



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES
EMPRESARIALES
CARRERA DE: INGENIERÍA EN MARKETING**

TEMA:

**Factores que inciden en la distribución del cacao
de las empresas agroexportadoras en la Ciudad
de Guayaquil.**

AUTOR:

Abraham Esteban Marcos San Lucas

**Trabajo de Ensayo de Graduación previo a la
Obtención del Título de:
INGENIERIA EN MARKETING**

Guayaquil, Ecuador

2015 - 2016

TUTOR:

Ing. Jaime Samaniego, Mgs.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE: INGENIERÍA EN MARKETING**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Abraham Esteban, Marcos San Lucas, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing.

TUTOR

Ing. Jaime Samaniego, Mgs.

DIRECTORA (e) DE LA CARRERA

Lcda. Patricia Torres Fuentes, Mgs



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Abraham Esteban Marcos San Lucas

DECLARO QUE:

El Ensayo de Titulación **Factores que inciden en la distribución del cacao de las empresas agroexportadoras en la Ciudad de Guayaquil.**, previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 29 del mes de Febrero del año 2016

EL AUTOR

Abraham Esteban, Marcos San Lucas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE: INGENIERÍA EN MARKETING**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Abraham Esteban Marcos San Lucas**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Factores que inciden en la distribución del cacao de las empresas agroexportadoras en la Ciudad de Guayaquil.**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 29 del mes de Febrero del año 2016

EL AUTOR

Abraham Esteban, Marcos San Lucas

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por estar siempre presente en mi corazón, por iluminarme en esos momentos donde ya no aguantas la presión de los trabajos, por mantenerme de pie en los momentos difíciles de mi vida, por bendecirme y darme la oportunidad de llegar donde ahora estoy.

A mis padres y mis hermanos, por su apoyo y aliento en los momentos que más necesite, en esos días donde no sabes qué decisión tomar y cuál será el camino correcto en la vida, gracias por todo.

A mi novia, por ser ese pilar fundamental que siempre está conmigo en las buenas y en las malas, gracias por haber llegado en el momento menos pensado.

Profesores, que fueron quienes guiaron los pasos dentro y fuera del aula, compartiendo sus conocimientos con cada uno de nosotros, gracias por tanto.

Abraham Marcos San Lucas

DEDICATORIA

A Dios por darme la oportunidad de que cada día adquiriera algún conocimiento nuevo para poderlo poner en práctica.

Mis padres y hermanos, esto es para todos ustedes que son y serán mi motor para seguir adelante, sin lugar a dudas se sentirán orgullosos de este servidor que tienen. En especial dedicatoria a mi ejemplo de toda la vida, a esa persona luchadora, aguerrida, amorosa, mal genio, pero que siempre está en el momento indicado, gracias por todo y nunca olvides que te adoro mi amado Padre.

A mis abuelitos, que en este momento dos de ellos se encuentran disfrutando de la vida terrenal y que fueron a quienes ame mucho, sé que estarán disfrutando de mi futuro logro y que se sentirán muy orgullosos del nieto que tienen.

A mi novia, que tanto ella como yo nos sentimos orgulloso de las metas que cumplimos en la Universidad, esto también es para usted.

Abraham Marcos San Lucas

Tabla de contenido

RESUMEN.....	5
ASPECTOS GENERALES DEL ESTUDIO	6
INTRODUCCIÓN.....	6
PROBLEMÁTICA.....	9
JUSTIFICACION	10
OBJETIVOS.....	11
OBJETIVO GENERAL.....	11
OBJETIVOS ESPECIFICOS	11
ALCANCE DEL ESTUDIO	11
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	12
1. MARCO TEÓRICO	12
1.1 MARKETING.....	12
1.2 MARKETING DE EXPORTACIÓN	13
1.2.1 EXPORTACIÓN DIRECTA	13
1.2.2 EXPORTACION INDIRECTA.....	13
1.3 MARKETING INTERNACIONAL.....	13
1.4 LOGISTICA.....	14
1.5 CANAL DE DISTRIBUCION.....	14
2. METODOLOGIA DE INVESTIGACION	15
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACION	15
2.2 TIPO DE INVESTIGACION	16
2.3 FUENTES DE INFORMACION.....	17
2.3.1 PRIMARIA	17
2.4 TIPOS DE DATOS	18
2.4.1 CUALITATIVO	18
2.5 HERRAMIENTAS INVESTIGATIVAS	18
2.5.1 HERRAMIENTAS CUALITATIVAS	18
2.6 TARGET DE APLICACIÓN.....	19
2.6.1 DEFINICIÓN DE LA POBLACION.....	19
2.7 RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.....	21
2.8 RESULTADOS CUALITATIVOS.....	21
2.8.1 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A PRODUNDIDAD ..	21
2.8.2 RESULTADOS DE LA OBSERVACION DIRECTA	26

3. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN	28
4. RECOMENDACIONES	31
4.1 FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	32
ANEXO.....	33
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	33
BIBLIOGRAFIA.....	36

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Voumenes Totales Exportados.....	7
Ilustración 2 Cadena de Distribución	8

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Superficie, Producción y Ventas, CACAO (Almendra seca).....	6
Tabla 2 Empresas a Investigar.....	20
Tabla 3 Resultado de entrevistas a Jefes de Logística.....	23
Tabla 4 Resultados de la Observación Directa.....	26

RESUMEN

La investigación realizada se obtuvo información relevante, que sirvió para conocer los factores que influyen en la distribución del cacao de sus centros de acopio hacia la ciudad de Guayaquil. La industria del cacao en Ecuador está en crecimiento ya que en el exterior se encuentra bien posicionado y su demanda es alta.

El target que se analizó para las distintas investigaciones son empresas Agroexportadoras de la ciudad de Guayaquil, con gran experiencia en la rama de las exportaciones, se escogió a los jefes de operaciones de cuatro empresas nacionales.

Al finalizar las investigaciones el autor considera diferentes conceptos de canal de distribución, logística para analizar el proceso de transportación del producto de un lugar a otro.

Palabras claves: Canal de distribución, Logística, Empresas Agroexportadoras, Investigación.

ASPECTOS GENERALES DEL ESTUDIO

INTRODUCCIÓN

El presente ensayo es una investigación que tiene como objetivo evaluar los aspectos positivos y negativos que influyen en la distribución del cacao de las empresas agroexportadoras de Guayaquil.

Las empresas son las que proporcionan la información principal para el desarrollo del tema planteado y basarse en futuras líneas de investigación. El personal que se encuentra dentro de las empresas, son a quienes se les pregunta acerca del manejo de la distribución, logística, problemas y que se puede hacer al respecto.

Las fuentes bibliográficas provienen de años de investigación en especial de libros.

