercialización de sus productos derivados de la caña de azúcar es uno de los aspectos fundamentales para mejorar su calidad de vida, y repotenciar las iniciativas de las micro empresas teniendo en cuenta parámetros de producción para obtener productos sanos y de calidad conservando los recursos naturales.

El flujo de efectivo del Cantón Echeandía proviene principalmente de las actividades agrícolas de pequeños y grandes productores, los cuales se dedican a la producción y

comercialización, de productos los cuales son distribuidos en el mercado local y nacional. Mediante la propuesta de fortaleciendo de la cadena de comercialización de los productos derivados de la caña de azúcar buscamos ayudar a tener una mejor distribución de los mismos, ya que así evitaremos tener dificultades a futuro y más aún en temporadas invernales que es complicado salir con el producto desde la fábrica hasta el lugar de la venta.

La correcta aplicación de los canales de distribución ayudara a mantener el producto frecuentemente en el mercado, con mayor facilidad de entrega desde los productores hacia el consumidor final.

Al conocer que los productos derivados de la caña de azúcar no tienen una buena sustentabilidad en el mercado, hemos visto la necesidad de implementar canales de distribución que no afecten a los productores, porque ellos son los que tienen la mayor responsabilidad de la producción, ya que ellos son los más sacrificados y son los que menos remuneración reciben.

ABSTRAC

EXECUTIVE SUMMARY

The problems faced by the peasants, to arrive with their products to the final consumer, is that they go through several intermediaries and do not maintain a firm marketing, which facilitates the economy of their families.

The products derived from sugar cane are means of subsistence, since through the sale of these products they carry out the education of their children and the family sustenance. The surrounding areas and nearby communities of the Canton Echeandía produce 100% natural products using sanitary measures, and with health records, which helps to have greater credibility in the market.

The economic situation of the farmers of products derived from the sugar cane of the Canton is critical, since their incomes are below the level of the basic basket, in addition their families are numerous, the conditions with respect to the infrastructure as housing and batteries sanitary facilities are not the most appropriate.

The production of sugarcane is done through traditional methods, that is, without the use of technology or modern tools, since the work is done by hand, this allows producers to have a better management of their crops, thus helping to generate more production year after year. The producers training should be focused on aspects of production, marketing, and pricing. All these points will help to have a better socioeconomic level, having a greater impact in the local market.

The organization in the association of producers for the commercialization of their products derived from sugarcane is one of the fundamental aspects to improve their quality of life, and to reinforce the initiatives of the micro companies taking into account production parameters to obtain healthy products and of quality conserving the natural resources.

The cash flow of the Canton Echeandía comes mainly from the agricultural activities of small and large producers, which are dedicated to the production and marketing of products which are distributed in the local and national markets.

Through the proposal to strengthen the chain of marketing of sugarcane products we seek to help have a better distribution of them, as this will avoid having difficulties in the future and even more so in winter seasons, it is difficult to come out with the product from the factory to the place of sale.

The correct application of the distribution channels will help to maintain the product frequently in the market, with greater ease of delivery from the producers to the final consumer.

Knowing that products derived from sugarcane do not have good sustainability in the market, we have seen the need to implement distribution channels that do not affect producers, because they are the ones with the greatest responsibility for production, since that they are the most sacrificed and are the ones that receive less remuneration.

INTRODUCCIÓN

En las comunidades aledañas al Cantón Echeandía existen pequeñas cantidades de productores de alimentos que provienen de pequeñas unidades productivas, es decir de pequeños agricultores.

Los problemas que enfrentan estos productores, para llegar con sus productos al consumidor final, es que atraviesan por varios intermediarios y no mantienen una comercialización firme, que facilite la economía de los productos derivados de la caña de azúcar.

Estos pequeños productores, deberían establecer valor agregado a sus productos, para obtener una mejor comercialización, los mismos que son elaborados artesanal y empíricamente.

A través de la utilización de diversos mecanismos, lograremos obtener resultados factibles lo cuales sean utilices para medir la demanda de los productos.

La manera de distribución y comercialización de forma empírica no es factible ya que los productores no son bien remunerados con respecto a sus productos terminados.

Los medios publicitarios juegan un papel predominante dentro de la comercialización y distribución de los productos, ya que su función principal es mantener bien informado a los clientes de los productos y servicios ofertados en el mercado.

