



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN
EMPRESARIAL, E INFORMÁTICA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN MARKETING**

CARRERA DE MARKETING ANTEPROYECTO

TEMA

“PLAN DE DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA PARA EL MEJORAMIENTO DE
LA COMERCIALIZACIÓN DEL MAÍZ PELADO (MOTE) EN EL CANTÓN
SAN JOSÉ DE CHIMBO, PROVINCIA, BOLÍVAR AÑO 2021”

AUTORES:

Iza Chazo Washington Fernando

Lema Salazar Oscar Vinicio

DIRECTOR:
ING. Charles Paul Viscarra Armijos

PAR ACADÉMICO:
Ing. Paola Estefanía Albán Trujillo

GUARANDA – ECUADOR

2021

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Plan de distribución y logística para el mejoramiento de la comercialización del maíz pelado (mote) en el Cantón San José de Chimbo, Provincia, Bolívar año 2021.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la vida y mantenerme con salud y permitirme llegar a cumplir esta etapa tan importante, y mantenerme de pie ante cualquier adversidad.

De igual manera agradecer a mis padres por haberme apoyado de manera incondicional en todo momento ya sea de manera económica como moralmente, ellos son el pilar fundamental, como no estar agradecido si fueron quienes pusieron toda su confianza en mí.

Un eterno agradecimiento a la Universidad Estatal de Bolívar que es la institución que me abrió las puertas para poder continuar mis estudios superiores y poder formarme como un profesional y servir a mi Patria.

A los docentes que nos impartieron sus conocimientos de una manera desinteresada ya sean de manera individual o de manera grupal.

Iza Chazo Washington Fernando

Agradezco en prima instancia a dios por permitirme estar con salud para de esa manera poder cumplir con el objetivo planteado que me propuse cuando empecé mis estudios, por darme la sabiduría necesaria para cada día ser mejor.

Agradezco a mis padres, por brindarme esa confianza para poder realizar mis estudios, ya que fueron quienes me apoyaron en todo momento ya sea de manera moral como también de manera económica, puedo decir que son el pilar fundamental para poder seguir formándome de manera profesional.

De la misma manera agradezco a la Universidad Estatal de Bolívar por abrirme las puertas para realizar mis estudios ya que es la noble institución en donde me forme como un profesional de Marketing.

Como no agradecer a los docentes quienes impartieron sus conocimientos de manera desinteresa para nuestra formación profesional que con su noble sabiduría y paciencia nos guiaron en nuestro camino de estudios.

Lema Salazar Oscar Vinicio

DEDICATORIA

El actual trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por mantenerme con fuerza y dedicación para poder terminar uno de mis objetivos que me planteo al momento de ingresar a la Educación superior.

A mis padres, quienes me guiaron me aconsejaron en todo el tiempo ante cualquier circunstancia ya que son el pilar fundamental y principal de mi vida, y son quienes me apoyaron de manera incondicional para formarme con valores profesionales para mi diario vivir, es por eso y muchas cosas más que el presente trabajo se lo dedico a ellos.

A mis hermanos y familiares ya que ellos de igual manera me ayudaron de una u otra manera a poder llegar donde estoy, y son ellos quienes estaban siempre presentes con su apoyo moral que demostraron en todo el tiempo de vida estudiantil.

Iza Chazo Washington Fernando

El presente trabajo investigativo dedico a Dios, ya que él me acompaña a donde vaya en donde me encuentre, que gracias a el hoy por hoy estoy cumpliendo mi sueño que un día me planteo, que sin Dios no sería nada en la vida.

También dedico a mis padres quienes me guiaron para seguir mis estudios, y me apoyaron de una u otra manera siempre estuvieron, están ahí ayudándome en lo que necesite, por ellos soy ahora lo que soy un profesional.

Y en general a todos mis familiares que me apoyaron de diferentes maneras, para que pueda yo cumplir este propósito, son quienes me supieron aconsejar, me supieron dar ese voto de confianza.

Lema Salazar Oscar Vinicio

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Ing. Charles Paul Viscarra Armijos e Ing. Paola Estefanía Alban Trujillo, en su orden Director y Par Académico del Trabajo de Titulación "Plan de distribución y logística para el mejoramiento de la comercialización del maíz pelado (mote) en el cantón San José de Chimbo, provincia Bolívar, año 20121 desarrollado por los señores: Iza Chazo Washington Fernando y Lema Salazar Oscar Vinicio.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de Marketing, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 30 de julio del 2021

Ing. Charles Paul Viscarra Armijos
DIRECTOR

Ing. Paola Estefanía Alban Trujillo
PAR ACADEMICO

ING. CHARLES PAUL VISCARRA ARMIJOS, EN CALIDAD DE DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, A PETICIÓN DE LA PARTE INTERESADA,

CERTIFICA

Que los señores, **Iza Chazo Washington Fernando** con C.I. 0202419727 y **Lema Salazar Oscar Vinicio** con C.I. 0202293213, estudiantes de la Carrera de Marketing, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, han cumplido con el ingreso de las sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito el día de la defensa, al proyecto denominado "Plan de distribución y logística para el mejoramiento de la comercialización del maíz pelado (mote) en el Cantón San José de Chimbo, Provincia, Bolívar año 2021", en tal virtud faculto a los interesados continuar con el trámite pertinente.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Guaranda, 02 de Septiembre del 2021

Atentamente,



Ing. Charles Paul Viscarra Armijos
DIRECTOR ACADÉMICO

ING. PAOLA ESTEFANÍA ALBÁN TRUJILLO, EN CALIDAD DE PAR
ACADÉMICO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, A PETICIÓN DE LA
PARTE INTERESADA,

CERTIFICA

Que los señores, **Iza Chazo Washington Fernando** con C.I. 0202419727 y **Lema Salazar Oscar Vinicio** con C.I. 0202293213, estudiantes de la **Carrera de Marketing, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática**, han cumplido con el ingreso de las sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito el día de la defensa, al proyecto denominado **"Plan de distribución y logística para el mejoramiento de la comercialización del maíz pelado (mote) en el Cantón San José de Chimbo, Provincia, Bolívar año 2021"**, en tal virtud faculta a los interesados continuar con el trámite pertinente.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Guaranda, 02 de Septiembre del 2021

Atentamente,



Ing. Paola Estefanía Albán Trujillo
PAR ACADÉMICO



Factura: 001-002-000018350



20210203001P00770

NOTARIO(A) GUSTAVO ANTONIO CHAVES CHIMBO

NOTARÍA PRIMERA DEL CANTÓN CHIMBO

EXTRACTO



Escritura N°:	20210203001P00770						
ACTO O CONTRATO:							
DECLARACIÓN JURAMENTADA PERSONA NATURAL							
FECHA DE OTORGAMIENTO:	29 DE JULIO DEL 2021, (16:15)						
OTORGANTES							
OTORGADO POR							
Persona	Nombres/Razón social	Tipo interviniente	Documento de identidad	No. Identificación	Nacionalidad	Calidad	Persona que le representa
Natural	LEMA SALAZAR OSCAR VINICIO	POR SUS PROPIOS DERECHOS	CÉDULA	0202293213	ECUATORIANA	COMPARECIENTE	
Natural	IZA CHAZO WASHINGTON FERNANDO	POR SUS PROPIOS DERECHOS	CÉDULA	0202419727	ECUATORIANA	COMPARECIENTE	
A FAVOR DE							
Persona	Nombres/Razón social	Tipo interviniente	Documento de identidad	No. Identificación	Nacionalidad	Calidad	Persona que representa
UBICACIÓN							
Provincia		Cantón		Parroquia			
BOLIVAR		CHIMBO		SAN JOSE DE CHIMBO			
DESCRIPCIÓN DOCUMENTO:							
OBJETO/OBSERVACIONES:							
CUANTÍA DEL ACTO O CONTRATO:	INDETERMINADA						

NOTARIO(A) GUSTAVO ANTONIO CHAVES CHIMBO

NOTARÍA PRIMERA DEL CANTÓN CHIMBO

**NOTARIA PRIMERA DEL CANTON
CHIMBO**



DECLARACION JURAMENTADA

OTORGADO POR:

OSCAR VINICIO LEMA SALAZAR y OTRO



CUANTIA: INDETERMINADA



DI: 2 COPIAS


ESCRITURA N° 20210203001P00770

En la ciudad de San José de Chimbo, cantón Chimbo, provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día JUEVES VEINTINUEVE (29) DE JULIO DEL AÑO DOS MIL VEINTIUNO ante mí, Doctor GUSTAVO ANTONIO CHAVES CHIMBO, NOTARIO PÚBLICO PRIMERO DEL CANTÓN CHIMBO, comparecen por sus propios derechos, los señores OSCAR VINICIO LEMA SALAZAR, de estado civil soltero, de ocupación estudiante, portador de cédula de ciudadanía número cero dos cero dos dos dos nueve tres dos uno guion tres, domiciliado en la parroquia La Magdalena, cantón Chimbo, provincia Bolívar, teléfono celular número 0991397629 ; y, WASHINGTON FERNANDO IZA CHAZO, de estado civil soltero, de ocupación estudiante, portador de la cedula de ciudadanía número cero dos cero dos cuatro uno nueve siste dos guion siete, domiciliado en la parroquia de Santiago, cantón San Miguel, provincia Bolívar, teléfono celular número 0994436542.- Los compareciente son ecuatorianos, mayores de edad, legalmente capaces para obligarse y contratar, a quien por haberme presentado su cedula de ciudadanía de conocerlo Doy Fe y dicen: Que instruidos de la naturaleza, objeto y resultados legales de

este instrumento y de una forma libre y voluntaria manifiestan que tienen a bien otorgar la presente **DECLARACION JURAMENTADA**. Al efecto, juramentados que fueron en legal y debida forma previa las explicaciones de la gravedad del juramento, de las penas de perjurio y de la obligación que tienen de decir la verdad exponen: De una manera libre y voluntaria tenemos a bien declarar que las ideas, criterios y propuestas expuestos en el PLAN DE DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL MAÍZ PELADO (MOTE) EN EL CANTÓN SAN JOSÉ DE CHIMBO, PROVINCIA BOLÍVAR AÑO 2021, son de exclusiva responsabilidad de los autores. Es todo cuanto podemos declarar en honor a la verdad.- Leída que le fue esta su Declaración a los comparecientes, quienes se afirman y se ratifican en la misma; suscribiéndola libre y voluntariamente juntamente conmigo el Notario en unidad de acto. De todo lo cual Doy Fe.



OSCAR VINICIO LEMA SALAZAR.
C.C. 020224321-3



WASHINGTON FERNANDO IZA CHAZO.
C.C. 020241922-7


DR. ANTONIO CHAVES CHIMBO. MSc.
NOTARIO PRÍMERO DEL CANTON CHIMBO



REPÚBLICA DEL ECUADOR
Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0202419727

Nombres del ciudadano: IZA CHAZO WASHINGTON FERNANDO

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/BOLIVAR/SAN MIGUEL/SANTIAGO

Fecha de nacimiento: 4 DE JUNIO DE 1995

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: IZA SANGACHA LORENZO FERNANDO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: CHAZO BELGICA MARIA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 15 DE JULIO DE 2013

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 29 DE JULIO DE 2021

Emisor: GUSTAVO ANTONIO CHAVEZ CHIMBO - BOLIVAR-CHIMBO-NT 1 - BOLIVAR - CHIMBO



N° de certificado: 216-604-97018



216-604-97018

J. Alvear

Ing. Fernando Alvear C.
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



La institución o persona ante quien se presenta este certificado deberá verificarlo en: <https://vital.registrocivil.gov.ec>, conforme a la LCIIDAD Art. 4, numeral 1 y a la LCE. Vigencia del documento: 1 suscripción o 1 mes desde el día de su emisión. En caso de presentar inconvenientes con este documento escriba a emisor@registrocivil.gov.ec



REPÚBLICA DEL ECUADOR
Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación



Dirección General de Registro Civil,
Identificación y Cedulación

CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0202293213

Nombres del ciudadano: LEMA SALAZAR OSCAR VINICIO

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/BOLIVAR/CHIMBO/MAGDALENA

Fecha de nacimiento: 8 DE MAYO DE 1993

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: LEMA LOPEZ HUGO MESIAS

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: SALAZAR CAMACHO GLORIA MARINA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 23 DE FEBRERO DE 2016

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 29 DE JULIO DE 2021

Emisor: GUSTAVO ANTONIO CHAVEZ CHIMBO - BOLIVAR-CHIMBO-NT 1 - BOLIVAR - CHIMBO



N° de certificado: 215-604-96953



215-604-96953

J. Alvear

Ing. Fernando Alvear C.
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



REPUBLICA DEL ECUADOR
DIRECCION GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
IDENTIFICACION Y CENSALIDAD

CÉDULA DE CIUDADANÍA
APellidos y Nombres
LEMA SALAZAR OSCAR VINICIO
Lugar de nacimiento
BOLIVAR
CHIMBO
MADDALENA ICHAPACOTO
Fecha de nacimiento 1988-05-08
Nacionalidad ECUATORIANA
Sexo M
Estado Civil SOLTERO

Nº 020229321-3




NOTARIAL
BACHILLERATO ESTUDIANTE
APellidos y Nombres del Padre
LEMA LOPEZ HUGO HENRI
APellidos y Nombres de la Madre
SALAZAR CAMACHO GLORIA MARINA
Lugar y fecha de expedición:
GUARANDA
2016-02-23
Fecha de expiración:
2022-02-23

