



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Título

“La producción y comercialización de la papa y maíz y su incidencia en el desarrollo socioeconómico de la parroquia cebadas, periodo 2015.”

***PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL
MENCIÓN: GESTIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA***

Autora(s)

Beatriz Tenesaca Yantalema
Ana Lizeth Velásquez Bonifaz

Tutor

Ing. Wilson Saltos

Riobamba - Ecuador

2017

INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del proyecto de investigación, cuyo título es: **“LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PAPA Y MAÍZ Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PARROQUIA CEBADAS, PERIODO 2015.”**,y luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborada por la Srtas. Beatriz Tenesaca Yantalema, Ana Lizeth Velásquez Bonifaz, tengo a bien informar que el trabajo indicado, cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesta al público, luego de ser evaluada por el Tribunal designado por la comisión.

Riobamba; 2017

Ing. Wilson Saltos

Tutor

CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO**

Nombres y Firmas del Tutor y Miembros del Tribunal:

Ing. Wilson Saltos	_____	_____
Tutor	Firma	Nota

Lic. Gabriela de la Cruz	_____	_____
Miembro 1	Firma	Nota

Ing. Sandra Huilcapi	_____	_____
Miembro 2	Firma	Nota

NOTA: _____ (SOBRE 10 DIEZ)

DERECHOS DE AUTOR

Nosotras, **BEATRIZ TENESACA YANTALEMA, ANA LIZETH VELÁSQUEZ BONIFAZ**, somos responsables de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación, y, los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.

Beatriz Tenesaca Yantalema
C.I:060367963-0

Ana Lizeth Velásquez Bonifaz
C.I: 060406072-3

DEDICATORIA

En primer lugar agradezco a mi Dios por protegerme y prestarme la vida, a mis padres Pedro Tenesaca y Angelita Yantalema por ser uno de los pilares fundamentales en mi vida y motivarme a seguir adelante a través de las circunstancias, a mi esposo Elías e hijos Samawa, Atik Araque Tenesaca por formar parte de mi vida y compartir momentos buenos y malos en la trayectoria de mi caminar.

Beatriz.

Primeramente doy gracias a Dios por haberme permitido ser una luz que brilla en este mundo, a mis padres Laura Bonifaz y Julio Velásquez por creer en mí, que en medio de su pobreza pudieron darme una profesión siendo ellos mi motivo de prosperidad y constancia en mi formación, a mis hermanos Jairo, Cristian y David por brindarme su apoyo incondicional en los buenos y malos momentos.

Ana.

AGRADECIMIENTO

Primero y como más importante, nos gustaría agradecer sinceramente a nuestro tutor de tesis Ing. Wilson Saltos, por su esfuerzo y dedicación y saber impartir sus conocimientos y orientaciones, su manera de trabajo, su persistencia, paciencia y su motivación han sido fundamentales para cumplir nuestra meta,

A su manera ha sido capaz de ganarse nuestra lealtad y admiración, así como nos sentimos con deuda con él durante todo el periodo que ha durado nuestra tesis.

Ana y Beatriz.

Contenido

PORTADA	i
INFORME DEL TUTOR	ii
CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	1
1. MARCO REFERENCIAL	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3. OBJETIVOS OBJETIVO GENERAL	3
1.3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL PROBLEMA	3
2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. Fundamentación teórica	5
2.1.1. Producción	6
2.1.1.1. Factores de la producción	6
2.1.1.1.1. Factores.-	6
2.1.1.1.2. Tierra.-	7
2.1.1.1.3. Capital.-	7
2.1.1.1.4. Trabajo.-	9
2.1.1.2. Tipo de producción	10
2.1.1.4. Producción de papa.	15
2.1.1.5. Producción de papas en Ecuador	15

2.1.1.6. Valor nutritivo de la papa	16
2.1.1.7. Técnicas de cultivo de papas.....	16
2.1.1.8. Producción de maíz.....	18
2.1.1.10. Valor Nutritivo.....	19
2.1.1.11. Técnicas de cultivo de maíz.....	19
2.1.2.1. Importancia de la Comercialización	23
2.1.2.2. Relación de la comercialización con la producción.....	24
2.1.2.3. Mercado	25
2.1.2.4.1. Demanda.....	26
2.1.2.4.2. Precio	27
2.1.2.4.3. Oferta	27
2.1.2.5. Tipos de comercialización	28
2.1.2.6. Canales comercialización	29
2.1.2.7. Variables del Marketing Mix.....	30
2.1.3.1.3. Crecimiento económico	34
2.1.4. Definición de términos básicos.....	37
2.1.5. Ingresos.....	38
2.1.6. Ahorro.....	39
2.1.7. Empleo	40
2.1.8. Desempleo	40
2.1.8.1. Tipos de desempleo	40
2.1.9. HIPÓTESIS	41
2.1.10. VARIABLES	41
2.1.10.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.....	41
2.1.10.2. VARIABLE DEPENDIENTE	42
2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	43
CAPITULO III	45

3. MARCO METODOLÓGICO	45
3.1. MÉTODO	45
3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	46
3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	46
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	46
3.4.1. POBLACIÓN.....	46
3.4.2. MUESTRA	47
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	48
3.5.1. TÉCNICAS	48
3.5.2. INSTRUMENTOS.....	48
3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTOS PARA EL ANÁLISIS	48
11. ¿Cree usted que el precio de la papa incide en el desarrollo socio económico de la Parroquia?.....	59
12. ¿En qué porcentaje se divide la producción para las necesidades básicas de su hogar?60	
ANÁLISIS	61
13. ¿La producción de papa y maíz le permite cubrir sus necesidades básicas?	61
ANÁLISIS	61
CAPÍTULO IV	64
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	64
4.1. CONCLUSIONES	64
4.2. RECOMENDACIONES.....	66
BIBLIOGRAFÍA.....	67
PORTADA	69
11. ¿Cree usted que el precio de la papa incide en el desarrollo socio económico de la Parroquia?.....	71
12. ¿En qué porcentaje se divide de la producción para las necesidades básicas de su hogar?71	

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Sistema de producción que utilizan para el cultivo de papa	49
Tabla N° 2: Superficie de terreno destinado para la producción de papa y maíz	50
Tabla N° 3: Tipo de financiamiento.....	51
Tabla N° 4: Cómo determina el precio de venta del producto.....	52
Tabla N° 5: Rentabilidad en la producción de papa y maíz.....	53
Tabla N° 6: Comercialización del producto	54
Tabla N° 7: Tipo de mano de obra.....	55
Tabla N° 8: Recibió capacitación	56
Tabla N° 9: Ayuda gubernamental	57
Tabla N° 10: Formar una asociación	58
Tabla N° 11: Desarrollo Socioeconómico	59
Tabla N° 12: Cubrir necesidades	60
Tabla N° 13: Cubrir necesidades	61

INDICE DE GRÀFICOS

Gráfico N° 2: Sistema de producción utiliza para el cultivo de papa y maíz	49
Gráfico N° 3: Superficie de terreno destinado para la producción de papa y maíz	50
Gráfico N° 4: Tipo de financiamiento	51
Gráfico N° 5: Cómo determina el precio de venta del producto.....	52
Gráfico N° 6: Rentabilidad en la producción de papa y maíz.....	53
Gráfico N° 7: comercialización del producto	54
Gráfico N° 8: Tipo de mano de obra.....	55
Gráfico N° 9; Recibió capacitación	56
Gráfico N° 10: Ayuda gubernamental	57
Gráfico N° 11: Formar una asociación	58
Gráfico N° 11: Desarrollo Socioeconómico	59
Gráfico N° 12: Cubrir necesidades	60
Gráfico N° 13: Cubrir necesidades	61

