

REVISTA CIENTÍFICA
EVALUADA POR PARES.

Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho

VISIONARIO

DIGITAL

EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
CIENCIAS SOCIALES Y DEL COMPORTAMIENT
PERIODISMO E INFORMACIÓN
DERECHO

VOLUMEN 2

REVISTA VISIONARIO DIGITAL

Revista científica evaluada por pares VISIONARIO DIGITAL

La revista Visionario Digital es una revista científica evaluada por pares permitiendo la divulgación de investigación en áreas de Ciencias **sociales y del comportamiento, educación comercial y administración, derecho, Periodismo e información**, se publica en formato digital trimestralmente.

Misión

-  Visionario Digital es una revista científica de relevancia académica e investigativa, que tiene como fin la evaluación y la difusión de nuevo conocimiento científico de alta calidad, fruto de la investigación de docentes, estudiantes y profesionales, con criterios de excelencia académica, científica e investigativa que demanda la comunidad científica y la sociedad en general.

Visión

-  En el mediano plazo ser una revista reconocida por la comunidad científica, nacional, por sus publicaciones de relevancia y pertinencia con énfasis en las Ciencias Económicas, Administrativas y Jurídicas, además en ese periodo se deberá formar parte de las bases bibliográficas más reconocidas en las áreas mencionadas.

Valores

-  VISIONARIO DIGITAL se compromete a cumplir con los siguientes valores que permitirán desarrollar de manera objetiva el fin de la gestión en la academia e investigación:
 - Imparcialidad: Selección de los artículos científicos a publicar con alto criterio de responsabilidad y equidad, sin favorecer a algún investigador.
 - Veracidad: Las investigaciones a publicar que serán tomadas en cuenta y revisadas para verificar la veracidad de los datos que se presentan, de la misma manera es de estricta responsabilidad la información que presentan los autores.
 - Compromiso: Encaminar a las investigaciones presentadas en la revista, su divulgación pertinente, con el fin de dar a conocer a la comunidad científica la calidad de los artículos científicos.

ISSN: 2602-8085 Versión Electrónica

Los aportes para la publicación están constituidos por:

- 🕒 Artículos Originales, Artículos de Revisión, Informes Técnicos, Comunicaciones en congresos, Comunicaciones cortas, Cartas al editor, Estados del arte & Reseñas de libros

EDITORIAL REVISTA CIENCIA DIGITAL



- 🕒 Editor de la revista Visionario Digital Efraín Velasteguí López.¹

¹ DrC. En Ciencias Pedagógicas PhD. Máster en Tecnologías de la Información y Multimedia Educativa & Máster en Docencia y Currículo para la Educación Superior, Editorial Ciencia Digital registrado por la Cámara Ecuatoriana del libro Reg. 663

Contacto: Visionario Digital, Jardín Ambateño, Ambato- Ecuador
Teléfono: 0984058533

Publicación:

w: www.visionariodigital.org

w: www.cienciadigitaleditorial.com

e: tcarrascor@yahoo.com

Directora General
Dr. Tatiana Carrasco R.

TABLA DE CONTENIDOS

Articulos	Paginas
<u>Micro Emprendimientos Familiares de Calzado en Tungurahua.</u> Glenda Reinoso, Alex Vargas, Ibeth Pico	5-18
<u>El internet y el comercio electrónico como desarrollo de las Pymes.</u> Cristina Estefanía Acosta Rivera, Adriana Roció Roció Tintín Caiza	19-38
<u>Análisis de la producción y la comercialización del banano como aspecto socio económico.</u> Efraín Velasteguí López, Erik Herrera Vargas	39-52
<u>Impacto económico en la producción y comercialización de helados artesanales elaborados a base de mora en la parroquia Tingo la Esperanza.</u> Mery Magaly Ninasunta Toapanta	53-64
<u>El impacto socioeconómico de la producción del maracuyá.</u> Efraín Velasteguí López, Mónica Guamán Rodríguez	65-74



Recibido: 19-01-2017 / Aceptado: 15-02-2017 / Publicado: 01-04-2017

Micro Emprendimientos Familiares de Calzado en Tungurahua.

Micro Family Enterprises of footwear in Tungurahua.

Vargas Alex.¹, Reinoso Glenda.² & Pico Ibeth.³

DOI: <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i4.206>

Resumen.

El presente artículo se trata sobre los microemprendimientos de calzado en la Provincia de Tungurahua, donde estos son pequeñas empresas de no máximo de diez personas, por lo general los operarios son los mismos familiares, pero que generan ganancias, fuentes de empleo y el crecimiento del PIB en nuestro país. Estos pequeños emprendimientos u organizaciones nacen en las zonas rurales del país, por la necesidad de salir de problemas económicos que enfrentan las familias ecuatorianas y dar solución al desempleo. También se lo conoce como autoempleo ya que surgen gracias a las propias ideas de los emprendedores. Los microemprendimientos están basados en el objetivo número tres del plan del buen vivir del Ecuador el cual consta de mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos. Al igual que su relación con el objetivo número nueve del plan del buen vivir el cual nos dice que nos garantiza un trabajo digno en todas sus formas.

Palabras clave: Microemprendimientos, desempleo, económicos, empleo, calzado.

Abstract.

The present article treats itself on the familiar micro employment in the Ecuador, where these are small enterprises of not maximum of ten persons, in general the operatives are the same relatives, but that generate earnings, sources of employment and the growth of the GDP in our country. These small employment or organizations are born in the rural zones of the country, for the need to go out of economic problems that face the Ecuadoran families and to give solution to the unemployment. In addition, it is known as auto employment since they arise thanks to the own ideas of the entrepreneurs. In addition, it is known as self-employment since they arise thanks to the ideas of entrepreneurs. Micro-

¹Universidad Técnica de Ambato, FCADM, Ecuador, alexvargastrilli@hotmail.com

²Universidad Técnica de Ambato, FCADM, Ecuador, glendys_25@yahoo.com

³Universidad Técnica de Ambato, FCADM, Ecuador, ibethpicorobles@hotmail.com

enterprises are based on objective number three of the plan of the good living of Ecuador, which consists of improving the quality of life of Ecuadorians. As well as its relationship with the target number nine of the plan of the good living which tells us which guarantees us a decent work in all its forms.

Key words: Mike employments, unemployment, economic, employment, families.

Introducción.

Los Micro emprendimientos se han constituido como un fenómeno que surge especialmente en las zonas rurales del país a partir del deterioro generalizado de las condiciones de ingreso y empleo de los sectores populares, se observa en estas organizaciones una tendencia al surgimiento de generación de empleo e ingresos con un apoyo importante por parte del Gobierno puesto que aporta con un porcentaje importante en el PIB.

Uno de los objetivos de los microemprendimientos es mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos, y garantizar un trabajo digno en todas sus formas este está respaldado en el Plan Nacional del Buen Vivir.

No podemos hablar de un impacto masivo de este tipo de micro emprendimientos apenas es una mínima porción del universo de este tipo de actividades, esto nos llevó a realizar una investigación que se refiere a las condiciones funcionales acerca de estos micros emprendimientos.

La manera más frecuente a salir de situaciones de desempleo o falta de actividad laboral es el autoempleo o la idealización de micro emprendimientos, donde los trabajadores informales son aquellos operarios por cuenta propia en los emprendimientos familiares.

Esta situación de poder resolver el problema de la subsistencia en el mercado de trabajo formal hace que estas, estrategias de generación de ingresos formen parte de las estrategias de supervivencia que despliega el grupo domestico para poder garantizar su subsistencia.

No todas las actividades económicas de autoempleo tienen a conformarse micro emprendimientos, es posible que estén implícitos recursos y estrategias de supervivencia diferentes a las de otras actividades informales.

La mayor parte de los microemprendimientos establecidos en las zonas rurales establecen un vínculo con organismos gubernamentales, no gubernamentales, etc.

Metodología.

El presente artículo se ha desarrollado mediante una investigación participativa en la que se utiliza metodología de observación e investigación para el análisis de la información. El artículo que a continuación se presenta se ha desarrollado tomando en cuenta la cantidad de micro emprendimientos que existe en la ciudad de Ambato como sus diferentes tipos.

Gran parte de los micro emprendimientos familiares han surgido en base a la necesidad de tener un trabajo ya que en su mayoría la empezar el emprendimiento eran parte de la población inactiva, al utilizar la metodología mencionada anteriormente se observó que los micro emprendimientos en su mayoría están ubicados en la zona rural de algún sector.

Dicha metodología se diseñó específicamente para alcanzar dos propósitos:

- a) Recoger información sobre la cantidad, tipos y causas del micro emprendimientos familiares.
- b) Analizar este sector productivo del país como son las fuentes de empleo, el aporte al crecimiento del PIB, la participación y apoyo del Gobierno.

Por tratarse de una investigación participativa, es empírica e implica el involucramiento activo de la población con la que se trabaja, además de la utilización de un muestreo intencional, es decir los datos recaudados se seleccionaran según los criterios e información requerida.

Revisión literaria.

Hace muchos años atrás las microempresas o microemprendimientos, son un tema muy importante en la opinión de las personas. Tanto los microemprendimientos como las pequeñas, medianas y grandes empresas con su triunfante desempeño tienen incidencias en lo que se refiere al desarrollo económico de cada país. Existe una gran unión en la PYMES, ya que posiblemente son conocidas como las más firmes y hacen a un lado a las microempresas especialmente en el momento de hablar de mantenerse en el mercado.

Las pequeñas empresas nacen especialmente en los países latinoamericanos, en nuestro caso en el Ecuador en exclusivo por la necesidad de salir de problemas económicos, la mayoría de estos microemprendimientos son nombrados de tipo informal, es decir una organización que surge espontáneamente y naturalmente entre las personas que ocupan posiciones en la organización formal y a partir de las relaciones que se establecen entre sí como ocupantes de cargos. Pero así como los que recién nacen, a los que ya llevan un tiempo en el mercado son declarados como microemprendimientos formales, las cuales están basadas en la división del trabajo, las pequeñas organizaciones son considerados como mecanismos para salir de la pobreza, la cual es la falta de recursos materiales, o falta del desarrollo de las capacidades de una persona.

Es por eso que es lógico realizar una revisión de este tema basándonos en la literatura, los factores importantes que llevan al éxito a un micro emprendimiento, sabiendo que el éxito es la subsistencia, la superación y las ganancias que se consiguen con estas organizaciones. Para crear una buena idea o ser un excelente micro emprendedor, tiene que haber pasado por una buena educación tanto primaria, secundaria y universitaria, y capacitaciones para así alcanzar el éxito del micro emprendimiento, además se puede obtener un buen acceso a un capital financiero para tener alternativas de financiamiento, para así hacer posible que se generen nuevas y mejores actividades productivas y la innovación del producto.

Para que estos proyectos se mantengan en el mercado los micros emprendedores deben destacarse en la formación obtenida, y la continua capacitación y tener un buen financiamiento. Se necesita tener en cuenta los factores del éxito de una micro empresa, una de ellas es el tamaño del micro emprendimiento, otro es el nivel de endeudamiento que tiene esta mini organización la cual debe ser una deuda que se pueda controlar y no salirse de las manos del propietario, además de una buena infraestructura, contar con tecnología de punta y una excelente comunicación entre empleador y operarios en nuestro caso entre la familia que conforman las pequeñas empresas.

Además, tenemos el entorno en el que se lleva a cabo el micro emprendimiento es decir que esto también tiene una gran influencia y tiene que ver mucho con el éxito del micro emprendimiento, donde se destaca el apoyo económico que recibe por parte del gobierno, no solo económico sino en capacitaciones para el desarrollo de la misma.

Para concluir con el tema debemos determinar que el éxito o el fracaso de los micro emprendimientos se basa en si es más productiva que las otras, la cual se va agrandando si se hace las cosas o actores mencionadas anteriormente, también es tener a un excelente emprendedor para que el proyecto que se está llevando a cabo pueda surgir y así dar estabilidad económica a la familia emprendedora.

En si este proyecto tiene como finalidad demostrar el índice de pequeñas empresas de calzado que existen en la provincia de Tungurahua, ya que es una de las potencias del Ecuador en el procesamiento de cuero, gracias a esto varios microempresarios se ven beneficiados ya que cuentan con el requisito de la materia Price cerca de sus negocios y a un buen precio, además las grandes procesadoras de cuero tienen beneficios para que los pequeños emprendedores obtengan grandes beneficios para la adquisición de su materia prima y no tengan que ir a buscar en otro sector.

Varios reportajes de diarios como el UNIVERSO han catalogado que Tungurahua es el principal promotor de cuero en el país, contando tanto con pequeñas empresas que quieren superarse y seguir creciendo en el mercado como grandes empresas que ya incursionan en este mercado durante varios años como por ejemplo calzado VENUS, una de las marcas preferidas en el mercado, y como ejemplo a seguir de las otras empresas.

Se dice que Ecuador en uno de los países que utilizan los microemprendimientos como una salida de la pobreza la cual nos dice que ayuda tanto al ciudadano que las crea como al gobierno ya que al crecer esta microempresa el estado se ve beneficiado con sus ganancias y así poder aportar a él. En cifras podemos hablar que en el Ecuador el 90% de los negocios son microempresas y además son familiares.’

Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo 2.

Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad.

El reconocimiento igualitario de los derechos de todos los individuos implica la consolidación de políticas de igualdad que eviten la exclusión y fomenten la convivencia social y política. El desafío es avanzar hacia la igualdad plena en la diversidad, sin exclusión, para lograr una vida digna, con acceso a salud, educación, protección social, atención especializada y protección especial.

Objetivo 3.

Mejorar la calidad de vida de la población.

Mejorar la calidad de vida de la población es reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.

Objetivo 8.

Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

El sistema económico mundial requiere renovar su concepción, priorizando la igualdad en las relaciones de poder, tanto entre países como al interior de ellos. De igual manera, dando prioridad a la (re)distribución y al ser humano, sobre el crecimiento económico y el capital (Senplades, 2009). Esta nueva concepción permitirá concretar aspectos como la inclusión económica y social de millones de personas, la transformación del modo de producción de los países del Sur, el fortalecimiento de las finanzas públicas, la regulación del sistema económico, y la justicia e igualdad en las condiciones laborales.

Objetivo 9.

Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable.

De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas.

Objetivo 10.

Impulsar la transformación de la matriz productiva.

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y

diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.

Objetivo 11.

Asegurar la soberanía y de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica.

El Ecuador tiene una oportunidad histórica para ejercer soberanamente la gestión económica, industrial y científica, de sus sectores estratégicos. Esto permitirá generar riqueza y elevar en forma general el nivel de vida de nuestra población. Para el Gobierno de la Revolución Ciudadana, convertir la gestión de los sectores estratégicos en la punta de lanza de la transformación tecnológica e industrial del país, constituye un elemento central de ruptura con el pasado.

Estado del arte

(Bellingi & Sergio, 2013) “Una de las nuevas formas que asume la política social es la promoción de micro emprendimientos (ME) productivos, entre cuyos objetivos se destaca que los desocupados obtengan ingresos provenientes de su trabajo. Durante largo tiempo se consideró a la actividad microempresaria sólo como un refugio, al que acudían los desempleados o la población más pobre que no tiene acceso al mercado de trabajo formal. Especialmente entre los pobres estructurales, la promoción de tareas productivas destinadas al autoconsumo o al intercambio informal surgía como una alternativa frente a otras políticas puramente asistencialistas. Estos emprendimientos productivos se basan en las propias capacidades de trabajo de los desocupados y requieren poco capital inicial. Debido a esto la gran mayoría genera bajos ingresos, al punto de no permitir salir del sector informal al no poder hacer frente al pago de impuestos u otras normativas legales.”

(Blaser, 2003) “El mercado ofrece desafíos a los micro emprendimientos productivos, cuyos integrantes (los emprendedores) responden proveyendo de bienes y servicios, siempre que han estudiado correctamente ese mercado. Además las diferentes organizaciones de la comunidad requieren habilidades de los emprendedores que, a su vez, pueden dar respuesta a las necesidades constituyendo redes sociales que los impulsen y dinamicen.

Sin capital (capital circulante, es decir, dinero, es bastante difícil gestar una empresa. Es necesario primero constituir un micro emprendimiento que permita a través de la relación con otros y de la integración en el contexto social, cubrir las necesidades, incorporar un ingreso a la familia o ampliar los ingresos y acumular capital.

Los micros emprendimientos constituyen una organización que generalmente tiene su origen en la cercanía residencial y cuyos pilares son:

- El trabajo en equipo, o trabajo colectivo.
- El compromiso y la responsabilidad de las tareas por parte de los integrantes del equipo.
- La aceptación de un líder en la conducción.
- Una capacitación constante y la adaptación a los cambios económicos y sociales permanentes del mundo actual.”

(Glas, 2014) “Este es el momento de cambiar la Matriz Productiva y lo haremos solo con ustedes: los emprendedores”, expresó el segundo Mandatario, Jorge Glas Espinel, durante la inauguración del programa Progresar, que impulsa la Corporación Financiera Nacional (CFN) y que tiene como objetivo otorgar créditos a pequeños y medianos emprendedores, quienes no disponen de las garantías necesarias que solicitan las instituciones financieras para entregarles líneas de crédito.

El Vicepresidente afirmó que es necesario arriesgar. “Se necesita la decisión de arriesgar, arriesgarse a emprender, a construir e innovar. Ese es el gran desafío de todos los ecuatorianos”, señaló Glas, quien enfatizó que ya el país tiene las condiciones para despegar en el emprendimiento e innovación.

El programa Progresar, que nació luego de que el Fondo de Garantías para la Micro y Pequeña Empresa (Fogamype) superara las expectativas, es una de las primeras medidas concretas para el cambio de la Matriz Productiva y significa también un hito en el sistema financiero nacional”

Es importante apoyar a los micro emprendimientos puesto que si estos se llegan a desarrollar positivamente, beneficia de muchas formas ya sea que genera fientes de empleo y con esto ayuda a disminuir la tasa de desempleo del país, y por otro lado ayuda a generar ingresos al país. Para los pequeños y medianos emprendedores uno de los limitantes para llevar a cabo su idea ha sido la dificultad de acceder a un crédito, es por esto que el Vicepresidente Jorge Glass, se ha dedicado en los últimos tiempos a apoyar a los micro emprendimientos en conjunto con la CFN.