E33312222





CERTIFICADO DE VOTACION 11 ABRIL 2021

PROVINCIA BOLIVAR Nº 60951742
CIRCUITO PUEBLO
CANTON CHIMBO
PARTIDO MAGDALENA ICHAPACOTO
DOM: JUNTA No. 0012 MASCULINO
LEMA SALAZAR OSCAR VINICIO



NOTARIA PRIMERA DEL CANTÓN CHIMBO
Es fiel fotocopia del documento original que me fue presentado y devuelto al interesado en fojas útiles.
Chimbo, a 29 JUL 2021
Antonio Chaves C.
DR. ANTONIO CHAVES C.
NOTARIO PRIMERO DEL CANTÓN CHIMBO

REPUBLICA DEL ECUADOR
DIRECCION GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
IDENTIFICACION Y CENSALIDAD

CÉDULA DE CIUDADANÍA
APellidos y Nombres
IZA CHAZO WASHINGTON FERNANDO
Lugar de nacimiento
BOLIVAR
SAN MIGUEL
SANTAGO
Fecha de nacimiento 1995-06-04
Nacionalidad ECUATORIANA
Sexo M
Estado Civil SOLTERO

Nº 020241972-7




INSTRUCCION PROFESION / OCCUPACION
BACHILLERATO ESTUDIANTE
APellidos y Nombres del Padre
IZA SANGACHA LORONZO FERNANDO
APellidos y Nombres de la Madre
CHAZO BELGICA MARIA
Lugar y fecha de expedición:
GUARANDA
2013-07-15
Fecha de expiración:
2023-07-15

E33312242





CERTIFICADO DE VOTACION 11 ABRIL 2021

PROVINCIA BOLIVAR Nº 25423461
CIRCUITO PUEBLO
CANTON SAN MIGUEL
PARTIDO SANTIAGO
DOM: JUNTA No. 1001 MASCULINO
IZA CHAZO WASHINGTON FERNANDO



SE OTORGO ANTE MI, EN FE DE ELLO CONFIERO ESTA **PRIMERA** COPIA CERTIFICADA, FIRMADA, SELLADA Y RUBRICADA EN EL MISMO LUGAR Y FECHA.

Chimbo, 29 de Julio del 2021


DR. ANTONIO CHAVES CHIMBO. MSc.
NOTARIO PRIMERO DEL CANTÓN CHIMBO
DR. ANTONIO CHAVES CHIMBO MSc.
NOTARIO PRIMERO DEL
CANTÓN CHIMBO





ÍNDICE DE CONTENIDO.

Contenido

INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN	2
ABSTRAC.....	3
CAPITULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	4
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.	4
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	6
JUSTIFICACIÓN	7
OBJETIVOS	8
Objetivo general.....	8
Objetivo específico.....	8
HIPÓTESIS	9
VARIABLES	10
Variable dependiente.....	10
Variable independiente.....	10
Operacionalización de variables.....	11
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO.....	12
ANTECEDENTES (ACADÉMICO Y ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN).....	12
CIENTÍFICO.	15
Importancia de la comercialización	15
El maíz pelado (Mote).....	15
Características del maíz pelado (Mote)	16
CONCEPTUAL.	18
LEGAL	21
GEOREFERENCIAL	23
CAPITULO III. METODOLOGÍA.....	25
TIPOS DE INVESTIGACIÓN	25
Investigación descriptiva.....	25
Investigación bibliográfica	25
Investigación de campo.....	25

Enfoque de la investigación	26
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	27
Método de inductivo	27
Método Deductivo.....	27
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS	28
Encuesta	28
Entrevista	28
UNIVERSO POBLACIÓN Y MUESTRA	28
PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	31
CAPITULO IV. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	32
Análisis, interpretación y discusión de resultados.	32
Encuesta.	32
Información General	32
Entrevistas.....	44
CAPITULO V. PROPUESTA	46
Titulo.....	46
Introducción	47
Justificación	48
Objetivos	49
General.....	49
Específicos	49
Análisis PESTLE	50
Análisis situacional empresarial (p/s que ofrece)	53
Análisis del mercado para p/s.....	53
Establecimiento y caracterización del sistema actual.	54
Área comercial.	54
Área de marketing.	54
Área de logística.....	54
Área financiera.	54
Área de transporte.	54
Matriz FODA	55
Logística de distribución	56
Canales de distribución	57
Modelos de distribución.....	59

Gestión y costos de transporte.....	60
Métricas del control de logística	61
Estrategias de logística.....	63
CONCLUSIONES.....	65
RECOMENDACIONES.....	66
BIBLIOGRAFÍA	67
Bibliografía	67
ANEXOS	69

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1: Operacionalización de variables.....	11
Tabla 2: Técnicas de Investigación	28
Tabla 3: Informe general - Edad.....	32
Tabla 4: Género.....	33
Tabla 5: Información general - Ocupación.....	34
Tabla 6: Adquiere usted productos del Sector.....	35
Tabla 7: Considera importante una distribución para los productos agrícolas del sector..	36
Tabla 8: Conoce usted la asociación 20 de enero	37
Tabla 9: Conoce usted a que labor se dedica la asociación	38
Tabla 10 Adquiere usted productos de la asociación 20 de enero	39
Tabla 11: Qué factor considera usted importante al momento de realizar la compra	40
Tabla 12: Cuál es el canal de su preferencia.....	41
Tabla 13: Conoce usted sobre otros lugares para la compra de productos similares.....	42
Tabla 14: Qué cantidad de producto (mote pelado) adquiere usted al mes.	43
Tabla 15 PESTLE	50
Tabla 16: FODA	55
Tabla 17. Logística de distribución	56
Tabla 18: Canal de distribución.....	58
Tabla 19: Estrategias	63

ÍNDICE DE FIGURAS /

Figura 1: Ubicación.....	23
Figura 2: Ubicación.....	24

ÍNDICE GRÁFICAS E IMÁGENES.

Gráfico 1: Información general – edad.....	
Gráfico 2: Información general – Género.....	33
Gráfico 3: Información general – Ocupación	34
Gráfico 4: Adquiere Usted productos del sector.....	35
Gráfico 5: Considera importante una distribución para los productos agrícolas del sector	36
Gráfico 6: Conoce usted la asociación 20 de enero	37
Gráfico 7: Conoce usted a que labor se dedica la asociación 20 de enero	38
Gráfico 8: Adquiere usted productos de la asociación 20 de enero	39
Gráfico 9: Que factor considera importante al momento de realizar la compra.....	40
Gráfico 10:Cuál es el canal de su preferencia.....	41
Gráfico 11: Conoce usted sobre otros lugares para la compra de productos similares.	42
Gráfico 12: Qué cantidad de producto (mote pelado) adquiere usted al mes	43

Índice de anexos.

Anexo 1: Presupuesto.....	69
Anexo 2: Modelo de encuesta	70
Anexo 3: Implementación de encuestas	72
Anexo 4 Entrevista.....	74
Anexo 5 Entrevistas	1
Anexo 6: Cronograma.....	2
Anexo 7: Población Cantón.....	4

INTRODUCCIÓN

La investigación propuesta trata de identificar los diferentes problemas que existen en la asociación y los productores de mote del cantón San José de Chimbo ya que los demandantes del maíz son quienes tratan de obtener un ingreso de acuerdo a su posibilidad de producción.

Con la aplicación de este proyecto de investigación se pretende tener una estabilidad adecuada para los productores tanto del maíz con también del mote a través de artículos que ayudan a los agricultores a tener una mejor economía, así mediante la implementación de plantas procesadoras del producto teniendo nuevas fuentes de empleo.

Las empresas han optado por realizar estrategias digitales para la comercialización de productos y así poder llegar a nuevos mercados, ampliando la competitividad de producción implementando la logística en la distribución, ventas y almacenaje en los productos terminados y tener un mayor alcance nacional.

La producción de mote se ha convertido en uno de las mayores fuentes de trabajo para el crecimiento económico del cantón, además de la producción de la materia prima como es el maíz en grano antes de ser procesada.

RESUMEN

Desde hace mucho tiempo atrás muchas familias en la sierra ecuatoriana, se dedican a la agricultura de diferentes productos entre ellos uno de los productos estrellas es el maíz, es por ese motivo que en el sector Tumbiguan del Cantón Chimbo, se creó la Asociación 20 de enero que se dedicaba a la compra del maíz para después de un largo proceso convertirlo en el maíz pelado, (mote pelado) y posteriormente venderlo en los mercados de Ambato, Guayaquil.

La comercialización, la producción y el marketing lo realizan de una manera empírica, con la experiencia que ellos llevan durante los años que vienen realizando esta labor, en muchas de las ocasiones como ya son conocidos los intermediarios llegan a comprar el producto en los establecimientos, esto implica que ya reduscan el gasto de la logística de transporte.

En la Provincia de Bolívar es la única asociación que consta con registro en la súper intendencia de compañías, y está autorizada para poder producir y comercializar el producto, pero cabe mencionar que existe también lugares donde se dedican a la misma labor, pero lo hacen por cuenta propia, esto es debido a que en la provincia existe gran cantidad de maíz, es una de las provincias que mayormente se dedica a la siembra de Maíz.

El presentar trabajo tiene como objetivo fortalecer la distribución y la logística del maíz pelado, para de esta manera contribuir al mejoramiento de la comercialización de la asociación 20 de enero, utilizando como herramienta las diferentes estrategias enfocadas al desarrollo de la misma, que le permitan obtener mejores resultados en la comercialización.

Palabras Claves: Plan, Logística, Distribución, comercialización, Marketing, estrategias, mejoramiento, canal de distribución.

ABSTRAC.

For a long time many families in the Ecuadorian highlands have dedicated themselves to the agriculture of different products, among them one of the star products is corn, it is for this reason that in the Tumbiguan sector of the Chimbo Canton, the 20 de January that was dedicated to the purchase of corn and after a long process to convert it into peeled corn, (peeled mote) and later sell it in the markets of Ambato, Guayaquil.

The commercialization, production and marketing are carried out in an empirical way, with the experience that they have during the years that they have been carrying out this work, on many occasions, as they are already known, intermediaries come to buy the product in the establishments that are produced, this implies that they already reduce the cost of transport logistics.

In the Province of Bolívar it is the only association that is registered in the superintendency of companies, and is authorized to be able to produce and commercialize the product, but it is worth mentioning that there are also places where they do the same work but do it on their own, this is because in the province there is a large amount of corn, it is one of the provinces that is mostly dedicated to the sowing of corn.

The objective of presenting work is to strengthen the distribution and logistics of peeled corn, in order to contribute to the improvement of the commercialization of the January 20 association, using as a tool the different strategies focused on its development, which allow it to obtain better results in marketing.

Keywords: Plan, Logistics, Distribution, commercialization, Marketing, strategies, improvement, distribution channel.

CAPITULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.

La asociación 20 de enero se encuentra en una fase que no ha desarrollado estrategias para realizar la logística que se debería para con su producto, este influye mucho en la comercialización del maíz pelado (mote) ya que, en sí, llega con su producto a diferentes mercados nacionales.

Con la comercialización del producto pre cocido (Mote) ayudará a generar estrategias de sostenibilidad para el crecimiento empresarial y con ello obtener una mayor economía, aumentando necesidades de aplicar técnicas o tácticas de comunicación y marketing para llegar con un producto adecuado al público objetivo.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Como incide el plan de distribución y logística en el mejoramiento de la comercialización del maíz pelado (Mote) en el Cantón San José de Chimbo, Provincia, Bolívar año 2021

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Considera importante la distribución actual en el Sector Tumbiguan?
- ¿De qué manera ayudaría el mejoramiento de la logística en la Asociación?
- ¿Cree conveniente realizar cambios en la logística del producto?

JUSTIFICACIÓN

El siguiente trabajo de investigación es importante, ya que conlleva a generar nuevas estrategias de comercialización centrándonos en el estudio de la logística de transporte del maíz pelado y con ello mejorar la imagen corporativa de la Asociación 20 de enero del Cantón Chimbo.

La aplicación de nuevas estrategias de marketing a la asociación 20 de enero permitirá optimizar recursos y tiempo, de manera que resulte rentable el negocio, logrando contribuir al desarrollo sostenible y productivo de los socios del sector.

Los principales beneficiarios del presente trabajo investigativo serán las 64 personas que conformaron dicha sociedad, del sector de Tumbiguan perteneciente a la Parroquia San Sebastián del Cantón Chimbo, esto por cuanto que el negocio del maíz pelado sostiene la economía de las familias que se dedican a procesar el maíz.

A más de ello se beneficiarán de manera indirecta los comerciantes que compran el producto en los diferentes mercados nacionales por lo que recibirán un producto en óptimas condiciones, ya que será utilizado como herramienta principal de logística que concierne al adecuado manejo del producto.

La importancia de proponer y establecer un plan de distribución y comercialización para el sector de moteros, es que exista una mayor demanda del producto y sea acogido en los mercados nacionales, de esta manera que motive a la compra del mismo.