RESUMEN

La presente investigación titulado: “La producción y comercialización de la papa y maíz y su incidencia en el desarrollo socioeconómico de la parroquia cebadas, período 2015”. Se realizó con el objetivo de evaluar la producción y comercialización y su incidencia en el desarrollo socioeconómico de la parroquia Cebadas, se aplicó la investigación descriptiva que ayudó a conocer de manera detallada el proceso investigación, la problemática que se mantiene en este sector, se tomó en cuenta a la población donde se pudo aplicar la respectiva muestra, el instrumento de investigación que fue la encuesta que mediante la cual se pudo receptar y procesar los resultados, lo que permitió analizar cada uno de las interrogantes y llegar así a las conclusiones, donde se pudo establecer que el cultivo de la papa y el maíz ha permitido a los productores de la parroquia Cebadas logren un mejor nivel de vida, brindando el bienestar y el confort para su familia, mediante una buena alimentación, vestido, salud, y vivienda a pesar de muchos factores como falta de apoyo gubernamental y factores climáticos el cultivo de la papa y el maíz ha permitido mejorar la situación socio económica de los productores y por ende la Parroquia, también dejando la siguiente recomendación que es el de impulsar que los productores de la papa y el maíz formen una asociación de los productores de papa y maíz, como una alternativa, para mejorar el proceso de producción y comercialización, y generar mayores utilidades, mejor nivel de vida.

ABSTRACT

The present research entitled "The production and commercialization of potatoes and maize and their impact on the socioeconomic development of the parish barley, period 2015". It was carried out with the objective of evaluating the production and commercialization and its incidence in the socioeconomic development of the Cebadas parish, the descriptive research was applied that helped to know in detail the research process, the problems that remain in this sector, was taken To the population where the respective sample could be applied, the research instrument that was the survey through which it was possible to receive and process the results, which allowed to analyze each one of the questions and arrive at the conclusions, where It was possible to establish that the cultivation of potatoes and maize has allowed the producers of the Cebadas parish to achieve a better standard of living, providing well-being and comfort for their families through good food, clothing, health and housing. Despite many factors such as lack of government support and climatic factors, potato and maize cultivation has improved the sit Socio-economic development of the producers and therefore the Parish, also leaving the following recommendation that is to encourage the producers of potato and maize to form an association of producers of potatoes and maize, as an alternative, to improve the process Production and marketing, and generate higher profits, better living standards.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación, “La Producción y Comercialización de la Papa y Maíz y su Incidencia en el Desarrollo Socioeconómico de la Parroquia Cebadas”, está estructurado en seis capítulos:

El Primer Capítulo Diagnóstico Situacional, se analizó el planteamiento del problema mediante un análisis de la situación actual de la producción y comercialización de la papa y el maíz de la Parroquia de cebadas, posteriormente se planteó los objetivos y la justificación, e identificar las variables a estudiar, las cuales son: producción, comercialización y desarrollo socio económico.

El Segundo Capítulo Marco Teórico, trata sobre la papa y maíz en Ecuador, su origen, variedades, el proceso del cultivo de la papa y el maíz. La producción y sus factores, mejorar la importancia de su comercialización y la relación con desarrollo socio económico. Todo esto se investigó por medio de fuentes como: libros e internet respectivamente, lo que permitió establecer los diferentes conceptos de todos y cada uno de los temas a tratarse en la investigación.

El Tercer Capítulo Metodología de la Investigación, se identificó el tipo, diseño, y métodos de la investigación. La determinación de la población y el cálculo de la muestra, la misma que está conformada por los agricultores, además se procedió a realizar la técnica de la encuesta. También se realizó la evaluación de la información, se procedió a tabular las encuestas, realizar su respectivo gráfico y analizar los resultados de la investigación.

Finalmente se realizaron las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cultivo de maíz es uno de los productos agrícolas más importantes del país por sus bondades es recomendado para la alimentación diaria siendo las provincias costaneras las más representativas en el cultivo. La papa es el segundo cultivo tradicional en Ecuador ya que representa el 7% de la canasta familiar, constituye la base de la alimentación de gran parte de la población ecuatoriana, es el segundo más importante después del maíz. (Ministerio de Agricultura, 2013)

En la provincia de Chimborazo en los últimos años, los precios de papa y maíz en el mercado no han sido alentadores. Lo que ha ocasionado para el agricultor pérdidas, ya que no existe planificación, ni una coordinación de siembra de época en función de una demanda de mercado, por lo que es una siembra que los agricultores hacen en función de una oportunidad de precio.

“Es necesario resaltar que la cabecera parroquial de Cebadas constituye un polo muy importante de desarrollo, donde se concentra la mayor parte de actividades de comercio y servicio de todo el territorio Cebadeño. (JUNTA PARROQUIAL DE CEBADAS, 2015, pág. 151)

Según el análisis respectivo se pudo verificar que los principales problemas que aquejan directamente a los productores y comercializadores en la Parroquia de Cebadas están relacionados con la producción, el procesamiento y la comercialización.

En la producción, el limitado acceso a tecnologías apropiadas, la pérdida creciente de los saberes y tecnologías ancestrales, una deficiente política implementada por los gobiernos locales y el gobierno nacional como los incentivo y promoción de la producción local y la débil organización de productores y procesadores, conllevan a la competencia desleal, la duplicación de esfuerzo, a esto también hay que añadir la deficiente promoción y estrategia de ventas de los propios emprendimientos,

condicionando la deficiente calidad de los productos por las unidades productivas familiares de la parroquia de Cebadas.

La comercialización, de papa y maíz necesita estrategias de venta, se lo realiza exclusivamente en base a la oferta y demanda cíclica del mercado, el producto carece de una correcta presentación por lo que se lo vende directamente como salió del lugar de producción. Por otra parte el proceso de producción y cosecha se realiza de manera empírica lo que ha ocasionado la duplicación de esfuerzos y la duplicación en los costos.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo la producción y comercialización de papa y maíz incide en el desarrollo socioeconómico de la parroquia Cebadas Provincia de Chimborazo periodo 2015?

1.3. OBJETIVOS OBJETIVO GENERAL

Evaluar la producción y comercialización de la papa y maíz y su incidencia en el desarrollo socioeconómico de la parroquia cebadas, periodo 2015.

1.3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la situación actual del proceso y comercialización de la papa y maíz.
- Estudiar la situación económica de los productores de papa y maíz de la parroquia Cebadas.
- Efectuar un estudio socioeconómico a los productores de la papa y maíz de la parroquia Cebadas.

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL PROBLEMA

Para la mayoría de los pequeños campesinos de la región andina la papa sigue siendo un cultivo tradicional, y se cultiva con otras especies de papa desconocidas en el resto del

mundo por lo que es necesario que se apoye a los productores que realicen la producción de manera tecnificada.

La producción y comercialización es un punto clave para el desarrollo de un país ya que para ello se exige administrar bien los recursos caso contrario ocasionaría pérdidas constantes y un desestimulo de producción de los agricultores, ya que se pudo verificar una problemática a nivel nacional que el sector agropecuario registrado para el producto como la papa y maíz, las perspectivas de producción no fueron positivas.