Tabla 1

Superficie, Producción y Ventas, CACAO (Almendra seca)

REGIÓN Y PROVINCIA		SUPERFICIE (Has.)		PRODUCCIÓN (Tm.)	VENTAS (Tm.)
		Plantada	Cosechada		
TOTAL NACIONAL		508.885	402.434	128.446	127.685
REGIÓN SIERRA		77.595	67.183	30.601	30.428
REGIÓN COSTA		385.265	301.552	90.996	90.711
REGIÓN ORIENTAL		46.025	33.699	6.849	6.546
GUAYAS	Solo	100.624	83.093	44.171	44.050

Fuente: INEC 2013

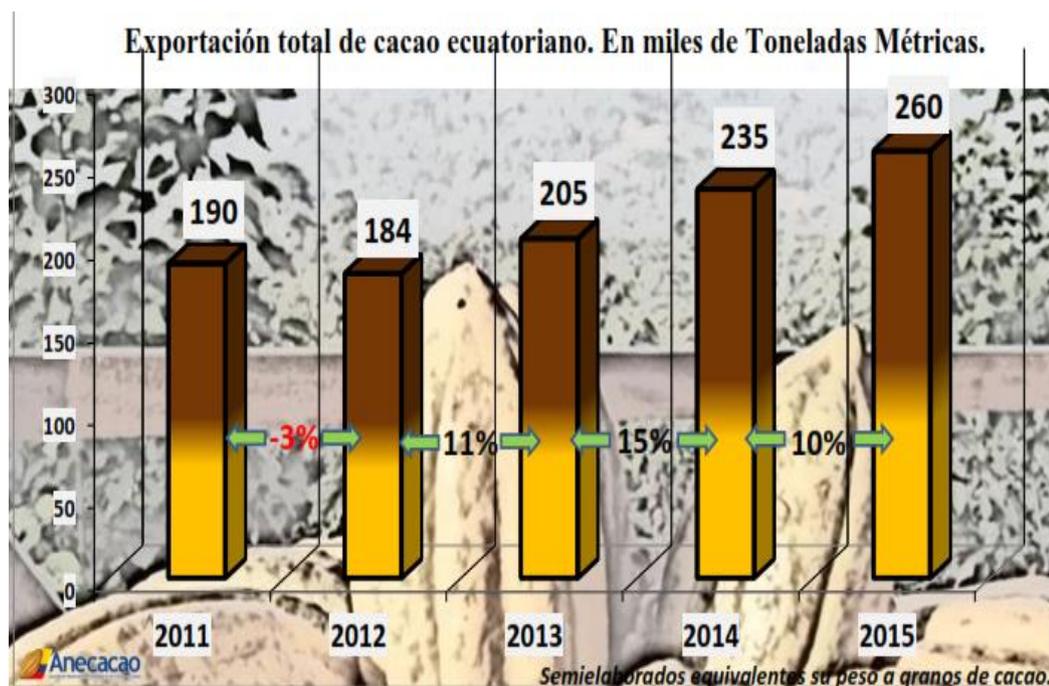
Elaborado por: El Autor

Las provincias de Manabí, Guayas, y Los Ríos presentan mayor superficie con labor agropecuaria con el 43,85 % del total nacional; así, la Costa es región de mayor actividad agropecuaria. (INEC, 2014)

Al concluir el 2015 las exportaciones ecuatorianas de cacao cerraron alcanzando un volumen total de 260 mil toneladas métricas, de cacao en grano y productos derivados de cacao, un incremento del 10% en relación al 2014. Existen en Guayaquil más de 30 empresas exportadoras de cacao que están registradas en la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO, 2016)

Ilustración 1

Volúmenes totales exportados



Fuente: Resumen Exportación de Cacao 2015
Elaborado por: Anecacao

Ilustración 2

Cadena de distribución



Fuente: Resumen Diagnóstico de la Cadena Productiva del Cacao en el Ecuador
Elaborado por: Secretaría Técnica del Comité Interinstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva- Vicepresidencia del Ecuador.

En la actualidad la distribución del cacao se maneja de la manera que se grafica en el cuadro, comenzando con los agricultores en sus fincas, de esta manera tiene su secuencia hacia los centros de acopio de cada empresa donde se realiza ciertos procesos antes de su envío, luego de eso se procede a venderlo a un acopiador regional que es quien se encarga de poner tener el contacto para enviarlo al exterior, en otros casos se vende a industrias productoras de chocolate dentro del país, posterior a eso se exporta el producto a otros países para su elaboración final que es convertirlos en chocolate en la mayoría de los casos.

PROBLEMÁTICA

Las problemáticas son proposiciones demostrativas que necesitan pruebas o son tales como para expresar una acción cuyo modo de realización no es inmediatamente cierto. (Kant, 2005)

Los cacaoteros también saborearon un dulce año, al terminar como el quinto productor a nivel mundial. Sus envíos representaron unos \$ 700 millones. Anecacao, el gremio que reúne a los exportadores, indicó que hubo un crecimiento sostenido del 10% en las exportaciones. Diario (El Universo, 2015)

Iván Ontaneda, presidente de Anecacao, explica que hay varios factores que apuntalan a ese escenario alentador, como las nuevas siembras que se han incorporado, mejoras en las fincas, la sostenibilidad de los precios, capacitaciones poscosecha y programas como la poda de 19,2 millones de árboles, con apoyo gubernamental. Diario (El Universo, 2014)

El problema, según dice, radica en que la mayor parte de los productores que venden el cacao son agricultores con dos o tres hectáreas, es decir, pequeños productores que no reciben capacitación. “Todavía hay falencias en el proceso poscosecha, que implica una buena fermentación y buen secado”, indica Montoya. Diario (El Comercio, 2014)

Por los datos ya mencionados se puede decir que la comercialización de cacao a nivel interno y externo, tiene un alza tanto en su producción como en el precio, los pequeños productores tienen apoyo del gobierno con incentivos económicos para nuevas plantaciones y futuras cosechas.

La distribución del cacao se torna complicada por el hecho del fenómeno del niño, las ventas decrecerán en los primeros meses del año 2016, la producción local tiene la finalidad de satisfacer la demanda de grandes empresas, como por ejemplo Corea del Sur que tendrá un déficit del 15%. (PRO Ecuador, 2015)

JUSTIFICACION

Hay actividades que pueden tener repunte”, la distribución en un punto importante a considerar lo que el sector agrícola se encuentra preocupado, pero aseguró Ponce, quien agregó que en el caso del cacao y el café primero se debe poner atención en superar las plagas monilla y roya. Sin embargo, representantes de la mayoría de estos sectores no comparten ese optimismo. Diario (El Universo, 2016)

Según ANECACAO, (2016) son más de 13 empresas que se encuentran registradas como exportadoras de cacao en la Ciudad de Guayaquil con una trayectoria amplia en el mercado nacional e internacional, de las cuales se escogerán cuatro para realizar la investigación de mercados que son entrevistas a profundidad y observación directa de algunos procesos.

Según Diario El Universo, (2016) el Fenómeno del Niño tendrá su pico más alto a mediados y finales de febrero las zonas que pueden ser más afectadas son Esmeraldas, Manabí y el Golfo d Guayaquil, de esta manera el problema de distribución se intensifica por un sin número de percances que pueden existir en el transcurso.

Aporte académico, el ensayo puede servir para futuras investigaciones donde tomen en como referencia los resultados del proyecto y lo puedan poner en práctica.

Aporte social, les servirá a los pequeños productores y a la sociedad que tomen en cuenta ciertas parámetros y no cometan errores con respecto al clima.

Aporte empresarial, es de mucha importancia para las empresas que manejan distribución a nivel local, que tomen en cuenta los factores que perjudican la distribución en Guayaquil.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Determinar los factores que influyen en la distribución de las empresas Agroexportadoras en la Ciudad de Guayaquil.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Detectar cuáles son los factores que inciden en la distribución de las empresas agroexportadoras.
- Analizar las causas que esos factores generan en el proceso de entrega del producto.
- Determinar el tiempo de las rutas del centro de acopio hacia la matriz.