Resultados.

Posteriormente como resultado, se coloca a disposición la información de nuestra investigación.

Todos sabemos que los micro-emprendimientos familiares son una pauta para alcanzar grandes logros empresariales, también son una parte importante en el mundo empresarial

y en la economía del país, porque ayuda a solventar las necesidades básicas de la sociedad en general, a aceptar desafíos y a responder a las exigencias cambiantes de los consumidores.

Una de las características más relevantes de los micro-emprendimientos, comparados con las grandes empresas es que son más dinámicas, flexibles (habilidad para cambiar rápidamente de dirección), adaptables y son capaces de responder a las condiciones cambiantes del entorno.

Según Ecuador Cifras (2014), el índice de Actividad Emprendedora Temprana, conocido como TEA, es del 15,82% en Ecuador. Esto quiere decir que siete de cada 10 ecuatorianos adultos están en proceso de iniciar un negocio o gestionando una nueva empresa (de no más de 42 meses). Pese al dinamismo que evidencian los números, este índice -considerado el eje del GEMha registrado un importante descenso respecto del 2004, la primera vez que se aplicó el estudio localmente, cuando el TEA fue del 27,2%, y ubicó al Ecuador en el tercer lugar del ranking mundial.

En el Ecuador se conoce que el 90% son micro-emprendimientos familiares, se puede decir que cada día se va creando una, pero solo son algunas las que sobreviven en el transcurso, o a su vez duran poco y los cierran, estos emprendimientos son capaces de transformar al mundo por su innovación, su forma de trabajar en equipo y ofrecer sus productos. Por todo eso los micro-emprendimientos familiares han llegado a alcanzar una cima alta a nivel empresarial, varios de ellos se han convertido en un éxito total que han sido reconocidas a nivel nacional y también internacional, no ha sido una tarea fácil pero la unión y la fuerza de todos los miembros de la familia denota que todas las barreras se pueden superar.

Los microemprendimientos familiares en la industria del calzado en Tungurahua existen una gran proporción de fábricas y talleres textiles en los sectores de Cevallos, Quero, Mocha y Tisaleo.

Un dato importante que debemos destacar es que la industria y confección de calzado a nivel nacional en el último año generó alrededor de 465 millones de dólares cifras importantes para el PIB.

Más de la mitad de los emprendedores ecuatorianos están entre los 25 y 44 años de edad y la incorporación de mujeres a este segmento es cada vez más significativa. La diferencia radica en que los hombres emprenden primordialmente por oportunidad, mientras que las mujeres son más sensibles a la necesidad. Esta motivación usualmente es más determinante en segmentos que no han tenido la oportunidad de acceder a educación formal o que han completado un nivel medio.

Ecuador consta entre los 15 países con mayor tendencia a iniciar nuevos negocios. Las fortalezas de sus emprendedores son la juventud y la capacidad de detectar oportunidades del mercado; sus debilidades, la falta de capital y la poca capacitación. El emprendimiento puede ser un motor de la economía, pero su impacto aún es incipiente.

Resumen.

SEGÚN (ACEVEDO, 2009), (ALLES, 2005), (CRUZ VARGAS, 2001), (LESANSKI, 2001) (VIVANCO, 2011), (tORCIGLIANI, 2007).- Micro emprendimiento son los diferentes tipos de empresas pequeñas que generan ganancia, las cuales son propiedad y administrados por los propios emprendedores, los cuales son los propios operarios de estas pequeñas organizaciones, y que generalmente no cuentan con gran cantidad de empleados. Se trata de emprendimientos individuales o familiares que requieren una baja inversión. Su forma jurídica puede llamarse economía informal. También se dice que es un desafío que tienen los sectores más pobres de un país para superar la pobreza y poder sustentar los gastos de la familia. Son organizaciones que no cuentan con más de diez empleados, las cuales son una opción frente al subempleo y a la desocupación de las personas. Estas pequeñas empresas ofrecen una gran variedad de actividades productivas y de servicios. Para su elaboración o empezar un proyecto de estos no se necesita mucho capital y bajos costos operativos.

SEGÚN (Blaser, 2003) (Coraggio, 2012) (Ramos, 2013) concuerdan que el micro emprendimiento en general como los familiares tienen ciertas características propias como son:

- Goza de ventajas crediticia otorgada por ciertos bancos con el propósito de fomentar su desarrollo y combatir el desempleo.
- El emprendedor necesita de asesores externos porque no cuenta con los conocimientos requeridos.
- Quien emprende un negocio está dispuesto a arriesgar cierto capital.
- Intenta encontrar presupuestos convenientes para la adquisición de productos materiales.
- Tienen una reducida cantidad de miembros.
- Son dirigidos por los propietarios.
- Su capital no es significativo, la mano de obra es mucho más importante.
- La comunicación es permanente por tratarse de pocas personas.
- Se aceptan los cambios sin mayores dificultades.
- La administración y gerenciamiento es intuitiva.
- Poseen pocos activos.
- Tiene posibilidad de adaptarse a los cambios rápidamente

Micro emprendimientos Familiares.

Según (Valenzuela, 2005) (Internos, 2008) (Financiera, 2015)

La microempresa es definida como aquella que considera el rango de 1 a 10 trabajadores y todos o casi todos son miembros de la familia, se toma en cuenta el valor de activos fijos hasta \$20.000 y ventas hasta \$50.000. Es aquella que utiliza tecnología simple o

adaptada, mano de obra intensiva y con un coeficiente menor a \$1000. Su organización utilizada en la microempresa es familiar, incluyendo la actividad económica realizada al interior de la vivienda.

La microempresa familiar es una empresa que pertenece a uno o más personas naturales que realizan actividades empresariales en la casa habitación en que residen. Las labores profesionales, oficios, comercio, pequeñas industrias o talleres, artesanía o cualquier otra actividad lícita que se realizan en ese domicilio, son entonces, de prestación de servicios o de producción de bienes. Sin embargo, la ley excluye aquellas actividades consideradas peligrosas, contaminantes y molestas.

Ventajas e inconvenientes de la microempresa familiar.

La principal ventaja de una microempresa es la flexibilidad que caracteriza a este tipo de negocios, debido a su estructura simple, que le permite una mejor y rápida adaptación al mercado.

Sin embargo, las microempresas familiares cuentan con algunas desventajas, como la falta de financiación para poder poner en práctica sus planes de expansión, tanto geográfica como tecnológica. Esta falta de financiación normalmente acarrea limitaciones a la hora de competir con otras empresas e impide las posibilidades de crecimiento.

Características:

- Funciona necesariamente, en la casa habitación familiar.
- Puede pertenecer a una o más personas naturales que residan en casa.
- Los activos productivos de la microempresa no deben superar los 1.000 unidades de fomento (se excluye el valor del inmueble).
- No deben trabajar en ella más de cinco personas extrañas a la familia.
- Cada empresa familiar requiere previamente autorización Sanitaria.

Una empresa en su definición más estricta es una “acción dificultosa que se acomete con resolución”. Entonces empresa familiar será aquella “acción dificultosa que una familia comete con resolución” y para ello compromete sus bienes propios (patrimonio) para alcanzar el éxito.

Podemos considerar que una empresa familiar es una unidad productiva, generalmente de tamaño pequeño, que pertenece al núcleo familiar que la fundo y al dirige un miembro de ese núcleo familiar.

Desventajas y problemas en la empresa familiar.

Las empresas familiares son los ejes de nuestra sociedad. En la mayoría de las empresas, pequeñas, medianas y grandes, están involucrados parientes y amigos sobre quienes descansan grandes responsabilidades. Esto ayuda a generar riqueza, y a unir esfuerzos, pero suelen presentarse diversos problemas:

1. La sucesión (proceso que se enfrenta tarde o temprano)
2. Centralización del poder (demasiada responsabilidad)
3. Organización
4. Nepotismo y manipulación (Abuso del poder de parientes o amigos)
5. Tensiones en la brecha generacional.

Principales Micro emprendimientos Familiares en el Ecuador

Según página de **Industria del calzado Ecuador** (Ecuador, 2014)(**página oficial de gerentes de calzado a nivel nacional**) menciona que los microemprendimientos nacieron de pequeños talleres familiares, con su ingenio e innovación surgieron al mundo empresarial fomentando el espíritu emprendedor que existe en los ambateños y hoy son reconocidos a nivel nacional y además su producto es enviado a varios países por su calidad y diseño.

En el país cada año se realiza una feria dedicada al calzado donde los fabricantes tanto nacionales como extranjeros exponen sus productos. En dichas ferias el sector de Tungurahua siempre ha sido criticado fructuosamente por la calidad de sus productos, la excelente materia prima y por los precios competitivos.

A continuación se mencionan algunas empresas que nacieron de un microemprendimiento y que hoy en día se encuentran constituidas en el mercado, cuentan con un gran número de clientes y varios nichos de mercado posicionados por estas.

Principales microemprendimientos de calzado en Ambato – Tungurahua.

- **Nerverland Footwear** Teléf.: 032843707
- **Dublauto Imporcalza** Teléf.: 032 829 - 145 / 032 829 – 133
- **Marjorie Botas** Teléf.: 03 285 – 0667
- **Calzado Zepol** Teléf.: 03 246 – 7025
- **Calzado Misshell Bosseli** Teléf.: 03 243 – 6792
- **Creaciones Anabelle** Teléf. 03 242 - 3946
- **Creaciones Vanessa** Teléf. 03 246 – 0534
- **Calzado Luigi Valdini** Teléf. 032 854-249 / 032 854-471
- **Calzado Deportivo GOB Shoes** Teléf. 03 245 – 1119
- **Calzado Dovian**
- **Calzado Venus**
- **DACRIS Shoes** Teléf.: 099 555 - 4083 / 098 342 – 6410
- **Calzado Trajano Basantes** Teléfono: 03 285 - 2672
- **Buffalo Calzado Industrial** Teléfono: 03 241 - 0094 / 032 841 – 4

Informe CALTU.

La industria del calzado ha experimentado un importante crecimiento desde el 2009. Datos obtenidos de la Cámara de Calado de Tungurahua (Caltu), señalan que de los 15 millones de pares de zapatos que se producían en el 2008, se pasó a 28,8 millones en el 2011 desde ese año ha ido ascendiendo la cifra. Es decir, en el transcurso de estos años, el nivel de facturación se incrementó en un 15% según el Ministerio de Industrias.

Una de las principales razones para este repunte es la aplicación del arancel mixto, que entro en vigencia desde el 01 de junio del 2010.

Con estos aranceles, que imponen un gravamen del 10% a cada para importado, se trata de proteger al calzado nacional, principalmente ante a los productos con costos más reducidos que ingresaban de China, Colombia o Perú.

En el año 2008, en el país existía alrededor de 600 empresas productoras de calzado que nacieron como un microemprendimiento que estaban a punto de quebrar, pero gracias a las medidas gubernamentales se dinamizo este sector.

Según datos del Censo Económico, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el país, existen 870 establecimientos que se dedican a la producción de calzado.

Mientras que CALTU indica que hasta este año están registrados 4500 productores, a escala nacional, entre grandes, medianos y artesanos. De esta cantidad, el 50% pertenecen a la provincia de Tungurahua.

Con zapatos nacionales a precios competitivos, se produjo el efecto domino en el mercado, que desencadeno en mayores compras. Cifras del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) muestran que, en el 2010, la venta interna de calzado nacional represento USD 165,7 millones y para el siguiente año escalo a 318 millones.

CALTU también ayuda a que muchas firmas tungurahueses lleguen a varios locales comerciales de Guayaquil, Cuenca, Loja, Quito, Manta y Machala. Los zapatos se venden en cadenas comerciales como Etafashion, DePrati y Casa Tosi.

Actualmente una de las empresas que envía mercadería al exterior es Plasticaucho Industrial S.A, esta compañía, también ambateña, exporta zapatos de lona, botas de caucho y calzado escolar de cuero a Colombia y Perú.

Conclusiones.

- Los micro emprendimientos de calzado en el Ecuador en la provincia de Tungurahua se han ido desarrollando cuando la gente del sector vio la necesidad

de salir de la pobreza y es ahí cuando empezaron los pequeños proyectos de calzado ya que gracias a que existe varios proveedores de cuero se hace fácil la adquisición de la materia prima.

- De los pequeños proyectos que surgen en la provincia de Tungurahua en la ciudad de Ambato han ido creciendo poco a poco han llegado a posicionarse de una gran manera competitiva en el mercado como un gran ejemplo tenemos la empresa Gamos que gracias a la perseverancia que han tenido sus dueños y trabajadores se convirtió en una de las empresas principales de de calzado en Ambato.
- El micro emprendimiento se han convertido para la sociedad general en un reto porque después de idear la manera de salir adelante con pequeños talleres que son integrados por los propios miembros de la familia como recurso humano y con una pequeña cantidad como capital, estas personas han hecho de su negocio grandes empresas que en la actualidad son reconocidas a nivel nacional o en otros casos han llegado a internacionalizarse, es así como en este caso la provincia de Tungurahua en el área de calzado tiene a varios autores de firmas reconocidas.
- Para el PIB el micro emprendimiento familiar en la industria del calzado en los últimos años han representado cifras importantes. En el Ecuador el 90% son emprendimientos familiares, es decir que cada día existe alguien con una idea de crear algo nuevo y demostrar que en el Ecuador existe gente con pensamiento innovador.

Bibliografía.

ACEVEDO, D. (2009). *PRIMER FORO DE JOVENES DEL MECOSUR*. CHILE: BIANCHI.

ALLES, M. (2005). *AUTOEMPLEO*. BUENOS AIRES: GRANICA.

Blaser, M. (2003). *Investigacion Evaluativa de FOPOSOL*. San Carlos.

Coraggio, J. L. (5 de Octubre de 2012). *Economia de los sectores populares*. Bogota.

CRUZ VARGAS, A. (2001). *EXPERENCIAS Y PERSPECTIVAS DEL PROYECTO DE GENERACION DE EMPLEO RURAL*. BOGOTA: TICA.

Ecuador, C. (2014). *Directorio de calzado en Ecuador* . Obtenido de <http://www.calzadoecuador.com/>

Financiera, N. (Febrero de 2015). *La pequeña empresa familiar* . Obtenido de Instituto PYME: <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3528/La-peque%C3%B1a-empresa-Familiar>

Ing. Carlos Morlás Espinoza . (2006). *Ecuador ¿Pais de Emprendedores?* Guayaquil: Ecotec.

- Internos, S. d. (marzo de 2008). *Microempresas Familiares* . Obtenido de http://www.sii.cl/contribuyentes/empresas_por_tamano/microemp_familiares.htm
- LESANSKI, P. (2001). *UNA EMPRESA EN MARCHA*. BAHIA BLANCA: SAN VAL, INCORPORATED.
- Ramos, E. S. (2013). *Estudio CEDES* . Espana.
- Ruiz, A. G. (2006). Empresas Familiares en Ecuador: El caso del Grupo Godoy . *ESPAE Y EMPRESA* , 11 - 13.
- tORCIGLIANI, I. (2007). *MICROEMPRESARIOS FAMILIARES: INTERVENCION DEL TRABAJO SOCIAL*. ESPAÑA: ESPACIO EDITORIAL.
- Valenzuela, M. E. (2005). *¿Nuevo sendero para las mujeres? Microemprendimientos en America Latina*. Buenos Aires : LOM ediciones / CEM .
- VIVANCO, V. (2011). *MAMAT, EMPRENDIMIENTOS PARA MAMAS*. CHILE: PONTIFICIA.
- www.buenvivir.gob.ec/

Para citar el artículo indexado.

Vargas A., Reinoso G. & Pico I. (2017). Micro Emprendimientos Familiares de Calzado en Tungurahua. *Revista electrónica Visionario Digital* 1(1), 5-18. Recuperado desde: <http://www.visionariodigital.org/index.php/VISIONARIODIGITAL/article/view/40/47>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital





Recibido: 12-01-2017 / Aceptado: 08-02-2017 / Publicado: 01-04-2017

El internet y el comercio electrónico como desarrollo de las Pymes.

The internet and e-commerce as a development of Pymes.

Cristina Estefanía Acosta Rivera⁴, Adriana Roció Tintín Caiza⁵

DOI: <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i4.206>

Resumen.

Lo que sigue es una investigación para determinar cómo es el desarrollo del comercio electrónico y su interacción con los medios de comunicación y es un sistema digital personalizado y está a disposición de las personas ya través de la mejora de la tecnología ha sido de gran importancia a la educación en la actualidad.

El comercio electrónico tiene una gran acogida por la gente que necesita para vender productos o servicios a través de la web también tiene que ver con los medios de comunicación porque en el escenario del comercio electrónico no es tecnológico progreso.

Se trata de una nueva industria en la que una nueva plataforma, un nuevo medio y una nueva experiencia nos llevan a tener nuevas oportunidades de negocio.

Creaciones multimedia generalmente se basan en el contenido del archivo con gran atención al detalle, haciendo hincapié en los recursos expresivos más adecuados.

La motivación y el interés del destinatario del documento también promoverán elementos de la marca o una señal de que puede incluir sonidos o efectos de diversa índole en el momento adecuado.

Si la presentación multimedia permite al usuario actuar sobre la velocidad de secuencia o cualquier otro elemento progresar comercio electrónico nos da las herramientas necesarias para que nuestros productos y servicios se venden, o plantea preguntas, pruebas o alternativas que cambian su curso de multimedia de desarrollo, ya que puede decir, entonces describir multimedia, interactivos.

⁴Universidad Técnica de Ambato, FCADM, Ecuador, criss4546@hotmail.com

⁵Universidad Técnica de Ambato, FCADM, Ecuador, adriss2411@hotmail.com

Las compras de bienes y servicios en línea o fuera de línea pueden ser atractiva para la instalación para llevar a cabo, sin embargo, es importante que los consumidores en línea toman precauciones para evitar ser víctimas de prácticas comerciales fraudulentas

Palabras Claves: Comercio electrónico, Multimedia, Hipermedia, Navegador.

Abstract.

What follows is an investigation to determine the development of multimedia and digital is a customized system that is available to people and thanks to of great importance to advancing education today.