La región andina del Ecuador está en el territorio de la diversidad genética de la papa, y en el centro de Ecuador, en particular, se encuentra una gran diversidad de papas silvestres. El cultivo está en manos sobre todo de los pequeños campesinos que tienen parcelas de menos de 5 hectáreas, de las cuales una comúnmente se destina al cultivo de la papa. La producción de papa está adquiriendo una vocación más comercial en respuesta a la demanda del sector urbano del Ecuador, que está en pleno crecimiento y representa más del 60% de la población. Casi toda la papa se produce y consume localmente, con un consumo per cápita de unos 25 kilogramos al año. (FAO, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2008)

La provincia de Chimborazo constituye un importante referente de la agricultura dentro del país, debido a su gran variedad de climas y suelos, los mismos que favorecen a la diversificación de productos agrícolas, de los cuales se pueden mencionar: papa, maíz, frejol, lechuga, entre otros. (Proaño, 2013). En esta provincia de abundante producción agrícola es necesario realizar el presente estudio ya que permitirá buscar los mejores mecanismos para ayudar a los productores, superar las dificultades que presentan en el proceso de producción y comercialización de papas y maíz, buscando aprovechar al máximo todos los recursos disponibles y minimizar costos de producción, ofertar productos de calidad al consumidor y mejorar el precio el cual podrá competir en los mercados locales y externos. Con mejores sistemas de distribución y de esta forma el productor se posicione de manera competitiva en el sector productivo del país.

Una de las opciones más adecuadas para los productores deberá ser la organización, de esta forma trabajando en equipo podrán conseguir con mayor facilidad los recursos financieros, materiales, recurso humano entre otros en cual distintas instituciones que brindan apoyo económico, técnico entre otros a los productores esto originara que los

niveles de ingreso mejoren y automáticamente conllevará al desarrollo socioeconómico de la parroquia Cebadas.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

Samuelson (2005), manifiesta:

La producción en su perspectiva más contemporánea se constituye en un eslabón clave de la organización para responder de manera efectiva y distintiva, al cúmulo creciente de necesidades, deseos y expectativas de los clientes, para lo cual es necesario diseñar, formular y poner en práctica estrategias de producción adecuadas y pertinentes. Así, producción puede desempeñar diferentes roles estratégicos en la empresa, hasta constituirse en su principal fuente generadora de ventajas comparativas y competitivas distintivas, dependiendo de cómo sea percibida esta función por la alta gerencia. (Samuelson, 2005)

(Portales, 2012), Menciona: “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).”

McCarthy (2003), afirma:

La comercialización “Es un proceso social que permite anticipar, ampliar y satisfacer la estructura de la demanda de artículos y servicios económicos mediante su concepción, intercambio y distribución física. Es la actividad empresarial que dirige el flujo de mercaderías y servicios desde el productor hasta el consumidor o usuario con la finalidad de satisfacer a los clientes y cumplir los objetivos de la empresa.”

La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se entrega los bienes y servicios que los consumidores desean y necesitan, conseguir los productos en el momento oportuno, en el lugar adecuado y a precio conveniente” (Zúñiga, 2012)

2.1.1. Producción

La producción, no sólo alcanza a la producción, sino también a la transformación y comercialización de alimentos y otros productos agrarios alcanzar una agricultura situada entre la agricultura convencional y la ecológica, que asegure una producción agraria sostenible, dando preferencia a métodos y técnicas más respetuosos con el entorno, minimizando la utilización de productos químicos que generen efectos secundarios sobre el medio ambiente y la salud humana. (Sánchez, 2008)

La producción es la actividad económica que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir, consiste en la creación de productos o servicios y al mismo tiempo la creación de valor, más específicamente es la capacidad de un factor productivo para crear determinados bienes en un periodo de tiempo determinado. (Bello, 2006)

Es un proceso por medio del cual se crean los bienes y servicios económicos. Es la actividad principal de cualquier sistema económico que está organizado para la satisfacción de las necesidades humanas.

2.1.1.1. Factores de la producción

Los factores de la producción son tres: tierra, capital y trabajo

2.1.1.1.1. **Factores.-** Es el objeto inmediato de alguna empresa, es la producción de bienes y servicios, realizando la transformación de materias primas mediante el empleo de mano de obra y máquinas. La transformación, aparece como la combinación de cuatro factores; la tierra (recursos renovables y no renovables), el trabajo (la mano de obra) y el capital (compuestos esencialmente por maquinas). Medios utilizados en los procesos de

producción. De forma habitual, se consideran tres: la tierra (bienes inmuebles), el trabajo y el capital (por ejemplo, una inversión en maquinaria).

2.1.1.1.2. **Tierra.-** El primer factor de la producción es la tierra o elementos naturales y está representada por todos los recursos, la tierra es la fuente de toda materia prima gracias a ella un país puede satisfacer sus necesidades económicas en forma más o menos satisfactoria. Según las condiciones de este recurso y las posibilidades para explotarlo. (Zorrilla, 2004)

La tierra es un recurso primordial para producción agrícola, crianza de animales entre otras actividades que el ser humano realiza en la misma para satisfacer las necesidades humanas para la supervivencia.

2.1.1.1.3. **Capital.-** El capital en teoría económica, es uno de los factores de la producción que, habiendo sido creados por las personas, son utilizados para producir otros bienes o servicios. Dos características importantes del capital son que su creación involucra un costo, porque es necesario utilizar recursos que podrían destinarse al consumo; y que su aplicación al proceso de producción incrementa la productividad de los otros factores productivos, tales como el trabajo y la tierra. (Krugman, 2007)

El capital es factor de producción constituido por inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género, que, en colaboración con otros factores, principalmente el trabajo y bienes intermedios, se destina a la producción de bienes de consumo. Es la cantidad de recursos, bienes y valores disponibles para satisfacer una necesidad o llevar a cabo una actividad definida y generar un beneficio económico o ganancia particular.

La actividad que se realiza puede ser la producción, el consumo, la inversión, la constitución de una empresa, etc. Cuando este capital se destina a la producción, se convierte en un factor de producción. El capital se puede acumular con el tiempo, y sus retornos (renta) pueden ser utilizados o reutilizados para aumentar el capital original.

a) El capital circulante o capital de rotación

Es el invertido en elementos que se transformarán en el curso de la producción; cambia sucesivamente de forma, siendo materias primas, productos elaborados, numerario, créditos, etc.

b) El capital fijo

Es el que, constituido por inmuebles, instalaciones y maquinarias, se destina, con carácter permanente, a la producción.

c) El capital constante

Es la inversión en materias primas y maquinarias que se usan en la producción.

d) El capital variable

Es el que se cambia por trabajo, es decir el invertido en salarios u otros pagos a los trabajadores.

e) El capital líquido

Es el residuo del activo, deducido el pasivo de una persona natural o jurídica;

f) El capital nacional

Es la parte del patrimonio nacional constituida por bienes producidos por el hombre.

g) El capital societario

Es el conjunto de dinero y bienes materiales aportados por los socios a una empresa.

h) El capital inmaterial

Es el que no se muestra como algo físico; puede ser el conocimiento, la aptitud, las habilidades, el entrenamiento de una persona, etc. un ejemplo de capital inmaterial es el capital humano, que se incrementa con la educación o capacitación de las personas.

i) El capital de corto plazo

Es el tipo de capital del cual se espera obtener un beneficio o renta en un periodo menor a un año;

j) El capital de largo plazo

Es el tipo de capital del cual se espera obtener un beneficio o renta en un periodo mayor a un año, por ejemplo, el capital invertido en la constitución de una empresa, pues posiblemente éste dará un retorno en un tiempo superior a un año.