ALCANCE DEL ESTUDIO

El presente proyecto desea aportar datos relevantes que ayudarán a las empresas Agroexportadoras en su mejora en cuanto a la distribución del cacao en la ciudad de Guayaquil, mediante la investigación de mercado la cual determinará los factores que influyen de manera negativa y positiva en la distribución del cacao en el día a día; así como antecedentes de cómo se maneja la misma y detalles de su mejora continua.

También se espera conocer cómo se encuentran internamente las empresas con respecto a los procesos antes de la distribución, se realizara un análisis situacional que permita conocer el estado actual de la industria, para con ello establecer ciertos parámetros que permitan obtener un diagnóstico amplio sobre los factores del entorno que pudiesen afectar en lo positivo o negativo a la distribución producto.

Para esto se realizarán las entrevistas a profundidad al Gerente General y a los jefes de logística de las respectivas empresas, por otro lado se analizara mediante observación directa como se maneja internamente las empresas para su posterior distribución del producto.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿De qué manera influyen los factores en los procesos de distribución de las empresas agroexportadoras en el año 2016?

1. MARCO TEÓRICO

El proyecto se va a desarrollar bajo algunos conceptos de logística de distribución, canal de distribución y se plantearan factores que ayudaran a realizar de mejor manera la investigación de mercados.

1.1 MARKETING

Según Kotler, se lo define al marketing como la secuencia de un grupo de personas e individuos que tienen la finalidad de obtener lo que necesitan y desean, tomando en cuenta que se hacen intercambios, generan u ofrecen productos o servicios de valor. (Phillip Kotler y Gary Armstrong 2003)

1.2 MARKETING DE EXPORTACIÓN

Es una decisión estratégica de la empresa sobre la penetración de un nuevo mercado, este es el punto de referencia para determinar el negocio jurídico desarrollado entre ambas partes, esta fase requiere un análisis exhaustivo ya que hay factores internos y externos que inciden en la decisión. (Gómez & Cárle, 2004)

1.2.1 EXPORTACIÓN DIRECTA

Consiste en crear una red comercial propia, que sea de permanencia en el país importador comprador con el traslado directo del producto hacia el lugar indicado por el beneficiario. (Gómez & Cárle, 2004)

1.2.2 EXPORTACION INDIRECTA

Se constituyen por medio de consorcios de ventas o grupos de prospección de los mercados exteriores, se desligan de la empresa para ellos tener que realizar el trámite. (Gómez & Cárle, 2004)

1.3 MARKETING INTERNACIONAL

Según García (2002), como ciencia aparece primero en la actividad empresarial luego pasa a ser conceptualizada analizada y definida por académicos, existe internacionalidad de las prácticas de marketing. (Rosario García Cruz, 2002, pág. 29)

1.4 LOGISTICA

Según Castellanos (2009), la logística es una de las partes de la cadena de suministro planifica, implementa y controla el flujo efectivo y eficiente, por otro lado el almacenamiento de artículos y toda la información relacionada con el origen hasta el punto de llegada de la mercadería por esta razón se convierte en el factor más importante de la competitividad, ya que al fin y al cabo es quien decide el éxito o el fracaso de la comercialización de un producto. (Castellano, 2009, pág. 5)

Según Lamb Ch, Hair J y McDaniel, es el proceso de administrar de la mejor manera y estratégicamente todos los flujos y almacenamiento eficiente de las materias primas, productos terminados y semielaborados, desde su estadía en el punto de origen hasta el de consumo. (Lamb Ch, 2002, pág. 389)

Según Franklin (2004), es el movimiento de los bienes correctos en la cantidad que sea la más adecuada hacia el lugar de destino correcto en el momento que sea el más apropiado. (Benjamin, Franklin, 2004, pág. 362)

1.5 CANAL DE DISTRIBUCION

Para Kotler y Armstrong, es quien desplaza bienes y servicios de los productores a quienes consumen el mismo, elimina algunos espacios de tiempo, lugar y posesión que ayudan a separar los bienes y servicios de quienes lo utilizaran. (Kotler & Armstrong, 2003, pág. 339)

2. METODOLOGIA DE INVESTIGACION

El tipo de investigación, orienta la finalidad general del estudio y la manera como se recogerán los datos necesarios. Para seleccionar el tipo de investigación se debe considerar el propósito, las estrategias, los objetivos, el problema de estudio y otros aspectos en los que se encuentran inmersos la investigación.

Metodológicamente, existe una gran variedad de tipología que va hacer definida por la investigadora una vez que se establezca la relación entre el objetivo que se quiere alcanzar y el tipo de investigación, pues existe entre éstos una relación intrínseca “el investigador debe ubicar en sus estudios, en la tipología que mejor se adapte a la investigación y que cumpla con el propósito planteado”. (Balestrini, 2003)

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Según Trochim, el diseño de la investigación “es el pegamento que mantiene el proyecto de investigación cohesionado. Un diseño es utilizado para estructurar la investigación, para mostrar cómo todas las partes principales del proyecto de investigación funcionan en conjunto con el objetivo de responder a las preguntas centrales de la investigación.” El diseño de la investigación es como una receta. Así como una receta ofrece una lista de ingredientes y las instrucciones para preparar un platillo, el diseño de la investigación ofrece los componentes y el plan para llevar a cabo el estudio de manera satisfactoria. El diseño de la investigación es la “columna vertebral” del protocolo de investigación. (Trochim, 2005)

El objetivo de realizar un diseño investigativo, es manejar de mejor manera la información para poder administrar los recursos que se van a utilizar, por otro lado cuales serían las herramientas que se implementaran para poder llevar a cabo la investigación, ya que de otra manera sería imposible lograrlo si no sería con una breve planificación, organización y finalmente la ejecución.

Con la finalidad de obtener los resultados más adecuados y que vayan de la mano con el ensayo, para esto se realizaran cuatro entrevistas a profundidad y observación directa dentro de las empresas, se escogió cuatro empresas a conveniencia del investigador muy aparte que fueron las únicas que abrieron las puertas a sus instalaciones para poder realizar la investigación.

2.2 TIPO DE INVESTIGACION

Según Malhotra, Naresh. (2008, pág. 321) se realiza el muestro por conveniencia para obtener elementos convenientes porque la selección de las unidades la hace el investigador.

Se desarrollara una investigación Muestreo por conveniencia para la determinación del cumplimiento de los objetivos planteados, para el levantamiento del análisis situacional, la cual dará detalles de acerca de los factores que afectan de alguna manera a la distribución del producto.

De esta manera se puede especificar las preferencias que tienen las empresas respecto a un tema en específico, variables que ayudan a identificar la manera de distribuir el producto y cuáles son sus parámetros.

2.3 FUENTES DE INFORMACION

Según Kinnear y Taylor, se consideran datos primarios aquellos recolectados específicamente para las necesidades inmediatas de la investigación. Las fuentes primarias son, por tanto, fuentes contenedoras de información nueva u original, que no se encuentra disponible de forma interna ni externa sino que es generada por el propio trabajo de investigación. (T.C. Kinnear y J.R. Taylor, 2012)

2.3.1 PRIMARIA

La investigación primaria, es la que proporcionara la información más importante ya que es ahí donde se ejecuta la entrevista y la observación directa luego de eso los posibles resultados, por medio de ella se lograra establecer los factores, necesidades que se necesita para poder acercarse y reconocer cuales son los inconvenientes que aun padecen.