OBJETIVOS

Objetivo general

Diseñar un plan de distribución y logística para el mejoramiento de la comercialización del maíz pelado (Mote) en el Cantón San José de Chimbo, Provincia, Bolívar año 2021

Objetivo específico

- Analizar la situación actual de la Asociación 20 de enero
- Identificar estrategias de comercialización para los productores de maíz pelado.
- Proponer el plan de distribución y logística para el mejoramiento de la comercialización del maíz pelado.

HIPÓTESIS

Al desarrollar el plan de distribución y comercialización se optimizará la cadena de comercialización del mote en el Cantón Chimbo, Provincia, Bolívar año 2021.

VARIABLES

Variable dependiente

- Mejoramiento de la comercialización del maíz pelado

Variable independiente

- Plan de distribución y logística.

Operacionalización de variables

Tabla 1: Operacionalización de variables

VARIBLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS O PREGUNTAS	INSTRUMENTOS
<p>DEPENDIENTE</p> <p>Mejoramiento de la comercialización del maíz pelado</p>	<p>Son actividades que se realizan para que los productos lleguen al consumidor</p>	<p>Plan</p> <p>Participación de mercado.</p> <p>Logística.</p>	<p>Numero de distribuidores de mote / total de clientes.</p> <p>Ingreso a nuevos mercados + nuevos clientes / clientes actuales</p> <p>Costo de transporte + capital de trabajo / mano de obra.</p>	<p>¿Conoce usted a los productores de mote?</p> <p>¿Qué tipos de producto ofrece la organización?</p>	<p>Encuestas.</p> <p>Entrevistas</p>
<p>INDEPENDIENTE</p> <p>Plan de distribución y logística.</p>	<p>Se refiere al manejo del transporte del producto hacia el distribuidor o consumidor</p>	<p>Tienda física.</p> <p>Comprador físico.</p>	<p>Clientes actuales y potenciales / clientes esporádicos</p> <p>Compradores con experiencia/ compradores inexpertos</p>	<p>¿Adquiere usted este producto?</p> <p>¿Qué tipos de transporte utiliza para entregar su producto?</p>	

Elaborado por: Fernando Iza, Oscar Lema

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO.

ANTECEDENTES (ACADÉMICO Y ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN)

El maíz (*Zea mays*) es una planta monoica anual cuyo cultivo es uno de los más adaptables a diferentes climas, por lo cual su producción junto con el arroz y el trigo, son las más importantes a nivel mundial. El principal continente productor de maíz es América con un 54,5% del total de la producción mundial, siendo Estados Unidos, Brasil, México y Argentina los países con mayor producción. En la actualidad el consumo del maíz en países Latinoamericanos se realiza en cantidades superiores a la mitad de su producción, ya que éste cereal es considerado una fuente importante de energía. El maíz es susceptible a la contaminación con micotoxinas (aflatoxinas y fumonisinas las cuales, al consumirlas en cereales contaminados, han sido relacionadas con diferentes patologías. Es así que las aflatoxinas están asociadas al cáncer hepático, retraso en el crecimiento y pérdida de peso; y las fumonisinas han sido relacionadas con aumento de la incidencia de cáncer esofágico, inmunosupresión y alteraciones en el tubo neural. Entre las técnicas para detoxificar los granos de maíz figura la nixtamalización proceso desarrollado por civilizaciones nativas americanas, que consiste en la cocción de los granos de maíz en cal, ceniza o ambos, seguido por la remoción del pericarpio. El maíz es sometido a una nueva cocción que permite que el grano reviente (mote), lo cual constituye el producto final del proceso.

En Ecuador, existe una elevada producción de maíz, el cual se consume diariamente como grano cocido. El pelado tradicional del grano consiste en la cocción de los granos de maíz en ceniza seguido por la remoción del pericarpio. La práctica de este proceso tradicional constituye una potencial estrategia de detoxificación post cosecha de micotoxinas más asequible y aplicable en las comunidades, además de proporcionar un valor agrado al maíz en cuanto a inocuidad, evitando así los efectos adversos en la salud tras el consumo de maíz contaminado con fumonisinas y aflatoxinas. Por lo tanto, el objetivo de este estudio fue caracterizar y estandarizar el proceso tradicional de pelado de maíz con ceniza y valorar su aplicabilidad con

posterior evaluación hacia la inocuidad alimentaria en el cantón Nabón de la Sierra Ecuatoriana. (Ochoa 2016)

La asociación 20 de Enero del recinto Tumbiguan perteneciente a la parroquia San Sebastián del Cantón Chimbo con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) 0291506283001 empieza a funcionar en el año de 1909 laboró más de 4 años, se inició con 64 personas que vendrían hacer socios de dicho proyecto, la mayor parte de personas que iniciaron el proyecto fueron del mismo sector y de sus alrededores ya que vieron la oportunidad de obtener ingresos a través del maíz pelado que fue su producto estrella.

A sus inicios quedaron de acuerdo en aportar \$ 2 por mes, mismo que llegaron a incumplirlo ya que la asociación necesita recursos para pagar impuestos del IVA, los socios se desobligaron y se abrieron, pero siguen trabajando como productores autónomos descentralizados en el proyecto del mote, ya que es el sustento de sus hogares para este sector de Tumbiguan.

Proceso del mote pelado. En primer lugar, el maíz debe de estar seco para posteriormente hervirlo en tanques metálicos, cada uno de ellos lleva 2 quintales luego de 45 minutos se lo saca y se lo lleva a la lavadora, este proceso durara 5 minutos para después ser puesto en la secadora para su respectiva secada durante 4 horas, la secadora tiene una capacidad de secar 30 quintales de mote con un grosor de 15 centímetros, para este proceso se debe de contar con toda la maquinaria necesaria y adecuada al trabajo.

Para poder sobre llevar el negocio y obtener rentabilidad se debe de cumplir con la capacidad de 40 quintales por día, ya que se tomará en cuenta el sueldo que se lo paga al trabajador, el gas que se utiliza para la elaboración, la luz eléctrica entre otros gastos que se debe sumar. También se debe de tomar en cuenta el precio del producto, el precio de la materia prima para así poder detallar si existe rentabilidad en el negocio.

El producto debe de estar en óptimas condiciones para poder ser comercializado en los mercados nacionales de Ambato, Quito y Guayaquil, esto resulta gracias a la sementina que se aplica para su proceso, en muchas de las ocasiones los comerciantes de otras ciudades suelen venir a comprar el producto en la localidad y en el caso que no llegan entonces alquilan un vehículo tipo camión y lo llevan a la comercialización en los diferentes mercados nacionales

La inversión que se realizó para poner el negocio del maíz pelado asciende a los \$ 6000, en si no cuentan con la logística de transporte para llevar su producto.

La asociación comercializa sus productos de manera masiva, como también en escalas pequeñas; cuando los asociados llevan los productos a las grandes ferias o mercados lo llevan una cantidad de 60 a 100 quintales, mientras que cuando lo venden en la misma localidad comercializan por libras dependiendo la cantidad que deseen adquirir los clientes, los socios trabajan de una manera descentralizada, ya que existen algunos socios que laboran en diferentes sectores de la ciudad de San Miguel y como también a sus alrededores.

CIENTÍFICO.

Importancia de la comercialización

La comercialización, a cualquier nivel y en cualquier circunstancia, resulta imposible sin un conocimiento profundo, o al menos adecuado, del mercado, tanto en lo concerniente a los clientes potenciales y reales de los productos o servicios de la organización, como al comportamiento de los competidores y, fundamentalmente, de los indicadores que determinan el posicionamiento de la organización en dicho mercado.

Una de las herramientas más necesarias para el estudio e interpretación del mercado lo constituye la investigación comercial, cuyo objetivo es facilitar la información necesaria para apoyar la toma de decisiones del ámbito comercial de la empresa. Trata de la obtención y procesamiento de toda la información que permita a la gerencia establecer objetivos, políticas y planes en el sistema de marketing de la organización (García Suárez 1997).

El maíz pelado (Mote)

Comer el mote con cáscara o pelado tras un proceso casero y manual, son las tradiciones que mantienen los habitantes de la comunidad de Tumbiguan en la parroquia San Sebastián, en el cantón San José de Chimbo, en Bolívar.

Esta práctica la conservan desde hace más de 150 años en este pueblo, compuesto por casas dispersas edificadas con adobe y techos de teja. Secundino Arteaga, de 70 años, transmite los conocimientos que aprendió de su padre y que aún los pone en práctica en la siembra y cosecha del maíz. Él utiliza las técnicas antiguas, como el uso de la yunta.

En esta parroquia, la cosecha del maíz es todo un ritual. Ellos recolectan las mejores mazorcas, las unen y amarran con hilos de cabuya. Así las cuelgan cerca de la entrada a su vivienda. La idea es que se sequen para luego usarlas como semillas (Moreta 2016).

Características del maíz pelado (Mote)

El maíz mote o maíz blanco gigante es un grano de maíz pelado de tamaño muy grueso. El tamaño de su grano oscila entre 15 y 17 mm., tiene forma plana circular y su color es amarillento cremoso. El maíz mote es de sabor suave y textura harinosa.

El maíz mote es de color blanco, está desgranado, pelado y cocido con sal. El maíz mote se emplea como alimento en algunos lugares de América latina.

El maíz mote está hecho de maíz blanco, lleva un tratamiento especial de cal para quitarle la piel, y se pone en remojo hasta que abra en forma de flor. Es muy consumido en Perú y Ecuador.

El maíz Mote proviene de una variedad de maíz seco. Los granos de maíz mote secos se ponen en remojo durante toda la noche y luego se cocinan a fuego bajo durante un largo periodo de tiempo hasta que se ablandan. Tienen que ser cocinados sin sal porque ésta no deja que se ablanden. Los granos de maíz mote cocidos se consumen como bocaditos y son muy populares en los pueblos de los Andes peruanos. También se incluyen en la sopa de mote (S.F. 2016).

Provincias en donde se cultiva con mayor frecuencia el Maíz

Conocido por los pueblos originarios como el grano de los dioses, el maíz es un alimento básico de la dieta de la población.

La distribución de cultivos en las provincias de la Sierra se debe a las costumbres.

Así, en la Sierra norte en Carchi, Imbabura y Pichincha se consume maíz de tipo amarillo harinoso.

En la Sierra centro en Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi, y especialmente Bolívar se cultiva el maíz blanco harinoso, y en la Sierra sur en Cañar y Azuay sobresale el maíz denominado “zhima” (blanco amorochado).

De las 29 razas de maíz que se han identificado, 17 pertenecen a la Sierra, según estudios realizados por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (Iniap) (Erazo 2020).

La evolución del cultivo del maíz

En el Ecuador en los últimos años muestra que existen profundas diferencias entre los dos tipos utilizados: maíz duro y maíz suave. El maíz duro-seco se utiliza principalmente para uso industrial y es esta precisamente la razón que justifica la expansión tanto en superficie cultivada como en producción y rendimiento. Este producto tiene una amplia demanda por parte de la agroindustria, destinada principalmente a la producción avícola y de alimentos balanceados. Esta industria presenta en el país un consumo interno creciente y muy dinámico.

Por el contrario, el maíz suave destinado básicamente al consumo alimenticio familiar, tiende a bajar en tres aspectos: superficie, producción y rendimientos. Esta es una característica de los granos básicos sembrados en la Sierra y destinados al consumo interno, que generalmente se encuentran cultivados por pequeños productores en lugares no aptos (Bravo 2005).

La logística de comercialización

Implica planificación, entrega y control del flujo de los bienes físicos, materiales de comercialización e información del productor a un mercado como sea necesario para satisfacer las demandas del cliente haciendo una ganancia satisfactoria. Mantener el margen competitivo de una organización significa entender e implementar una estrategia de logística de comercialización efectiva en cuanto al producto, precio, lugar y promoción. Estas cuatro funciones de logística de comercialización le ayudan a la organización a llegar a los clientes objetivos y entregar los productos o servicios vendidos por ellos a esos clientes (Bass s.f.).

CONCEPTUAL.

Análisis: Es la evaluación de un mercado, producto o servicio que permitirá conocer la situación actual los cuales permitirán tomar decisiones a tiempo.

Benchmarking: Es el proceso de una investigación exhaustiva de la cual surgirán nuevas ideas para el mejoramiento y optimización de un trabajo.

Big Data: Es analizar grandes cantidades de información de una manera eficaz y eficiente que consta de tres V, volumen, variedad y velocidad.

Consumidor: Es cuando una persona habitualmente realiza la compra de un producto bien o servicio a menudo.

Competencia: Es la capacidad que se tiene para poder desarrollar y sobre llevar una empresa al éxito con la utilización de diferentes estrategias de diferenciación.

Cliente: Es la persona o personas que compran un determinado producto de una marca y no suele adquirir otras marcas.

Distribución: Dentro del marketing se lo considera al conjunto de diferentes estrategias que se debe realizar, desde una empresa hasta llegar a los consumidores finales o tiendas de abastos.

Estrategia: Considerado como gestiones que ayudaran al crecimiento, fortalecimiento y sostenibilidad de una empresa o negocio.

E-commerce: Es el comercio electrónico que hoy en día se está aplicando en la mayoría de empresas y negocios (el internet en las cosas).

Investigación: Es conocer el comportamiento del cómo se encuentra la demanda y oferta del producto que se está ofertando en los diferentes puntos de venta.

Marketing: Se lo conoce como la elaboración y la puesta en marcha de diferentes estrategias que resultaran de gran ayuda para la comercialización de un producto o un servicio en sí.