El capital es un recurso es muy importante para la producción ya que sin ello no se logra realizar ninguna actividad.

2.1.1.1.4. **Trabajo.-** Es una acción realizada por seres humanos que supone un determinado gasto de energía, encaminado de algún fin material o inmaterial conscientemente deseado y que tiene su origen y motivación en la insatisfacción y a la existencia de una privación o de una necesidad por parte de quien lo realiza (Chico, 2004)

Es el desgaste físico y mental de los individuos que se incorpora en el proceso productivo. El trabajo también se define como la actividad humana mediante la cual se transforma y adapta la naturaleza para la satisfacción de sus necesidades.

En Economía, el trabajo es uno de los tres factores de la producción, junto con la tierra y el capital. Es la medida del esfuerzo hecho por seres humanos. Históricamente la forma predominante de trabajo fue la esclavitud, pero desde mediados del Siglo XIX, la esclavitud ha ido disminuyendo (aunque sin desaparecer del todo) para ser reemplazada por el trabajo asalariado como forma dominante.

El salario es el precio del trabajo asalariado en el mercado de trabajo, determinado en un contrato de trabajo que puede realizarse en forma individual (contrato individual de trabajo) o colectiva (Contrato colectivo de trabajo).

Junto a la esclavitud y el trabajo asalariado es posible también encontrar otras formas de trabajo, como el trabajo autónomo productivo (profesiones liberales, comerciantes, etc.), el trabajo informal de supervivencia, la servidumbre, y otras formas históricas como la mita, la servidumbre de gleba, la encomienda, etc.

El trabajo está esencialmente relacionado con la construcción y uso de herramientas, y por lo tanto con la técnica y la tecnología, así como con el diseño de los procesos de trabajo y producción.

Es el esfuerzo de cada persona ya sea física o intelectual para producir un producto o servicio determinado a cambio de una remuneración por el trabajo realizado en determinado tiempo.

2.1.1.2. Tipo de producción

Existen los siguientes tipos de producción:

2.1.1.2.1. Productoras de Bienes o Servicios.

Las empresas productoras de bienes pueden clasificarse a su vez en:

a) Empresas extractivas

Cuando los bienes proceden directamente de la naturaleza.

b) Empresas transformadoras

Cuando, partiendo de materias primas procedentes de las extractivas, se las somete a procesos de transformación con objeto de obtener unos bienes capital o unos bienes de consumo.

2.1.1.2.2 Por Sectores Económicos

Es una clasificación bastante empleada, tanto por el Ministerio de Trabajo como por el de Industria, con el objeto de tomar decisiones macroeconómicas. Cuatro son los sectores normalmente empleados:

- a)** Agricultura.
- b)** Pesca.
- c)** Industria.
- d)** Servicios.

2.1.1.2.3 Producción Bajo Pedido

El plan de producción no se hace en unidades de producto final sino por familias. El grado de normalización de los productos es muy bajo o nulo. Los ciclos de fabricación son cortos. El trabajo en curso suele ser muy bajo.

2.1.1.2.4 Producción Intermitente

El tiempo de preparación es corto comparado con el de ejecución. El equipo de manipulación es generalmente multipropósito. El grado de especialización de la mano de obra suele ser alto.

2.1.1.2.5 Producción Continua

El destino de la producción suele ser el almacén. El equipo suele ser muy especializado. El equipo suele ser barato por ser muy concreto. La distribución en planta se realiza de forma funcional.

2.1.1.2.6 Producción de Proceso

Maneja materiales en pequeñas cantidades. Transforma las materias primas por procedimientos mecánicos. Usa generalmente áridos o fluidos como materias primas. Emplea transformaciones fisicoquímicas.

2.1.1.3. Medios de producción

Boríssov (2016) afirma

Es el conjunto de medios y objetos de trabajo que participan en el proceso de producción y que el hombre utiliza para crear los bienes materiales. Son medios de trabajo las cosas con que el hombre actúa sobre la naturaleza y sobre los objetos de trabajo con el fin de producir bienes materiales. Así, son medios de trabajo las máquinas, las maquinas-herramientas, los motores, diferentes aparatos, los edificios e instalaciones destinados a la producción, los medios de transporte, de comunicación y la tierra. La función determinante tanto en el proceso productivo como en el desarrollo de las relaciones sociales, corresponde a los instrumentos de producción (maquinaria, instalaciones, etc.). Es objeto de trabajo todo aquello a que se aplica el trabajo humano todo lo que es objeto de elaboración con el fin de adaptarlo al consumo personal y productivo: petróleo, gas natural, algodón, lino, lana etc.

Algunos de los objetos de trabajo nos los proporciona directamente la naturaleza, otros son productos del trabajo (materiales en bruto o materias primas).

Finalmente podemos decir que son la conjunción de los medios de trabajo y los sujetos del trabajo. Dentro de los medios de producción existe la siguiente distinción:

- **Medios de producción directos**

Intervienen directamente en el proceso productivo, siendo la producción el resultado obtenido del conjunto de:

- a) Los operarios.
- b) El material.
- c) La maquinaria.

- **Medios auxiliares de producción**

No intervienen directamente en el proceso productivo, pero sin ellos el proceso no se puede llevar a cabo. Los más importantes son los siguientes:

- a) Servicios generales.
- b) Oficinas.
- c) Talleres.
- d) Almacenes de materias primas.

2.1.1.3.1. Producción agrícola

La producción agrícola se caracteriza por un alto grado de rigidez en el proceso productivo, y por la inestabilidad en los rendimientos, de suerte que el nivel de producto planeado es impredecible su fundamento en la explotación del suelo o de los recursos que éste origina en forma natural o por la acción del hombre. (Bejarano, 2001)

La producción agrícola hace referencia a todos los productos que forman parte de la actividad agrícola y son utilizados en su gran mayoría como alimentos a la vez para diversas actividades de las industrias.

2.2.1.4. Financiamiento

Financiar es el acto de dotar de dinero y de crédito a una empresa, organización o individuo, es decir, conseguir recursos y medios de pago para destinarlos a la adquisición de bienes y servicios, necesarios para el desarrollo de las correspondientes funciones. (Córdoba, 2012)

- **Fuentes de financiación**

Existen varias fuentes de financiación en las empresas. Se pueden categorizar de la siguiente forma:

a) Según su plazo de vencimiento

- **Financiación a corto plazo**

Es aquella cuyo vencimiento (el plazo de devolución) es inferior a un año. Algunos ejemplos son el crédito bancario, el Línea de descuento, financiación espontánea, etc.

- **Financiación a largo plazo**

Es aquella cuyo vencimiento (el plazo de devolución) es superior a un año, o no existe obligación de devolución (fondos propios). Algunos ejemplos son las ampliaciones de capital, autofinanciación, fondos de amortización, préstamos bancarios, emisión de obligaciones, etc.

b) Según su procedencia

- **Financiación interna**

Reservas, amortizaciones, etc. Son aquellos fondos que la empresa produce a través de su actividad (beneficios reinvertidos en la propia empresa).