2.3.2 SECUNDARIA

Esta investigación secundaria, aportara de manera positiva al proyecto ya que es base de sustento de algunos puntos donde necesariamente se tiene que buscar información en este tipo de medios como:

- Diarios digitales e impresos.
- Revistas de las empresas.
- Banco central del Ecuador.
- INEC.
- Página de las empresas.

2.4 TIPOS DE DATOS

2.4.1 CUALITATIVO

La información recopilada permitirá conocer las distintas percepciones, experiencias que tiene el personal de la empresa como también conocer a la competencia en distintos aspectos, acerca de la elección del cacao y de otro tipo de objeciones con respecto a su traslado.

2.5 HERRAMIENTAS INVESTIGATIVAS

2.5.1 HERRAMIENTAS CUALITATIVAS

Entrevistas a profundidad

Se realizará un banco de preguntas, la mayoría de ellas serán abiertas con la finalidad de poder profundizar algunos temas y poder despejar dudas, esta técnica de investigación intenta descubrir cuáles son las perspectivas y experiencias que tienen los expertos en el campo.

Se realizaran cuatro entrevistas a profundidad de las cuales se dividen en las distintas empresas agroexportadoras, para obtener información de los jefes de otras empresas, con esto se obtendrá información de las ventas internas como al exterior, la preferencia del mejor cacao etc.

Observación Directa

Esta técnica es de mucha relevancia ya que se obtienen datos desde la perspectiva del investigador, donde se pueden despejar dudas acerca de temas inconclusos, saber cómo se maneja el proceso antes de la distribución dentro de la planta de cada empresa, esta investigación es de análisis propio ya que no se puede hacer preguntas solo observar el movimiento del producto y posteriormente su traslado.

2.6 TARGET DE APLICACIÓN

2.6.1 DEFINICIÓN DE LA POBLACION

Esta investigación se realizará a las empresas escogidas por el investigador, las cuales se eligieron a los cuatro jefes de logística de cada una de ellas que son las personas indicadas para la realización de la investigación y de esta manera despejar las interrogantes. A continuación las empresas seleccionadas:

Tabla 2

Empresas a Investigar

	Maquita Agro Ing. Cesar Marcos	CocoaMarket Ing. Pedro Martinetti	Cocoaecuador SA. Ing. Álvaro Alcívar	Eco-Kakao SA. Ing. Nixon García
	<ul style="list-style-type: none"> - Se encuentran ubicados en el Km. 26 Vía Perimetral, Guayaquil. - Con más de 30 años en el mercado Ecuatoriano, trabajando con pequeños productores, acopian la producción en más de 25 centros de acopio. - Los principales clientes son de Estados Unidos, Italia, España, Holanda y Suiza. 	<ul style="list-style-type: none"> - Con su matriz principal en Quevedo y cede en Guayaquil. - Con más de 23 años en el mercado Ecuatoriano, los 20 centros de acopio se distribuyen en todo el país. - Sus clientes son de Estados Unidos, Alemania, Japón, México, Italia, Bélgica, Chile, Holanda, Italia, España, 	<ul style="list-style-type: none"> - Se encuentra ubicada en el Km. 14.5 vía Daule, Guayaquil. - Con aproximadamente 20 años en el mercado Ecuatoriano, existen 5 centros de acopio donde almacén la producción. - Sus clientes son de Estados Unidos, América Latina, Asia y Europa, también hacen ventas locales pero son mínimas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se encuentra ubicada en el Km 7.5 vía Daule, Guayaquil. - En el mercado Ecuatoriano tienen más de 15 años, poseen 8 centros de acopio donde almacenan el producto. - Sus clientes son Estados Unidos, Canadá, México, Italia, Japón, China

Fuente: Investigación en la web

Elaborado por: El Autor

2.7 RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

2.8 RESULTADOS CUALITATIVOS

2.8.1 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A PRODUNDIDAD

Entrevistado: Ing. Cesar Marcos

A continuación se expondrán las preguntas más relevantes con respuestas concisas.

1.- ¿Con respecto a las ventas, crecen anualmente?

Si, tienen un crecimiento anual muy importante, es un rubro importante para el país y para la empresa. Aproximadamente crecen de un 7% hasta un 10% tomando en cuenta que las ventas son en relación a las exportaciones.

2.- ¿Qué es lo que le preocupa actualmente en la empresa?

Hay algunos temas que preocupan actualmente a la empresa, como se puede mencionar; el abastecimiento del producto a la matriz, en algunos casos la mala planificación de la logística de salida del producto, el desembarco del producto, la falta de apoyo por parte de los estibadores.

3.- ¿Si tocamos el tema de distribución del cacao, alguna novedad?

Por el momento se tiene inconvenientes con la distribución por temas del clima, estado de la calzada, vías cerradas, en deslave, entonces perjudica el libre acceso de los camiones hacia su destino y a su vez retrasa los siguientes procesos que esto conlleva a la inconformidad del comprador.

4.- ¿Si tocamos el tema de desembarco del producto, alguna novedad?

En muchos casos hace falta el apoyo por parte de los estibadores que vienen de los centros de acopio, causa inconformidad en la matriz y a su vez desinterés en terminar la labor lo más rápido posible, se tomaran medidas en el asunto para el personal reiterativo.

5.- ¿Si tocamos el tema de logística del producto, alguna novedad?

En muchas ocasiones no se puede hacer nada al respecto por más que la empresa tenga planificado diversas formas de evadir el invierno, se trata de cambiar las rutas, modificar el camino aunque se demore un poco más, pero en este tiempo es complicado enfrentarse al invierno.

6.- ¿Reestructurar la logística sin una previa investigación?

No es la manera adecuada, lo que se debería de hacer es realizar una previa investigación, tomar en cuenta los factores relevantes para que después se pueda tomar las posibles soluciones acerca del tema, sin embargo no hay tiempo que perder y se debe de realizar lo antes posible.

Tabla 3

Resultado de entrevistas a Jefes de Logística

	CocoaMarket Ing. Pedro Martinetti	Transmar Ing. Álvaro Alcívar	Eco-Kakao SA. Ing. Nixon García
1.- ¿Con respecto a las ventas, crecen anualmente?	Es una pregunta muy confidencial, por tratarse de la competencia y de la finalidad de la información, las ventas crecen anualmente no todos los años son fructíferos pero se trata de mejorar en lo que se pueda y salir adelante, aproximadamente crecen las ventas en el 12%.	Es un tema muy importante para la empresa y delicado, las ventas crecen simultáneamente cada año pero hubieron años donde no se corrió con la misma suerte, las ventas se fueron a pique, como la época de la corriente del niño, las ventas crecen el 10%.	Las ventas crecen anualmente un aproximado del 13% lo que nos enorgullece, pero hay momentos donde las ventas no crecen lo esperado y decaen por fenómenos ambientales etc.
2.- ¿Qué es lo que le preocupa actualmente en la empresa?	Existen problemas todos los días, unos que se solucionan y otros que todavía perduran, en la actualidad preocupa el invierno y su irregularidad con el clima, las ventas bajan, desembolso de dinero para cubrir percances de tema	Lo que tiene preocupado a todas las empresas agricultoras es el clima que día a día arremete contra el producto, el recorte de personal obligatorio por falta de ventas, las carreteras en mal estado producto de las lluvias, etc.	La falta de abastecimiento del producto por consecuencia las ventas bajan, impuntualidad en el despacho de los pedidos, multas que generan pérdidas para el vendedor, pérdida de clientes por mala organización.