Mayorista: Es la persona que adquiere gran cantidad de un cierto producto para luego revenderlo a un nuevo precio obteniendo ganancias.

Mercado: Conocido como el lugar de concentración donde existen oferentes y demandantes de un cierto bien o servicio

Métricas: Son las cifras numéricas que nos dan a conocer la situación actual de un producto o servicio que se esté ofertando.

Minorista: Es la persona que adquiere porcentajes pequeños de producción para posteriormente venderlo al público o cliente final.

M-commerce: Que se refiere a los distintos tipos de negocios que se lo realiza desde un teléfono celular.

Negociación: Es el esfuerzo de dos partes que se interesan por el intercambio de algún bien o servicio del cual resultaran beneficiados.

Plan: Es una idea que se desea plasmar en algún trabajo que se esté realizando dentro de una empresa, con el objetivo de obtener mayor rentabilidad dentro del mismo para la obtención de mejores resultados.

Plaza: Considera la manera del cómo llega un producto o un servicio de una empresa, así los pequeños y medianos negocio o de manera directa al consumidor final.

Planificación: Consiste en el proceso del cómo se va a realizar un proyecto, que condiciones debe de cumplir bajo que normas se lo va a realizar.

Precio: Es cierta cantidad de dinero que los consumidores están dispuestos a pagar por un producto servicio de conveniencia.

Presupuesto: Son los recursos monetarios con los que se cuenta para poder ejecutar acciones en un negocio o creación de una empresa.

Producto: Es algo tangible que cumple con ciertas características que los consumidores necesitan adquirirlos para su uso.

Proveedores: Persona u organización que provee ciertas cantidades de producción para la elaboración del producto de una empresa.

Promoción: Consiste en incentivar a los clientes a la compra ya sea de un producto o de un servicio por medio de regalías.

Publicidad: Es dar a conocer la información necesaria, sobre el producto o servicio que se encuentre en un mercado ofertándose.

Logística: Son los medios necesarios que se va a utilizar para poder llegar con el producto hacia el cliente de una mejor manera optimizando tiempo y recursos.

Logotipo: Es el signo distintivo por el cual se identifican empresas y medianos negocios, con el objetivo de tener un lugar en la mente de los potenciales clientes

Trade marketing: Consiste en la técnica que el vendedor debe de estar en constante verificación del producto su distribución y que estén al alcance de los

clientes.

Ventas: Celebración de un mutuo acuerdo entre el vendedor y el comprador de un producto o servicio, por el cual se entrega una cierta cantidad de dinero.

LEGAL

Dentro del título IV “Régimen de Desarrollo” de nuestra Constitución, la soberanía alimentaria abarca todo el capítulo III, y en su artículo 281, se la considera como 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 apropiados de forma permanente.

Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.
3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.
4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.
5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.
6. Promover la preservación y recuperación de la agro biodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.
7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.
8. Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica apropiada para garantizar la soberanía alimentaria.

9. Regular bajo normas de bioseguridad el uso y desarrollo de biotecnología, así como su experimentación, uso y comercialización.
10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.
11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios.
12. Dotar de alimentos a las poblaciones víctimas de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación. Los alimentos recibidos de ayuda internacional no deberán afectar la salud ni el futuro de la producción de alimentos producidos localmente.
13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.
14. Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras”. (Ortiz 2018).

GEOREFERENCIAL

La asociación 20 de enero del sector Tumbiguan perteneciente a la parroquia San Sebastián del Cantón Chimbo se encuentra ubicada en la vía Guaranda Babahoyo entre las ciudades de San Miguel y Chimbo a 5 minutos de San Miguel y 10 minutos de Chimbo, cabe mencionar que el sector es netamente zona de moteros, está a una altura de 2600 metros sobre el nivel del mar posee una temperatura de 17.5 °C.

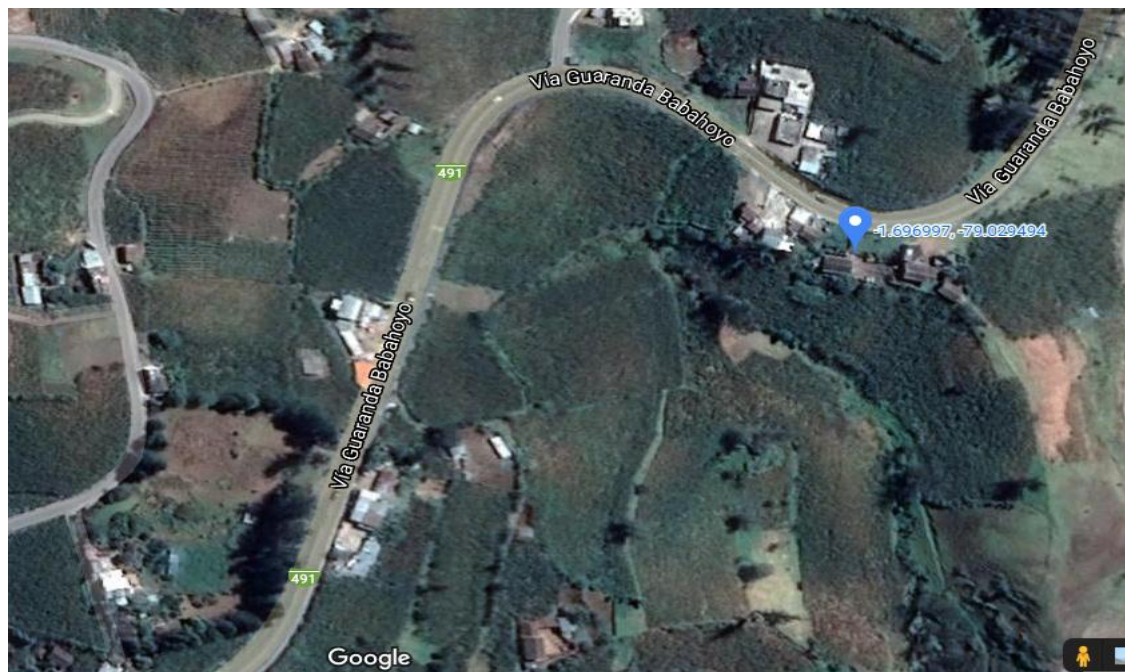


Figura 1: Ubicación

Fuente: (Google Maps 2021)

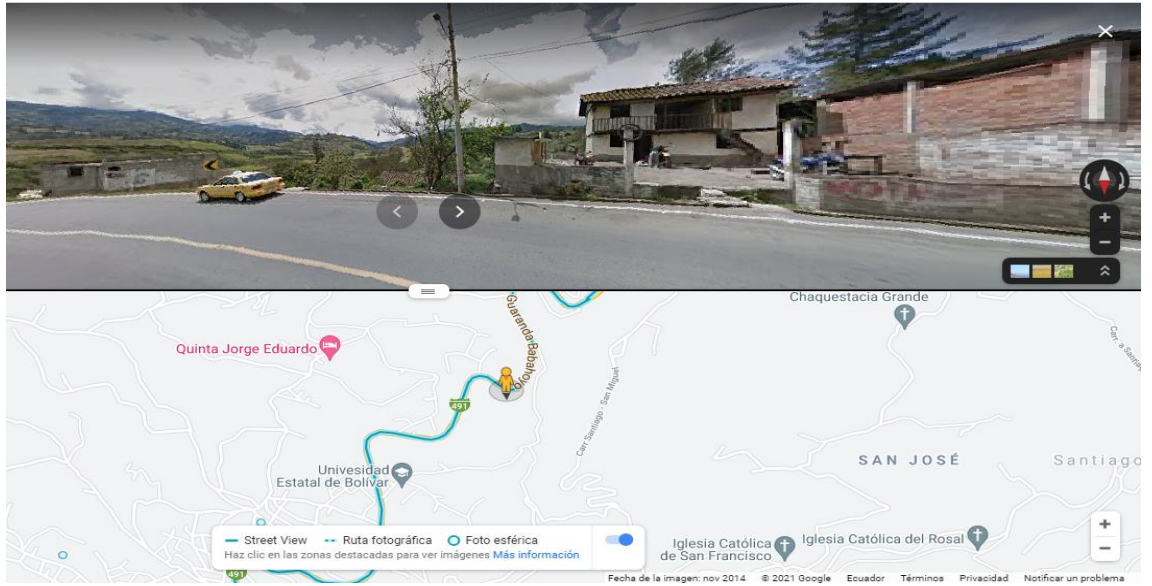


Figura 2: Ubicación

Fuente: (Google Maps 2021)

CAPITULO III. METODOLOGÍA.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Investigación descriptiva

La investigación descriptiva es un tipo de investigación que se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual se centra su estudio. Procura brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema de investigación, sin darle prioridad a responder al “por qué” ocurre dicho problema. Como dice su propio nombre, esta forma de investigar “describe”, no explica. (Jervis, 2020)

Este tipo de investigación nos ayuda a determinar la información de manera minuciosa a un fenómeno de estudio, con el fin de obtener una investigación significativa que contribuya a la obtención de resultados y conocimientos que se aportara a los beneficios de la asociación.

Investigación bibliográfica

La investigación bibliográfica o documental consiste en la revisión de material bibliográfico existente con respecto al tema a estudiar. Se trata de uno de los principales pasos para cualquier investigación e incluye la selección de fuentes de información. (Ayala, 2020).

Se llama investigación bibliográfica por lo que se obtiene la información mediante textos existentes dentro de repositorios y también es esencial, porque abarca la observación y la interpretación, las cuales son la base de cualquier estudio a realizar.

Investigación de campo.

La investigación de campo es la recopilación de datos nuevos de fuentes primarias para un propósito específico. Es un método de recolección de datos cualitativos encaminado a comprender, observar e interactuar con las personas en su entorno natural. (Questionpro.com, 2017).

Se aplica para obtener información verídica, ya que está en contacto directo con la realidad actual de la Asociación 20 de enero.

Enfoque de la investigación

Para este tipo de investigación se debe realizar un enfoque cualitativo, el cual nos permitirá obtener un análisis e interpretación de los resultados de la situación actual de la Asociación 20 de enero. Además, se desarrollará un enfoque cuantitativo el cual está inmerso en información numérica, mediante la recolección de información y tabulación de datos que se observaran en tablas y gráficos estadísticos. La investigación relacionada con estos enfoques se podrá determinar el impacto que tiene los canales de distribución y el Marketing, con ello buscar soluciones que nos ayude a la comercialización del maíz pelado (Mote) a diferentes lugares del país.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Método de inductivo

El método inductivo es aquel procedimiento de investigación que pone en práctica el pensamiento o razonamiento inductivo. Este último se caracteriza por ser ampliativo, o sea, generalizador, ya que parte de premisas cuya verdad apoya la conclusión, pero no la garantiza. (Raffino, 2020).

Se aplica el método inductivo ya que nos permite tener una observación de manera directa a los problemas existentes que se encuentran dentro de la asociación, partiendo desde un razonamiento para obtener conclusiones generales y proponer un plan de distribución.

Método Deductivo

Se conoce como método deductivo o razonamiento deductivo a un tipo de razonamiento lógico que se caracteriza por extraer conclusiones válidas particulares a partir de una premisa o hipótesis general. (Uriarte, 2020).

Se aplicará el método deductivo ya que nos permite obtener información sobre teorías existentes sobre logística y distribución de otras entidades o empresas que se dedican a la distribución para optimizar la comercialización de mote.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Encuesta

La encuesta es una de las técnicas o estrategias más utilizadas en el área de investigación, dado que favorece la obtención de datos fundamentales para el análisis de diversas temáticas, permitiendo una mayor eficacia y rapidez en el procedimiento. (Rodríguez, 2017).

Se realizarán la determinada encuesta a las personas comprendidas desde los 20 a 59 años de edad tanto del género masculino y femenino en el sector urbano de la ciudad de Chimbo y obtener una información verídica sobre la situación actual de la asociación, se debe realizar un cuestionario de preguntas para saber si los integrantes de la asociación comercializan el maíz pelado de manera correcta.

Entrevista

La entrevista se define como "una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar". Es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa, para recabar datos (Díaz-Bravo 2013).

La entrevista es considerada como una herramienta técnica que busca recolectar información sobre un proyecto que se esté llevando a cabo, para de esa manera poder tomar decisión y aplicar estrategias para mejorar la productividad del proyecto.

Tabla 2: Técnicas de Investigación

Técnica	Instrumentos	Tipos de datos recopilados
Encuesta	Cuestionario	Repuestas Abiertas
		Repuestas cerradas
Entrevista	Cuestionario	Respuesta Abierta

Elaborado por : Iza Fernando, Lema Oscar.

UNIVERSO POBLACIÓN Y MUESTRA

La población económicamente activa de San José de Chimbo cuenta con 15.779 habitantes según (INEC 2010) desde los 20 a 59 años de edad.

Para determinar la población de estudio se utilizó la siguiente formula de la población finita:

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

En donde:

n: Tamaño de muestra que queremos calcular

N: Tamaño de la población

Z: Coeficiente de confianza para un nivel de confianza determinado

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso.

d: Error máximo admisible. Para poder determinar el universo de la población del cantón se realizó de la siguiente manera (Planner, 2020):

DATOS:

n: ?