A través de una buena comercialización y distribución obtendremos sustentabilidad en el producto ayudando así tener una mejor apertura en el mercado local.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

El concepto de mercadotecnia

Según Philip Kotler "el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes".

Según (McGRAW-HILL, 2005) **Evolución de los canales de mercadotecnia**

Los canales de mercadotecnia siempre surgen de una demanda que el mercado tiene que satisfacer mejor, desde su inicio hasta su posición en la actualidad. La evolución del pensamiento de los canales de mercadotecnia se puede dividir en cuatro etapas:

- **La era de la producción y las prácticas de distribución.**

Los primeros cursos de mercadotecnia eran esencialmente de distribución. Títulos como "Industrias de distribución y regulación de la distribución estadounidense de productos agrícolas" y "Técnicas de mercado y comercio" abundaban en las escuelas de comercio a principios de la década de 1900.

- **El periodo institucional y la orientación de las ventas**

El costo de administración de los inventarios se incrementó con rapidez, las técnicas de producción y los procesos del canal de mercadotecnia avanzaron más rápido en este periodo.

Aparecieron diversos tipos de intermediarios del canal. Por ejemplo, los distribuidores industriales sugirieron en el canal de distribución en el caso de la mayor parte de productos industriales y artículos de consumo duraderos, y hacia finales de la década de 1950 la venta por mayorista alcanzó 100 mil millones de dólares.

¿Qué es un canal de mercadotecnia?

Los canales de mercadotecnia facilitan el proceso de intercambio. Puesto que se enfoca en los comportamientos y actividades necesarias para el que el cambio ocurra, es preciso pensar en los canales como elementos que facilitan la compraventa. De este modo, es posible definir la mercadotecnia como las relaciones de intercambio que crean valor del cliente en la adquisición, el consumo o la disposición de productos y servicios. Los miembros deben acudir bien equipados al mercado para cubrir las cambiantes necesidades y preferencias de este último. (McGRAW-HILL, 2005)

Objetivos sociales y económicos

El crecimiento económico de un país se detecta a través de un desarrollo sostenido a lo largo del tiempo en que el nivel de actividad económica aumenta constantemente.

Dicho crecimiento se realiza en la mayoría de los casos a través de tres indicadores

- La evolución de la tasa del producto interior bruto (PIB)
- La renta per cápita
- Y en algunos casos a través del aumento de la población

Objetivos Cuantitativo, reflejado a través del crecimiento económico:

- La disponibilidad de recursos productivos tanto de capital como de trabajo.
- La productividad entendida como la relación entre producto obtenido y cantidad de horas trabajadas.
- La actitud de la sociedad ante el ahorro, puesto que el crecimiento de una economía depende en gran medida de la inversión, la cual requiere ahorro. (Magalines, 2004)

- **Innovación**

La innovación implica inducir nuevos métodos o tecnologías para fortalecer las relaciones de intercambio en los canales.

Las innovaciones del canal a veces son evidentes en las formas imaginativas de las nuevas tiendas minoristas. Fenómenos mercantiles como las redes de televisión en el hogar y compras por computadoras han atraído a minoristas en línea para ir más allá de la tradición. (McGRAW-HILL, 2005).

- **Calendarización**

Componente clave de la eficiencia del canal, es una parte fundamental de la identidad de las funciones. Los atributos y beneficios que se ofrecen con la función SIFT dan a los miembros del canal una oportunidad de crear identidades distintivas de las funciones en mercados competitivos. (McGRAW-HILL, 2005).

- **Logro de una ventaja competitiva a través del diseño del canal**

En muchos mercados empresariales, globales, tradicionales, hay una oferta excesiva de productos o servicios. Se supone que cualquier fuente de ventaja competitiva pueda contribuir a una situación en que una empresa puede distribuirse por sí mismo o puede diferenciar sus ofertas, o ser reconocido como el proveedor con bajo costo. (McGRAW-HILL, 2005).

- **El anuncio publicitario**

Es una profesión basada en la ética, un vendedor profesional debe cuidar al escoger a sus clientes y a los productos que anuncia, de hablar a los públicos con la verdad, de rechazar toda idea engañosa que defraude a los prospectos. Un buen anunciante es el que, basado en estudios de mercado, logra vender para beneficiar al productor y al consumidor.