	logístico como de prevención, problemas en el puerto marítimo por papeles inconformes, etc.		
3.- ¿Si tocamos el tema de distribución del cacao, alguna novedad?	En la actualidad es un tema muy preocupante para cada uno de los exportadores, si se habla localmente la distribución queda debiendo ya que existen problemas geográficos para poder desplazarse de un lugar a otro lo cual genera inconformidad, a los camiones se les presenta inconvenientes en el camino.	Es complicado cuando vía terrestre hay que llegar a un lugar lejano, ya que puede pasar un sin número de cosas en el camino lo cual dificulta y preocupa, el tiempo es algo muy importante y para la empresa extranjera es un pecado mortal que el producto llegue a destiempo lo cual se cuida mucho.	Satisfactoriamente el traslado del producto para realizar sus procesos no es extenso, pero existe la dificultad de tener que llevarlo hacia el Puerto Marítimo de Guayaquil lo que si afecta en cuestión de tiempo.
4.- ¿Si tocamos el tema de desembarco del producto, alguna novedad?	Otro tema interno que en algunos casos molesta la ineficiencia de algunos colaboradores, en muchos casos se tiene que hacer dos veces el proceso que es el hecho de bajar y subir el producto ya que existen	En algunos casos existe molestia entre los estibadores, aluden que no hay compromiso con la empresa ya que no demuestran que quieren el trabajo, y eso ocasiona que el personal trabaje sin ganas y eso	No existen problemas de desembarco, los estibadores colaboran con los compañeros con la finalidad de realizar el trabajo eficaz y eficiente.

	distintos problemas como la humedad, perforaciones en los quintales por la seguridad policial.	perjudica a la empresa.	
5.- ¿Si tocamos el tema de logística del producto, alguna novedad?	Si se trata en el ámbito local se puede decir que existen novedades con respecto a la logística por lo que hay falencias en las carreteras, el tema de las lluvias causa desmanes, lo mismo sucede con los deslaves, interrupción de las carreteras, el tráfico se torna pesado existe colisiones entre vehículos, por el lado externo muy bien se maneja por barco y llega al puerto en el tiempo adecuado.	Normalmente se tienen establecidos los parámetros y algunas advertencias acerca de cómo está el camino y su constante comunicación con el personal a cargo, a pesar de tener organizado todo existen inconvenientes con respecto al clima, el vehículo sufrió algún daño, lo detienen para revisión, al momento de embarcar y su llegada no existe inconveniente.	Existen problemas que no se pueden manejar como los ecológicos y geográficos, aunque se tomen medidas en el caso siempre existirán novedades en el trascurso de la mercadería, por parte del exterior no hay novedades ya que el producto se queda en el puerto.

Elaborado por el autor

2.8.2 RESULTADOS DE LA OBSERVACION DIRECTA

Tabla 4

Resultados de la Observación Directa

	Maquita Agro Ing. Cesar Marcos	CocoaMarket Ing. Pedro Martinetti	Transmar Ing. Álvaro Alcívar	Eco-Kakao SA. Ing. Nixon García
Puntos Positivos	<ul style="list-style-type: none"> - El producto se descarga de manera adecuada. - El proceso de secado se maneja con normalidad. - El proceso de tostado se desarrolla con normalidad. - El personal se encuentra en su zona de labores. - Los camiones ubicados para el embarque. 	<ul style="list-style-type: none"> - Llegada del producto en tiempos adecuado. - Desembarco del producto para sus procesos. - Elección de la muestra para su exportación. - Calificación del cacao según su tipo. - Salida del producto hacia el Puerto Marítimo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Llega el producto a la matriz. - Se desembarca el producto para sus procesos respectivos, secado, tostado, calificación. - Salida del producto hacia el Puerto Marítimo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Llegada del producto hacia la matriz. - Desembarco del producto para secarlo, tostarlo y calificación del mismo. - Selección del producto de acuerdo a su tipo. - Salida del producto ara embarcar.

<p>Puntos Negativos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Demora en la llegada del producto desde sus centros de acopio. - No hay control en los horarios de almuerzo. - Percance en el transcurso del producto. - No se toma precaución con respecto a las lluvias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Retraso en el tiempo de llegada del producto. - En algunos casos el producto llega mojado. - Toma de decisión con respecto al clima. - El personal no está capacitado. En ciertos aspectos. 	<ul style="list-style-type: none"> - En algunos casos se demora en llegar el producto. - Los quintales llegan rotos en algunos casos. - El personal no está presto a brindar su ayuda. 	<ul style="list-style-type: none"> - La falta de comunicación en el trayecto del producto. - No llega a tiempo el producto. - Percances en la carretera por no prevenir.
-------------------------	---	--	---	---

Elaborado por el autor

3. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Los jefes de logística llevan aproximadamente de 10 a 20 años dentro de las empresas, con un amplio conocimiento acerca del cacao y su gran experiencia en mercados internacionales, con respecto a las ventas tienen un mercado amplio fuera del país ya que las empresa exportan su cacao y tiene como destino, Estados Unidos, Italia, España, Holanda, Francia y algunos países más, anualmente crecen aproximadamente de 7% a 13% de sus ventas totales, lo cual significa un ingreso considerable para las empresas y una buena rentabilidad.

Las ventas podrían mejorar, pero hay algunos inconvenientes con respecto al clima variado del país, por lo que la producción del cacao en los centros de acopio de las empresas baja ya que existen inconvenientes climáticos, en mucho de los casos se tiene mucha demanda por parte de las empresas extranjeras pero la capacidad instalada en los centros de acopio no pueden abastecer en pocos casos sus pedidos, se trata de mantener un equilibrio en las exportaciones ya que el producto se tiene que pedir con muchos días de anticipación.

Una de las maneras para mejorar la producción es crear más centros de acopio en distintas partes del Ecuador, para se tiene que hacer un análisis [tanto de la Ciudad como del suelo, para esto se toma un tiempo en analizar en algunos momentos el clima de territorio como de su suelo para saber si es fértil y luego de eso se pone en marcha el proyecto, antes de todo se debe presupuestar y con el Ok de presidencia se realiza lo acordado.

Con respecto a las preocupaciones en las empresas, existen muchas pero las más considerables en este momento, es la distribución del cacao, la logística de la misma, en otros temas el tiempo que se tarda en llegar la mercadería, la manera de descargar, bajas en las ventas por causas de la madre naturaleza, gastos por cubrir sobretiempos.

Con el tema de distribución del cacao, existen inconvenientes con respecto al clima del país ya que se está atravesando por problemas de lluvia, la mala organización de los centros de acopio en su distribución, el no tener un plan B al momento de tener un problema cuando el producto está en camino a su destino final, los inconvenientes que existen en el camino, manejar de una manera distinta la distribución ya que es un producto que fácilmente se lo pueden robar, muy aparte que están resguardados.

Hay muchos factores que afectan a la distribución del cacao, como se mencionaba anteriormente y aparte de ellos existen las plagas que pueden adquirir, el producto no puede recibir ninguna clase de lluvia ya que esto atrasa el proceso de la exportación, porque se tiene que secar el cacao hasta cierto grado porque se puede tostar, el precio del cacao tiene una variación de todos los días, entonces todo se tiene que tomar en cuenta para poder fijar el precio al momento de venderlo al exterior.