It is a new experience, where the interaction with the media I radically different and where we have to learn how to use them.

It is a new industry where a new platform, a new medium and a new experience lead us to have new business opportunities.

Multimedia creations are usually based on file contents with great attention to detail, emphasizing by the most sophisticate expressivere sour cess particular a better understanding by the media. The motivation and interest of their cipi end of the document will al so encourage impact elements, among which may include sounds of various kinds at the right time. Also the organization of information can be improved using sophisticated models of navigation through the document.

Multimedia presentation allows the user to action these quences peedor any other element of their development, or raises questions, testing or alternatives hat modify its course, then describe as interactive multimedia. If he presentation is also constructed as a graph, so that you can

Navigate from one point to other following elements of link, then. It is a hypermedia creation. Hypermedia documents with channel features allow user interest through a route he is choosing at every moment. Thus access to the informations ought is easier.

Keywords : Development, Multimedia, Hipermedia, Browser.

Introducción.

En el presente trabajo analizaremos la importancia, la historia las ventajas, las desventajas del comercio electrónico y el desarrollo de la multimedia y desde su aparición hasta la actualidad siempre teniendo en cuenta que gracias a la multimedia se puede tener una visión amplia de la tecnología interaccionada con el comercio electrónico y el desarrollo de herramientas funcionales como son digitales entre otros.

Este trabajo se enfoca en analizar las ventajas de utilizar las herramientas del comercio electrónico y la multimedia para un aprendizaje de alta calidad

Utilizado en la empresa sería un aporte muy importante ya que en la empresa se necesita innovar, para es muy significativamente utilizar herramientas del comercio electrónico y la interacción de la multimedia para que los productos del cliente tengan los resultados esperados y el cliente a su vez se sienta satisfecho con la calidad del producto gracias a la tecnología que disponemos en la actualidad.

También analizaremos la historia del comercio electrónico y de la multimedia como un ente transformador, de conceptos y de este a su vez como al pasar del tiempo tiene diferentes evoluciones.

Los programas multimedia tienen un gran aporte para la sociedad y para los estudiantes principalmente ya que estos tienen deberes consultas lecciones etc., tenemos que aprender más de la tecnología y aun mas de las herramientas del comercio electrónico.

Una de las herramientas tecnológicas que utilizamos hoy en día son los teléfonos la web y la computadora, para la utilización de estas es necesario tener un conocimiento de la multimedia y de la alta tecnología.

Está por demás decir que la comunicación basada en la aplicación de estas tecnologías cuyo dominio exige capacidades extremadamente desarrolladas.

Para lo cual la multimedia aparece cuando se pensaba utilizar el correo o el uso de la comunicación virtual y digital por ejemplo cuando hablamos de multimedia interactiva se puede decir que es cuando el usuario del proyecto puede controlar ciertos elementos y cuando deben controlarse.

La multimedia requiere cuando es necesario tener acceso a la información electrónica de cualquier tipo y mejora la comunicación entre individuos para tener un ente de información veraz y concisa.

Y presenta la información de diferentes formas que no son comunes a las que estamos utilizando en los negocios sirve para realizar presentaciones publicidad productos.

La multimedia y el comercio electrónico virtual se utiliza para la capacitación de diferentes conceptos de tecnologías es el medio más novedoso y comunicativo la manera de visualizar la multimedia es entenderlo como un medio de comunicación absolutamente interdisciplinario, donde la interacción entre el usuario y la multimedia es lo más importante sin duda alguna aunque el concepto multimedia va más allá de la tecnología estamos bien consientes que este ha podido surgir con el pasar de los años y es más rápido para una efectiva comunicación , y su base primordial es la utilización de tecnología .

El comercio electrónico necesita de la interacción de la multimedia, para su funcionamiento.

Métodos.

Los métodos que se utilizó en este artículo o investigación es la investigación bibliográfica ya que nos basamos en los documentos o artículos de revistas o libros que de acuerdo a estos, fuimos recopilando información veraz y concisa aplicando estrategias de investigación proporcionadas anteriormente.

De acuerdo a la investigación que realizamos el método bibliográfico obtuvimos la información contenida en documentos que contiene la presente información.

Este método nos permitió seleccionar la información necesaria para realizar la conceptualización.

Gracias a este método tenemos una visión acerca de lo que queremos desarrollar.

También utilizamos la investigación científica porque lo hicimos a través de herramientas tecnológicas.

La presente investigación nos ayuda a mejorar el estudio porque nos permite establecer contacto con la realidad a fin de que la conozcamos mejor el desarrollo tecnológico. Constituye un estímulo para la actividad intelectual creadora. Ayuda a desarrollar una curiosidad creciente acerca de la solución de problemas, además, Contribuye al progreso de la lectura señala como realizar un avance tecnológico y la lectura crítica.

Estado del arte.

Lopez, P. C. (2005), Desde el punto de vista comunicaciones, podemos definir al Comercio Electronico como la entrega de informacion, productos, o servicios y pagos por medio de redes o cualquier otro medio electrónico.

El comercio electrónico consiste en realizar transacciones comerciales electrónicamente. Consiste en la transmisión electrónica de datos, incluidos texto, imágenes y vídeo. El comercio electrónico comprende actividades muy diversas, como comercio electrónico de bienes y servicios, suministro en línea de contenidos digitales, subastas, entre otros. El Comercio electrónico consiste en realizar electrónicamente transacciones comerciales; es cualquier actividad en la que las empresas y los consumidores interactúan y hacen negocios entre sí por medio de los medios electrónicos.

Historia del Comercio Electrónico.

La historia del Comercio electrónico es bastante similar a la de la Internet, el Internet surgió en los años 60 como proyecto del ARPA (Agencia de Investigación de proyectos avanzados de defensa). Respecto al comercio electrónico se suelen considerar en 4 generaciones.

Respecto a la Primera Generación: en el año de 1993 las grandes empresas perciben la importancia y comienzan a crear sus sitios web, primero de una manera en la que solo

hablan de su negocio, posteriormente empezaron a realizar catálogos en la red, las páginas son estáticas y el modo de comunicación consistía en un formulario que contactaba a través del correo electrónico.

La segunda generación: Inmediatamente las empresas ya vieron la posibilidad de emplear páginas web para sus negocios surgen los centros comerciales virtuales, que consisten en una infraestructura de una tienda virtual e incluso rentaban espacios para otras tiendas que estuviesen interesadas en dar a conocer sus productos, en cuanto al medio de pago se realizaba a través de tarjetas electrónicas las cuales consisten en transferencias de dinero a través de una tarjeta.

Tercera Generación: se pretende automatizar el proceso de selección y el envío de datos acerca de los productos comprados, surgen las primeras implementaciones de bases de datos junto con aplicaciones web dinámicas y de fácil interacción con el usuario, surge la publicidad “el marketing en la red” y aparecen los primeros protocolos de pago seguro a través de las tarjetas electrónicas.

Cuarta Generación: el contenido ya es completamente dinámico generado a partir de una aplicación web a partir de datos suministrados por un sistema de base de datos, se cuida el diseño y aspecto del sitio empleando diseñadores gráficos especializados en su creación e informáticos para a programación del sitio web, se mejora la seguridad en el sitio y se implementan diversos nuevos mecanismos de control de seguridad.

Además de comprar y vender, las empresas realizan muchas otras actividades, que las mantienen en el negocio, por ejemplo, el vendedor de un producto debe identificar la demanda, promover su producto ante los compradores potenciales, aceptar pedidos, entregar su producto y apoyar el uso de su producto, facturar y recibir el pago de su producto. Y apoyar el uso de su producto por parte de sus clientes después de la venta.

De esta manera se han ido llevando a cabo distintas etapas en la historia del comercio electrónico y seguirá evolucionando al pasar de los años.

El comercio electrónico está en constante crecimiento, mencionó Marcos Pueyrredon, presidente del Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico (ILCE), en la conferencia internacional ‘E-Commerce Day’, que organizó la Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG).

Pese a que esta actividad virtual en el país “se encuentra aún en pañales”, Pueyrredon manifestó que este tipo de comercio “va creciendo muy rápido” en Ecuador.

“En 2010, en Latinoamérica cerramos con 35.000 millones de dólares, y de ese monto, más de 200 millones corresponden a Ecuador”, indicó el presidente del ILCE, al tiempo de comentar que Brasil es el principal país de América Latina que mueve el 60% del comercio virtual.

“Como sector, en los últimos tres años estamos creciendo en una tasa promedio del 50% en Latinoamérica, en que Ecuador está dentro de ese porcentaje. Y tenemos proyectados para los próximos años seguir por arriba de esa tasa”, señaló.

Ante ello, el presidente de la CCG, Eduardo Peña, dijo que esta clase de iniciativas “empujarán” a que Ecuador sea parte de los países “en vanguardia del comercio electrónico”.

Peña sustenta a esta nueva actividad comercial como “un trípode”, en que explicó que una de sus tres patas es la banda ancha de Internet, en el que reconoció el esfuerzo que ha hecho el Gobierno para “dotarnos mejor de este servicio”.

Discusión.

Definición de comercio electrónico.

Según los autores Balado, E. S. (2005); Electrónico, S. e. (2010); Gariboldi, G. (1999); Julian Briz, I. L. (2001); Lopez, P. C. (2010); Nos hablan acerca de que el Comercio Electronico es una moderna metodología que da respuesta a varias necesidades de empresas y consumidores, en la mayoría de las veces hace referencia a la venta de productos por Internet.

También se considera aspectos muy fundamentales como reducir costes, mejorar la calidad de productos y servicios, acortar el tiempo de entrega o mejorar la comunicación con el cliente.

Podemos definir el comercio electrónico como cualquier forma de transacción comercial, no sólo comprar y vender en la que las partes interactúan electrónicamente en lugar de por intercambio o contacto físico o de la misma manera puedes ser directamente. También podríamos hablar de negocios electrónicos, que es más general y reservar el término comercio para las compras y ventas por Internet.

Además también podemos hablar que el Comercio Electronico radica en la compra y venta de mercancías y servicio de acuerdo a la necesidad dl cliente para dar mejor satisfaccion en mopjeores condiciones, y de esta manera se sientan a gusto con e producto o servicio.

Asmismo podemos decir que el Comercio Electronico es una actividad economica y social que ala vez reside en elintercambio de bienes y servicios las mismas que pueden ser para su uso, para su venta o para su tranformacion.

Historia.

para los autores, Perez, G R. (2010); Kleinrock, L. (1964); Lamara, M. J. (2001); Julian Briz, I. L. (2001); Lopez, P. C. (2010); Nos hablan que a principio de los años 1970, asomaron las primeras relaciones comerciales que utilizaban una computadora para transmitir datos, tales como órdenes de compra y facturas.

A mediados de 1980, con el apoyo de la televisión, nació una nueva forma de venta por catálogo, también llamada venta directa, de esta manera, los productos son publicados con mayor realismo, y pueden ser presentados sobresaliendo sus características.

En 1995 los países integrantes del gran mundo crearon la iniciativa un mercado global para pymes, con el plan de acelerar el uso del comercio electrónico entre las empresas de todo el mundo, durante el cual se creó el portal pionero en idioma español.

Asimismo nos dicen que el comercio electrónico es bastante similar como la de internet, ya que van de la mano con la aparición de la misma.

Estos autores nos dicen que de acuerdo a la necesidad del comercio electrónico se origina de la demanda de las empresas y de la administración, para crear un excelente uso de la informática e investigar una mejor forma de aplicar las nuevas tecnologías para así mejorar la interrelación entre cliente y proveedor.

Podemos reafirmar que el año que nació como tal el comercio electrónico fue hacia el año de 1920 en los estados unidos dónde apareció la venta por catálogo.

Este nuevo método de comercialización fue una gran revolución en ese momento, ya que fue la primera vez que se podía obtener sin antes ver el producto.

Asimismo, podemos hablar que la venta por catálogo trabajaba mediante fotos ilustrativas del producto.

La verdadera mejoría que posibilitaba este sistema comercial era que se podía vender en zonas rurales difíciles de acceder debido a diferentes circunstancias.

Igualmente sabemos que esta actividad nació de una necesidad de los hombres para ser autosuficientes.

El intercambio de bienes y servicios es un primer síntoma de la evolución, sin este intercambio no se podría asegurar el mantenimiento ni el desarrollo de los seres humanos.

En la actualidad la historia del comercio ha ido evolucionando, en cierta parte de una forma pausada y lenta

Lo que podemos ver que ahora como comercio electrónico es la última etapa a la cual hemos llegado de este sucesivo desarrollo.

Tipos de comercio electrónico.

Según los autores Aguila, R. (2005). Balseca, A. (2003) Gonzales, R. (1999) Hidalgo, O. Peralta, J. F. (2001) nos dicen que el comercio electrónico se clasifica en.

Business to Business (B2B)

Comercio realizado entre proveedores y clientes empresariales, o sea, de empresa a empresa.

Business to Consumer o Business to Customer (B2C)

Es el comercio entre la empresa productora, vendedora o prestadora de servicios y el consumidor final.

Consumer to consumer (C2C)

Comercio electrónico entre usuarios particulares de Internet. La comercialización de bienes o servicios no involucra a productores y sí a un consumidor final con otro consumidor final, sin intermediarios.

Government to Consumers (G2C)

Comercio entre gobiernos, provincial, federal o municipal y consumidor, por ejemplo, el Pago de impuestos, multas y tarifas públicas.

Government to Business (G2B)

Negocios entre gobierno y empresas, por ejemplo: las compras del Estado a través de internet por medio de licitaciones, concurso de precios, etc.

Intermediario de la confianza

Se entiende por este término a una entidad que crea confianza entre el comprador y el vendedor

Informe diario

Se concentran en formar numerosas alianzas, mantener un amplio contenido y promocionar sus sitios web entre los compradores.

Escaparate de E-Commerce

Aquella entidad económica en la que se desarrollan actividades comerciales utilizando canales tradicionales y digitales

Los tipos de comercio electrónico tienen en gran medida una parte de la multimedia ya que sin ella no podrían ser ejecutados debido a la gran información que estos contienen tienen a ser utilizados como herramienta primordial en un negocio en una pequeña empresa para solucionar diferentes problemas de la empresa y por ende a tratar asuntos netamente de negocios

Los tipos de comercio electrónico podrán ser de cierta manera unas pequeñas pautas para llegar al objetivo en un periodo determinado.

Ventajas y desventajas del comercio electrónico.

Según los autores Aguila, R. (2005). Balseca, A. (2003) Gonzales, R. (1999). Hidalgo.

Peralta, J. F. (2001 nos manifiestan algunas ventajas y desventajas de comercio electrónico

Permite establecer un nuevo canal de comunicación y conseguir la “interacción” entre empresas de distribución o venta y fabricantes o productores, Ofrece la posibilidad de crear compañías totalmente digitales, es decir, virtuales, y no es imprescindible disponer de un espacio físico.

Mejora el posicionamiento de la compañía, pero para eso debemos cultivar la marca y trabajarla a diario para conseguir, con constancia y paciencia, una identidad digital.

Favorece y modifica la relación que se establece entre el fabricante, el distribuidor y los consumidores, impulsando un flujo de información entre todos, que permite la reorientación del producto.

- Realizar mejor negociación con el vendedor.
- Comodidad en la adquisición del bien o producto
- Elimina obligaciones con trabajadores por los contratos.
- Costos de los distribuidores.
- Elimina las pérdidas por mercancía robada.
- Elimina días muertos por causas de huelga.
- Genera mayores ganancias por venta unitaria de un producto.
- Menos inversión en los presupuestos publicitarios.
- Reducción de precios por el bajo coste del uso de Internet en comparación con otros medios de promoción, lo cual implica mayor competitividad.

Desventajas .

- No existe cercanía entre el vendedor y el comprador para proceder con una queja del producto.
- Cobro o poder hacer válida la garantía del producto comercializado.
- Se pierde la capacidad de visualización del producto en comercialización o conocimiento físico del producto.
- Aunque ha avanzado mucho el comercio electrónico, todavía no hay una transmisión de datos segura el 100%.

Las ventajas es que es una forma de transacción rápida y es más barata y no lleva mucho tiempo para poder realizar es decir nos ahorra tiempo y dinero.

Historia de internet.

Para los autores (Atelin, P. 2000); (Gonzales, A. 2002); (Jiménez, I. 2005); (Tanenbaum, A.S. 2000); (Cervera, M.G. 2001), manifiestan que la Internet nació en Estados Unidos, en 1960 crea una red exclusivamente militar, en plena guerra fría, con el objetivo de que, en el caso de un ataque ruso, se pudiera tener acceso a la información militar desde cualquier punto del país.

Internet se inició como un proyecto de defensa de los Estados Unidos. A finales de los años 60, la ARPA (Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados) del Departamento de Defensa definió el protocolo TCP/IP. La idea era garantizar mediante este sistema la comunicación entre lugares alejados en caso de ataque nuclear.

En Agosto de 1969 ARPANET se convierte en una red y es considerada la precursora de Internet. Fue desarrollado y demostrado por primera vez en 1972. El TCP / IP es la base del Internet que sirve para enlazar computadoras que utilizan diferentes sistemas operativos, incluyendo PC, y minicomputadoras. Ahora el TCP/IP sirve para garantizar la transmisión de los paquetes de información entre lugares remotos, siguiendo cualquier ruta disponible.

En 1975, ARPANET comenzó a funcionar como red, sirviendo como base para unir centros de investigación militares y universidades, y se trabajó en desarrollar protocolos más avanzados para diferentes tipos de ordenadores y cuestiones específicas. Actualmente, ARPANET es una red y es considerada la precursora de Internet.

En 1983 se adoptó el TCP/IP como estándar principal para todas las comunicaciones, y en 1990 desapareció ARPANET para dar paso junto a otras redes TCP/IP a Internet. Por aquel entonces también comenzaron a operar organizaciones privadas en la Red.

Poco a poco, los fabricantes de ordenadores personales y redes han incorporado el TCP/IP a sus sistemas operativos, de modo que en la actualidad cualquier equipo está listo para conectarse a Internet.

Internet une muchas redes, Se calcula que en la actualidad hay varios miles de redes de todos los tamaños conectadas a Internet.