- **Financiación externa**

Financiación bancaria, emisión de obligaciones, ampliaciones de capital, etc. Se caracterizan porque proceden de inversores (socios o acreedores).

c) Según los propietarios

- **Medios de financiación ajenos**

Créditos, emisión de obligaciones, etc. Forman parte del pasivo exigible, porque en algún momento deben devolverse (tienen vencimiento).

- **Medios de financiación propia**

No tienen vencimiento.

2.1.1.4. Producción de papa.

La producción de papa debe recibir el mejor manejo agronómico por parte del productor, ya que dependerá en gran medida, las posibilidades de un desarrollo vegetativo óptimo que asegure una producción de calidad esperada.

2.1.1.5. Producción de papas en Ecuador

En la década pasada (1990 - 1999), el país tuvo una producción promedio anual aproximada de 419 mil toneladas métricas, con una tasa de crecimiento de 8.6%, es uno de los principales cultivos tradicionales, orientado al consumo interno de la población. La papa está presente en la dieta diaria de la población, especialmente de la Sierra.

En el mismo período, la superficie dedicada a su cultivo en promedio fue de 56 mil hectáreas, a diferencia de la producción, refleja una tasa de crecimiento negativa de 4.2%.

De acuerdo a los resultados del III Censo Nacional Agropecuario, realizado entre octubre de 1999 y septiembre del 2000, el cultivo de papa, vincula a 88.130 productores, en ese año alcanzó una superficie sembrada de 49.700 ha de la cual se cosecharon 42.550 ha, con una producción de 240 mil toneladas métricas, destinándose al comercio el 83%. De los principales cultivos transitorios, se ubica en el quinto lugar en hectárea después de arroz, maíz duro, maíz suave y soya.

Entre los años 2000-2006, la producción creció en el orden del 69%, debido al incremento del rendimiento en el 71%, en cambio la superficie decreció en el 1.23%.

Las siembras y cosechas de papa durante todo el año, permite abastecer suficientemente el consumo nacional.

El cultivo de papa en Ecuador se realiza en la Sierra, en alturas comprendidas entre los 2700 a 3400 msnm, sin embargo los mejores rendimientos se presentan en zonas ubicadas entre los 2.900 y 3.300 msnm donde las temperaturas fluctúan entre 11 y 90C.

La papa se produce en las diez provincias de la Sierra, constituyéndose las más representativas por el volumen de producción, Carchi, Pichincha, Tungurahua, Chimborazo y Cotopaxi. Las variedades cultivadas preferentemente en la zona Norte son Superchola, Gabriela, Esperanza, Roja, Fripapa y María; en la zona Centro Gabriela, Esperanza y María, Frypapa y las nativas Uvilla y Leona Blanca; y en la zona Sur Bolona, Esperanza, Gabriela y Jubaleña. (INEC, 2011)

2.1.1.6. Valor nutritivo de la papa

La papa es un alimento, muy nutritivo que desempeña funciones energéticas debido a su alto contenido en almidón, así como funciones reguladoras del organismo por su elevado contenido en vitaminas, minerales y fibra. Además, tiene un buen contenido de proteínas, presentando éstas un valor biológico relativamente alto dentro de los alimentos de origen vegetal. En contraste con los cereales las papas tienen vitamina C en cantidades similares a éstos. Las papas presentan un contenido en azúcares, proteínas y energía intermedia entre los que se observan en frutas, hortalizas y los cereales. La proteína de la papa presenta un valor biológico superior a la de los cereales lo cual se debe a su mayor contenido en lisina, aminoácido limitante en la proteína de los cereales.

2.1.1.7. Técnicas de cultivo de papas

2.1.1.7.1. Época de siembra

La siembra de papas hay dos posibilidades se lo realiza entre los meses de abril hasta julio (siembra de verano), la segunda sembrar a partir de septiembre a diciembre (siembra de invierno) (MAGAP, 2014)

2.1.1.7.2. Tipo de tierra

Las papas pueden desarrollarse desde suelos con Ph 4,6 para arriba. Lo que nunca se debe hacer es poner cal a la tierra donde se va a plantar. Estas prefieren suelos ricos en potasio y fosfato. A esta planta le gustan los suelos bien drenados y húmedos. Es altamente recomendable, el invierno para el cultivo, incorporar estiércol o compost a la tierra donde se van a plantar. (MAGAP, 2014)

2.1.1.7.3. Germinación

La mejor forma de cultivar papas es hacerlo a través del tubérculo mismo (papa) y no por semillas. Es de vital importancia nunca plantar un tubérculo que este enfermo. Lo mejor aquí es colocar las papas a mediados del invierno en cajas para que despunten. El despuntar es que salgan pequeños brotes. Las cajas se ponen una encima de la otra de manera que les llegue el aire y la luz. (MAGAP, 2014)

2.1.1.7.4. Riego – Agua

Es recomendable que suelo este húmedo, por lo cual, hay que regarlas, dependiendo del clima, alrededor de 3 veces por semana. Cuando éstas florecen requieren de más agua, por lo cual se recomienda aumentar el riego en este período. (MAGAP, 2014)

2.1.1.7.5. Cosecha

La cosecha de la papa, dependiendo de la variedad y de la altitud sobre el nivel del mar donde se encuentre el cultivo, se produce entre los 6 a 7 meses después de la siembra. Para cosechar la papa, previamente se debe hacer un muestreo, extrayendo algunas 14 plantas al azar para tomar sus tubérculos y frotarlos con la mano, si no se desprende la cáscara, el tubérculo ya se encuentra maduro, si por el contrario se desprende fácilmente le falta madurez. Comprobada la madurez de los tubérculos debe procederse a realizar el “cave” de los surcos o huachos, lo que puede hacerse a mano utilizando herramientas manuales de labranza como azadones y palas o realizando 2 a 3 pasadas de yunta por el mismo “huacho” a fin de sacar todos los tubérculos. En el mismo campo se clasificará

las papas separando la comercial de la llamada papa “cuchi” que incluye tubérculos dañados por gusanos, podridos, verdeados, pequeños, etc. (MAGAP, 2014)

2.1.1.7.6. Pos cosecha

La selección de los tubérculos, debe tener en cuenta que estos se encuentren sanos, descartando aquellos que presenten magulladuras, deformaciones por daños mecánicos y pudriciones. (MAGAP, 2014)

2.1.1.7.7. Limpieza, Empacado y Transporte

Para distribuidores o supermercados, después de la selección, los tubérculos son recolectados en canastas plásticas y llevados al centro de acopio donde son lavados, secados y posteriormente son empacados en canastas plásticas y transportados al mercado de destino, es importante tapar el producto durante el transporte para evitar daño por sol. Para el mercado local (tradicional) después de la selección en el campo, la papa se empaca en sacos de nylon para su comercialización, y es transportada en camiones o camionetas, con rumbo a las ferias populares o a los mercados mayoristas. (MAGAP, 2014)

2.1.1.7.8. Almacenamiento

Cuando la papa es destinada para consumo, cualquiera que sea el sistema de almacenamiento, se recomienda que la temperatura se mantenga alrededor de los 10° grados Celsius y la humedad relativa entre 80-85 %. Cuando los volúmenes de papa son pequeños, se puede almacenar en sitios o bodegas con ventilación natural. Al aumentar la cantidad de producto a almacenar se requieren bodegas con ventilación forzada. (MAGAP, 2014)

2.1.1.8. Producción de maíz

La producción de maíz debe recibir la mejor dirección agronómica por parte del productor, ya que de esta forma dependerá en gran medida obtener productos de calidad.