El tiempo es un factor que incide mucho en el negocio, por lo que se tiene que ser precavido al momento de realizar un traslado de un lugar a otro, en pocas ocasiones se ha tenido inconvenientes de tiempo de entrega con el comprador y obviamente se toman medidas de recompensa, pero no es la idea porque de algún modo se pierde un poco de lo que se debería haber ganado, lastimosamente es un factor que no se puede evadir si no que se tiene que jugar con él y estar de la mano para que las cosas marchen de mejor manera y no tener inconvenientes a futuro.

No existe manera alguna de erradicar el problema, pero se pueden dar opciones para evitar este tipo de inconvenientes, como realizar un estudio del tiempo y saber en qué momento puede llover, las vías que están en mal estado, salir con algunas horas de anticipación, llevar el equipo necesario en caso de que surja un problema, mantenerse siempre en contacto con la matriz Guayaquil y con el personal de seguridad.

El responsable de los problemas no solucionados, es estrictamente del jefe del centro de acopio ya que es el quien debería de dar las posibles soluciones al caso y no esperar que pases las cosas para tomar medidas en los asuntos, el jefe de logística de la matriz Guayaquil es quien debe estar al tanto de lo sucedido en estos centros de acopio ya que tiene la supervisión de los mismos, pero es responsabilidad de los jefes tomar acciones acerca de esos temas, siempre y cuando el gerente tenga su aprobación si se trata de desembolsar dinero.

Con el tema del desembarco del producto, hay algunos temas que están causando conflictos con los trabajadores de la matriz versus los centros de acopio, ya que al momento de que un camión tiene que llevar la mercadería a su destino en el van dos trabajadores de apoyo con la finalidad de ayudar al desembarco del producto, en algunos casos se cumple a cabalidad en otros a medias y en algunos no se cumple, entonces causa disconformidad con los estibadores de la matriz, ya que no sienten ni ven el apoyo de los otros compañeros hacia la labor que realizan.

Se plantearon dos maneras de solucionar el problema, el primero que deberían de comprometerse con la empresa y de la misma manera que se sienten comprometidos ayudar en lo que más se pueda a los compañeros, la segunda es en el caso de ser reiterativo y no ayudar en al personal en el desembarco del producto se lo tiene que hacer a un costado, ya que no está cumpliendo con las ordenes que la jefatura indico.

En la logística del producto, existen problemas a diarios lo cual no se pueden solucionar de la noche a la mañana ya que no depende de las empresas sino del entorno geográfico, ambiental, existe problema en los caminos para legar al destino final, las lluvias afectan de tal manera que causan inundaciones en las vías, los caminos en mal estado las otras vías que existen en algunos tramos se encuentran con derrumbes y esto causa malestar al comprador que es la matriz Guayaquil.

La manera más idónea de mejorar la logística es de realizar algún estudio que mantenga al tanto día a día de los fenómenos naturales que puedan pasar, de los derrumbes y todo lo que esta inmiscuido en la afectación de la transportación del cacao, ya que sería de gran ayuda tener en cuenta en qué momento se puede tener libre acceso y que el camión tenga fluidez en su recorrido para así no tener inconvenientes en el trayecto.

4. RECOMENDACIONES

Tomar medidas con respecto a la distribución del cacao dentro de la ciudad de Guayaquil, para que no sufran percances y estén prevenidos en el trayecto del producto.

Mantener el producto en lugares cerrados y con las debida precaución de los insectos y de la madre naturaleza.

Los camiones deben tener una tolda para que cubra el producto y no llegue mojado en su totalidad, puede ocasionar perdidas por la humedad del producto.

Optimizar los recursos que las empresas brindan a cada uno de los centros de acopio como de la matriz, para así dar solvencia en sus gastos operacionales.

4.1 FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Este proyecto tiene como prioridad conocer los factores que están afectando a la distribución en la ciudad de Guayaquil, que se debe tomar en cuenta para no cometer algunos errores operacionales.

Es importante para el sector agropecuario conocer donde hay falencias dentro de la distribución con la finalidad de mantener alertas a las empresas y pequeños productores que el clima es un tema importante dentro de este negocio.

Se determina que los factores que afectan a la distribución son el tiempo y el clima como las que destacan negativamente en el traslado del producto de un lugar a otro.

Durante la investigación se pudo determinar que las empresas manejan sus centros de acopio en algunas ciudades del país lo cual es un tema favorable para poder abastecer la matriz y a su vez ellos puedan distribuir el producto en el exterior.

ANEXO

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

En el Ecuador, para junio de 2015 el empleo adecuado es el 45,9% de la PEA; se observa una disminución estadísticamente significativa de 2,9 puntos porcentuales con respecto al 48,8% de junio de 2014 lo cual es un dato muy importante a considerar ya que la disminución afecta de alguna manera a la producción del cacao, por lo que el personal puede renunciar o la empresa hace un recorte de personal para disminuir sus egresos, también afecta a las familias de los ex colaboradores. (INEC, 2015)

El empleo inadecuado nacional se encuentra en 49,1%, en junio de 2015, a comparación del 46,3% del mismo periodo del 2014; un incremento anual estadísticamente significativo de 2,7 puntos porcentuales, quiere decir que hay en algunos casos informalidad, estos casos se dan para empresas que prestan servicios de personal de limpieza, amas de casa, que a las empresas no les importa reducir las horas al personal con tal de pagar menos y no tener que pagar por horas que en algunos casos no se hace nada. (INEC, ECUADOR EN CIFRAS, 2015)

La tasa de desempleo nacional, a junio de 2015, se ubica en 4,5%, sin variación significativa respecto al 4,7% del mismo periodo de 2014, es un valor que se mantiene pero que preocupa al país ya que debería de bajar de forma más acelerada para así mantener al país más estable laboralmente. (INEC, 2015)

Definición de términos.

PEA

Población económicamente activa (PEA): Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados). (INEC, ECUADOR EN CIFRAS, 2015)

Empleo adecuado.

Empleo adecuado, Personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana, independientemente del deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. También forman parte de esta categoría, las personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan menos de 40 horas, pero no desean trabajar horas adicionales. (INEC, 2015)

Empleo inadecuado

Empleo inadecuado, Personas con empleo que no satisfacen las condiciones mínimas de horas o ingresos y, que durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales menores al salario mínimo y/o trabajan menos de 40 horas a la semana, y pueden o no, desear y estar disponibles para trabajar horas adicionales. Constituyen la sumatoria de las personas en condición de subempleo, otro empleo inadecuado y no remunerado. (INEC, 2015)

Preguntas de la Entrevista a Profundidad

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Qué edad tiene?
3. ¿Qué tiempo tiene dentro de la empresa?
4. ¿Cuál es su puesto dentro de la empresa?
5. ¿Con respecto a las ventas, crecen anualmente?
6. ¿Qué porcentaje más o menos se maneja?
7. ¿Se podría mejorar?
8. ¿Cómo y de qué manera?
9. ¿Qué es lo que le preocupa actualmente en la empresa?
10. ¿Si tocamos el tema de distribución del cacao, alguna novedad?
11. ¿Cuáles son los factores que afectan a la distribución?
12. ¿De todos los mencionados cuales son los más importantes?
13. ¿Cree usted que el tiempo es un factor que afecta directamente?
14. ¿Qué se debería hacer al respecto?
15. ¿Cuáles son las medidas para contrarrestar?
16. ¿Quién tiene la responsabilidad de aquello?
17. ¿Si tocamos el tema de desembarco del producto, alguna novedad?
18. ¿Cuáles son los inconvenientes?
19. ¿Que se debería de hacer al respecto?
20. ¿Qué cambios pueden haber?
21. ¿Si tocamos el tema de logística del producto, alguna novedad?
22. ¿Alguna manera de mejorar la logística?
23. ¿Reestructurar la logística sin una previa investigación?