El anuncio ético, es la parte de la filosofía que trata de la moral y de las costumbres de las personas, por tanto, un anuncio ético es el que respeta la moral pública y privada, y defiende las buenas costumbres, el anuncio debe informar con la verdad no debe ofender la moral pública ni los sectores específicos del mercado. (McGRAW-HILL, 2005).

MÉTODO

Métodos

Según (Bacon, Metodo Inductivo, 2014) **Inductivo**: Es un proceso mental que, al llegar al conocimiento o la demostración de la verdad de los hechos particulares, probados, hace que se pueda llegar a una conclusión general.

Es un método basado en la inducción, es decir, una operación mental que consiste en el establecimiento de una verdad universal o una referencia general basada en el conocimiento de un número de datos únicos.

En contraste con el método inductivo, está el método deductivo, que no produce nuevos conocimientos, sus conclusiones se dibujan sobre la base de los conocimientos existentes y que eran implícita. Ex.: Cada mamífero tiene un corazón. Pero cada perro es un mamífero. Por lo tanto, todos los perros tienen un corazón.

Este método sirvió para poder identificar las realidades que viven a diario los campesinos con respecto a los procesos que ellos utilizan, en la elaboración y comercialización de los productos derivados de la caña de azúcar.

Figura 1: *Método Inductivo*

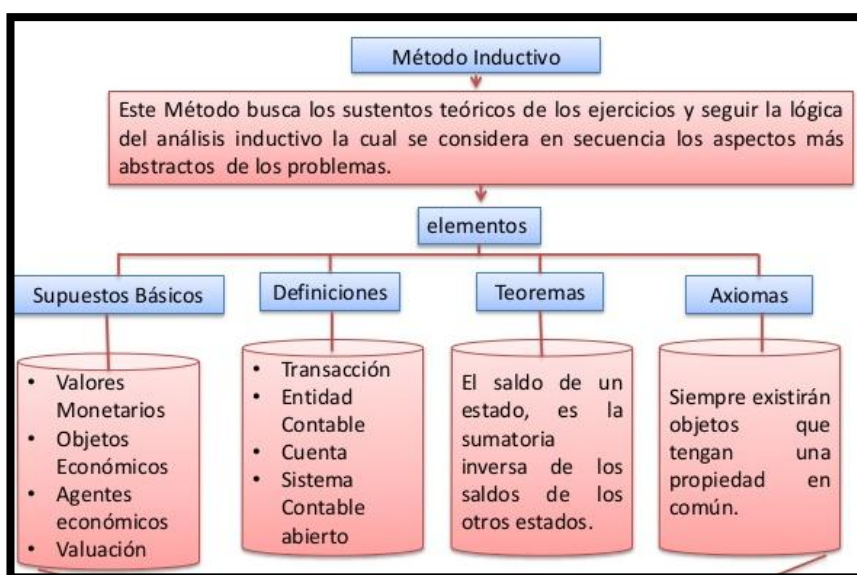


Figura 1: Método Inductivo

Fuente: (Bacon, Métodos de la Investigación , s.f.)

Según (Aristóteles, 2007) **Deductivo:** Es uno de los métodos más usados a instancias de lograr, obtener, conclusiones sobre diversas cuestiones. El rasgo distintivo de este método científico es que las conclusiones siempre se hallan impresas en las premisas, es decir, es posible inferir a la conclusión de las proposiciones que conforman un argumento, de ellas y solamente de ellas.

Este método no es algo que la modernidad trajo consigo ni mucho menos, sino que se trata de un método que ya era referenciado en la antigüedad clásica por filósofos de la talla de Aristóteles. Por otra parte, la deducción, siempre parte de una cuestión o ley general para llegar a lo particular, o sea, va de lo general a lo particular y esto es lo que lo enfrenta al método inductivo que se mueve en el lado opuesto: de lo particular a lo general.

Este método servirá para identificar la distribución empírica que realizan los productores para llegar con sus productos al mercado y así mejorar los canales para obtener una distribución directa en toda temporada.

Según (Marx, 2017) **Histórico:** El método histórico o también llamado “Historiología o Teoría de la Historia” es una disciplina que se aplica sobre la descripción de los hechos históricos y el tipo de análisis científicos necesarios a nivel general para explicarlos. En la historiología hay que tener muy presente que una teoría no explica el por qué sucedieron los eventos históricos en concreto que se están estudiando de carácter episódico o anecdótico, tampoco hace predicciones a medio plazo sobre los acontecimientos que están por venir de forma concreta.