2.1.1.9. Producción de maíz en Ecuador

La producción de maíz suave en el primer trimestre de 2014, registró nuevamente cifras positivas en su nivel de crecimiento, es así que tanto la superficie de siembra y el volumen de producción crecieron en el 4% y 8%, respectivamente; resultado superior al crecimiento del 1% que experimentaron estas variables en el primer trimestre de 2013. (Banco Central del Ecuador, 2014)

2.1.1.10. Valor Nutritivo

Este alimento proporciona hasta la mitad de la ingesta diaria de calorías y casi un 60% de proteínas, otorgando a su vez gran cantidad de vitamina B1 o tiamina, necesaria para transformar los alimentos en energía y ayudando al cerebro a absorber la glucosa necesaria para su funcionamiento, además de tener un nivel relativamente elevado de minerales nutrientes abundantes después de los carbohidratos, asentándose mayoritariamente en el cortex (zona inmediatamente debajo de la piel) y la médula (zona central). (MAGAP, 2014)

2.1.1.11. Técnicas de cultivo de maíz

El maíz es una planta de gran altura y rápido crecimiento utilizada frecuentemente en la gastronomía latinoamericana.

2.1.1.11.1. Época de siembra

La siembra del maíz en la sierra se realiza entre los meses de octubre a diciembre, con el inicio de la estación invernal, aunque si se dispone de agua podría sembrarse en cualquier tiempo, siempre y cuando la fecha de cosecha no coincida con la época lluviosa si esta se va a realizar en grano seco

2.1.1.11.2. Tipo de Tierra

El choclo hunde bastante sus raíces por lo cual se necesita tierra drenada y enriquecida con humus a gran profundidad. Puede crecer en suelos arenosos pero con bastante humus. El suelo debe ser neutro con un ph de entre 6.5 a 7.

2.1.1.11.3. Germinación

Antes de efectuar la siembra se seleccionan aquellas semillas resistentes a plagas (insectos y enfermedades).

Cuando el maíz se siembra se recomienda sembrar sobre surcos distanciados a 80 centímetros entre si y 50 centímetros entre matas, poniendo de 2 a 3 semillas por sitio, para dejar una población de 25 000 matas por hectárea. Si se siembra como monocultivo, se puede dejar de 1 a 2 semillas por sitio cada 25 centímetros para tener una población de 50 000 plantas por hectárea.

La semilla se depositará a una profundidad de 5 centímetros y se irá tapando con una capa de tierra utilizando el pie o el azadón.

- **Manejo de cultivo.-** En los primeros estados del cultivo se deberán practicar deshierbas para evitar la competencia de estas por luz, agua y nutrientes, posteriormente el cultivo se encargará de reprimir con su follaje de manera natural la emergencia de malezas.

Posterior se realizara el aporque el cual permite facilitar un buen sostén y aireación a las plantas, lo que va a contribuir a dar mayor vigor al cultivo en general. Esta labor se debe hacer a los 45 días de la siembra ya sea en forma manual, con yunta o en forma mecanizada mediante el paso de un cultivador. (MAGAP, 2014)

2.1.1.11.4. Riego – Agua

El maíz necesita mucha agua, sobretodo en un comienzo, luego se puede ir disminuyendo la frecuencia de riego. Por lo general requiere de riegos espaciados cada 8 a 15 días, con un caudal de 65 metros cúbicos por riego.

2.1.1.11.5. Cosecha

La época de cosecha del maíz difiere de acuerdo con la variedad, temperatura y altitud donde se siembra. La cosecha se puede realizar en fresco (choclo) o cuando el grano esté suficientemente seco (cuando en la base del grano se observe una capa negra). Cuando el grano tiene un alto contenido de humedad se dificulta su conservación, debido a que los granos se deterioran y se rompen haciéndolos susceptibles a pudriciones. Cuando la cosecha de este grano se va a realizar en verde, se la debe hacer entre el tercer día de creciente y el tercer día de luna llena; en este espacio de tiempo, los granos son más jugosos y hay una mayor concentración de sabores. Si por el contrario la cosecha se va a realizar en seco lo aconsejable es hacerlo entre el tercer día de luna menguante y el tercer día de luna nueva (noche oscura); bajo estas condiciones, los granos tienen una mayor duración, tienen mejor sazón y son más resistentes al ataque de insectos y microorganismos; igualmente pueden almacenarse. La importancia de cosechar en esta época se manifiesta en la calidad de los productos cosechados por la concentración y elevada riqueza de savia que poseen.

2.1.1.11.6. Pos cosecha

- **Para maíz en fresco (choclo).**- Una vez que se ha producido la cosecha de los choclos y su destino es para el mercado, se procede a seleccionar los mejor conformados y llenos, eliminando los choclos dañados por plagas (insectos y enfermedades). Luego se procede a limpiar de manera prolija cada unidad, eliminando las primeras hojas que recubren la mazorca (cutul), para darle una buena presentación y evitar también que el producto se deteriore durante el transporte.

- **Para maíz seco**

Selección.- Una vez cosechado el maíz, debe someterse a un proceso de selección, para eliminar las mazorcas dañadas por plagas (insectos y enfermedades), las mazorcas pequeñas y las de mala calidad, dejando solo las que presenten un grano grueso y

parejo. Si el volumen de la cosecha no es mayor el desgrane se hace a mano utilizando pequeño implementos desgranadores que facilitan la labor, pero si la cosecha ya es mayor, se puede recurrir a desgranadoras para tal fin. Cuando se trate de obtener semillas, previo el desgrane se seleccionarán las mejores mazorcas que tengan como características: buen tamaño, hileras rectas, sin presencia de granos podridos; luego se eliminarán los granos deformes de ambos lados de la mazorca para finalmente desgranar los granos que aparecen uniformes.

Secado.- Para el secado del grano, especialmente cuando se va a dedicar a semilla, hay que tener cuidado de no colocarlo sobre planchas metálicas o de cemento, para evitar que las alta temperatura que se puede ocasionar dañe la viabilidad de la semilla. El maíz duro para grano se seca de la siguiente forma: debe pasar por un proceso de secado mediante un secador de circulación continua o secadores de caja. Estos secadores calientan, secan y enfrían el grano de forma uniforme.

Conservación y Almacenamiento.- Para la conservación del maíz en el Ecuador prehispánico, se utilizaban diversas técnicas: asoleo, cocción-asoleo, tostado-molido. En relación al almacenamiento, generalmente se guardaba el maíz colgado en una viga dentro de los cuartos; este procedimiento se denomina «huayunga» y se mantiene en la sierra ecuatoriana.

Para maíz dulce las condiciones de conservación son de 0°C y una humedad relativa de 85 al 90%. Para las mazorcas en fresco se eliminan las hojas que las envuelven y se envasan en bandejas recubiertas por una fina película de plástico. El grano de maíz cosechado y seco con un 10 a 12 % de humedad; se envasará en sacos de yute o de polipropileno con una capacidad de 45.45 kg (1.00 qq). Y se almacenará en bodegas secas y ventiladas y fuera del alcance de insectos y ratones. Los sacos se colocan en pilas de no más de ocho sacos uno sobre otro, los que se colocarán sobre vigas de madera, a fin de que no se asienten directamente en el suelo y permitan el paso del aire. Si se detectara la presencia de insectos tales como el gorgojo, se recomienda quemar azufre o ají al interior de las bodegas que deberán cerrarse. (MAGAP, 2014)

2.1.2. Comercialización

(Kotler, 1992)hace referencia a lo siguiente: “Proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros”.