Se puede considerar que la Internet se inició en torno al año 1969, cuando el departamento de defensa de los Estados Unidos desarrollo ARPANET, una red de ordenadores creada durante la guerra fría cuyo objetivo era eliminar la dependencia de un ordenador central, y así hacer mucho menos vulnerable las comunicaciones militares norteamericanas.

Luego se conectaron tres computadoras de diferentes universidades y también algunas personas desde sus casas. Fue entonces cuando se empezó a extender Internet por los demás países del mundo, abriendo un canal de comunicaciones entre Europa y EE.UU.

Tanto el protocolo TCP / IP como el control de transmisión fueron desarrollados a partir de 1973, por el departamento de defensa norteamericano.

Cuando en los 1980 la red dejó de tener interés militar, paso a otras agencias que ven en ella interés científico.

Desarrollo de las Pymes

Las pequeñas y medianas empresas se enfrentan a muchos problemas para poder mantenerse en el mercado, aproximadamente se puede establecer que el 80% cierra antes de cumplir los dos años de haber sido lanzada al mercado.

Uno de los factores que intervienen para el fracaso es la falta de innovación tecnológica o el cambio o la poca publicidad existente en la nueva empresa el internet juegan un papel fundamental para que estas pequeñas empresas tengan el éxito.

Si bien una Pyme no cuenta con los recursos necesarios como implementar estrategias de mercado con una capacitación constante en la tecnología por medio del internet, como por ejemplo la publicidad por internet donde se incluye también el comercio electrónico

Como fuente de ingresos para la PYMES es darse a conocer por medio del internet para atraer más clientes para las pequeñas y grandes empresas su costo es significativamente bajo en comparación con medios tradicionales.

El internet es el medio más utilizado por los consumidores para la compra de bienes y servicios.

Cabe resaltar que los de internet pasan ala mayor parte del tiempo en las redes sociales, por lo que es necesario la utilización de diferentes páginas web para la promoción de un producto o servicio. Es en ese momento donde llega a tomar posición el comercio electrónico mediante la creación de distintas páginas web que tenga servicios múltiples para dar a conocer el bien o servicio.

Estos son algunos de los beneficios que una PYME tiene al invertir en publicidad por Internet:

- Mayor eficiencia a menor costo.
- Mayor alcance: Nuestra comunicación puede llegar a personas de todo el mundo.
- Interacción con el cliente: podemos conocer lo que opinan de nosotros y lo que busca o necesita.
- Se proyecta una buena imagen de marca.

- Permite segmentar de mejor manera el mercado para dirigir nuestra publicidad a personas que tiene el perfil para interesarse en el producto que ofrecemos.
- Medición: Los resultados se pueden medir fácilmente.

La debilidad de las PYMES está relacionada con la falta de liquidez sobre todo para apoyar a los pequeños negocios.

Las fortalezas se definen como aquellas que se distinguen de la competencia por ejemplo la capacidad de formar una empresa a largo plazo con productos innovadores.

El internet como parte del desarrollo de las PYMES y los factores que influyen para el logro de los objetivos de las pequeñas y grandes empresas son muy influyentes entre las cuales tenemos

- Uso común de computadoras e internet por parte de la mayoría de empresas.
- Presupuesto para la inversión de hardware y software.
- Apoyo técnico para mejorar la productividad
- Uso de internet para la búsqueda de comercio en todas sus formas.

Las debilidades representan aquellos aspectos de las empresas que las hacen vulnerables ante la competencia, pérdida de posición en el mercado y rentabilidad reducida. Para las PYMES, en el caso de estudio, las debilidades están dadas por los siguientes factores:

- Uso de software no autorizado
- Falta de apoyo técnico por parte de las empresas proveedoras del software
- Desconocimiento sobre la importancia del uso de TICs para mejorar el desempeño
- Tamaño de la empresa Falta de destrezas para el manejo de TICs.

Las redes sociales se han convertido en un fenómeno global que determina dinámicas en el ámbito de cambio en el ámbito social profesional y económico.

La comunicación esta recóndito en el desarrollo de las PYMES, lo que se puede decir es que el funcionamiento de las redes sociales y del internet está en el consumidor y la persona quien emite el bien o servicio a través de una PYME.

La comunicación que las empresas tengan con su mercado meta objetivo puede lograrse alcanzando los objetivos corporativos.

Un eje transversal para la gestión del internet por parte de las organizaciones y estilos comunicacionales, basados en escuchas activas de su público.

El crecimiento de los avances tecnológicos en el mundo actual y en países en vías de desarrollo ha aumentado por tanto en los negocios virtuales son un hecho las personas han optado por recurrir , a este medio por sus grandes ventajas la PYMES de Ecuador se enfrentan este importante reto de expandirse a nuevos mercados que permita optimizar sus recursos haciendo estas empresas ,negocios competitivos no solamente a nivel nacional sino a nivel internacional mediante una herramienta importante como el internet que permite el ingreso a mercados electrónicos considerados como negocios que abaratan costos ,y elimina los intermediarios .

El comercio electrónico es considerado como el futuro del comercio de las PYMES del Ecuador no pueden estar excluidas en tanto que otros países están maximizando su actividad emprendedora.

Las pequeñas y medianas empresas en Ecuador, son las unidades productivas con mayor productividad de participación en la economía es muy importante el desarrollo de políticas e innovación tecnológica para mantener la competitividad, permitiendo que estas empresas llegar con productos a lugares inaccesibles.

Resultados.

En base a la investigación que hemos realizado debido a cada tema se pretendió analizar y conocer cada uno de los beneficios su importancia sus tipos en si todo lo relacionado al tema de la Internet y el Comercio Electrónico como Desarrollo de las Pymes, ya que es un tema de carácter importante en el ámbito laboral, sobre todo como una metodología de enseñanza para los empresarios de hoy en día , es por esto que esta investigación resultó importante dándonos como resultado conceptos claros y concisos y sobre todo nuevos conocimientos adquiridos sobre el tema.

Metodología de la investigación:

Responde a la interrogante :¿Cómo y con que a investigar?. Por lo tanto se relaciona con el tiempo de investigación, la investigación, la población y muestra, las técnicas de recolección de información ,el procesamiento y análisis de los datos recogidos .

Tipo de Investigación:

La investigación estará de acuerdo a la información que se requiera y puede ser de campo, bibliográfica y experimental.

Población y Muestra

La muestra es una parte de la población en la que se aplicara técnicamente los instrumentos para obtener los datos .

Técnicas de Recolección de Datos:

La recolección de datos consiste en diseñar las técnicas y los instrumentos que se aplicaran de acuerdo a lo que se investiga.

El plan de recolección de información debe hacerse mediante técnicas como: encuestas, entrevistas, observaciones, lecturas científicas.

Procesamiento de los datos

- Revisión crítica de la información recogida
- Tabulación de datos
- Elaboración de cuadros y representaciones graficas estadísticas

Análisis e Interpretación de Resultados

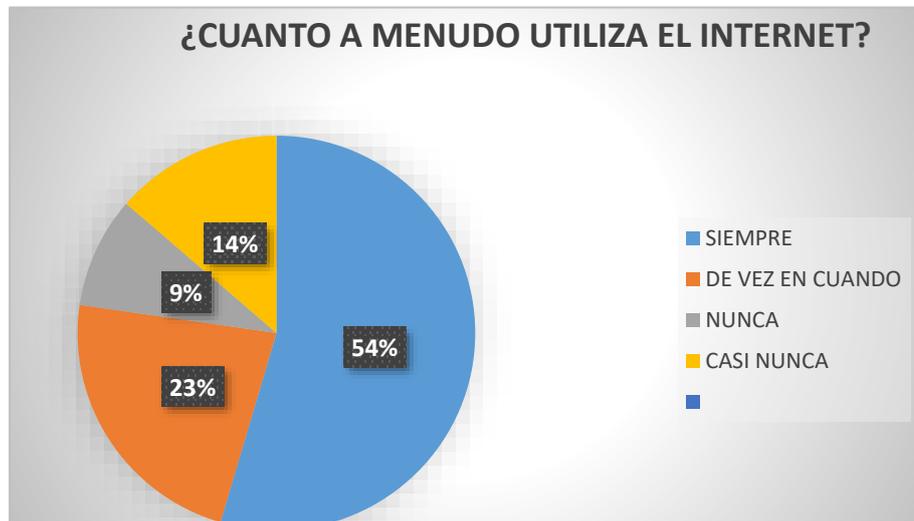
Análisis de los resultados estadísticos.

A continuación, hemos elaborado una encuesta dirigida a las personas para conocer más acerca del tema.

Realizamos la tabulación de datos y posteriormente hemos procedido a interpretar los resultados.

Análisis de datos

Gráfico 1.- ¿Cuánto a menudo utiliza el internet?



Elaborado por: Grupo de investigación.

Interpretación:

Del 100% de las personas encuestadas el 54% de las personas nos dicen que siempre utilizan el internet el 23% nos indican que utilizan de vez en cuando, el 14% señala que casi nunca utilizan el internet, y el 9% manifiestan que nunca han utilizado el internet, podemos decir que lo que tiene más relevancia es el 54% de las personas encuestadas que manifiestan que utilizan internet siempre.

Gráfico 2.- el internet como herramienta del comercio electrónico es de gran ayuda en los negocios en la actualidad

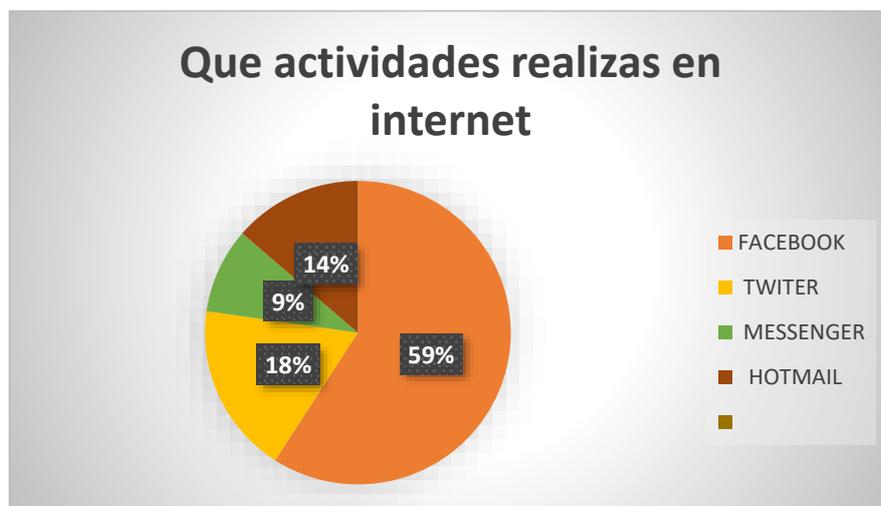


Elaborado por: Grupo de investigación.

Interpretación:

Del 100% de las personas encuestadas nos indican que el 73% de las personas piensan que el internet como herramienta del comercio electrónico es de gran ayuda en los negocios en la actualidad, y el 27% manifiestan lo contrario. Lo que se puede analizar es que hay más relevancia en que las personas dicen que si es importante el internet en los negocios de la actualidad.

Gráfico 3.- Que actividades realizas en internet.

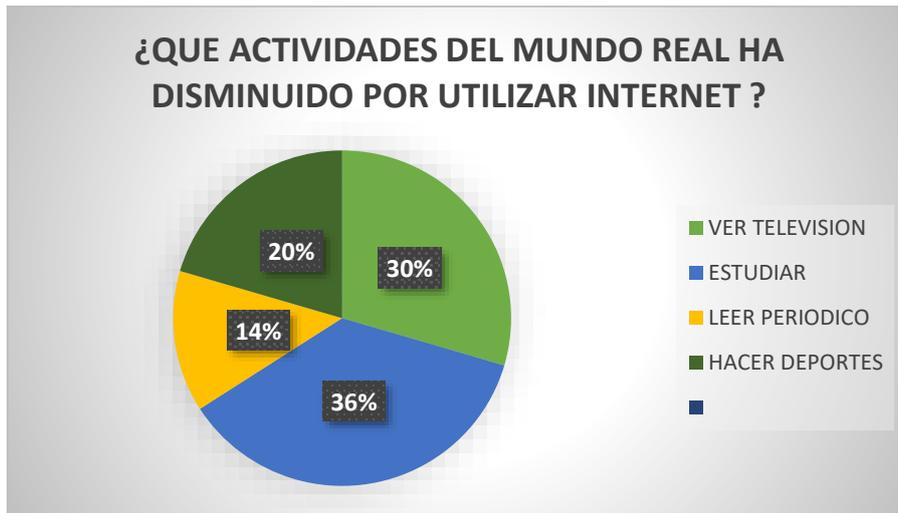


Elaborado por: Grupo de investigación.

Interpretación.

Del 100% de las personas encuestadas el 59% utiliza Facebook, el 18% utiliza twitter, el 14% utiliza Hotmail, el 9% utiliza Messenger podemos decir que lo que más relevancia tiene es que las personas mayormente utilizan el Facebook,

Gráfico 4.- ¿Qué actividades del mundo real ha disminuido por utilizar internet ?



Elaborado por: Grupo de investigación.

Interpretación:

Del 100% de las personas encuestadas el 36% nos manifiesta que por utilizar internet a disminuido el estudiar, el 30% indica que a disminuido el ver televisión ,el 20% recalca que a disminuido el hacer deportes y el 14% dice que ha disminuido leer periódico.

Gráfico 1.- Cuanto tiempo te conectas a internet a la semana.



Elaborado por: Grupo de investigación.

Interpretación:

Del 100% de las personas encuestada el 55% nos dicen que utiliza el internet menos de 5 horas el 27% utiliza de 5 a 15 horas ,18% utiliza de 15 a 30 horas lo que se puede analizar es lo que mas dominio tiene es que las personas utilizan menos de 5 horas.

Análisis general.

De acuerdo a la interpretación de los resultados podemos manifestar que mas del 50% esta de acuerdo que la utilización del internet es fundamental para el desarrollo de las pymes.

Conclusiones

- El estudio del comercio electrónico y de las herramientas del internet en la actualidad es de gran importancia, ya que establece el éxito y buen trabajo de las diferentes actividades dentro de las Pymes, educación entre otros; por lo cual es importante conocer su funcionamiento en las diferentes áreas empresariales, es un medio que integra texto, imagen, grafico, video, para servicio del usuario.
- Como es la tecnología avanza constantemente y de esta manera ayuda al conocimiento y desarrollo de las Pymes y del comercio electrónico que es un medio de carácter importante y sirve de mucha ayuda para docentes y estudiantes personas y en los negocios en todo nivel.
- El comercio electrónico está ligado a la unión de herramientas del internet para que pueda funcionar correctamente y tenga los resultados esperados y se logre la venta de un bien o servicio para que se pueda tener buenos efectos en la empresa.

Bibliografía

(Barona, 2010)

Baran, P. (1994). *Redes y Comunicaciones* .

Galiano, G. S. (2014). *Estudio comparativo de servidores multimedia*. Mexico.

Jaramollo, I. D. (2012). *Método y conocimiento metodología de la investigación*. Mexico.

- Kleinrock, L. (1964). *Flujo de Inormacion*.
- I.KLEINROCK. (1976). *Aplicaciones Informaticas* . New York.
- Lopez, P. F. (2012). *La sociedad del Conocimiento génesis de una revolución 3.0*.
Mexico.
- Pelegriño, T. G. (2014). *Multimedia educativa para la Enseñanza de la informática*.
Mexico.
- R. Kahn. (1972). *Principios para la comunicacion*.
- Ramirez, R. D. (2006). *Método y conocimiento: metodología de la investigación*.
Mexico.
- Romero, J. G. (2005). *Los recursos informáticos en la educación del alumnado* .
Mexico.
- Ruiz, M. (2002). *Multimedia*.
- V. G. Cerf y R. E. Kahn. (1974). *Protocolo para la intercnexion de redes*.
-
- Baran, P. (1994). *Redes y Comunicaciones* .
- Galiano, G. S. (2014). *Estudio comparativo de servidores multimedia*. Mexico.
- Jaramollo, I. D. (2012). *Método y conocimiento metodología de la investigación*.
Mexico.
- Kleinrock, L. (1964). *Flujo de Inormacion*.
- I.KLEINROCK. (1976). *Aplicaciones Informaticas* . New York.
- Lopez, P. F. (2012). *La sociedad del Conocimiento génesis de una revolución 3.0*.
Mexico.
- Pelegriño, T. G. (2014). *Multimedia educativa para la Enseñanza de la informática*.
Mexico.
- R. Kahn. (1972). *Principios para la comunicacion*.
- Ramirez, R. D. (2006). *Método y conocimiento: metodología de la investigación*.
Mexico.
- Romero, J. G. (2005). *Los recursos informáticos en la educación del alumnado* .
Mexico.
- Ruiz, M. (2002). *Multimedia*.
- V. G. Cerf y R. E. Kahn. (1974). *Protocolo para la intercnexion de redes*.

- Baran, P. (1994). *Redes y Comunicaciones* .
- Galiano, G. S. (2014). *Estudio comparativo de servidores multimedia*. Mexico.
- Jaramollo, I. D. (2012). *Método y conocimiento metodología de la investigación*.
Mexico.
- Kleinrock, L. (1964). *Flujo de Inormacion*.
- I.KLEINROCK. (1976). *Aplicaciones Informaticas* . New York.
- Lopez, P. F. (2012). *La sociedad del Conocimiento génesis de una revolución 3.0*.
Mexico.
- Pelegriño, T. G. (2014). *Multimedia educativa para la Enseñanza de la informática*.
Mexico.
- R. Kahn. (1972). *Principios para la comunicacion*.
- Ramirez, R. D. (2006). *Método y conocimiento: metodología de la investigación*.
Mexico.
- Romero, J. G. (2005). *Los recursos informáticos en la educación del alumnado* .
Mexico.
- Ruiz, M. (2002). *Multimedia*.
- V. G. Cerf y R. E. Kahn. (1974). *Protocolo para la intercnexion de redes*.
-
- Baran, P. (1994). *Redes y Comunicaciones* .
- Galiano, G. S. (2014). *Estudio comparativo de servidores multimedia*. Mexico.
- Jaramollo, I. D. (2012). *Método y conocimiento metodología de la investigación*.
Mexico.
- Kleinrock, L. (1964). *Flujo de Inormacion*.
- I.KLEINROCK. (1976). *Aplicaciones Informaticas* . New York.
- Lopez, P. F. (2012). *La sociedad del Conocimiento génesis de una revolución 3.0*.
Mexico.
- Pelegriño, T. G. (2014). *Multimedia educativa para la Enseñanza de la informática*.
Mexico.
- R. Kahn. (1972). *Principios para la comunicacion*.
- Ramirez, R. D. (2006). *Método y conocimiento: metodología de la investigación*.
Mexico.