Este método histórico tiene como objetivo el estudiar cuál es el método del proceso de investigación en la ciencia histórica y así identificar patrones que sean regulares y las causas generales que hay en los procesos históricos, en especial a largo plazo.

Digamos que el método histórico busca ser el método científico de la historia, comprendiendo las directrices y las técnicas por las que las personas que se dedican a ello, a los que se les llama historiadores usan fuentes primarias y otras pruebas para la investigación y más tarde las trasladan al escribir la historia.

Es decir que este método nos ayudará a identificar los procesos que se han venido realizando desde nuestros antepasados en la producción y elaboración de los productos derivados de la caña de azúcar, ya que esto era un método de supervivencia lo han venido practicando desde siempre.

Según (Meyer, 2006) **Descriptivo:** Es uno de los métodos cualitativos que se utilizan en investigaciones que tienen el objetivo de evaluar algunas características de una población o situación particular. En la investigación descriptiva, tal como lo indica su nombre, el objetivo es describir el estado y/o comportamiento de una serie de variables.

El método descriptivo orienta al investigador durante el método científico en la búsqueda de las respuestas a preguntas como: quién, qué, cuándo, dónde, sin importar el por qué. Describir implica observar sistemáticamente el objeto de estudio y catalogar la información que se observa para que pueda ser utilizada y replicada por otros.

El objetivo de este tipo de métodos es obtener datos precisos que puedan aplicarse en promedios y cálculos estadísticos que reflejen tendencias, por ejemplo. Normalmente, este tipo de estudios es el que abre paso a otros más profundos y complejos sobre un fenómeno determinado, al ofrecer datos sobre su forma y función. De igual forma, es común que el investigador tenga la tentación de establecer relaciones causales con resultados de estudios descriptivos, lo cual representa un error metodológico.

Este método ayudará a describir e identificar todos los procesos que se utilizan para la elaboración y comercialización de los mismos, y así evaluar a los pequeños productores, y dar seguimiento a través del método de la post venta.

Según (Saladrigas, 2002) **Bibliográfico:** Método de investigación que se dirige a mostrar el testimonio subjetivo de una persona en el que se recogen tanto los acontecimientos como las valoraciones que esta persona hace de su propia existencia.

La investigación biográfica es esencialmente una descripción fenomenológica que exige de cuatro habilidades en el investigador: observar, escuchar, comparar y escribir.

Este método ayudará a identificar las fuentes de investigación de todo el proyecto y así a tener más certeza de lo mencionado.

RESULTADOS

Según las encuestas realizadas en el cantón Echeandía sobre la distribución y comercialización de los productos derivados de la caña de azúcar podemos mencionar que en su gran mayoría aportan a la investigación con datos reales, que la elaboración no es bien remunerada para todos los productores y que la forma como distribuyen cada producto influye mucho en los precios al momento de llegar al mercado local o al lugar de entrega.

Por lo cual proponemos un solo canal de distribución, que los mismos productores entreguen directamente al consumidor final y de esta forma evitar los intermediarios que suben el precio por el hecho de querer ganar algo más del precio que ellos cogen los productos.

DISCUSIÓN

Se investigó sobre la producción y comercialización de los productos derivados de caña de azúcar en el Cantón Echeandía y las comunidades aledañas porque esta producción es un medio de hábitos vitales en todas las familias de la región.

La manera de elaboración de los productos es artesanalmente, lo cual no ayuda a tener un mayor impacto en el mercado local, provocando un nivel socioeconómico bajo en la producción de los mismos.

Se propone un canal de distribución estable para todo el año que ayude a tener una mejor comercialización en el mercado local y Regional.

Los campesinos de la localidad se enfrentan a diversos problemas, lo cual exige a diario que tengan, un desarrollo decreciente, para lo cual se propone un canal de distribución que ayude a tener una mejor igualdad en el mercado.

Sabiendo que los productos derivados de la caña de azúcar no mantienen una distribución, estable, mediante la estimación de precios, se busca tener un mejor desarrollo sustentable a futuro.