También se fundamenta en los autores (SENTESMASES, 1999)“en su libro Marketing: Conceptos y Estrategias hace referencia lo siguiente: “Un modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio con la finalidad de que sea satisfactoria a las partes que intervienen y a la sociedad mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción por una de las partes de los bienes, servicios o ideas que la otra parte necesita”. Con relación a lo anterior se considera la comercialización un modo para satisfacer las necesidades de la sociedad ejecutando un intercambio de bienes y servicios a un valor determinado.

Es un proceso que incluye la investigación, promoción, venta y distribución de un producto o servicio. La comercialización abarca una amplia gama de prácticas, entre ellas propaganda, publicidad, promoción, determinación de precios y embalaje”.

Podemos mencionar que la Comercialización es un proceso donde se compran o se venden productos y servicios. El proceso se lo realiza a través de diferentes medios como: distribuidor mayorista, distribuidor minorista, cadenas de supermercados, casas importadoras y almacenes entre otros, para que el producto llegue al consumidor final.

2.1.2.1. Importancia de la Comercialización

La importancia de la comercialización radica en la facilidad que va a proporcionar al planear y organizar las actividades necesarias para que en el momento preciso, una mercancía venderse o servicio, esté en el lugar indicado y en su debido momento y así al estar presente en el mercado, el público va a tomarlo en cuenta al hacer una selección, para conocerlo, probarlo y consumirlo, y con base en ello tomar una decisión de fidelidad, y esto a su vez se traduce directamente en una garantía de permanencia en el mercado para la empresa exportadora.

Es tan vital la comercialización, que a nivel macroeconómico, en un momento dado si se descuida el equilibrio entre lo que se compra y lo que se vende, un país entero puede sufrir varios años de crisis, como la economía actual de nuestro país, el cual se puede

mencionar que debido a un desliz en la economía, provocó una notable disparidad en la balanza comercial, ocasionando la caída de la moneda en relación al dólar.

Como consecuencia de esa disparidad muchos de los productos y servicios que necesitaban insumos y materiales de importación, sufrieron un importante aumento, perdiendo competitividad y por ello en muchos de los casos las empresas que se dedicaban a producirlos se vieron en la necesidad de cerrar sus puertas. Teniendo grandes consecuencias económicas, las cuales aún a finales de 1996 y a principios de 1997 se siguen percibiendo.

Desde un punto de vista de la empresa micro y pequeña, sonaría imposible lograr una exportación, pero la comunidad empresarial en el exterior está incrementándose cada vez más, poniendo en alto las importaciones de productos mexicanos en varias partes del mundo, haciendo uso de: la subcontratación de procesos de fabricación o ensamble en nuestro país o bien por el simple hecho de asociarse con empresas mexicanas para mejorar su competitividad en mercados internacionales representando una mercado más amplio para comercializar productos y servicios.

2.1.2.2. Relación de la comercialización con la producción

Si bien la producción es una actividad económica necesaria, algunas personas exageran su importancia con respecto a la comercialización. Creen que es solo tener un buen producto, los negocios serán un éxito.

El caso es que la producción y la comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades. Al combinar producción y comercialización se obtienen las cuatro utilidades económicas básicas: de forma, de tiempo, de lugar y de posesión, necesarias para satisfacer al consumidor. En este caso utilidad significa la capacidad para ofrecer satisfacción a las necesidades humanas. No hay necesidad por satisfacer y por ende no hay utilidad.

La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean y deberían servir de guía para lo que se produce y ofrece.

Utilidad de posesión significa obtener un producto y tener el derecho de usarlo o consumirlo. Utilidad de tiempo significa disponer del producto cuando el cliente lo desee. Utilidad de lugar significa disponer del producto donde el cliente lo desee.

2.1.2.3. Mercado

Es un conjunto compuesto principalmente por dos elementos: La oferta (compradores) y la demanda (vendedores). Ambos se constituyen en las dos fuerzas que mueven el mercado. Sin embargo, deben cumplir algunos requisitos. En el caso de la demanda, debe estar compuesto por compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad o deseo, capacidad económica para satisfacerlo y voluntad para comprar. En el caso de la oferta, debe tener un producto (bien tangible, servicio, lugar, idea) que satisfaga las necesidades de los compradores. Es un lugar (físico o virtual) en el que se producen procesos de intercambio, por ejemplo, un X producto a cambio de una determinada suma de dinero. (Kotler, 1992)

2.1.3.1.2. Clases de Mercado

Puesto que los mercados están por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas. (Mercaedotecnia De Servicios,, 2011)

.

Según el monto de la mercadería

- a) **Mercado total.-** Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.
- b) **Mercado potencial.-** Conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien está en condiciones de adquirirlas.
- c) **Mercado Meta.-** Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica como destinatarios de la gestión de marketing es el mercado que la empresa desea y decide captar.

d) **Mercado Rea.-** Representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que han captado.

2.1.2.4. Demanda y oferta

El modelo de la oferta y la demanda describe la interacción en el mercado de un determinado bien entre consumidores y productores, en relación con el precio y las ventas de dicho bien. Es el modelo fundamental de la microeconomía, y se usa para explicar una gran variedad de escenarios microeconómicos. Además, sirve como base para otras teorías y modelos económicos.

2.1.2.4.1. Demanda

Una curva de la demanda, muestra las cantidades de un bien o servicio que los compradores desean y son capaces de adquirir a los diferentes precios del mercado. Una curva de demanda no sólo refleja lo que la gente quiere, sino también lo que pueda pagar. (Wonnacott, 2007)

Representa el comportamiento de las necesidades del consumidor en un tiempo explícito en el que prima el precio de los productos o servicios, como mecanismo que puede hacer variar las condiciones del mercado.

2.1.2.4.1.1. Factores para determinar la demanda

- Precio del bien
- Ingreso de los consumidores
- Gustos y Preferencia de los consumidores
- Condiciones Climáticas.
- Expectativas de precios en el futuro
- Número de consumidores.
- Costumbres y tradiciones.
- Moda.
- Precio de Bienes Relacionados:
- **Bienes Sustitutos:** Cuando satisfacen el mismo tipo de necesidades.

- **Bienes Complementarios:** Cuando se necesitan dos bienes para satisfacer una necesidad, es decir, son de uso simultáneo.

SEGÚN (**Simón Andrade**) Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca (Andrade, 2006)

2.1.2.4.2. Precio

El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio al momento de ofrecerlo a los consumidores y, por tanto, el valor monetario que los consumidores deben pagar a cambio de obtener dicho producto o servicio.

Para la determinación del precio se deben tomar en cuenta los siguientes factores:

- El costo de producción
- El margen de utilidad
- La posible demanda
- Los factores competitivos

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

El precio no tiene que ser necesariamente igual al "valor" del bien o servicio, o al costo del mismo, ya que el precio fluctúa de acuerdo a muchos factores, entre otros, el precio varía de acuerdo a las condiciones de oferta y demanda, estructura del mercado, disponibilidad de la información de los compradores y vendedores, capacidad de negociación de los agentes, etc.

2.1.2.4.3. Oferta

Los factores que guían la decisión de las empresas de vender en un mercado, las cantidades de un determinado bien, en un periodo de tiempo dado, es conocido con el nombre de la oferta (Katz, 2007).