Romero, J. G. (2005). *Los recursos informáticos en la educación del alumnado*.
Mexico.

Ruiz, M. (2002). *Multimedia*.

V. G. Cerf y R. E. Kahn. (1974). *Protocolo para la intercnexion de redes*.

Para citar el artículo indexado.

Acosta C., Tintín A. (2017). El internet y el comercio electrónico como desarrollo de las Pymes..*Revista electrónica Visionario Digital* 1(1), 19-38. Recuperado desde: <http://www.visionariodigital.org/index.php/VISIONARIODIGITAL/article/view/40/47>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital





Recibido: 09-01-2017 / Aceptado: 08-02-2017 / Publicado: 01-04-2017

Análisis de la producción y la comercialización del banano como aspecto socio económico.

*Analysis of the production and marketing of bananas as socio-economic
aspect.*

Velasteguí López Efraín.⁶, Herrera Vargas Erik.⁷

Resumen. DOI: <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i4.206>

Los bananos y plátanos son cultivados perennes que crecen con rapidez y pueden cosecharse durante todo el año en el año 2000 se cultivó una superficie de alrededor de 9 millones de hectáreas. El promedio de la producción mundial en 1998-2000 fue de 92 millones de toneladas anuales y en 2001 se estimó en 99 millones de toneladas. Estas cifras son una aproximación, ya que la mayor parte de la producción mundial de banano, casi el 85 por ciento, procede de parcelas relativamente pequeñas y huertos familiares en donde no hay estadísticas. Ecuador es un país privilegiado y reconocido internacionalmente como el primer exportador bananero en el mundo, destacándose por la calidad de su fruta. Corporación Palmar ocupa un lugar muy importante en el desarrollo económico del Ecuador, dados los altos volúmenes de exportación bananera que realiza a mercados cuyos estándares de calidad son sumamente exigentes.

Tan solo durante la primera temporada de operaciones se exportaron 1979.889 cajas de banano tipo XU, y desde entonces las cifras han ido aumentando vertiginosamente, manteniendo la alta calidad como constante en cada entrega. Palmar desde el inicio de sus actividades a mantenido un promedio de cajas de exportación con un volumen de 17 millones de cajas de banano tipo XU aproximadamente por año hasta la actualidad, estas cifras prueban que Palmar tiene un lugar de gran importante entre las productoras y exportadores bananeras ecuatorianas, y la han llevado a convertirse en una de las primeras Exportadoras de Banano del país.

Palabras clave: Sistemas, comercialización, Información, Productos, Mercado.

Abstract.

⁶ Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador, le.velastegui@uta.edu.ec

⁷ Universidad Técnica De Cotopaxi Extensión "La Maná", Ecuador, erikherreravargas@hotmail.com

Bananas and plantains are perennial crops grow rapidly and can be harvested year-round. In the year 2000, an area of around 9 million hectares was cultivated. The average of world production in 1998-2000 was 92 million tons per year and in 2001 it was estimated at 99 million tons.

These figures are an approximation, since most of the world banana production, almost 85 percent, comes from relatively small plots and family gardens where there are no statistics.

Ecuador is a privileged country and internationally recognized as the leading occupies a very important place in the economic development of Ecuador, given the high annual banana export volumes it makes to markets whose standards are extremely demanding. Only during the first season of operations, 1979,889 boxes of type 22 XU bananas were exported, and since then the figures have been increasing rapidly, maintaining the high quality as constant in each delivery.

Palmar since the beginning of its activities has maintained an average of export boxes with a volume of 17 million boxes of type 22 UX banana per year to date, these figures prove that Palmar has a place of great importance among producers and Ecuadorian banana exporters, and have led it to become one of the first banana exporters in the country.

Keywords: Production, Marketing, Banana & Socio-economic aspect.

I. Introducción.

II. Producción.

Según los autores (Goncalves L. & Kernaghan J. 2014., Morillo J. 2014., Palmar C. 2015., Pérez A. 2017., Poso T. 2014 & Willemse W. 2018): Ecuador es un país privilegiado y reconocido internacionalmente como el primer exportador bananero en el mundo, destacándose por la calidad de su fruta. Corporación palmar ocupa un lugar muy importante en el desarrollo económico del Ecuador, dados los altos volúmenes anuales de exportación bananera que realiza a mercados cuyos estándares de calidad son sumamente exigentes. Ecuador es un país privilegiado y reconocido internacionalmente como el primer exportador bananero en el mundo, destacándose por su calidad de su fruta. Corporación Palmar ocupa un lugar muy importante en el desarrollo económico del Ecuador, datos los altos volúmenes anuales de exportación bananera que realiza a mercados cuyos estándares de calidad son sumamente exigentes el fruto de este cultivo se consume en estado maduro.

No obstante, se ha incrementado en los últimos años puesto se considera un alimento ideal para los niños, deportistas y personas de todas edad por su alto valor nutritivo. Este comportamiento se debe a la utilización de las variedades más productivas, mejoramiento de las condiciones físicas y químicas del suelo y a la presencia de condiciones climáticas favorables para el desarrollo del cultivo.

Teniendo en cuenta todo esto existe un creciente interés por parte de consumidores, especialmente en los países del norte, por una producción responsable y formas más equitativas de Comercializando y distribuyendo el producto.

Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. En tanto la producción es un proceso complejo, requiere de distintos factores que queden dividirse en tres grandes grupos, a saber: la tierra, el capital y el trabajo.

La tierra es aquel factor productivo que engloba a los recursos naturales; el trabajo es el esfuerzo humano destinado a la creación de beneficios; finalmente, el capital es un factor derivado de los otros dos, y representa al conjunto de bienes que además de poder ser consumido de modo combina los citados elementos para satisfacer las necesidades de la sociedad, a partir del reconocimiento de la demanda de bienes y servicios.

El banano es el principal rubro de exportación no petrolera del país. En el 2015 Ecuador exporto alrededor de 120 millones de cajas de la fruta. El cultivo de banano ha sufrido en el pasado una reducción en su producción debido a enfermedades como hongo de la sigatoka negra y todavía mantiene bajos rendimientos por hectárea, en comparación con otros países productores.

Grafico 1.- Producción.



Fuente: www.revistaliders.ec.

III. Comercialización.

Según los autores (Canales L. 2015., Pascal L. 2017., Romel B. 2015., Urgiles H. 2016., Workman D. 2018): Exportaciones en 2015, las exportaciones mundiales de bananos, excluidos los plátanos, registraron su primer descanso desde 2010, tras haber alcanzado un nivel sin precedentes de 19,6 millones de toneladas en 2014. Aunque la demanda de importaciones siguió siendo fuerte en todas las regiones, los efectos adversos del fenómeno de El Niño, así como la propagación de la fusariosis del banano, afectaron negativamente a los rendimientos y produjeron una escasez de producción en varias de las principales productoras y exportadoras.

En el ámbito de la economía, exportación se define como el envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales. Estos envíos se encuentran regulados por una serie de disposiciones legales y controles

impositivos que actúan como marco contextuales de las relaciones comerciales entre países.

Servicios y productos apoyados en Vías terrenas, aéreas y más recientemente virtuales. La exportación puede efectivizarse a partir de las diferentes vías de transporte, porque si o si, la exportación el conjunto de bienes o servicios deben “viajar” hacia otro país, que se encuentra a varios kilómetros de distancia, y entonces será preciso que se los traslade por tierra, en camiones, automóviles, entre otros, por mar, o por avión.

En los últimos años gracias a las bondades que proporcionan ellas nuevas tecnologías, especiales Internet se ha vuelto algo común y frecuente que la gente exporte sus servicios laborables vinculados a labores vía web, y entonces, en este caso especial, lo que se exporta es un servicio abstracto.

La actividad opuesta a la de exportación es la de importación, que por el contrario supone ingreso, la instrucción de bienes o servicios de orig foráneo a una nación exportación balanza comercial.

Gráfico 2.- Comercialización o Exportación.



Fuente: www.definicionabc.com

En un mundo tan globalizado la balanza comercial es un elemento fundamental en el devenir de la economía de los países, ya que estos se encuentran inmersos en una red de intercambios de importaciones y exportaciones a nivel mundial. Lograr el equilibrio en esta balanza es uno de los objetivos de cualquier país que quiera mantener saneadas sus cuentas y no incurrir en un déficit excesivo. Explicando de manera intuitiva, para que un país mantenga una balanza comercial equilibrada no debe comprar más de lo que vende, o dicho de otro modo, las importaciones no deben superar a las exportaciones.

Gráfico 3.- Comercialización o Exportación.



Fuente: www.definicionabc.com

Sin embargo, la variabilidad de las divisas es también un arma de doble filo, ya que puede afectar a alguna de las partes negativamente si la transacción se realiza en una moneda que experimenta un alza o baja muy acusada en un periodo de tiempo reducido. Hay que tener en cuenta que las exportaciones se cierran a un determinado precio y unas condiciones de pago concretas, que suelen incluir pagos aplazados a 90, 120, o 180 días, y que una variación sustancial del valor de la divisa entre uno y otro momento pueden terminar por generar importantes desequilibrios sobre precio acordado inicialmente.

IV. Banano.

Según los autores (Aguilar R. 2015., Carrillo S. 2015., Gacthe R. 2015., Holanda S. 2016., Kukulies T. & Veivers S. 2017., Quito C. 2015): El banano de postre es una de las primeras frutas que se comercializaron en todo el mundo: apareció en Europa y América del Norte a principios del siglo XIX procedente del Caribe.

El auge del comercio del banano se explica, por un lado, gracias a la mejora de la década logística, especialmente de las condiciones de transporte (rapidez y refrigeración) y a la invención de la técnica de maduración tras el transporte; y por otro, gracias a los números pioneros y aventureros que se lanzaron en la producción, transporte y comercialización del banano de postre entre los años 19870 y 1900 y que lo hicieron famoso en América del Norte.

El precio internacional de la fruta manifiesta similar tendencia al de la producción, debilitándose en mercados como Estados Unidos, Rusia, China, Japón. La variedad que tiene mayor acogida es la “Cavendish” que es la que se cosecha para las exportaciones. Cabe indicar que el mercado mundial de banano es muy amplio, ya que contamos con el 30% de la oferta mundial y la fruta representada el 10% de las exportaciones totales y es el segundo rubro de mayor importancia del país. Según los registros de producción el 95% de la producción total es enviada al mercado extranjero, llegando así a más 43 países a nivel mundial.

El principal beneficiario de este lamentable hecho que les sucedió a los países centroamericanos sin duda fue el Ecuador, decido a que desde ese entonces

comenzó a aumentar la demanda de nuestro banano por parte de Europa y de los Estados Unidos.

Los plátanos de Canarias se diferencian por su sabor más dulce su aroma y sus inconfundibles motitas.

Esto es debido a que poseen un mayor índice de humedad, por lo que son mucho más jugosos que la banana, que es más seca y tienen una textura más harinosa por su composición en carbohidratos, azúcares solubles y sacarosas.

Así describe la Asociación de Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias (Asprocan) las principales diferencias entre planta no y banana, dos frutas de la misma familia, pero con detalles que las distinguen, tanto en el peladar como en su nutrientes.

En España estamos más acostumbrados al consumo de plátanos, pero la banana también es una buena alternativa para ayudar al cuerpo a recuperarse tras un esfuerzo físico, como la práctica deportiva, aunque la cantidad de potasio (el mineral que más influye en esta recuperación) es algo superior en planta no.

La Banana contiene más almidón que el plátano pero también es mucho más rica en calcio imprescindible para fortalecer dientes, huesos y cabello.

En cuanto a las vitaminas, ambas frutas contiene vitaminas A, B2, B6, C y riboflavina, en cantidades superiores en el plátano respecto de la banana. Al ser un alimento menos dulce, la banana suele utilizarse en platos salados, como guisos, fritos u horno.

Disminuye la presión arterial gracias a que contiene el 23% desde la dosis diaria recomendada por ingesta de potasio.

Ayuda a que nuestros huesos absorban con mayor facilidad el calcio, ya que contiene altos niveles de fructooligosacáridos.

Gráfico 4.- Banano.



Fuente: collinsdictionary.com

V. Aspecto socio económico.

Según los autores (Cooper A. 2015., Cuervo L. 2015., Elbehi A. 2015., Guzmán K. & Sánchez M. 2018., Ramírez E. 2015): Esta actividad se viene desarrollando en las áreas de producción y explotación en los departamentos del Magdalena y Antioquia. Las áreas en producción de estas dos zonas comprenden 40.500 hectáreas de las cuales 30.000 hectáreas corresponden a la Zona de Urabá y 10.500 hectáreas en la Zona de Magdalena el sector bananero tiene una importancia vital para el Ecuador debido a sus dimensiones y al gran porcentaje de la población (10 por ciento) que obtiene sus medios de subsistencia económicos de dicho sector.

El sector emplea 21.00 trabajadores directos en Urabá y 4.000 en Magdalena; empleos de los que se benefician más de 1000.000 familias.

El acuerdo comercial con la Unión Europea, tiene una gran significado según los datos de la organización Mundial del Comercio (OMC), en relación con nuestro país – Europa es el primer importador con cifras aproximadas de 5.883 millones de euro y las exportaciones están en 8.9292 millones de euros, las mujeres representan menos de una quinta parte de la fuerza laboral mundial en la industria de exportación de banano.

La investigación encontró la mayor participación de mujeres en la industria en el Caribe excluyendo a los dominicanos económicos del cultivo el río es el principal fuente de agua de riego para la producción de banano.

El nivel o estatus socioeconómico es una medida total económica y sociológica combinada de la preparación laboral de una persona, de la posición económica y social individual o familiar en relación a otras personas, basada en sus ingresos, educación u empleo al analizar el nivel socioeconómico de una familia se analizan, los ingresos del hogar los niveles de orientación educación, ocupación, como también el ingreso combinado, comparado con el individual, también son analizados los atributos personales de sus miembros.

En la actualidad nuestro país se encuentra pasando por una etapa muy importante modificara su estructura económica, todos estos cambios han venido siendo notorios desde la apertura económica de nuestros mercados, pero este tiempo no sirvió para que las empresas se fortalecieran, al contrario la globalización nos tomó poco preparados, con economía nacional.

La mayoría de los peruanos vivían de la exportación, transformación y exportación de los recursos naturales, de la agricultura y de los servicios. La fuerte crisis económica de finales de los 80, agudizó más aun los problemas, hasta la aplicación de una drástica política de apertura neoliberal y corrección de las cuentas fiscales en los 90, lo cual ha permitido el despegue económico del país.

Grafico 5.- Aspecto socio económico.



Fuente: www.google.com.

Datos estadísticos de la comercialización del banano en el ámbito mundial:

Grafico 6.- Datos estadísticos Mundial.



Fuente: <http://www.fao.org/3/a-i7410s.pdf>

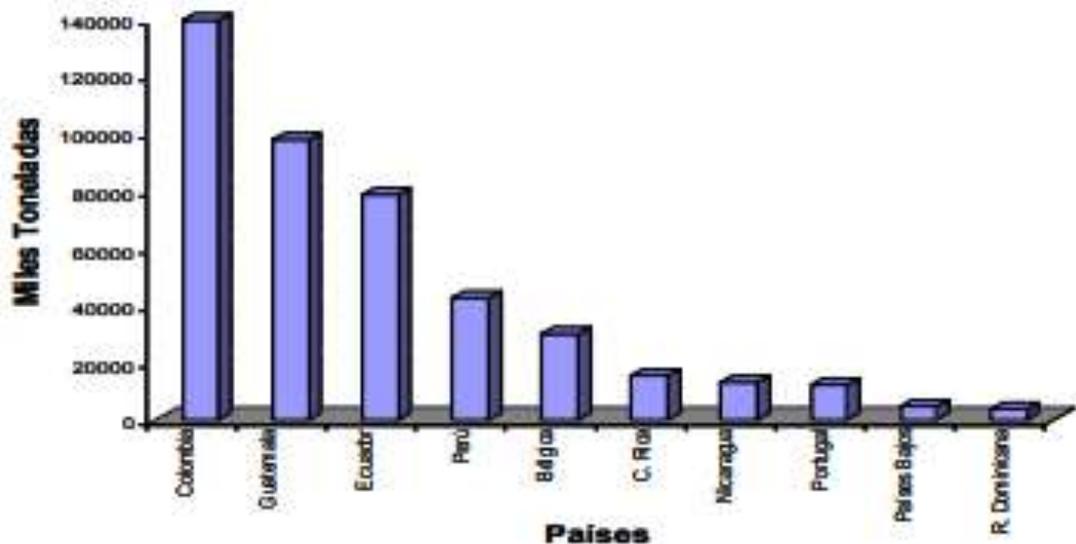
Las condiciones climáticas adversas y la fusariosis del banano afectaron gravemente a la producción en Filipinas. La India, con mucho el mayor productor mundial de bananos, aumento su volumen de exportación en un 47% debido a una nueva expansión de la

superficie cosechada para las variables comercializadas. Aunque la producción de banano en la India se destina principalmente al mercado interno, una parte creciente de la misma se exporta a los países del Golfo, Malasia y Nepal. La escasez de suministros en Filipinas, el principal exportador competidor, implico que los envíos de la India pudieran beneficiarse de la alta demanda de los países del Golfo y el sudeste asiático.