N: 15.779

Z: 1,96

p: 0,5

q: 0,5

d: 0,05

Desarrollo:

$$n = \frac{15.779 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (15.779 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{15.779 * (3,8416 * 0,5) * 0,5}{0,0025 * (15.778) + (3,8416 * 0,5) * 0,5}$$

$$n = \frac{15.779 * 1,9208 * 0,5}{17,06 + 1,9208 * 0,5}$$

$$n = \frac{15.154,1516}{17,06 + 0,9604}$$

$$n = \frac{15.154,1516}{40,4054}$$

$$n = 375$$

Se realizarán 375 encuesta mismas que serán aplicadas en la ciudad de San José de Chimbo.

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para el procesamiento de datos se utilizará el paquete de informático Microsoft Excel, el mismo que permite analizar los datos de forma cuantitativa y cualitativa.

CAPITULO IV. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Análisis, interpretación y discusión de resultados.

Encuesta.

Información General

Tabla 3: Informe general - Edad

I/F - Edad	Frecuencia	Porcentaje
20 a 35	127	34%
36 a 50	192	51%
51 a 60	56	15%
TOTAL	375	100%

Fuente: Casco central, Parroquias Urbanas y Rurales

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

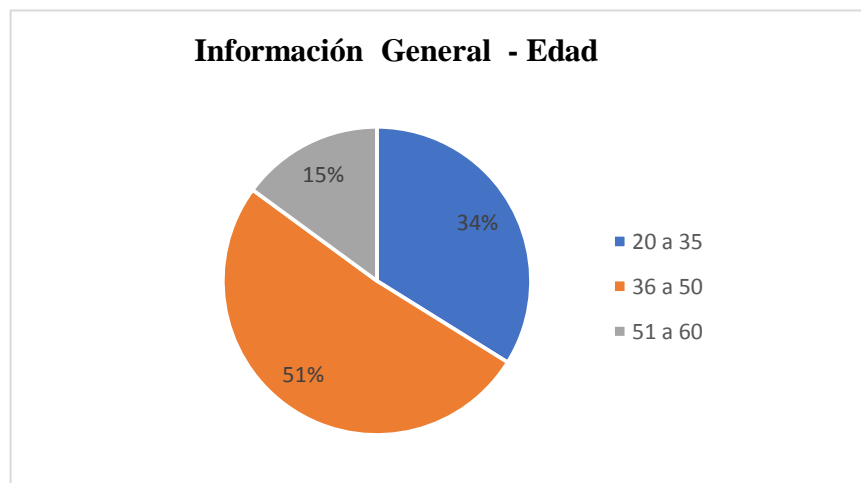


Gráfico 1: Información general – edad

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

Análisis

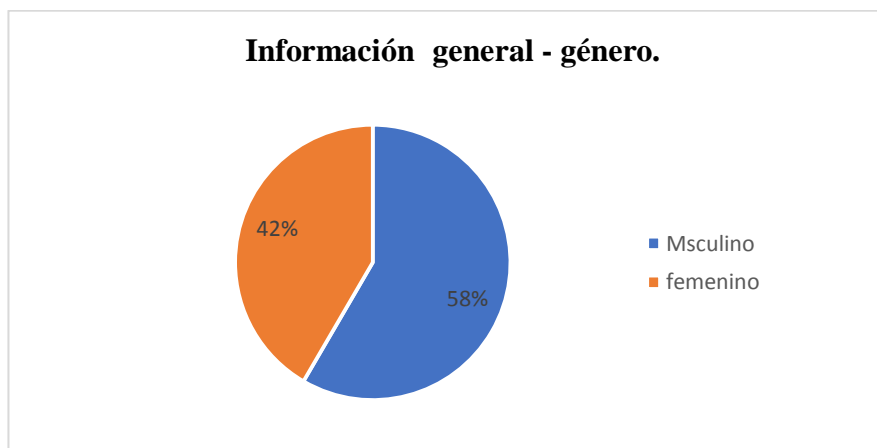
Al momento de implementar las encuestas se pudo determinar que la mayor parte de ciudadanos encuestados era de media edad ya que ellos tienen el poder adquisitivo para hacer la compra de este producto, sin embargo, los resultados nos muestran que la minoría en edades no se encuentran aptos para la adquisición de la misma.

Tabla 4: Género

I/F – Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	219	58%
Femenino	156	42%
TOTAL	375	100%

Fuente: Casco central, Parroquias Urbanas y Rurales

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

**Gráfico 2: Información general – Género**

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

Análisis

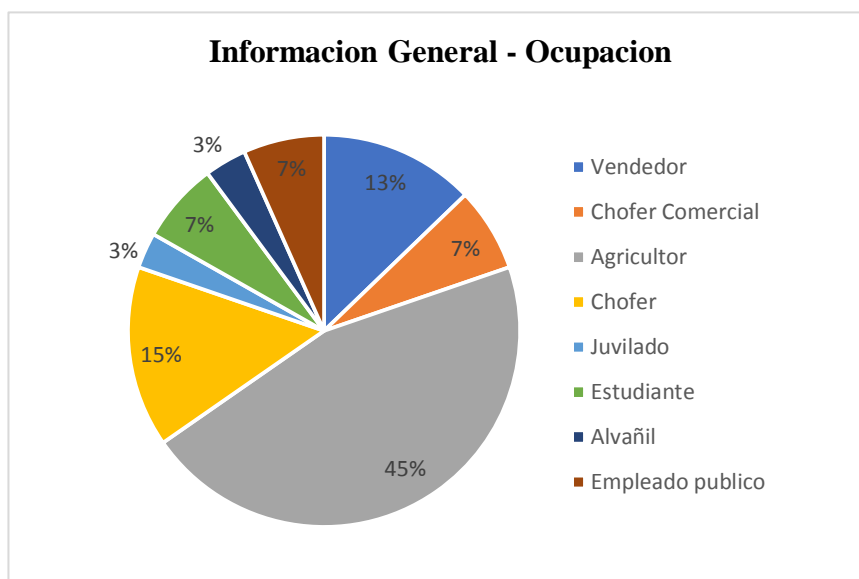
Luego de haber aplicado las encuestas se pudo determinar que el género masculino es quienes realizan la compra de este producto, sin embargo, en una cierta cantidad el género femenino lo adquiere en porciones pequeñas y la mayoría se encuentra en sus hogares.

Tabla 5: Información general - Ocupación

I/F - Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Vendedor	48	13%
Chofer Comercial	26	7%
Agricultor	171	45%
Chofer	56	15%
Jubilado	11	3%
Estudiante	25	7%
Albañil	13	3%
Empleado publico	25	7%
TOTAL	375	100%

Fuente: Casco central, Parroquias Urbanas y Rurales

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

**Gráfico 3: Información general – Ocupación**

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

Análisis

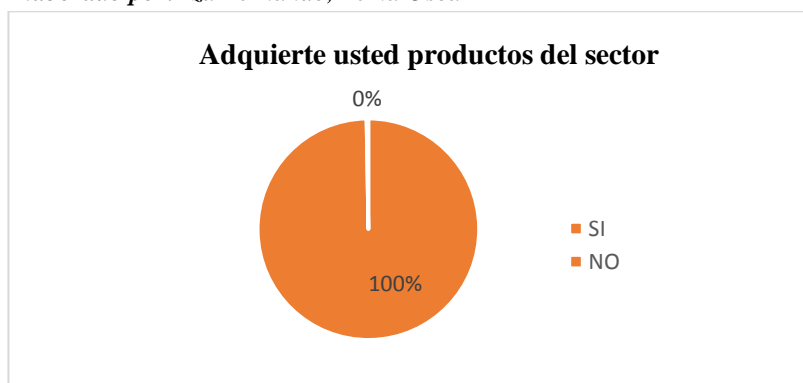
El resultado de haber aplicado las encuestas nos arroja que los agricultores son quienes conocen y saben más sobre el maíz o se encuentran adquiriendo productos químicos u orgánicos para sus parcelas y se encuentra seguido por los choferes quienes están en constante movimiento en el casco central y sus alrededores.

Tabla 6: *Adquiere usted productos del Sector*

P/1	Frecuencia	Porcentaje
SI	374	99,7
NO	1	0,27
TOTAL	375	100

Fuente: Casco central, Parroquias Urbanas y Rurales

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

**Gráfico 4:** *¿Adquiere Usted productos del sector?*

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

Análisis

En el Cantón San José de Chimbo en la actualidad se puede manifestar que la mayoría la población si adquiere productos agrícolas ya que se encuentra ubicado en la parte céntrica del campo, de manera que acuden a dicha ciudad los productos, agricultores a comercializar sus productos en dicha ciudad

Tabla 7: Considera importante una distribución para los productos agrícolas del sector

P/2	Frecuencia	Porcentaje
SI	375	100
NO	0	0
TOTAL	375	100

Fuente: Casco central, Parroquias Urbanas y Rurales

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

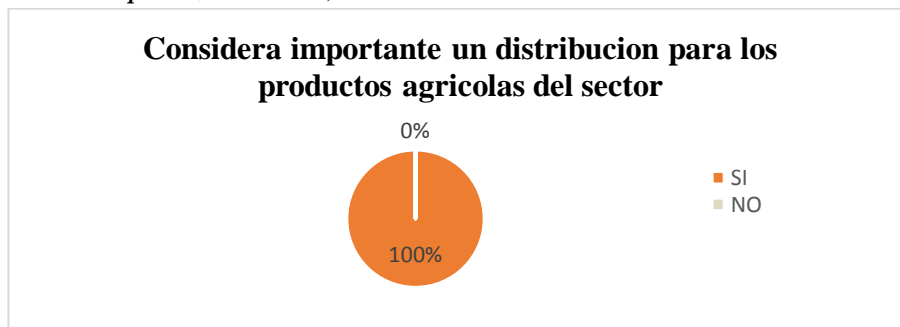


Gráfico 5: Considera importante una distribución para los productos agrícolas del sector

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

Análisis

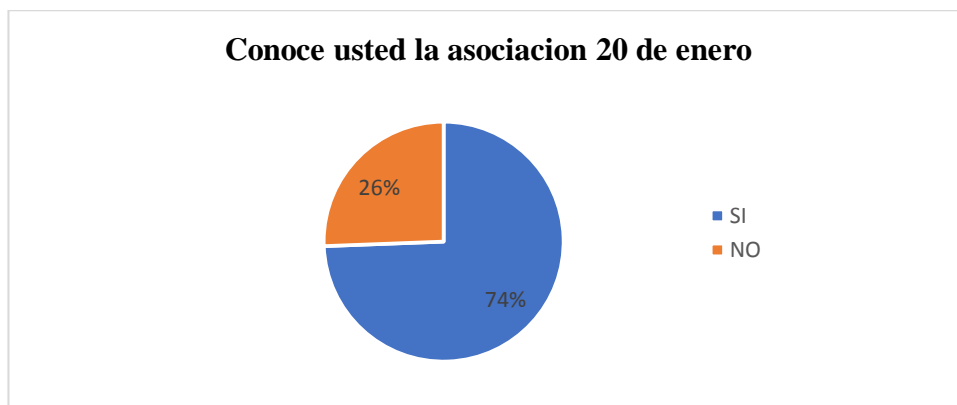
En la actualidad se considera de manera necesaria e importante ya que si existe una distribución necesaria va a haber mayor rentabilidad del producto que se está ofertando, en la ciudad de Chimbo toda la ciudadanía considera que debe de existir esta distribución ya que con ello se alcanzaría una mayor rotación de productos y de precios.

Tabla 8: Conoce usted la asociación 20 de enero

P/3	Frecuencia	Porcentaje
SI	279	74,4
NO	96	25,6
TOTAL	375	100

Fuente: Casco central, Parroquias Urbanas y Rurales

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

**Gráfico 6:** Conoce usted la asociación 20 de enero

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

Análisis

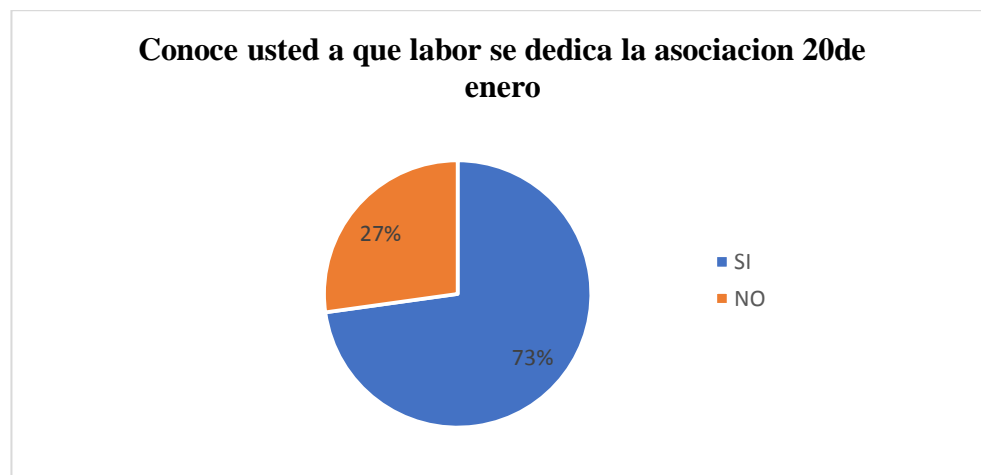
En un mayor porcentaje la ciudadanía del Cantón san José de Chimbo conocen de la existencia de la asociación 20 de enero ya que realizan publicidad directa de boca a boca de la asociación, muchos también lo conocen como productores de mote pelado. En una mediana cantidad algunos ciudadanos lo desconocen ya sea porque son de sectores lejanos

Tabla 9: Conoce usted a que labor se dedica la asociación

P/4	Frecuencia	Porcentaje
SI	273	32
NO	102	68
TOTAL	375	100

Fuente: Casco central, Parroquias Urbanas y Rurales

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

**Gráfico 7:** Conoce usted a que labor se dedica la asociación 20 de enero

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar.