BIBLIOGRAFIA

- Arellano- Rivera . (2013). Conducta del consumidor : estrategias y políticas aplicadas al marketing. En Arellano-Rivera, *Conducta del consumidor : estrategias y políticas aplicadas al marketing* (págs. 38-419). España: ESIC.
- El Telegrafo. (30 de Mayo de 2014). *El Telegrafo*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/industria-de-juguetes-se-suma-a-reduccion-de-importaciones.html>
- Ecolife. (2014). Obtenido de Ecolife: <http://www.ecolife.co/index.php/ecobienestar/167-el-juego-tan-importante-en-la-ninez-como-en-la-vida-adulta>
- INEC, ECUADOR EN CIFRAS. (20 de MARZO de 2015). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Presentacion_Empleo_Marzo_2015.pdf
- AEPap. (6 de Junio de 2014). *Asociación Española de Pediatría de Atención Primaria*. Obtenido de Asociación Española de Pediatría de Atención Primaria: <http://www.familiaysalud.es/crecemos/el-adolescente-joven/el-juego-en-los-adolescentes-de-14-18-anos-una-actividad-necesaria>
- AgroMaquita. (04 de abril de 2014). Obtenido de <http://www.fundmcch.com.ec/cacao/index.php>
- Alda Oballe, J. T. (1974). Manual sobre centros de acopio. En J. T. Alda Oballe, *Manual sobre centros de acopio* (pág. 13). lima.
- Alejandro Mollá, Gloria Berenguer. (2006). Comportamiento de Consumidor. En G. B. Alejandro Mollá, *Comportamiento de Consumidor* (pág. 18). España: Editorial UOC.
- Alex Vanegas. (23 de Noviembre de 2014). *Diario El Universo*. Obtenido de Diario El Universo: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/11/23/nota/4256206/servicio-privado-suplir-carencias>
- Alfaro, M. (1983-1904). Carnaval. En M. Alfaro, *Carnaval* (pág. 8). Uruguay: Trilce.
- ANECACAO. (20 de enero de 2016). Recuperado el 23 de febrero de 2016, de <http://www.anecacao.com/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html>
- Banco Central Del Ecuador. (31 de Octubre de 2014). *Banco Central Del Ecuador*. Obtenido de <http://www.bce.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/716-la-econom%C3%ADa-creci%C3%B3-en-35-impulsada-principalmente-por-exportaciones-y-con-una-importante-contribuci%C3%B3n-de-la-inversi%C3%B3n>
- BELLO, S. S. (2010). MARKETING VIRAL. En S. S. BELLO, *MARKETING VIRAL* (págs. 16- 570). Mexico: UOC.
- Benjamin, Franklin. (2004). Organizacion de empresas. En F. Benjamin, *Organizacion de empresas* (pág. 362). Mexico: McGraw- Hill.
- Bolivar, U. A. (2012). *Ley de la juventud*. Obtenido de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/369/File/PDF/CentrodeReferencia/Temasdeanalisis2/ninezadoloscenciayjuventud/documentos/leyjuventudecuador.pdf>

- Brown, S. (2009). A Jugar. En S. Brown, *A Jugar* (págs. 110-111). URANO.
- Castellano, A. (2009). En A. Castellano, *Manual de gestios logistica de transporte y distribucion de mercancías* (págs. 5-260). Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Criado, Gerard Martínez. (2012). *Dialnet*. Obtenido de Dialnet:
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=102501>
- Diario El Telegrafo. (30 de Octubre de 2014). *Diario El Telegrafo*. Obtenido de Diario El Telegrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/ecuador-sustituye-el-25-de-las-importaciones-en-juguetes-galeria>
- Diario El Telegrafo. (16 de Noviembre de 2015). *Diario El Telegrafo*. Obtenido de Diario El Telegrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-industria-del-juguete-emplea-a-2-000-personas>
- Diario El Universo. (2 de Septiembre de 2011). *Diario El Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2011/09/02/1/1356/poblacion-pais-joven-mestiza-dice-censo-inec.html>
- Dr. José García Falconí. (2011). EL DERECHO CONSTITUCIONAL A LA SALUD. *Derechoecuador.com*, 1-3.
- Ediciones Just. (28 de Febrero de 2012). *Ediciones Just*. Obtenido de Ediciones Just: http://www.key4communications.com/es/toys/analisis/jugar-en-la-adolescencia-favorece-la-comunicacion-entre-padres-e-hijos_53.html
- El Comercio. (25 de agosto de 2014). Recuperado el 23 de febrero de 2016, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/mercado-mundial-demanda-cacao-ecuatoriano.html>.
- El Telegrafo. (13 de Diciembre de 2015). *El Telegrafo*. Obtenido de El Telegrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/con-sentido/35/el-poder-del-nino-a-la-hora-de-consumir>
- El Tiempo. (30 de Octubre de 2014). *El Tiempo*. Obtenido de El Tiempo: <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/151810-optimizar-el-tiempo-para-compartir-con-los-hijos/>
- El Universo. (01 de MARZO de 2014). Recuperado el 23 de febrero de 2016, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/03/01/nota/2257241/buena-cosecha-precio-alto-afianzan-sector-cacaotero>
- El Universo. (03 de enero de 2015). Recuperado el 23 de febrero de 2016, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/03/nota/4394461/camaron-banano-cacao-alza-cafe-arroz-ganado-vaivenes>
- El Universo. (05 de enero de 2016). Recuperado el 23 de febrero de 2016, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/01/05/nota/5326702/cuatro-sectores-productivos-evaluan-impactos-nino>
- El Universo. (08 de enero de 2016). Recuperado el 23 de febrero de 2016, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/01/08/nota/5331061/nino-tendria-su-pico-proximo-mes-segun-inocar>