Otro factor de apoyo fue el bajo precio de los bananos de la India, que según se informa se vendieron con un descuento del 50 % respecto de los bananos del Ecuador y Filipinas en la subasta de Dubái las exportaciones africanas, que representaron en 3,9% de los envíos mundiales de bananos, se redujeron un 12% en 2015, situándose en 604 000 toneladas, debido principalmente a la grave escasez producción en Ghana. Cote d'Ivoire el mayor exportador de la región, envió 305 000 toneladas de banano, un 9% menos que el año anterior, después de que las inundaciones destruyeran gran parte de la cosecha en junio de 2014. Las exportaciones de Camerún, a pesar de los costos a los que hizo frente para luchar contra la sigatoka negra. Cote d'Ivoire y Camerún exportan del 80% de la producción nacional, sienten Europa el principal destino de sus exportaciones.

Datos estadísticos de la comercialización del banano en Latino América:

Grafico 7.- Datos estadísticos Latino América.



Fuente: file:///C:/Users/DELL/Downloads/4.c.11.pdf

Los países exportadores de plátano, por lo general, son los mismos países exportadores de banano pero a diferencia del banano, el plátano no ha tenido consumo masivo en Estados Unidos y Europa, haciendo que estas exportaciones estén destinadas especialmente al mercado latino y afroamericano. Las exportaciones del continente americano tienen como líder a Colombia, seguido por Guatemala, Ecuador y Perú;

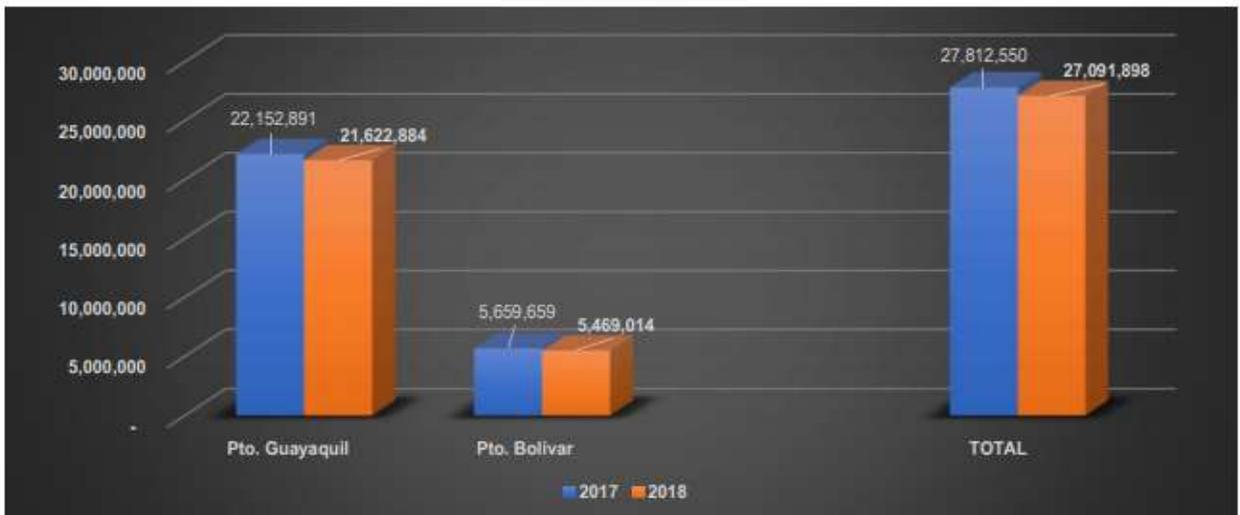
mientras que en el continente europeo las exportaciones están lideradas por Bélgica (posición 5), Portugal (posición 8), Países Bajos (posición 10), Italia (posición 13), España (posición 15), Francia (posición 16), otras naciones como Alemania, Irlanda y Reino Unido contribuyen con un menor porcentaje.

Debe indicarse la importancia de la participación de algunos países en este renglón, ya que contribuyen de manera determinante dentro del proceso de exportación del cultivo, y distribución de su fruta, tal es el caso de Bélgica que no es un país productor de plátano pero aparece con importancia marcada en la distribución. Es la producción proveniente de Colombia y de sus ex colonias destaca que la mayor parte de los países exportadores del mundo se encuentran en América Latina.

Datos estadísticos de la comercialización del banano en Ecuador:

Tabla 1.- Datos estadísticos en Ecuador.

EXPORTACIONES POR PUERTOS 2018				
Julio				
Puerto	Pto. Guayaquil	Pto. Bolivar	Pto. Manta	Total
Cajas	21,622,884	5,469,014		27,091,898
%	79.81	20.19		100
Acomulado (Enero - Julio)				
Puerto	Pto. Guayaquil	Pto. Bolivar	Pto. Manta	Total
Cajas	161,010,687	47,230,064		208,240,751
%	77.32	22.68		100
Julio 2017 2018				
Pto. Guayaquil	22,152,891	21,622,884		
Pto. Bolivar	5,659,659	5,469,014		
Total	27,812,550	27,091,898		



Fuente: www.aebe.com.ec/wpcontent/uploads/2018/10/AE_EstadisticasPublicas_Jun18.pdf

Los cinco principales destinos de los envíos de la fruta durante este año han sido Unión Europea, Rusia, Estados Unidos, Argentina y Turquía, Las exportaciones de banano ecuatoriano se incrementaron en un 12% entre enero y octubre del 2017 y el mismo periodo de 2016. Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE), en dicho lapso de 2017, se han vendido un total de 5.333 toneladas de la fruta por \$ 2.490 millones (FOB). El principal destino del producto ecuatoriano fue la Unión Europea, con una participación del 35%; seguidos de Rusia con el 24%; y en tercer lugar, Estados Unidos con el 18%. Eduardo Ledesma, presidente de la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE) estima que este año se cerrara con la exportación de unas 325 millones de cajas. Según la Corporación de Regional de Bananeros Ecuatorianos (Agroban), el año pasado se vendieron entre 300 y 315 millones.

A pesar del crecimiento del sector, Ledesma asegura que el comercio de la fruta tiene múltiples problemas como los reglamentos vigentes y tramites que frenan el desarrollo de la actividad. La competitividad del producto también se ha visto frenada en mercados como el estadounidense. Ledesma explico que está perdida se dio porque los costos del banano mexicano y guatemalteco son inferiores a los del ecuatoriano, son embargo espera recuperar este nicho.

El mayor productor mundial de bananos aumento su volumen de exportación en un 47% debido a una nueva expansión de la superficie cosechada para las variedades comercializadas, Camerún es el segundo exportador africano aumento un 6,5% a 283000 toneladas. Las exportaciones del continente americano tienen como líder a Colombia, segundo por Guatemala, Ecuador y Perú, en el caso de Bélgica que no es un país productor de plátano pero aparece como importancia marcada en la distribución, la mayor parte de los países exportadores del mundo se encuentra en América Latina.

Los cinco principales destinos de los envíos de la fruta son la Unión Europea, Rusia, Estados Unidos, Argentina y Turquía, el principal destino ecuatoriano fue la Unión Europea con una participación del 35%; segundo de Rusia con el 24% y el tercer lugar Estados Unidos con el 18%, el presidente de la Asociación de Exportadores de banano del Ecuador estima que este año se cerrara con la exportación de unas 325 millones de cajas.

VI. Conclusiones.

- Crear una comisión de negociadores por parte del gobierno Ecuatoriano y la empresa privada del sector bananero, con el propósito de lograr un tratado bilateral de comercio con Brasil que permita obtener tarifas preferenciales para la exportación de banano y otros productos perecibles.
- El mercado Europeo es muy exigente en cuanto a los estándares de la calidad de la fruta por lo que el sector bananero implemento un sistema d control para realizar el proceso de cultivación de la forma adecuada, cumplimiento de estándares de calidad y control de plagas.
- Establecer un plan de contingencia para reducir los daños producidos por las plagas y enfermedades mediante la implementación de un sistema de control para el proceso de cultivación del banano cumplimiento con los estándares de calidad.
- Brindar capacitaciones a los productores de banano para que sepan de qué manera llegar a tener un mayor beneficio de sus cultivos, para de esta manera incrementar las fuentes de empleo.

- Otorgar por parte de gobierno mayor financiamiento a los productor a los productores del sector bananero para que puedan diversificar su oferta y pasar de ser exportadoras de banano como materia prima a ser exportadoras de productoras de productos elaborados a base de banano, sí se dinamizaría el sector exportador e industrial del país.

VII. Referencias.

- AgUILAR .r. (2015). *“la producción y exportación del banano y su incidencia en la economía ecuatoriana.* Guayaquil – ecuador.: facultad de ciencias económicas.
- Canales .I. (2015). *Plan de exportacion de pure de banano para la asociacion de pequeños productores bananeros de el guabo.* El oro: utmch.
- Carrillo .s. (2015). *Banana.* New york y ginebra: fundo de la unctad.com.
- Gaethe .r. (2015). *Boletin situacional banano.* Ministerio de agricultura y ganaderia.
- Gonçalves .I & kernaghan .j. (2014). *Banana production methods.* Costa rica: comparative study.
- Holanda .s. (2016). *Banano.* Quito: national institute for agricultural research.
- Kukulies .t & veivers .s. (2017). *Banana.* Australia: on-farm biosecurity.
- Morillo .j. (2014). *Produccion de banano.* Quito-ecuador: agricultura s.a.
- Palmar .c. (2015). *Producción de banano.* Quito: alfa digital s.a.
- Pascal. Liu. (2017). *Situacion del mercado del banano.* Roma: fao.com.
- Perez .a. (2017). *El poductor.* Guayaquil: el productor.
- Poso .t. (2014). *Produccion de banano.* Quito-ecuador: inamhi.
- Quito .e. (2015). *Plan de exportacion de pure de banano para la asociacion de.* Machala-el oro: utmch.
- Rome .a. (2017). *Banana.* Manabi: agriculture organization of the united nations.
- Rómmel .b. (2015). *Impacto potencial en las exportaciones de banano.* Quito: facultad de economía.
- Urgiles .h. (2016). *Proyecto de factibilidad para la exportación de banano deshidratado al mercado.* Quito: facultad de ciencias económicas y negocios.
- Willemse .w . (2018). *Production banana.* Canada: arc-institute for tropical and subtropical.
- Workman .d. (2018). *Exported bananas.* Canada: bananas exports by country.
- mekonnen .a. (2016). *Banana as a cash crop and its food security and socioeconomic contribution: the case of southern ethiopia, arba minch.* Ethiopia: university of leicester, leicester, uk.
- Cooper .a. (2015). *Bananalink.* Canada: world banana forum.
- Cuervo .I. (2015). *Aspecto socio economico.* Colombia: servicio nacional de aprendizaje.
- Elbehri .a . (2015). *Cambio climatico y sostenibilidad del banano en el ecuador.* Roma: organización de las naciones unidas para la alimentación.
- Guzmán .k & maría sánchez .a. (2018). *Condición actual del proceso exportador de banano colombiano hacia la unión europea.* Colombia: universidad del rosario.
- Ramírez .e. (2015). *Informe socioeconómico.* Uraba: cámara de comercio de urabá.

Para citar el artículo indexado.

Velasteguí E & Herrera E. (2017). Sistema de información de mercado para el sector de agro alimentos de los mercados de la provincia de Tungurahua. *Revista electrónica Visionario Digital* 1(1), 39-52. Recuperado desde: <http://www.visionariodigital.org/index.php/VISIONARIODIGITAL/article/view/40/47>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Impacto económico en la producción y comercialización de helados artesanales elaborados a base de mora en la parroquia Tingo la Esperanza.

Economic impact on the production and marketing of ice creams made from mora in the parish Tingo the Esperanza.

Ninasunta Toapanta Mery Magaly⁸

Resumen.

DOI: <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i4.206>

El presente trabajo contiene toda la información útil en lo que se refiere al impacto económico de la venta de helados artesanales. Nos planteamos como objetivo principal determinar el cuales son las ventajas que tiene la producción y comercialización de helados por lo cual se detalla cada una de las variables que el mismo contiene con la finalidad de dar a conocer la factibilidad del tema elegido. Este proyecto busca principalmente generar ingresos económicos tanto para los beneficiarios directo como indirectos elaborando helados netamente naturales los cuales no obtenga ningún tipo de químicos por lo que las personas se han identificados en elegir este tipo de producto debido a su buen sabor y buena calidad, esto tiene mucha ventaja ya que se genera un buen desarrollo económico para la localidad y todo el sector en general donde llegue el producto.

El tema planteado en si se ha realizad en base a un sinnúmero de problemáticas locales ya que la elaboración de helados artesanales es escasa y más que todo siempre debemos escoger y generar un producto con materia prima del sector. Este tipo de emprendimiento se considera factible en el sentido de que no causa daño mayores al medio ambiente además de esto se ha podido determinar que los costos para generar este tipo de emprendimiento son muy bajo y de esta misma manera nos dejan buenos ingresos económicos.

Para llevar a cabo este informe se realizó una investigación detallada en libros, revistas, documentos y páginas web con la finalidad de recopilar información útil, acorde con las noemas APA y poder determinar la factibilidad del proyecto. El informe culmina con la

⁸ XXXXXXXXXXXXXXX

explicación de toda la experiencia adquirida en el proceso de investigación y recomendando lo más beneficioso para la elaboración de este tipo de emprendimiento.

Palabras clave: Producción, comercialización, helados, caseros, mora.

Abstract.

This work contains all the useful information regarding the production and commercialization of homemade ice cream based on the delay of the sale of artisanal ice cream. We set ourselves as the main objective to determine which are the advantages of the production and marketing of ice cream so that each of the variables it contains is detailed in order to make known the feasibility of the chosen topic. This project mainly seeks to generate economic income for both direct and indirect beneficiaries by making ice creams that are naturally natural, which do not obtain any type of chemicals, so people have identified themselves in choosing this type of product due to its good taste and good quality. It has a great advantage since it generates a good socio-economic development for the locality and the whole sector in general where the product arrives.

The issue raised in itself has been made based on a number of local problems because the production of artisanal ice cream is scarce and more than anything we should always choose and generate a product with raw materials from the sector. This type of enterprise is considered feasible in the sense that it does not cause major damage to the environment. In addition, it has been possible to determine that the costs to generate this type of enterprise are very low and in this way they leave us good economic income.

To carry out this report, a detailed investigation was carried out in books, journals, documents and web pages with the purpose of gathering useful information, in accordance with the APA norms and to be able to determine the feasibility of the project. The report culminates with the explanation of all the experience acquired in the research process and recommending the most beneficial for the development of this type of enterprise.

Key words: Production, commercialization, ice cream, homemade, arrears.

Introducción.

En la actualidad la necesidad por tener una estabilidad económica para satisfacer nuestras necesidades nos obliga a emprender cualquier tipo de actividad para generar ingresos económicos. Es muy importante antes de empezar con cualquier negocio analizar el mercado en el cual vamos a trabajar una de las mejores alternativas es la producción y comercialización de helados artesanales ya que estos tienen una gran aceptación en todo tipo de zonas o regiones.

La propuesta de la elaboración de helados artesanales de mora es un negocio muy rentable ya que las personas se inclinan por elegir este tipo de producto debido a su sabor natural sin colorantes y preservantes lo cual afecta la salud. Ofrecer un producto natural no solo beneficia la salud de las personas sino también se aumenta los ingresos económicos del sector en donde se realizarán las ventas otra de las ventajas serían en la disminución ambiental que causaría este tipo de emprendimiento.

Este tema se escogió por varias alternativas una de ellas fue demostrar los ingresos económicos que generan la producción de helados artesanales de esta misma manera aprovecha los beneficios de las frutas locales que produce la zona en donde se realizara el proyecto.

Marco teórico.

Impacto socio-económico de la venta de helados.

Según Drucker P.2014., Navarrete U.2016., Rojas J. 2016., Restrepo M. 2015 Toledo S. 2018 & Ximena L. 2015. Define que el impacto de negocios es como un proceso de darle una identidad una vida propia es un procedimiento para enunciar de forma clara y precisa los propósitos las ideas los conceptos las formas operativas los resultados y la visión del emprendimiento sobre el proyecto que se generen se lo considera factible ya que según los análisis los helados han crecido de una forma muy desmesurada y en la actualidad es un producto de consumo masivo que les agrada a las personas por sus variedades y textura que se ha visto un gran incremento de este tipo de negocios sin embargo, los consumidores se sienten a gusto de que se puedan darse este tipo de negocio ya que es un procedimiento fácil de realizar que han encontrado la satisfacción total a todos sus requerimientos en cuanto a sabores, calidad, texturas y sobre todo atención. Pero a pesar de ello, los consumidores los que habitan en la zona manifiestan que es un método muy satisfactorio para lo cual se requiere consumir productos naturales, bajos en grasas y preservantes de interés por parte de inversionistas para mejorar de la estructura física y la prestación de un excelente servicio.

Imagen 1: de mostración de cómo va impactado y flotando su negocio



Autor: Jorge García Aviles

Recuperado; <http://brenesenlamemoria.blogspot.com/2014/07/heladeria-la.com>.

Mediante este análisis nos da a conocer de cómo va impactado este emprendimiento a la sociedad para un beneficio propio que se va generando y alcanzado varios objetivos Propuestos que se ha ido emergiendo y creciendo de una manera muy abrumante y que en la actualidad es un producto de consumo masivo como se puede optar que las personas les agrada estos tipos de helados artesanos viendo de satisfacer los diversos gustos.

Producción.

Según Bas Martín M. 2017., Elosua M.2017 ., Forestry D. 2017., Mapping.Charliw C.2014 ., Velasco D.2017 & W M. 2015. Nos afirman que la producción es el estudio de las técnicas de gestión empleadas para conseguir la mayor diferencia entre el valor agregado y el costo incorporado de consecuencia de la transformación de recursos en productos finales toda organización tiene función de producción trátese de productos y servicios, por ello es de suma importancia que esta función se administre de la mejor manera con el fin de alcanzar la ventaja competitiva. Aunque generalmente se asocia a la producción con el hecho de producir bienes materiales como alimentos, vestidos o automóviles, la función de producción está presente en cualquier ente socio-económico sea que este ofrezca bienes materiales o servicios intangibles creación o invención y procesamiento de bienes y mercancías, y se podría decir que es uno de los procesos económicos más importantes de la humanidad, ya que por medio de dicho proceso el hombre genera u obtiene grandes riquezas, porque está organizado específicamente para producir, distribuir y consumir los bienes y servicios que son de vital necesidad para satisfacer las necesidades de los seres humanos. En otras palabras producción es una organización o departamento que se encarga de su realización y gran parte del mundo depende de estos valiosos procesos.