Análisis

La mayor parte de la población si conoce del nombre de la asociación y de igual manera conoce a que labor se dedica y que tipo de productos comercializan en los diferentes mercados solo en un porcentaje reducido es que no conocen la asociación ni a que se dedica en sí.

Tabla 10 *Adquiere usted productos de la asociación 20 de enero*

P/5	Frecuencia	Porcentaje
SI	63	17%
NO	312	83%
TOTAL	375	100%

Fuente: Casco central, Parroquias Urbanas y Rurales.

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

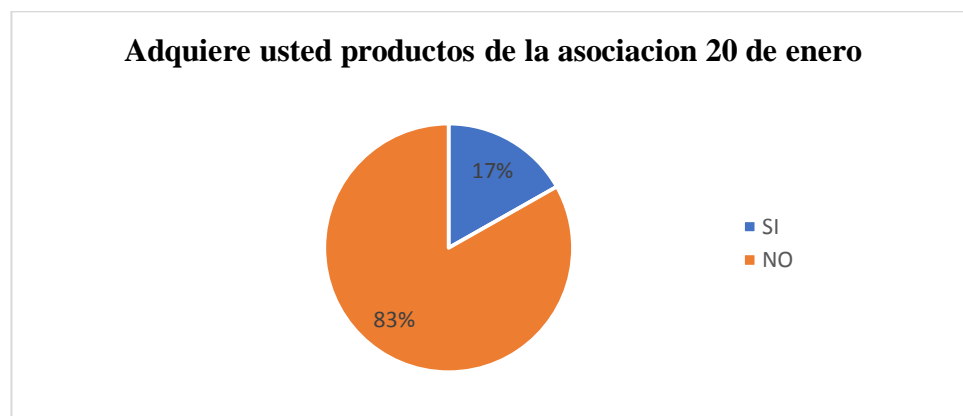


Gráfico 8: *Adquiere usted productos de la asociación 20 de enero*

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

Análisis

En la actualidad como existen diferentes puntos de venta y de igual manera diferentes plantas de procesamiento de maíz pelado buscan el lugar más cercano para realizar la compra, es por eso que la mayor parte de consumidores del Cantón Chimbo compra el producto en la misma ciudad ya que existen productores de mote pelado. Y solo un determinado porcentaje de ciudadanos adquieren el producto en la asociación.

Tabla 11: *Qué factor considera usted importante al momento de realizar la compra*

P/6	Frecuencia	Porcentaje
Marca	48	
Calidad	291	
Precio	13	
Necesidad	23	
TOTAL	375	

Fuente: Casco central, Parroquias Urbanas y Rurales.

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

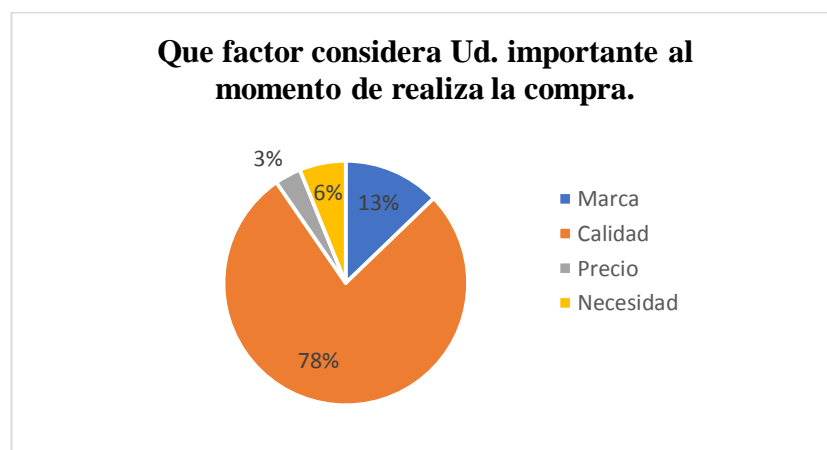


Gráfico 9: *Que factor considera importante al momento de realizar la compra.*

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar.

Análisis

En la actualidad las personas se guían por la calidad del producto más no tanto por el precio, en marca no podemos hablar porque la asociación ni los productores independientes de dicho producto no poseen un identificativo, pero si se puede hablar en un menor porcentaje del precio ya que es un factor muy importante en la compra o venta de cualquier instrumento.

Tabla 12: *Cuál es el canal de su preferencia*

P/7	Frecuencia	Porcentaje
Canal Directo	314	84%
Canal Indirecto	43	11%
Canal Combinado	18	5%
TOTAL	375	100%

Fuente: Casco central, Parroquias Urbanas y Rurales

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

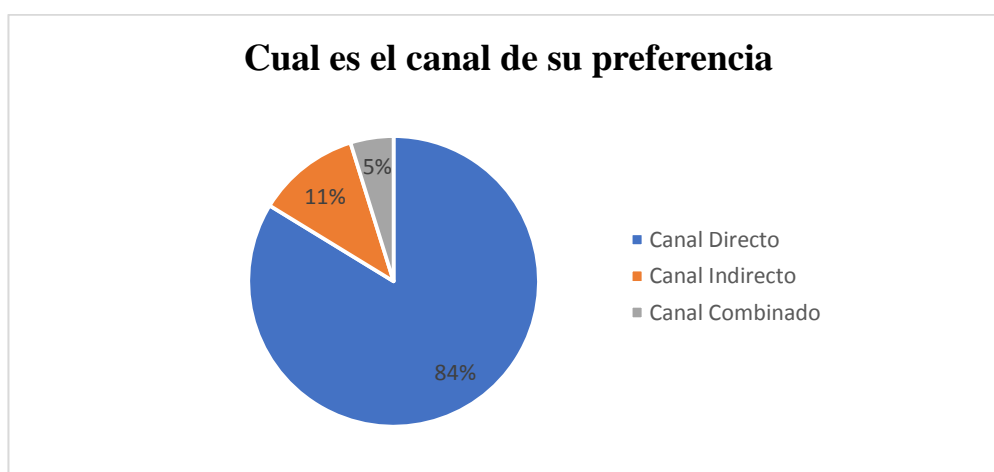


Gráfico 10: *Cuál es el canal de su preferencia.*

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

Análisis

Por lo general como la asociación y productores independientes de maíz pelado se encuentran en la sierra céntrica los consumidores de los alrededores que pertenecen al Cantón San José de Chimbo y demás sectores aledaños, realizan la mayor parte de compra de manera directa, es decir a los productos del maíz pelado ya sean estos de la asociación o de los productores independientes, en un mediano porcentaje realizan la compra en las tiendas de la localidad que es de manera indirecta.

Tabla 13: Conoce usted sobre otros lugares para la compra de productos similares.

P/8	Frecuencia	Porcentaje
SI	217	58%
NO	158	42%
TOTAL	375	1,00

Fuente: Casco central, Parroquias Urbanas y Rurales

Elaborado por : Iza Fernando, Lema Oscar

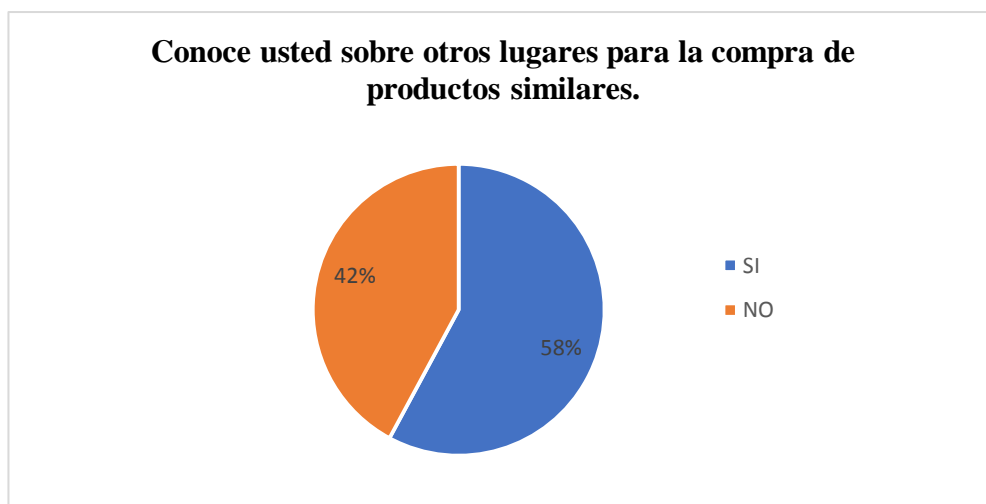


Gráfico 11: Conoce usted sobre otros lugares para la compra de productos similares.

Elaborado por : Iza Fernando, Lema Oscar.

Análisis

En la actualidad existen diferentes lugares donde pueden adquirir el producto porque la asociación en si es en el sector Tumbiguan pero con el pasar del tiempo se han creado nuevos productores de maíz pelado, esto debido a la rentabilidad que existe en esta labor, pero esto lo conocen un cierto porcentaje de la ciudadanía mientras que otras personas compran el producto a los socios de la asociación pero sin saber que pertenecen a la asociación 20 de enero.

Tabla 14: *Qué cantidad de producto (mote pelado) adquiere usted al mes.*

P/9	Frecuencia	Porcentaje
De 25 libras a 50 Libras	68	
De 51 libras a 75 libras	13	
De 76 libras a 100 libras	42	
Otros	252	
TOTAL	375	

Fuente: Casco central, Parroquias Urbanas y Rurales

Elaborado por : Iza Fernando, Lema Oscar

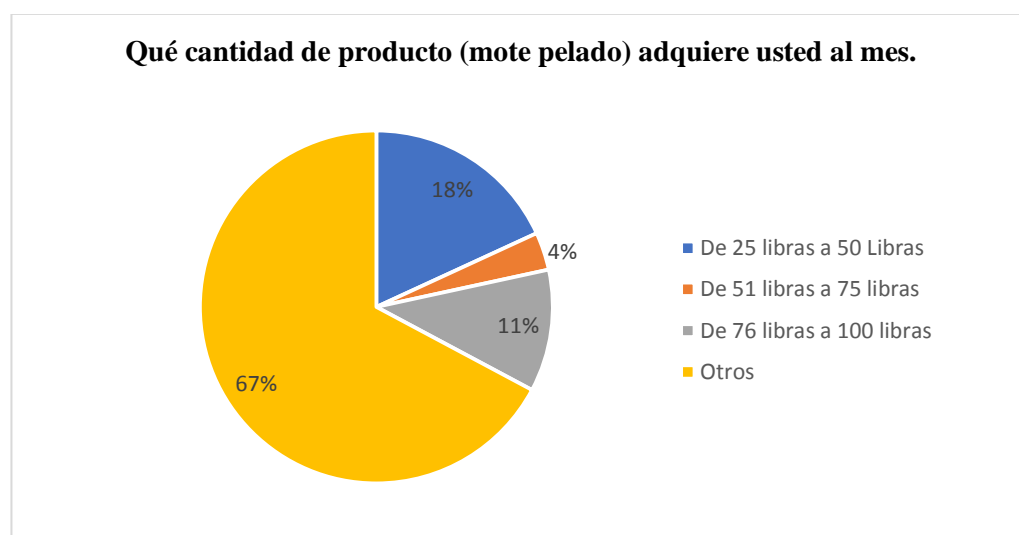


Gráfico 122: *Qué cantidad de producto (mote pelado) adquiere usted al mes*

Elaborado por : Iza Fernando, Lema Oscar.

Como es de suponerse en la ciudad de Chimbo la mayor parte de ciudadanos compran el producto por libras a lo que van a consumir y como los productores están en la misma ciudad suelen comprar cada vez que se les termina en otras ocasiones compran por quintales para posteriormente revenderlos por libras a la ciudadanía.

Entrevistas

Entrevistado: Sr. Eduardo Mullo Arteaga.

1. ¿Cuál es su cargo dentro de la asociación?

El cargo que posee el Sr. Eduardo Mullo es ser el presidente de la asociación el cual toma la decisión final al momento de compra y distribución del producto, además tiene algunos proyectos en mente uno de ellos es la exportación de producto a diferentes países del mundo.

2. ¿Cuánto tiempo tiene usted en el cargo?

El presidente de la asociación lleva en el cargo 5 años, el cual manifestó que en su cargo ha tenido diferentes inconvenientes por lo que los socios no acataban las leyes y normas que tienen, motivo por el cual algunos ciudadanos decidieron dejar de ser socios ya que se retiraron para encontrar un mejor alcance de mercadeo.

3. ¿Cuántas personas existen dentro de la asociación?

Cuando se creó la asociación comenzaron con un total de 64 socios los cuales eran de diferentes sectores del cantón, esto se lo realizó con el objetivo de poder optar por mejores oportunidades de venta de productos en el mercado y mediante esto aspirar a una ayuda del gobierno cantonal, al momento de la creación de la asociación nos ayudaron con 4 peladoras las cuales fueron entregadas a quienes tenían un mayor número de producción en quintales.