CONCLUSIONES

- La propuesta mencionada servirá para obtener un mejor canal de distribución y así mejorar el nivel socioeconómico de los productores de caña de azúcar, que favorezca la producción de los agricultores ayudando a tener mayor participación en el mercado.
- Mediante la propuesta se busca la obtención de un mejor estilo de vida para los agricultores, mediante una adecuada comercialización de los productos que permita acceder a una mejor economía a nivel local.
- Mediante la aplicación de las estrategias expuestas en la propuesta se logrará tener una ventaja competitiva que ayuda a lograr una diferenciación entre los agricultores de la provincia.

RECOMENDACIONES

- A los agricultores llevar los productos directamente a los clientes sin intermediarios, sin subir precios en temporadas porque perjudica la economía del sector.
- Mantener medidas de salubridad que permita mejorar los productos elaborados artesanalmente, ayudando a mejorar producción.
- La utilización frecuente de estrategias que ayuden a la estabilidad de la producción año a año.

BIBLIOGRAFÍA

- Antoine, R. P. (2015). *CURSO DE ECONOMÍA SOCIAL*. Obtenido de CURSO DE ECONOMÍA SOCIAL: <http://www.eumed.net/textos/10/rpca/E70.htm>
- Aristóteles. (2007). *Definición ABC » Ciencia » Método deductivo*. Obtenido de Definición ABC » Ciencia » Método deductivo: <https://www.definicionabc.com/ciencia/metodo-deductivo.php>
- Bacon, F. (2014). *Metodo Inductivo*. Obtenido de Metodo Inductivo: <https://metodoss.com/inductivo/>
- Bejarano, G. N. (21 de MARZO de 2006). *REGLAMENTO A LA LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR* . Obtenido de REGLAMENTO A LA LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR : <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-REGLAMENTO-A-LA-LEY-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
- LLANOS, N. (2012). *INTERNET* . Obtenido de INTERNET: <http://dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/72/3/Copia%20de%20TESIS%20NO%20RMA%20LLANOS%20CALUMA.pdf>
- Magalines. (2004). *DISEÑO Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS*. Madrid: Thomsom Editores .
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigacion de Mercados*. Obtenido de Investigacion de Mercados: <https://www.questionpro.com/es/encuesta.html>
- Martinez, C. (2013). *Qué es la Observación Directa? Características y Tipos*. Obtenido de Qué es la Observación Directa? Características y Tipos: <https://www.lifeder.com/observacion-directa/>
- Marx, M. H. (2017). *METODOS DE INVESTIGACION* . Obtenido de METODOS DE INVESTIGACION : <https://metodoss.com/historico/>
- McGRAW-HILL. (2005). *EVOLUCION DE LOS CANALES DE MERCADOTECNIA* . En McGRAW-HILL, *CANALES DE MARKETING Y DISTRIBUCION COMERCIAL* (págs. 7, 8). MEXICO D.F.: INTERAMERICANA EDITORES S.A. de C.V. .
- Meyer, D. B. (12 de septiembre de 2006). *Investigacion Descriptiva* . Obtenido de Investigacion Descriptiva : <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Meyer., D. B. (2006). *Estrategia de la investigación descriptiva"*. Obtenido de Estrategia de la investigación descriptiva": <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Ministerios de Agricultura, G. y. (julio de 2016). *Boletines Zonales Integrales y Tematicos zona 5* . Obtenido de Boletines Zonales Integrales y Tematicos zona 5 : <http://sinagap.agricultura.gob.ec/phocadownloadpap/edicion-impresia/2016/julio/julio-16-zona-5.pdf>
- online, E. (12 de diciembre de 2017). *Enciclopedia de conceptos* . Obtenido de Enciclopedia de conceptos: <http://concepto.de/que-es-entrevista/>

Saladrigas, H. (2002). *Pedagogia*. Obtenido de Pedagogia :
https://www.ecured.cu/M%C3%A9todo_biogr%C3%A1fico

Stock, A. (2016). *Investigacion y Definicion de Campo*. Obtenido de Investigacion y
Definicion de Campo: <https://definicion.mx/investigacion-campo/>

APÉNDICES

Apéndice 1: Mercado local (Echeandía)



Apéndice 2: Trapiché para la elaboración de los productos.



Apendice 3: Lugar de producción



Apéndice 4: Productos derivados de la caña de azúcar