Imagen 2: Producción en los servicios.



Realizado por: Yury M. Caldera

Fuente: <https://sistema-de-produccion>

Mediante un análisis nos da a conocer que la producción aquella que se sirve de una serie de procesos, métodos y técnicas de tratamiento, transformación o modificación de las materiales primas, con intervención de mano de obra calificada y mediante el uso de maquinaria y tecnología, para la fabricación de un determinado bien o producto.

Comercialización.

Según Henche B. 2017., Liendo J. 2017., Prat J. 2015., Richart. 2016., Ramírez A. 2016 & Zambrano, 2016. Afirman que la Comercialización es responsable de crear la demanda y vender los productos en los distintos mercados. Para alcanzar este objetivo con éxito se deberán analizar las características de los tres mercados, las acciones de la competencia y establecer un plan de marketing dirigido a mejorar la imagen de mercado incidiendo en factores clave como el precio, la publicidad, la calidad, la distribución y la red comercial entre otros para promocionar y vender los productos una vez que tu consumidor potencial está en la tienda. Cuando hablamos de comercialización, hablamos de productos disponibles para la venta, generalmente en un establecimiento minorista. Todas las grandes firmas modernas tienen departamentos o gerencias especializadas en la Comercialización de sus productos.

Imagen 3. Un modelo de comercialización



Autor: Kimberly Piñeros Herrera

Recuperado de: <http://www.lacamaradetrenque.com>

Nos dice que la comercialización es la actividad como tal que se realiza en el comercio es el intercambio o que se aplica cuando una persona quiere adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero impuesta. Es todo ese conjunto de actividades que pueden llegar a tener un complejo procedimiento, todo depende de la magnitud de la transacción en el cual la comercialización comprende un procedimiento que el cliente general no ve en su totalidad es más el comprador es la parte final del proceso. Este proceso antes del referido trueque final tiene que ser evaluado, analizado, para así determinar el campo en el que debe ser implantado el proceso de compra y venta en este importante análisis se toman en cuenta muchas variables importantes, por ejemplo:

calcular un aproximado de cuanto se va a vender, evaluar el tipo de público presente en la localidad qué impacto tendrá en la población.

Helados.

Según Argüelles A. 2014., Megías S.2018., Mangas S. 2014., Martíne J. 2014., Marshal R. 2015 & Small V.2017. Nos manifiesta que los helados son preparaciones mediante alimenticias que han sido llevadas al estado sólido semisólido o pastoso por una congelación simultánea o posterior a la mezcla de las materias primas utilizadas y que han de mantener el grado de plasticidad y congelación suficiente, hasta el momento de su venta al consumidor. En función de sus características se identifica la siguiente clasificación de helados: helado crema, helado de leche, helado de leche desnatada, helado, helado de agua, sorbete, postre de helado. El helado es un alimento universal que se prepara a partir unos pocos ingredientes básicos: crema batida, agua, azúcar y edulcorantes para darle un sabor determinado. Presenta tamaños, formas y sabores muy distintos y los hay de agua o sorbetes, de leche y de crema.

Imagen 4. Helados de diferentes sabores.



Autor: Antaña Velejes.

Recuperado por: <http://www.heladosdelirante.com>

Un breve análisis el helado tiene varios usos como objetivo es que puede emplearse para aludir a aquello que tiene una temperatura más baja que la habitual o que está muy frío y es muy garantizado y muy consumible y tiene una esencia muy favorable ya que se puede consumir con esencia de cualquier sabor.

Helados artesanales de mora

Según Díaz N. 2015., Todd D. 2013., Hernández A. 2009., Sarah J. 2013., Velazques S. 2017 & Woloszyn P. 2014. Aseguran que un helado debe medirse tanto por sus ingredientes como por su proceso de elaboración. Si hablamos de helado artesanal,

hablamos de calidad, de un helado elaborado con leche, nata, frutas, chocolate, etc., materias primas de alta calidad y no polvos o concentrados industriales. Se trata de un alimento muy valioso desde el punto de vista nutricional, gracias a la riqueza de sus ingredientes. Debemos analizar los muchos beneficios del helado para la salud, con el fin de eliminar los prejuicios sobre él y para disfrutar consumiéndolo y preparándolo sin máquina heladera. Este producto es totalmente puro, ya que no tiene conservantes ni químicos.

Imagen 5: Tipos de helados de moras artesanales.



Autor. Fernanda Klmoncayo.

Fuente consultada: <http://blog.espol.edu.ec/klmoncayo/2013/05/29/heladitos-de-yogur-y-fruta-light/>

Como podemos saber lo más saludable en la actualidad es consumir productos sin tantos químicos ni preservantes por lo cual la opción de realizar un emprendimiento de helados artesanales es una actividad que además de beneficiarnos económicamente a las personas emprendedoras también beneficiaremos a la comunidad en general ofreciendo un producto de calidad hecho en casa con fruta e ingredientes naturales.

La Mora y sus beneficios nutricionales.

Según Coila B. 2017., Facts O. 2017., Ipcdedios S. 2014., Jiménez C. 2014., Moreu M. 2014 & Román D. 2012. afirman que la mora proviene de los árboles llamados moreras y el género *Rubus* que provienen de arbustos espinosos, existen más de 300 especies de moras diferentes. Mientras el género *Morus* es natural del oeste de Europa, Ucrania y el este de China, el género *Rubus* proviene de Colombia, Ecuador, Panamá,

Costa Rica, Guatemala, Honduras, México y Perú. Las moras son frutas de bajo valor calórico debido a su escaso aporte de hidratos de carbono, lo que las hace un alimento beneficioso para el metabolismo. Son especialmente ricas en vitamina C, conteniendo cantidades incluso mayores que algunos cítricos. También son muy ricas en vitamina A y potasio.

Imagen 6. Beneficios de la mora.



Autor de imagen. Hogarmania.

Fuente. <https://www.hogarmania.com/salud/bienestar/dieta-sana/201110/moras-anti-colesterol>

La mora es una baya silvestre que suele crecer en zonas de montaña y cerca de ríos y pequeños arroyos. En estado inmaduro es ácida y astringente, mientras que maduro tiene un sabor dulce y afrutado, la mora es una fruta la cual en la actualidad ha llegado a ser muy popular por la gran variedad de productos que se pueden elaborar a través de ella así también contiene una gran cantidad de beneficios nutricionales que nos hacen bien para la salud.

Conclusiones.

- La producción y comercialización de helados artesanales de mora y otros sabores tiene muchas ventajas en el ámbito socio-económico ya que esto permite el

desarrollo tanto de una manera local, nacional y mundial debido a los ingresos económicos que se generan con la venta de estos productos ya que son muy populares en todo tipo de regiones.

- Cada tema investigado se citó con las normas legales así también se realizó el análisis detallado de cada concepto lo cual nos ayudó a entender la importancia y utilidad de la realización del tema propuesto
- Había podido determinar si la venta de helados artesanales es factible para continuar con la elaboración y comercialización del producto.
- Proceso de trabajo, construcción y preparación de materiales, objetos u cosas para transformarlas en elementos de mayor complejidad la elaboración puede darse sobre materias primas y otros objetos materiales, como también en espacios teóricos

Bibliografía.

1. Bas Martín, N. (2017). El comercio y distribución del libro medieval y moderno produccion.https://books.google.com.ec/books?id=-k47DwAAQBAJ&dq=libros+de+produccion+de+2016,2017&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
2. Drucker, P. F. (2014). La gerencia efectiva. Recuperado el 15 de julio de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=JaCaAgAAQBAJ&dq=Impacto+socio-económico+de+la+venta+de+helados+libros+2016&hl=es&source=>
3. Elosua, M. (2017). Informe Omniprom 2016 sobre el libro produccion. https://books.google.com.ec/books?id=moH6DQAAQBAJ&dq=libros+de+produccion+de+2016,2017&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
4. Forestry. D (2017). fao.org. Recuperado el 15 de julio de 2018, de <http://www.fao.org/3/I7034EN/i7034en.pdf>
5. Henche, B. G. (2017). Marketing del turismo rural. https://books.google.com.ec/books?id=ZKYcywAACAAJ&dq=libros+en+ingles+sobre+commercialization&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjg69fGzJ7cAhXPuVMKHT16D_oQ6AEIODAE.
6. Liendo, J. G. (2017). El intelectual y la cultura de masas: argumentos latinoamericanos.

- https://books.google.com.ec/books?id=rCdrDQAAQBAJ&dq=libros++comercialization+2017&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
7. Mangas, S. (2014). Polos y Helados. https://books.google.com.ec/books?id=ULOKAwAAQBAJ&dq=helados&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
 8. Mapping.Charliw. (2014). production functionality. Recuperado el 15 de julio de 2018, de <http://desktop.arcgis.com/es/arcmap/latest/extensions/production-mapping/what-is-production-pdf-.htm>
 9. McCarthy, E. J. (2014). Comercialización: un enfoque gerencial. <https://books.google.com.ec/books?id=DtFEPgAACAAJ&dq=comercializaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiXypvLp9nbAhWmtlkKHerUCaEQ6AEIKjAB>.
 10. Navarrete, J. (2016). CONGELATO HELADOS ARTESANALES. Recuperado el 15 de julio de 2018, de <http://repositorio.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/10785/4224/3/DDMAE41.pdf>
 11. PRATS, J. L. (2015). UF0076 - Comercialización de eventos. https://books.google.com.ec/books?id=guPXBgAAQBAJ&dq=comercializaci%C3%B3n&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
 12. Ramírez, A. (2016). Indicadores del Sector Editorial Privado. Mexico : https://books.google.com.ec/books?id=R2dNDwAAQBAJ&dq=comercializaci%C3%B3n++EN+LIBROS+2016&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
 13. Restrepo, J. (2015). gruponutresa.com. Recuperado el 15 de julio de 2018, de <https://www.gruponutresa.com/wp-content/uploads/2016/04/Informe-Integrado-2015.pdf>
 14. Richart.T (2016). Copyright © Organización Internacional. Recuperado el 14 de julio de 2018, de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf
 15. Rojas, J. V. (2016). repository.uniminuto.edu. Recuperado el 14 de julio de 2018, de http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/4313/TA_DorisJimenez_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 16. Toledo, S. B. (13 de Junio de 2018). abc.com.py. Recuperado el 14 de julio de 2018, de <http://www.abc.com.py/edicion-impres/suplementos/empresas-y-negocios/el-impacto-social-del-negocio-1459327.html>
 17. Velasco, F. D. (2017). visibilización e implantación. https://books.google.com.ec/books?id=8LFdDwAAQBAJ&dq=libros+de+produccion+de+2016,2017&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
 18. W., C. (2015). A Theory of Production. Recuperado el 15 de julio de 2018, de <http://www2.econ.iastate.edu/classes/econ521/Orazem/Papers/cobb-douglas.pdf>

19. Ximena, I. (MARZO de 2015). repositorio.comillas.edu. Recuperado el 14 de julio de 2018, de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/4345/TFG001205.pdf?sequence=1>
20. Zambrano, V. (2016). Comercialización en Ecuador. Recuperado el 15 de julio de 2018, de http://www.uteq.edu.ec/revistacyt/publico/archivos/C2_V9_N2_2Viteri%20y%20Zambrano.pdf
21. Coila, B. (3 de 10 de 2017). Livestrong. Recuperado el 22 de 6 de 2018, de <https://www.livestrong.com/article/233747-what-are-the-benefits-of-blackberry-fruit/>
22. Díaz, N. (24 de 4 de 2015). nacion. Recuperado el 18 de 6 de 2018, de <https://www.nacion.com/viva/entretenimiento/la-firma-del-helado-artesanal/VTWIUACYTZCU5FGX77KHYD3ARY/story/>
23. Facts, O. (11 de May de 2017). OrganicFacts. Recuperado el 22 de 6 de 2018, de <https://www.organicfacts.net/health-benefits/fruit/blackberries.html>
24. Jimenez, C. (3 de 9 de 2014). Nutricion. Recuperado el 10 de 6 de 2018, de <https://www.recetasgratis.net/receta-de-helado-de-mora-con-crema-de-leche-52187.html>
25. lpcdedios, S. (18 de 12 de 2014). wordpress. Recuperado el 22 de 6 de 2018, de <https://lpcdedios.wordpress.com/2014/12/18/la-mora-y-sus-beneficios/>
26. Mangas, S. (2014). Polos y Helados. https://books.google.com.ec/books?id=ULOKAwAAQBAJ&dq=helados&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
27. McCarthy, E. J. (2014). Comercialización: un enfoque gerencial. <https://books.google.com.ec/books?id=DtFEPgAACAAJ&dq=comercializaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiXypvLp9nbAhWmtlkKHerUCaEQ6AEIKjAB>.
28. Moreu, M. d. (6 de 7 de 2014). lechepuleva. Recuperado el 21 de 6 de 2018, de <https://www.lechepuleva.es/aprende-a-cuidarte/tu-alimentacion-de-la-az/m/moras>
29. Velazques, S. (4 de 8 de 2017). Comunicae. Recuperado el 22 de 5 de 2018, de https://www.comunicae.es/nota/8-beneficios-del-helado-casero-y-la-receta_1-1189006/
30. Woloszyn, P. (13 de 2 de 2014). Confiesoquecocino. Recuperado el 22 de 5 de 2018, de <http://www.confiesoquecocino.com/helado-de-mora/>

Para citar el artículo indexado.

Magaly Ninasunta. (2018). Impacto Económico de la producción y comercialización de helados caseros en la parroquia Tingo La Esperanza Provincia de Cotopaxi. *Revista electrónica Visionario Digital* 1(1), 53-64. Recuperado desde: <http://www.visionariodigital.org/index.php/VISIONARIODIGITAL/article/view/40/47>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Recibido: 01-01-2017 / Aceptado: 22-02-2017 / Publicado: 01-04-2017

El impacto socioeconómico de la producción del maracuyá.

The socio-economic impact of the production of the passion fruit.

Velasteguí López Efraín.⁹, Guamán Rodríguez Mónica.¹⁰

Resumen.

DOI: <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i4.206>

Es una planta que inicia su fructificación después la plantación. El periodo de vida es de 3 a 5 años esto puede variar. La productividad puede llegar a 70 Kg. de plantas siempre y cuando el cultivo de manera silvestre y manejo adecuado del suelo. El llega al estado de madurez cuando se desprende del fruto y cae al suelo es por eso que se recomienda recolectar después de 34 días aproximadamente.

Es de suma importancia de contar con suelos profundos, bien drenados, de textura franca, con buena capacidad para poder retener la humedad. Crece mejor en climas cálidos y templados, aunque retrasen el inicio de producción.

La pasiflora es una planta que se cultiva en suelos profundos es por eso que los usos de semillas deben ser cuidadosamente seleccionadas para su alta productividad, como es en el caso del maracuyá amarillo. Generalmente estas semillas se germinan en bolsas plásticas y luego son llevadas al campo cuando tenga una medida aproximada de 25 cm. Su plantación debe estar distanciada entre filas y entre plantas, se calcula que por lo menos en una hectárea puede llegar a tener 1,000 plantas. Esta plantación se manejará con tutores y espaldera simple con dos filas de alambre, utilizando para ello alambres, postes para el soporte y tutores para guiar los brotes.

La fructificación o cosecha se empieza a partir de 7 a 10 meses después de su plantación y el fruto llega a su madurez cuando se desprende de la planta y cae al suelo.

Palabras claves: Socioeconómico, Producción, Maracuyá, Impacto.

Abstract

It is a plant that begins its fruiting after the plantation. The period of life is of 3 to 5 years this can vary. The productivity can reach 70 Kg. Of plants as long as the cultivation of

⁹ Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador, le.velastegui@uta.edu.ec

¹⁰ Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión la Maná, Ecuador, monyguamansdeyop@gmail.com

wild way and adequate management of the soil. It reaches the state of maturity when it falls off the fruit and falls to the ground that is why it is recommended to collect after approximately 34 days.

It is very important to have deep soils, well drained, with a clear texture, with good capacity to retain moisture. It grows best in warm and temperate climates although they delay the start of production.

The passionflower is a plant that is grown in deep soils that is why the use of seeds should be carefully selected for high productivity, as in the case of yellow passion fruit. Generally these seeds are germinated in plastic bags and then taken to the field when it has a measure of approximately 25 cm.

Its plantation must be separated between rows and between plants, it is estimated that at least one hectare can have 1,000 plants. This plantation will be managed with tutors and simple trellis with two rows of wire, using wires, poles for the support and tutors to guide the shoots.

Fruiting or harvesting starts from 7 to 10 months after planting and the fruit reaches maturity when it falls off the plant and falls to the ground.

Keywords: *Socioeconomic, Production, Passion fruit, Impact.*

Introducción.

El maracuyá es una fruta tropical o también llamada fruta de la pasión o parchita y denominada la fruta de la pasión, de un sabor un poco ácido y con aroma. Las variedades varían en el tamaño color y sabor. Actualmente 40 países utilizan el maracuyá en el campo comercial para satisfacer la demanda interna y solo en nuestro país se han cultivado la maracuyá amarilla y púrpura debido a la inestabilidad de los precios y apoyo del gobierno. El cultivo de maracuyá es una planta que se ha convertido en un fruto de alto consumo, permitiendo aumentar la demanda. Es por esto la importancia de mejorar la producción, en toneladas por hectárea, el tamaño del fruto, peso, los grados brix, la precocidad y la resistencia al virus causante de la malformación, conocido como el virus de noni.

Es una planta que de acuerdo a las condiciones fitosanitarias se produce desde los 300 msnm hasta los 1000 msnm, el clima en que se desarrolla requiere que hay alternancia de época de humedad y seca y de 1000 a 1500 milímetros de precipitación, hace de la familia de las pasifloras y su nombre científico es: *passiflora edulis* v. *flavicarpa*. Es originaria de la región amazónica del Brasil, la familia comprende doce géneros con aproximadamente 500 especies distribuidas en América, Asia y África.