- Esteban, J. A.-I. (2004). Comportamiento del Consumidor. En J. A.-I. Esteban, *Comportamiento del Consumidor* (págs. 55-523). Madrid: ESIC .
- Ferrel, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos. (25 de abril de 2006).
- Freud, S. (24 de Abril de 1923). *cconsumer*. Obtenido de <https://cconsumer.wordpress.com/comportamiento-del-consumidor-2/comportamiento-del-consumidor-definicion-y-teorias/>
- Gómez & Cárle. (2004). Los contratos en el Marketing Internacional. En D. G. Cárle, *Los contratos en el Marketing Internacional* (págs. 33-385). MADRID: ESIC.
- INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf
- INEC. (2010). *INEC PEA*. Obtenido de INEC PEA: [file:///C:/Users/USER1/Downloads/Analis+y+Proyeccion+de+la+Poblacion+Economicamente+Activa+\(PEA\)+del+Ecuador.pdf](file:///C:/Users/USER1/Downloads/Analis+y+Proyeccion+de+la+Poblacion+Economicamente+Activa+(PEA)+del+Ecuador.pdf)
- INEC. (Enero de 2013). *INEC INFO ECONOMIA* . Obtenido de INEC INFO ECONOMIA: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info11.pdf>
- INEC. (10 de FEBRERO de 2014). Recuperado el 23 de FEBRERO de 2016, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac_2014/Resultados_2014/2.%20Presentacion_ESPAC_2014.pdf
- INEC. (20 de marzo de 2015). *ecuador en cifras*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Presentacion_Empleo_Marzo_2015.pdf
- Javier Alonso Rivas e Ildefonso Grande. (2013). Comportamiento del Consumidor, decisiones y estrategia de marketing. En J. A. Esteban, *Comportamiento del Consumidor, decisiones y estrategia de marketing* (pág. 93). Madrid: ESIC Editorial.
- Kanuk, S. (2005). Comportamiento del Consumidor. En S. Kanuk, *Comportamiento del Consumidor* (págs. 8-587). Person Education.
- Kotler & Armstrong. (2003). Fundamentos de Marketing. En P. K. Armstrong, *Fundamentos de Marketing* (págs. 339-650). Pearson Educacion.
- KOTLER, PHILIP Y ARMSTRONG, GARY. (2012). Marketing. En P. Y. KOTLER, *Marketing* (págs. 13- 720). México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Lamb Ch, H. J. (2002). En *Marketing* (pág. 383). Mexico: Thomson Editores.
- Malhotra,. (2001). Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina. Mexico: Pearson.
- Malhotra, Naresh. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta edición ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Marshall, A. (8 de Marzo de 2008). *pousiroxi*. Obtenido de <http://pousiroxi.blogspot.com/2008/03/teora-economica-de-marshall.html>

- Mollá Descals, Alejandro. (2006). Comportamiento del consumidor. En A. Mollá Descals, *Comportamiento del consumidor* (págs. 20- 239). Editorial UOC.
- OJI. (28 de Febrero de 2012). *Observatorio del Juego Infantil*. Obtenido de Observatorio del Juego Infantil: <http://www.observatoriodeljuego.es/index.php>
- Philip Kotler y Gary Armstrong. (2003). Fundamentos de Marketing. En P. K. Armstrong, *Fundamentos de Marketing* (pág. 191).
- Phillip Kotler y Gary Amstrong 2003. (s.f.). Comportamiento del consumidor. En P. K. Armstrong, *Fundamentos de marketing*. Mexico: Pearson Prentice Hall.
- Phillip Kotler y Gary Amstrong. (2003). Comportamiento del consumidor. En P. K. Armstrong, *Fundamentos de marketing*. Mexico: Pearson Prentice Hall.
- Por Guillermo Guerrero H. . (20 de enero de 2014). El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV. *Lideres, Revista*, 2-10.
- PRO Ecuador. (20 de junio de 2015). Recuperado el 25 de febrero de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/ecuador-pronostica-baja-en-produccion-de-cacao-ecuatoriano-por-lluvias/>
- Revista EKOS. (Septiembre de 2014). *Revista EKOS*. Obtenido de Revista EKOS: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=4553>
- Rivas Javier Alonso; Grande Esteban Ildefonso. (2010). Comportamiento del consumidor. Decisiones y estrategia de marketing. En R. J. Alonso, & G. E. Ildefonso, *Comportamiento del consumidor. Decisiones y estrategia de marketing* (págs. 433-509). España: ESIC Editorial.
- Rivera, A. M. (2012). Conducta del consumidor: estrategias y tácticas aplicadas al marketing. En A. M. Rivera, *Conducta del consumidor: estrategias y tácticas aplicadas al marketing*. España: ESIC.
- Rivera, Arella, Morelo. (2012). Conducta del consumidor: estrategias y tácticas aplicadas al marketing. En A. M. Rivera, *Conducta del consumidor: estrategias y tácticas aplicadas al marketing*. España: ESIC.
- Rosario García Cruz. (2002). Marketing Internacional. En R. G. Cruz, *Marketing Internacional* (págs. 29-385). España: ESIC.
- Social, M. d. (2013). *Ministerio de Inclusion Economica y Socia*. Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/master-agenda-ni%C3%B1ez-2da-edicion.pdf>
- Solé Moro, María Luisa. (2003). Los consumidores del siglo XXI. En M. L. Solé Moro, *Los consumidores del siglo XXI* (págs. 98- 224). ESIC Editorial.
- T.C. Kinnear y J.R. Taylor. (2012). Temas de investigación comercial. Alicante: Editorial club universitario.
- UNESCO. (2012). *EL NIÑO Y EL JUEGO UNESCO*. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001340/134047so.pdf>

UNICEF. (JUNIO de 2006). *UNICEF*. Obtenido de UNICEF:
http://www.unicef.org/uruguay/spanish/GUIA_5.pdf

Veblen, T. (22 de Marzo de 2013). *cconsumer*. Obtenido de
<https://cconsumer.wordpress.com/comportamiento-del-consumidor-2/comportamiento-del-consumidor-definicion-y-teorias/>

Veblen, Thortein. (22 de Marzo de 2013). *Consumer*. Recuperado el 10 de febrero de 2016,
de <https://cconsumer.wordpress.com/comportamiento-del-consumidor-2/comportamiento-del-consumidor-definicion-y-teorias/>

Xavier Montero. (2014). *Diario El Comercio*. Obtenido de Diario El Comercio:
<http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/se-busca-duplicar-produccion-de.html>



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Factores que inciden en la distribución del cacao de las empresas agroexportadoras en la Ciudad de Guayaquil.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Marcos San Lucas, Abraham Esteban		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ing. Jaime Samaniego, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Ingeniería en Marketing		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	15 de Marzo del 2016	No. DE PÁGINAS:	46
ÁREAS TEMÁTICAS:	Marketing, Investigación de mercado		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Canal de distribución, Logística, Empresas Agroexportadoras, Investigación.		
RESUMEN/ABSTRACT (127-250 palabras):			
<p>La investigación realizada se obtuvo información relevante, que sirvió para conocer los factores que influyen en la distribución del cacao de sus centros de acopio hacia la ciudad de Guayaquil. La industria del cacao en Ecuador está en crecimiento ya que en el exterior se encuentra bien posicionado y su demanda es alta.</p> <p>El target que se analizó para las distintas investigaciones son empresas Agroexportadoras de la ciudad de Guayaquil, con gran experiencia en la rama de las exportaciones, se escogió a los jefes de operaciones de cuatro empresas nacionales.</p> <p>Al finalizar las investigaciones el autor considera diferentes conceptos de canal de distribución, logística para analizar el proceso de transportación del producto de un lugar a otro.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 042-001534 / 0987659364	E-mail abraham_marcos@hotmail.es	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Mendoza Villavicencio, Christian Ronny		
	Teléfono: +593-4-2209207 / 09999522471		
	E-mail: christian.mendoza01@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Marcos San Lucas Abraham Esteban, con C.C: # 0925574626 autor/a del trabajo de titulación modalidad Examen Complexivo: Factores que inciden en la distribución del cacao de las empresas agroexportadoras en la Ciudad de Guayaquil, previo a la obtención del título de **INGENIERO EN MARKETING** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, modalidad Examen Complexivo, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 15 de marzo de 2016

f. _____

Marcos San Lucas Abraham Esteban

C.C: 0925574626