4. ¿Cómo se maneja la distribución del mote dentro de la asociación?

Al momento la distribución del mote pelado se maneja mediante pedidos, porque las estaciones con la que cuenta la provincia son dos y que en la temporada de invierno la materia prima no abastece la producción, y sin embargo en tiempo de verano hay un exceso de materia prima los cuales tienden a almacenar en bodegas destinadas para la misma.

5. ¿Realizan un mantenimiento de la infraestructura en la asociación?

Hasta la actualidad la asociación no cuenta con una infraestructura definida por lo que algunos productores de mote han optado por dejar de ser socios y producir de manera individual o ser socios de otras provincias en las cuales dan mejores beneficios.

6. ¿Utilizan un plan informático dentro de la asociación?

No cuentan con un sistema informático ya que lo realizan de manera empírica.

7. ¿Cuál es el canal de transporte a utilizar?

El canal de distribución que ellos realizan es de manera directa ya que entrega directamente en el mismo lugar para de esa manera no generar más gastos en el transporte, como también suele llevar en camiones a los diferentes mercados

Moderador: Fernando Iza, Oscar Lema **Entrevistado:** Sr. Eduardo Mullo presidente

CAPITULO V. PROPUESTA

Título

“Plan de distribución y logística para el mejoramiento de la comercialización del maíz pelado (Mote) en el Cantón San José de Chimbo, Provincia, Bolívar año 2021.”

Introducción

La provincia Bolívar al ser una de las mejores en la producción del maíz en especial en el sector sierra tiene la oportunidad de exportar a otras provincias u otros países el grano de maíz tanto como materia prima como mote pelado, sin embargo, en los últimos años este tipo de producto tuvo un decrecimiento económico en la baja de precios para el productor del campo el cual esta optado por la venta en maíz tierno (choclo).

La presente investigación tiene como propósito implementar un plan de logística y distribución, las cuales son base para un correcto manejo de producción y con ello alcanzar un crecimiento tanto empresarial como en ventas y con esto llegar nuevos mercados índole nacional cumpliendo objetivos y metas propuestas.

El maíz pelado (mote) es un producto muy apetecido por los ciudadanos ecuatorianos ya sea en tierno o seco, además Chimbo es caracterizado por la preparación del ornado que es un complemento para la venta del mote, el cual se distribuye de manera momentánea desde el sector a través de un intermediario para venta final.

Justificación

El mercado actual empresarial se ha vuelto muy competitivo, por lo cual muchas empresas han decidido emplear técnicas, instrumentos y estrategias para así mantener un posicionamiento en la mente del consumidor, centrándose en las diferentes áreas, pero los principales son el de transporte y ventas, mediante el cual se debe identificar factores.

La investigación se lo realiza con el motivo de mejorar la distribución que posee actualmente la asociación y con esto incrementar los ingresos en el sector, analizando las alternativas de los diferentes cambios climáticos.

Con este trabajo permitirá desarrollar estrategias que ayuden a la venta del producto principal con las buenas prácticas de manufactura y que el producto sea de calidad al momento de la compra del consumidor. Además, la investigación ayudará a determinar qué tipo de logística de distribución utilizan para de esta manera potenciar las actividades a través de los estudios y la información obtenida luego de haber aplicado las herramientas informáticas, las cuales permitan orientar a una adecuada decisión empresarial.

Las estrategias implementadas deben representar un correcto desarrollo de la asociación que permita la correcta distribución entre las partes involucradas como son empresa – cliente, obteniendo mayor alcance a las comunidades cercanas.

Objetivos

General

Diseñar el Plan de distribución y logística para el mejoramiento de la comercialización del maíz pelado (Mote) en el Cantón San José de Chimbo, Provincia, Bolívar año 2021.”

Específicos

- ✓ Analizar la situación actual de la comercialización del maíz pelado (Mote) en el Cantón san José de Chimbo.
- ✓ Implementar estrategias de distribución para fortalecer la comercialización de maíz pelado en nuevos mercados competitivos
- ✓ Proponer el plan de distribución y logística a los miembros de la asociación 20 d enero del cantón san José de Chimbo, año 20201.

Análisis PESTLE

Tabla 15 PESTLE

Factor	Descripción	Análisis
Político	Política inestable	La sociedad en si en los últimos años tiene una desconfianza por parte de la política, por lo que los nuevos gobernantes imponen leyes y normas que afectan al pueblo ecuatoriano.
Económico	Economía	La economía ecuatoriana en los últimos años ha sido duramente golpeada por el cierre de fronteras y la reducción en la venta de hidrocarburos tras la pandemia denominada como covid-19, sin embargo, hoy está en un crecimiento del 4% de una caída del 7.9%.
	Desempleo	El desempleo en la actualidad es uno de los temas más tratados, el cual está representado en 6.3% en el Ecuador debido a la pandemia del covid-19, además este factor no permite una reactivación económica en diferentes sectores de trabajo.
Social	Cultura	El Ecuador tiene una diversidad cultural dentro del cual está inmerso el carnaval de Guaranda, sin embargo, el cantón Chimbo se caracteriza por el ornado.
	Participación ciudadana	La participación ciudadana da un realce la cual es muy importante en el país ya que la misma población tiende a analizar y

		realiza un criterio formado para de esa manera poder tener una igualdad de género y optar por las mismas oportunidades.
Tecnológico	Tecnología y sus recursos	En estos dos últimos años las tecnologías han sido uno de las cumbres para la implementación de nuevas estrategias de mercadeo. Además, fue un indicador para disminuir el analfabetismo en el Ecuador y en el mundo entero.
	Tecnología en la producción	Las tecnologías aplicadas a la producción es un factor importante por lo que facilita realizar e incrementar mayor producción de productos en una empresa y con ello tener un mayor ingreso.
Legal	Plan nacional toda una vida	Dentro del plan del buen vivir está el eje de "economía al servicio de la sociedad" quien trata de consolidar la economía con la sociedad para ampliar el comercio y generar nuevas fuentes de empleo mediante el desarrollo rural.
	Mas sociedad mejor estado	Para poder tener una mejor sociedad se debe promover la participación ciudadana y la creación de nuevas éticas sociales mediante la transparencia con servicios de calidad y posicionando al Ecuador a nivel mundial.
Ecológico	Marco jurídico en defensa del maíz	Desde siempre el maíz asido uno de los más esenciales de las familias campesinas

	nativo	de la sierra ecuatoriana, mediante el cual pueden tener un ingreso favorable para su diario vivir, además la distribución del maíz se ha convertido en uno de los productos básicos de consumo mediante el cual es el principal objetivo de la biogenética.
--	--------	---

Elaborado por : Iza Fernando, Lema Oscar

Análisis

La matriz PESTLE nos ayuda a determinar los diferentes reglamentos y normas fundamentadas a través del gobierno constitucional y analizar a nivel macro y micro, sobre los factores que intervienen a la asociación para determinar una ventaja competitiva. Uno de los factores que afecta directamente a la asociación es que no poseen los equipos actualizados lo cual afecta de manera directa a la producción, ya que no les permiten desarrollar un producto más industrializado, esto representa una amenaza para ellos, porque no resultan ser una competencia para las diferentes empresas que se dedican a esta labor en las diferentes provincias.

Análisis situacional empresarial (p/s que ofrece)

Actualmente la ciudad de Chimbo es uno de los principales productores de maíz pelado (mote) ya que posee la asociación 20 de enero, como también tiene productores independientes que realizan esta labor, el mayor negocio que posee esta ciudad es la producción y comercialización del mote pelado.

La asociación 20 de enero cuenta actualmente con 47 asociados los cuales son minoristas quienes compran la materia prima para luego transformarle en el producto terminado y distribuir a los mercados que poseen, sin embargo, en estos últimos años se ha obtenido un decrecimiento tanto empresarial como en producción por las economías cambiantes y la reducción de compras del producto.

Análisis del mercado para p/s

El mercado seleccionado para los productos terminados de la asociación es de poca afluencia por lo que tuvo un declive en los últimos años por la pandemia del covid-19, el cual tuvieron una paralización en su producción, para ello se implementará una propuesta de marketing y de esta manera tener un mayor alcance al momento de la distribución.

Pero sin embargo buscan la manera de poder optar por nuevos mercados ya que en los mercados que labora están saturados, que constan de mucha competencia es uno de los motivos por el cual el precio del mote pelado baja y por ende ellos también bajan el precio del maíz que es la materia prima y el más afecto es el agricultor quien siembra y cosecha el maíz.

Establecimiento y caracterización del sistema actual.

Área comercial.

El área comercial de la asociación lo posee y lo realizan de manera empírica, ya que no han tenido una correcta instrucción técnica sobre la atención a sus clientes y proveedores de la materia prima.

Área de marketing.

No poseen con un correcto manejo de marketing ya que lo realizan de manera empírica.

Área de logística.

La logística que maneja la asociación es de dos maneras la primera es que se convierten en un intermediario que consta en la producción y entrega a los diferentes compradores que llegan al sector a adquirir el producto y la segunda es que se trasladan a entregar a los diferentes mercados existentes en el país en una cierta cantidad ya que mayormente entregan el producto en dos mercados.

Área financiera.

Hoy en día los ingresos de la asociación se encuentran en constante crecimiento de poco a poco luego de haber tenido un declive

Área de transporte.

Para gestionar el transporte los asociados tienden a utilizar los vehículos propios o alquilados para distribuir el producto a los mercados objetivos

Matriz FODA

Tabla 16: FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia laboral ✓ Proveedores del sector ✓ Ubicación estratégica ✓ Servicio personalizado ✓ Productos industrializados 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ampliación de mercado ✓ Proveedores directos ✓ Canal directo ✓ Transporte propio ✓ Intermediarios
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Deficiente en la promoción del producto ✓ No aplican publicidad ✓ Ausencia de asociados ✓ Sistema informático ✓ Infraestructura deficiente 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inestabilidad en la económica ✓ Competencia ✓ Inestabilidad política ✓ Tecnologías ✓ Mercados cambiantes

Elaborado por : Iza Fernando, Lema Oscar

Logística de distribución

Tabla 17. Logística de distribución

Canal	Recorrido					
Directo	Productores	x	Los productores de maíz del cantón San José de Chimbo siempre eligen su vender de manera directa a los lugares adecuados		x	El consumidor de la materia prima es la asociación quien es la encargada de procesar el maíz para obtener el producto final (mote).
Corto	Productores		Los campesinos del campo eligen un medio de transporte para llevar el producto a la venta		El transportista tiende a lucrar del productor de maíz hasta el mercado	El consumidor de la materia prima es la asociación quien es la encargada de procesar el maíz para obtener el producto final (mote).
Largo	Productores		Los campesinos del campo eligen un medio de transporte para llevar el producto a la venta	El transportista tiende a lucrar del productor de maíz hasta el mercado	En el mercado existen compradores que adquieren el producto para venderlos a un precio más elevado	El consumidor de la materia prima es la asociación quien es la encargada de procesar el maíz para obtener el producto final (mote).

Doble	Productores	Los campesinos del campo eligen un medio de transporte de público o privado para poder llegar al mercado.	El transportista tiende a lucrar del productor de maíz hasta el mercado	En el mercado existen compradores que adquieren el producto para venderlos a un precio más elevado los cuales alquilan un vehículo.	El consumidor de la materia prima es la asociación quien es la encargada de procesar el maíz para obtener el producto final (mote).
--------------	-------------	---	---	---	---

Elaborado por : Iza Fernando,

Canales de distribución

Tabla 18: Canal de distribución

Canal	Recorrido						
Directo	Productor	Venta en el mismo lugar de producción			Supermercados que se encargan de la venta de los productos a los consumidores finales.		
Corto	Productor	x	Venta en el mismo lugar de producción	x	Intermediarios a través de asociados de los mercados	x	Supermercados que se encargan de la venta de los productos a los consumidores finales.
Largo	Productor	Venta en el mismo lugar de producción	Intermediarios a través de asociados de los mercados	Asociados de los mercados quienes se encargan de crear un valor agregado para el producto.	Supermercados que se encargan de la venta de los productos a los consumidores finales.		
Doble	Productor	Venta en el mismo lugar de producción	Intermediarios a través de asociados de los mercados	Asociados de los mercados quienes se encargan de crear un valor agregado para el producto.	Supermercados que se encargan de la venta de los productos a los consumidores finales.		

Elaborado por : Iza Fernando, Lema Oscar.

Modelos de distribución

Modelo descentralizado

El modelo descentralizado trata sobre cómo se da prioridad tanto a los productores, asociados y a los más importantes como son los clientes y distribuidores del mote.

Análisis

Optamos por un modelo de distribución descentralizado por lo que los productores individuales y la asociación tienden a tener un servicio adecuado al momento de adquirir la materia prima y vender el producto industrializado al intermediario quien compra el producto en lugar de procesamiento el cual en los últimos años el maíz pelado a tenido un gran incremento de ventas en los mercados nacionales.

Gestión y costos de transporte.

Las gestiones que realizara para la distribución del mote son a través de pedidos por parte de los asociados de otras provincias los cuales llegan a comprar del mote al lugar de producción ya sea a los moteros que lo realizan de manera individual o a través de la asociación la cual está gestionando para poder ingresar a mercados internacionales.