Según (Arroyave, 2014., Delfin, 2016., Elgeta, 2014., Fernandez, 2014) afirma que: El desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en el mercado global es una prioridad para el crecimiento económico de cada país. Si las Pymes quieren mantenerse, crecer y desarrollarse en un entorno mundial y dinámico tienen que plantear estrategias que les permitan alcanzar su desarrollo empresarial. En este artículo se explican ampliamente las diferentes definiciones que incluyen el desarrollo empresarial como

concepto integrador, como son el crecimiento económico, la cultura empresarial, el liderazgo, la gestión del

conocimiento y la innovación. Se pretende con ello que el empresario identifique la necesidad de capacitarse en estos conceptos, actuales y detonantes de competitividad.

El desarrollo es un concepto histórico que ha ido evolucionando, por lo que no tiene una definición única. Aun así, se puede decir que desarrollar es el proceso por el cual una comunidad progresa y crece económica, social, cultural o políticamente.

Desde sus inicios, las teorías relacionadas con el desarrollo se interesaron por los procesos de enriquecimiento material, es decir, por el incremento del volumen de producción de bienes y servicios. Estas teorías economicistas entendían que el medio para alcanzar el desarrollo era la acumulación de capital físico. Se defendía que un aumento del producto interior bruto per capita reduciría la pobreza e incrementaría el bienestar de la población. Esta premisa se basaba en que, a más producción, más renta, y, a más renta, mayor bienestar económico. Es decir, que el desarrollo estaba directamente relacionado con el crecimiento económico, tanto de los países como de las personas. Como apunta Keith Griffin en su ensayo “Desarrollo humano: origen, evolución e impacto”, el crecimiento se convertía no sólo en el medio para alcanzar el desarrollo, sino en el fin del desarrollo mismo.

Criterio Personal

El desarrollo, como objeto de estudio, requiere para su abordaje de una pluralidad teórico-metodológica. En este sentido, la visibilización de la emergencia de las nuevas perspectivas de este, puede conducir no solo a comprender la complejidad de su producción como noción y práctica, sino que, además, nos exige el diseño de instrumentos complejos para su aprehensión y también para su ponderación. En términos generales, cualquiera que sea la perspectiva, se asume explícita o implícitamente que reconocer al desarrollo como un fenómeno multidimensional (social, económico, político, cultural, ambiental) implica la necesidad de analizarlo desde la inter y la transdisciplinariedad y, en términos específicos de la medición, a la necesidad de establecer un sistema integrado de indicadores sin fines de ordenación (lista de países), que tenga en cuenta la complejidad de los territorios y que no se base en la aplicación acrítica de dispositivos impuestos por los organismos de financiamiento externo.

Impacto

Según (Iturbe, 2015., Jaramillo , 2015., Marin , 2015., Mayorga , 2015) Afirman que: El término “Economía” proviene del griego, en concreto, de la conjunción de dos voces: “oikos” que significa casa (en el sentido de bienes, patrimonio) y “nomos” que significa administrar. En la actualidad, su significado mantiene en cierta forma el original, ya que la Economía es la ciencia que estudia el mejor modo de utilizar unos recursos que son escasos para satisfacer las necesidades de la sociedad.

Sin embargo, a pesar de que los fenómenos económicos son tan antiguos como el hombre, la Economía como ciencia es relativamente joven. Se considera que nació con la obra del economista escocés Adam Smith (1723-1790), La riqueza de las naciones, publicada por

primera vez en 1776, donde sistematizó el conjunto de conocimientos que integraban hasta ese momento la Economía.

Así, este autor, dentro de sus múltiples contribuciones a la economía, lo hizo en el campo de la teoría del comercio internacional, al haber desarrollado el principio de la ventaja comparativa, a través de la cual explica la especialización que buscan los países para mejorar sus relaciones comerciales. En sus investigaciones utilizó los métodos deductivo y abstracto

Los distintos agentes económicos, cómo influyen unos sobre otros y el resultado final de esas influencias mutuas. Para simplificar esta presentación, tomaremos a personas y familias como un solo conjunto, y excluirémos toda relación con otros países. Más adelante examinaremos estas relaciones al hablar del comercio exterior, es decir, de lo que el país compra y vende a otros países. Las familias necesitan ganar ingresos, para lo cual venden su trabajo a las empresas y al Gobierno.

Gráfico 1. Inteligencia de mercado del maracuya.



Autor: Luis Alejandro Calderón.

Fuente: <https://es.slideshare.net/janoac/analisis-del-maracuya-inteligencia>

También necesitan satisfacer sus necesidades, para lo cual deben adquirir bienes y servicios que compran a las empresas. Además, deben pagar impuestos al Gobierno a cambio de los

servicios que este presta. Por otra parte, las familias (algunas de ellas), son dueñas de las empresas, y reciben las utilidades (o pagan las pérdidas) que las empresas generen. Por su parte, las empresas necesitan comprar trabajo a las familias para poder producir, a la vez que venden sus productos a estas y al Gobierno.

Al igual que las familias, pagan impuestos al Gobierno a cambio de los servicios que este proporciona. Las utilidades que obtengan como resultado de sus ingresos por ventas menos sus costos, luego de pagar los impuestos, las entregan a sus dueños, algunas familias.

La producción de calzado en el Ecuador es una rama con perspectiva al desarrollo de la productividad del país, este sector industrial es muy diversificada, presenta además una gran variedad de productos para el mercado internacional. El uso de la tecnología, la innovación tecnológica y el mejoramiento de la calidad son factores que contribuyen a mejorar la competitividad de las MIPYMES, sin embargo, en el Ecuador sólo el 30% de las mismas utilizan las ventajas tecnológicas de la información y comunicación (TIC), cifra muy baja en relación al 50% de los demás países de América Latina, siendo Costa Rica, Argentina y Chile los países que más utilizan estos sistemas en la región, según la Red Global de

Exportación.

Criterio Personal.

Por otro lado, el 45% de empresas utilizan el servicio de internet, el 87% han realizado algún tipo de innovación, ya sea de productos o de procesos y, apenas el 5% tiene algún tipo de certificación de calidad, según la Encuesta Nacional de Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la industria manufacturera, 2007 (Jácome y King 2013). De acuerdo a los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales publicados por el Banco Central del Ecuador (BCE), el Producto Interno Bruto (PIB) tuvo un crecimiento anual de 4.5% en el año 2013 con respecto a 2012, ubicando al país como una de las economías con mejores resultados en la región.

Resulta bastante complicado el encontrar una definición única de la ciencia económica y en consecuencia su objeto de estudio puede aparecer impreciso. Lo afirmado obedece a que tanto los padres de la economía como los economistas de las recientes escuelas de pensamiento no se han puesto de acuerdo sobre la temática debido a los diferentes enfoques teóricos que caracterizan a cada una de las escuelas de pensamiento. Por ejemplo, Gary Becker² en su obra “El enfoque económico de la conducta humana”

plantea que “La definición de Economía en términos de bienes materiales es la más limitada y menos satisfactoria.

Con este propósito desarrolló la teoría del valor trabajo. Se preocupó también de averiguar las causas del crecimiento o, si se prefiere, del origen de la riqueza de los países a través del análisis de los factores que explican la distribución de la renta.

Maracuyá.

Según (Pereira, 2015., Perez , 2015., Pozo, 2013., Sañudo, 2015., Vizquete , 2015) Afirman que: La producción sirve para acercar un bien o servicio y que éste pueda satisfacer las

necesidades de los consumidores. Por ello, las actividades de la producción son la fabricación, el transporte, el almacenamiento y la comercialización.

Si en el caso que venimos considerando, el helado que la empresa lanza al mercado experimenta una demanda creciente, ésta deseará expandir la producción. De forma inmediata la empresa puede hacer que la mano de obra existente trabaje horas extraordinaria, y también puede incrementar el número de empleados contratados. A largo plazo, y si continúa la presión de la demanda, los gerentes de la empresa se plantearán la conveniencia de ampliar las instalaciones e incluso de construir una nueva fábrica.

La producción es el proceso mediante el cual la empresa transforma un conjunto de factores de producción en un producto cuyo valor debe ser mayor que la suma de los valores de los factores utilizados (lógicamente, si el valor fuese igual o menor, la actividad de la empresa no tendría ningún sentido). Hay diferentes maneras de organizar la producción. Pensemos por ejemplo en una empresa constructora, cuyos productos son los edificios que construye.

Los principales factores de producción son la maquinaria utilizada, los materiales de construcción y el trabajo de arquitectos, técnicos, operarios, etc. La empresa puede organizar su producción de dos maneras: puede diseñar un modelo de edificio y construir siempre el mismo modelo, con variaciones mínimas.

Esto es lo que llamaríamos un sistema de “producción rígida”. Alternativamente, la empresa puede diseñar cada edificio prácticamente “desde cero”, haciendo en cada caso un estudio de la localización, el uso que se va a dar al edificio, etc. En este caso, se trataría de un sistema de “producción flexible”.

Los sistemas productivos agropecuarios se deben enfocar hacia la productividad, competitividad y calidad. Su orientación está basada en la normatividad vigente de cada país, para el caso de Colombia, la Norma NTC 5400 de 2005 de Buenas Prácticas Agrícolas - BPA y Resolución 4174 de 2009. Con esto se asegura la inocuidad, protección del ambiente y condiciones laborales favorables para el personal que participa de la actividad agrícola.

Es de gran interés la promoción de estas prácticas por cuanto conforman un aporte al bien público y posibilitan mejores niveles de competitividad para la agricultura, además ayudan a la divulgación y mantenimiento de la confianza de los productos del país. Las Buenas Prácticas Agrícolas se deben adoptar y aplicar desde la selección del material

vegetal hasta la actividad de cosecha y poscosecha, permitiendo la trazabilidad de la actividad productiva y la garantía para el consumidor final. La necesidad de aplicar las BPA en el cultivo de Maracuyá se justifica por la necesidad generada de llevar a cabo procesos amigables con el ambiente.

Según la Corporación Colombia Internacional (CCI), en el año 2002 la producción mundial de maracuyá fue de 640.000 toneladas, siendo Brasil el mayor productor representando un 70%; le siguen Ecuador y Colombia con un 13% y 12% respectivamente. Cabe destacar que en ese año la producción disminuyó aproximadamente en 18% respecto al 2001, debido a la caída de la producción de Ecuador, que había tenido incrementos notorios en la productividad en los últimos años. Sin embargo, el consumo de frutas como el maracuyá se ha incrementado de manera notoria en países desarrollados. Este factor ha llevado a una

demanda de maracuyá en el comercio internacional, buscando tener disponibilidad de este frutal durante todo el año.

Gráfico 2. Producción de maracuyá.



Autor: Cesar Aching Guzmán.

Fuente: <https://puntodevistaypropuesta.wordpress.com/2015/02/24/>

Para la definición de la agenda de desarrollo de este estudio, se empleó una metodología propuesta por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, que ha sido una directriz común para las cadenas que vienen participando en este proceso, con el propósito de facilitar la toma de decisiones de inversión y direccionamiento. Según el Ministerio de Agricultura y su observatorio de SCNTA en marzo del año 2013, se establecen la vigilancia tecnológica y el análisis de las tendencias de investigación como una práctica internacional de obligatorio cumplimiento para el caso de las actividades de I+D, donde el conocimiento del entorno tecnológico propende por sustentar y justificar la inversión de recursos humanos y materiales en distintos proyectos de investigación.

Teniendo en cuenta la importancia del sector agrícola y la necesidad de generar productos con mayor valor agregado, la vigilancia tecnológica surge con el objetivo de identificar oportunidades y limitaciones que permitan dar respuesta con procesos de innovación enfocándose en las tecnologías disponibles o que acaban de aparecer, capaces de intervenir en nuevos productos o procesos.

El enfoque del proceso de vigilancia tecnológica tiene como objeto identificar las tendencias, entidades, investigadores, países y enfoques específicos para las demandas

asociadas a los productos en estudio, teniendo como prelación aquellas relacionadas directamente con desarrollos tecnológicos que involucren productos, subproductos y procesos, relacionados con la investigación básica desarrollada en universidades, instituciones de CyT y centros de investigación teniendo como productos de valoración y cuantificación la producción científica en términos de artículos en revistas indexadas.

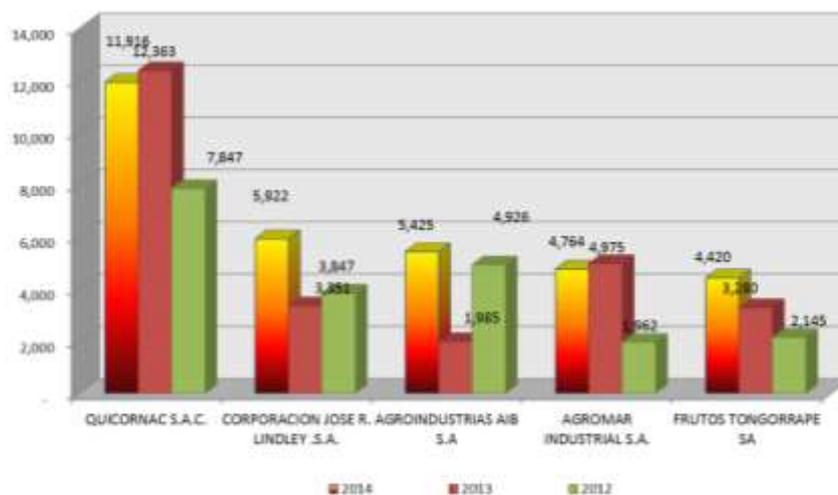
Criterio Personal

Es factible alimentar a las plantas vía foliar particularmente para corregir deficiencias de elementos menores y en el caso de elementos mayores, N-P-K, es necesario recalcar que el abonamientos foliar solamente puede ser complementario y en ningún caso puede sustituir la fertilización al suelo; debido a que las dosis de aplicación por vía foliar son muy pequeños en relación a las exigencias del cultivo.

La parchita o maracuyá (*Passiflora edulis f flavicarpa* Degener) es un rubro frutícola que ha experimentado un creciente aumento del área de cultivada, por lo que se hace necesario el desarrollo de actividades agroeconómicas que posean ventajas comparativas para la exportación y constituyan fuente de materia prima para la agroindustria local. Por ser un cultivo que se propaga generalmente por semilla y que puede explotarse en forma comercial, el incremento de la superficie cultivada amerita la obtención de plantas sanas, vigorosas, de tamaño uniforme y en cantidades suficientes para satisfacer la demanda, que garanticen el éxito de la fundación o cultivo de este frutal.

Entre los problemas que afectan la producción de parchita o maracuyá se destacan: inexistencia de material adecuado de propagación, el complejo de enfermedades, manejo empírico de las densidades de plantación, aplicación inadecuada falta de normas de calidad y precario manejo de la cosecha y poscosecha. Todos estos problemas originan bajas producciones y problemas de rentabilidad.

Gráfico 3 .Niveles de Producción en el aspecto Mundial



Autor: Wilfredo Koo.

Fuente: <https://www.agrodataperu.com/2014/12/maracuya-jugos-peru-noviembre-2014.html>

III. Conclusiones.

- Se puede decir que la producción de maracuyá se caracteriza por ser una actividad que ha generado ingreso a la Economía Nacional.
- El maracuyá es una buena opción para producir, puesto que sus derivados han permitido que nuevos productos cumplan con parámetros de calidad y permita satisfacer las necesidades del consumidor.
- Según análisis se ha establecido que Estados Unidos y la Unión Europea en especial Alemania son los países más adecuados para exportar éste producto.
- La producción de maracuyá colombiana tiene gran oportunidad de crecer favorablemente frente a otros países y de ofrecer diversos productos descendientes de ésta.
-

Referencias.

- Arroyave , I. (2014). *Manual del cultivo de Maracuyá bajo*. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de https://conectarural.org/sitio/sites/default/files/documentos/maracuya%20BPA_0.pdf
- Delfin, F. L. (2016). *Importancia y análisis del desarrollo empresarial*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n40/n40a08.pdf>
- Elgeta, C. (2014). *Economía para todos*. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de https://www.economiamascerca.cl/massad/docs/economia_para_todos.pdf
- Fernandez, J. (2014). *La producción y la empresa*. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448149971.pdf>
- Iturbe, A. (2015). *SISTEMAS DE PRODUCCIÓN*. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de https://www.google.com.ec/search?q=sutores&rlz=1C1CHBD_esEC806EC806&oq=sutores&aqs=chrome..69i57j0l5.2304j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- Jaramillo , E. (2015). *El cultivo del Maracuyá en Ecuador*. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de https://www.researchgate.net/publication/312536029_El_cultivo_del_Maracuya_en_Ecuador
- Marin , N. (2015). *Red TecnoParque Colombia*. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/competitividad/Informe%20final%20VT%20Maracuy%C3%A1.pdf>
- Mayorga , C. (2015). *I Congreso Iberoamericano de Investigación sobre MIPyME*. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de <http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Los%20procesos%20de%20produccion%20y%20la%20productividad%20en%20la%20industria%20de%20calzado.pdf>

- Pereira, V. (2015). *ESTUDIO A LA APLICACIÓN DE TRES FRECUENCIAS Y DOS DOSIS DE N-P-K MÁS UNA FÓRMULA DE FERTILIZANTE FOLIAR EN EL CULTIVO DE MARACUYÁ*. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7384/1/TESIS%20DE%20GRADO.pdf>
- Perez , J. (2015). *EOM*. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de <https://elordenmundial.com/introduccion-al-concepto-de-desarrollo/>
- Pozo, R. (2013). Conceptos y principios de economía y metodologías utilizadas en la investigación económica. *TENDENCIAS*, 232.
- Sañudo, M. (2015). *DESARROLLO Prácticas y discursos emergentes en América Latina*. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20160309021832/Desarrollo_practicas.pdf
- Vizuet , F. (2015). *La razón de ser de la Economía*. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de <http://econopilar.com/wp-content/uploads/2015/09/Tema-01-La-economia-como-ciencia.pdf>

Para citar el artículo indexado.

Velasteguí E, Guaman M. (2018) El Impacto Socioeconómico de la Producción de la Maracuya *Revista electrónica Visionario Digital* 1(1), 65-74. Recuperado desde: <http://www.visionariodigital.org/index.php/VISIONARIODIGITAL/article/view/40/47>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.