Los costos del transporte para la distribución de los moteros que producen de manera individual son mucho más cómodos por lo que no tienden a llevar hacia el mercado del consumidor final, sin embargo, para la asociación si tiende a tener un costo mucho más elevado por lo que tienen que ir a entregar los productos al mercado para el consumo.

Métricas del control de logística

La cobertura que tiene San José de Chimbo como productor de mote es un poco escasa, se logró identificar que la asociación no cuenta con un plan definido de marketing, mismo que es de suma importancia ya que con el plan de marketing se logra tener una efectividad necesaria, hoy por hoy es un punto muy esencial e importante en estos tiempos, ya que existen mucha competencia las cuales son mucho más industrializadas.

El objetivo de la realización del presente plan de marketing es dar a conocer a la ciudadanía en general, la existencia de la asociación y a que labor se dedican, pero de una manera más tecnificada y no solamente de una manera empírica, así como lo vienen realizando, utilizando los canales de distribución adecuados, la logística que se debe tener para esta labor.

Las siguientes métricas que se considera en el Plan de marketing servirán de mucha ayuda a los socios de la asociación, ya que les ayudara a tomar mejores decisiones en relación al producto que están comercializando, a la materia prima que compran y a los puntos de venta que están llegando, de esa manera podrán optimizar tiempo y dinero.

Eficiencia del canal = gastos previos del canal / gastos reales del canal

$$500 / 478.36 = 1.04$$

La eficiencia del canal se encuentra en un buen estado para la distribución del mote y así puedan alcanzar y llegar a nuevos mercados.

Cobertura objetivo canal = puntos de venta a los que se pueda llegar/ total de puntos de venta.

$$15 / 3 = 5$$

La asociación tiene muchas más oportunidades de alcance de canal mediante una buena planificación podrían tener un incremento empresarial y así poder llegar a mercados de índole nacional

Cobertura real = puntos de venta a los que está llegando / puntos de venta a los que se puede llegar.

$$2 / 15 = 0.13$$

La cobertura que tiene San José de Chimbo como productor de mote es de una manera muy baja por lo que la asociación no cuenta con un plan definido de marketing el cual es un punto muy esencial en estos tiempos que existen mucha competencia las cuales son mucho más industrializadas.

Estrategias de logística.

Tabla 19: Estrategias

	Definición	Características	Relación con el cliente
Amplitud	La asociación cuenta con una sola línea de producto el cual está determinado en tres clasificaciones las cuales tienden a variar según el grosor que cada uno posee.	N.º de socios	Cubre diferentes necesidades
Profundidad	El mote o maíz pelado deriva según el proveedor los entregue para su transformación las cuales consta de las siguientes: la primera (grosso). La segunda (mediano) y el tercero (pequeño) los cuales al momento de la venta varían en el precio de cada uno	Cantidad de productos realizados	Cubre una necesidad
Coherencia	Al momento que el consumidor adquiere el producto los designa a diferentes usos en la gastronomía ecuatoriana en un	Productos derivados	Variedad de producción

	plato que es solo o acompañado con otros ingredientes, además el consumidor pide el maíz como materia prima para realizar otro tipo de consumo como el chulpi que se lo realiza con el maíz delgado.		
--	--	--	--

Elaborado por : Iza Fernando, Lema Oscar.

Amplitud.

Esta estrategia se lo podrá poner en práctica al momento de realizar la logística de transporte para su debida comercialización en los diferentes mercados en donde realizan la comercialización de sus productos.

Profundidad.

La producción del maíz depende de la materia prima que adquieran en las plazas de: San Miguel, Chimbo, Guaranda, Chillanes, ya que ellos solo realizan la compra del mismo para su transformación de maíz, a maíz pelado en sus establecimientos de procesamiento.

Coherencia.

Después de realizar la compra procesan el maíz para luego de terminar el proceso seleccionan el producto para su debido empaque esto lo seleccionan en tres tipos de producción, y se lo vende en diferentes precios dependiendo al grosor y calidad de cada uno de ellos, mismos que son utilizados en distintos platos.

CONCLUSIONES.

- ✓ Se debe realizar una correcta logística de distribución mediante un análisis etnográfico el cual encaminará a obtener mejores resultados al momento de tomar decisiones, después de haber realizado la respectiva investigación de mercado, ya que se suele usar en diferentes empresas de índoles públicas o privadas dependiendo al tipo de labor que se dediquen.
- ✓ Mediante el análisis interno y externo que se lo realizó a la asociación 20 de enero se logró determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que se cuenta dentro del lugar de estudio y de esta manera se pudo determinar la situación en la que se encuentra la asociación, y de esa manera poder implementar estrategias de distribución y logística.
- ✓ Con la implementación de estrategias de distribución se logrará obtener mejores beneficios para la asociación como: optimización de tiempo y recursos mayor rentabilidad para sus negocios, mismas que ayudaran a reformar los canales de distribución, de esta manera se podrá distribuir el producto de una mejor manera a los mercados planteados para después tener un fortalecimiento empresarial.

RECOMENDACIONES.

- ✓ Es importante realizar una constante revisión sobre el cómo se encuentra desarrollándose la logística de distribución, y más que todo, conocer la realidad por la cual está pasando una empresa, asociación o negocio del cual se esté realizando el estudio.
- ✓ Conocer los beneficios y consecuencias al momento de recibir o entregar productos para de esa manera tener un correcto desarrollo con los productores y comerciantes.
- ✓ Para tener un crecimiento empresarial en la asociación se recomienda designar o conformar una directiva que estará pendiente en los cambios que se realice dentro de la asociación y como si hubiese o existiera en la provincia y el sector.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Ayala, Andreina Matos. *lifeder.com*. 23 de Octubre de 2020.
<https://www.lifeder.com/investigacion-bibliografica/>.
- García Suárez, Victor Manuel . *Scielo*. 12 de 1997.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94351997000300004 (último acceso: 08 de 05 de 2021).
- Google Maps*. 08 de 05 de 2021.
<https://www.google.com.ec/maps/place/San+Miguel/@-1.7120673,-79.056566,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d32217cb605009:0xcc07f01e2bbdca80!8m2!3d-1.7171101!4d-79.0362544?hl=es>.
- Jervis, Tatiana Mejia. *lifeder.com*. 27 de Agosto de 2020.
<https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>.
- Moreta, Modesto . *ElComercio*. 27 de 10 de 2016.
<https://www.elcomercio.com/tendencias/mote-maiz-procesamiento-conocimientoancestral-intercultural.html> (último acceso: 08 de 05 de 2021).
- Ortiz, Danilo Icaza. *DerechoEcuador.com*. 04 de 06 de 2018.
<https://www.derechoecuador.com/derecho-a-la-alimentacion> (último acceso: 06 de 05 de 2021).
- Planner. *Plandenegociosperu.com*. 12 de Marzo de 2020.
<https://plandenegociosperu.com/2020/03/calcular-el-tamano-de-muestra/>.
- Questionpro.com*. 11 de Agosto de 2017.
<https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-campo.html>.
- Raffino, Maria Estela. *Concepto.de*. 29 de Septiembre de 2020.
<https://concepto.de/metodo-inductivo/>.
- Rodríguez, Maria. *Tuginnasiacerebral.com*. 17 de Marzo de 2017.
<https://tuginnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/que-es-una-encuesta-caracteristicas-y-como-hacerlas>.
- S.F. *Lasalmantina*. 2016. <https://www.lasalmantina.com/productos/categoria-cereales/maiz-mote-primeramaiz-mote/> (último acceso: 08 de 05 de 2020).
- Uriarte, Julia Máxima. *Caracteristicas.co*. 10 de Marzo de 2020.
<https://www.caracteristicas.co/metodo-deductivo/> .

Díaz-Bravo, Laura . *facmed*. 04 16, 2013. <http://riem.facmed.unam.mx/node/47> (accessed 07 27, 2021).

Ochoa, Cristina. «dspace.» *dspace*. 21 de Junio de 2016.
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25381/4/Tesis%20final%20pdf..pdf> (último acceso: 4 de Agosto de 2021).

ANEXOS

Anexo 1: Presupuesto.

<i>OBJETO</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>COSTO</i>
<i>Resma de papel</i>	2	\$ 8.00
<i>Caja esferos gráficos</i>	1	\$ 3.00
<i>Flash memory</i>	1	\$ 8.00
<i>Pasajes</i>	1	\$ 1.50
<i>Viáticos</i>	1	\$ 2.50
<i>Laptop TOSHIBA</i>	1	\$ 250.00
<i>Copias</i>	800	\$ 160.00
<i>Internet</i>	2	\$ 50.00
<i>Cámara</i>	1	\$ 50.00
<i>Total</i>	-	\$ 533.00

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar



Anexo 2: Modelo de encuesta



Universidad Estatal De Bolívar
Ciencias Administrativas Gestión Empresarial E Informática
Encuesta

Objetivo; Determinar el impacto de la cadena de distribución que posee la asociación 20 de enero en el Cantón San José Chimbo.

Sírvase en responder las siguientes preguntas según su criterio

Edad _____ Género _____ Ocupación _____

1. **¿Adquiere usted productos agrícolas del sector?**
 SI _____
 NO _____
 Porque _____
2. **¿Considera importante una distribución adecuada para los productos agrícolas del sector?**
 SI _____
 NO _____
3. **¿Conoce usted la asociación 20 de enero?**
 SI _____
 NO _____
4. **¿Conoce usted a que labor se dedica la asociación 20 de enero a?**
 SI _____
 NO _____
5. **¿Adquiere usted productos de la asociación 20 de enero?**
 SI _____
 NO _____
6. **¿Qué factor considera usted más importante al momento de realizar la compra?**
 Marca _____
 Calidad _____
 Precio _____
 Necesidad _____
7. **De los siguientes canales de distribución a su criterio ¿cuál es de su preferencia?**
 Canal directo _____
 Canal indirecto _____
 Canal combinado _____
8. **¿Conoce usted sobre otros lugares para la compra de productos similares?**
 SI _____
 NO _____
9. **¿Qué cantidades de producto (mote pelado) adquiere usted al mes?**

De 25 libras a 50 libras _____
De 51 libras a 75 libras _____
De 76 libras a 100 libras _____
Otros _____

!! Gracias por su atención!!

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

Anexo 3: Implementación de encuestas





Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar



Anexo 4 Entrevista



Provincia Bolívar

Universidad estatal de Bolívar

Unidad de titulación

8. **¿Cuál es su cargo dentro de la asociación?**
9. **¿Cuánto tiempo tiene usted en el cargo?**
10. **¿Cuántas personas existen dentro de la asociación?**
11. **¿Cómo se maneja la distribución del mote dentro de la asociación?**
12. **¿Realizan un mantenimiento de la infraestructura en la asociación?**
13. **¿Utilizan un plan informático dentro de la asociación?**
14. **¿Cuál es el canal de transporte a utilizar?**

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

Anexo 5 Entrevistas



Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

o del trabajo de titulación (proyecto).	2021	2021																
Emisión de certificado de validación	27/07/2021																	
Defensa del trabajo de titulación.	10/08/2021	18/08/2021																
Entrega de documentación (empastado, documentación habilitante para la incorporación)	23/08/2021	24/08/2021																

Elaborado por: Iza Fernando, Lema Oscar

Anexo 7: Población Cantón

<i>POBLACIÓN CANTONAL</i>			
<i>Sexo</i>	<i>Área Urbana o Rural</i>		<i>Total</i>
	<i>Área Urbana</i>	<i>Área Rural</i>	
<i>Hombre</i>	2059	5594	7653
<i>Mujer</i>	2343	5783	8126
<i>Total</i>	4402	11377	15779

Fuente: Información INFOFLAN

Fuente: Gobierno Autonomo del canton Chimbo INEC2010

Anexo 8: Certificado del urkund.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTION EMPRESARIAL E INFORMATICA
CARRERA DE MARKETING

Guaranda, 02 de agosto del 2021

CERTIFICADO

A petición de las partes interesadas:

Que, los estudiantes: Iza Chazo Washington Fernando con cédula de ciudadanía No. 0202419727 y Lema Salazar Oscar Vinicio con cédula de ciudadanía No. 0202293213; presentaron su trabajo de investigación titulado: **"Plan de distribución y logística para el mejoramiento de la comercialización del maíz pelado (mote) en el cantón San José de Chimbo, provincia Bolívar, año 2021"** para el respectivo análisis **URKUND**, el mismo que refleja un **6%** de plagio que se considera pertinente dentro de los parámetros establecidos en el reglamento de titulación de la facultad.

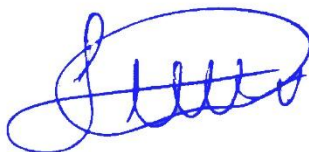
Atentamente



Ing. Charles Viscarra
Director del Trabajo de Titulación

Certificado URKUND

URKUND	
Documento	Titulacion Proyecto.pdf (D110939436)
Presentado	2021-08-02 09:31 (-05:00)
Presentado por	izawashington@yahoo.es
Recibido	chviscarra.ueb@analysis.orkund.com
Mensaje	Titulación Proyecto Mostrar el mensaje completo 6% de estas 24 páginas, se componen de texto presente en 4 fuentes.



Ing. Charles Viscarra

C.I 0201572963