Representa el comportamiento de los productores que en un periodo de tiempo determinado están dispuestos a vender un mismo bien o servicio con distintos precios, buscando obtener utilidad de sus bienes o servicios

2.1.2.4.3.1. Factores para determinar la oferta

- Precio del bien
- Precio de Insumos
- Costo de la Tecnología
- Acciones del gobierno
- Condiciones Climáticas
- Número de empresas
- Nivel de tecnología

2.1.2.5. Tipos de comercialización

2.1.2.5.1. Consumo interno o micro comercialización

La micro comercialización es la realización de aquellas actividades que trata de lograr los objetivos de una organización anticipándose a las necesidades del cliente y orientando un flujo de bienes y servicios que satisfacen necesidades del producto al cliente (Keller & Klotler, 2006)

Se entiende a todas las actividades que realizan los productores la misma que observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven.

2.1.2.5.2. Consumo Externa o Macro Comercialización

La macro comercialización constituye un proceso socioeconómico que orienta un flujo de bienes y servicios de una economía desde los productores hasta los consumidores en una forma que haga corresponder de una manera efectiva las heterogéneas capacidades

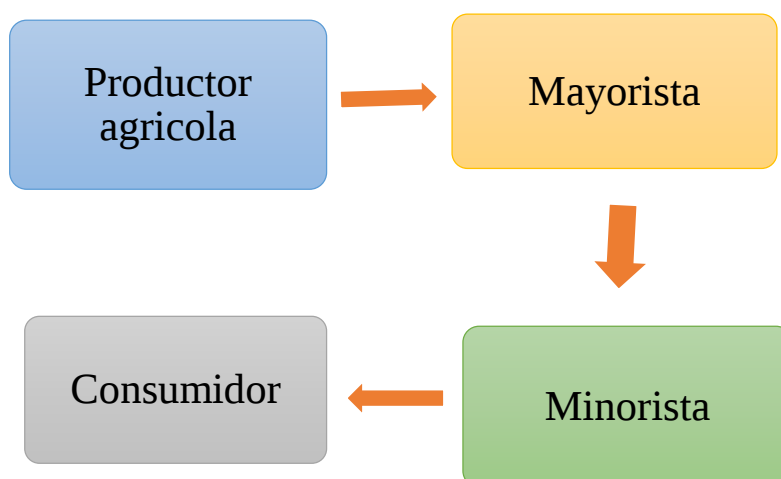
de la oferta con una demanda heterogénea y que cumpla a la vez los objetivos a corto y largo plazo de la sociedad.

Es el proceso mediante el cual se lleva a cabo la venta de bienes y servicios del productor al consumidor y en donde exista un equilibrio que permitan que se cumplan tanto los objetivos de los productores como de los consumidores logrando un beneficio común para la sociedad. Se considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución de productos hacia el mercado la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad. (Rosales, 2017)

2.1.2.6. Canales comercialización

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo

Nº: 1 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Datos Informativos

Elaborado por: Beatriz Tenesaca, Ana Velásquez

2.1.2.6.1. Mayorista

Son todos aquellos establecimientos comerciales que compran artículos o servicios a gran escala, para distribuirlos a nivel de detallistas y a otras industrias, como materia prima. Los términos distribuidor y comisionistas, son usados frecuentemente como sinónimos del concepto mayorista (Keller & Klotler, 2006).

El mayorista es un intermediario que abastece a los mercados con los productos adquiridos a los pequeños y grandes productores agrícolas con la finalidad de obtener ganancias y satisfacer a sus clientes.

2.1.2.6.2. Minorista

Minorista es un comerciante que vende al por menor o al detalle y de ahí que a los minoristas se les denomine también detallistas. Un minorista compra a un mayorista o a un fabricante (o incluso a otro minorista) para vender directamente al público. Existe una gran variedad de instituciones (Keller & Klotler, 2006).

Son comerciantes que venden en pequeñas cantidades a sus clientes finales.

2.1.2.7. Variables del Marketing Mix

2.1.2.7.1. Precio.- Precio en su acepción económica, representa la relación de intercambio de un bien por otro. En otras palabras, es la medida del valor de cambio de los bienes y servicios. (Kotler, 1992)

Es el valor monetario que tiene un bien o servicio al momento de comercializarlo este precio debe estar acorde al dinamismo del mercado.

2.1.2.7.2. Producto.- El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según

un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. (PHILIP)

Un producto es un bien con características diferentes que se comercializa en un mercado determinado para satisfacer las necesidades o deseos de las personas.

2.1.2.7.3. Promoción.- Se define como uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información (Katz, 2007)

Es un instrumento de marketing con el cual darán a conocer el producto con la finalidad de abarcar más cliente potenciales y así obtener mayores utilidades para los productores o empresa.

2.1.2.7.4. Plaza.- También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes: Canales, Cobertura, Surtido, Ubicaciones, Inventario, Transporte, Logística (Kotler, 1992)

Es el espacio físico en el cual se comercializa los productos para que los demandantes del mismo tengan acceso para su adquisición.

2.1.3. Desarrollo Socioeconómico

El desarrollo socioeconómico está comprendido en cuatro ejes fundamentales, la riqueza, evolución, progreso y crecimiento. Cada uno de ellos por separado o todas formadas significan desarrollo.

Podemos decir entonces que el desarrollo socioeconómico sería un estado en el que los medios productivos de la sociedad alcanzan un nivel que permite a sus integrantes satisfacer sus necesidades con “calidad”. Percibimos entonces que la producción está siempre relacionada con la sociedad, pues no hace falta decir que esta no podría existir sin la segunda

Según, (Reyes, 2007) Entiende como desarrollo socioeconómico “La condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y los sistemas naturales”. Lo que significa que las personas puedan contar con alternativas u opciones que satisfagan sus aspiraciones, las mismas que pueden ser muchas, pero fundamentalmente se refieren a tres: la búsqueda de conocimientos, la posibilidad de tener una vida prolongada y saludable y tener acceso a los recursos que permitan un aceptable nivel de vida. El desarrollo social, entonces, comprendería un estado en que los individuos que la integran gozan de bienestar o al menos cuentan con la capacidad de obtenerlo— a todo nivel, salud, educación, economía, etc.

El desarrollo está comprendido por cuatro ejes importantes:

- La riqueza
- Evolución
- Progreso
- Crecimiento

Podemos mencionar que el desarrollo socioeconómico permite a las personas contar con un sistema organizado que les permite valerse de recursos, como el dinero, para satisfacer sus necesidades básicas y superfluas con calidad. Para que funcione correctamente, este sistema debe ser protegido y promovido por una estructura de jerarquía superior —como un gobierno—, que base sus actividades en el respeto social

2.1.3.1.1. Desarrollo

Desarrollo es una palabra muy amplia que se lo puede definir como un proceso integral, que conlleva a mejoras económicas y sociales, donde los bienes y servicios se encuentran crecientes al alcance de los grupos de que conforman la sociedad así también la participación efectiva en las actividades económicas y sociales. Entiende como desarrollo “la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional es decir los recursos y sistemas naturales.” (Romo, 2001)

Lo que significa que las personas puedan contar con opciones que satisfagan sus anhelos, fundamentalmente se refiere a tres: la búsqueda de conocimiento, la posibilidad de tener una vida prolongada y saludable y tener acceso a los recursos que permitan un aceptable nivel de vida.

El desarrollo en si es un concepto amplio a diferencia del crecimiento económico que es una medida numérica que no capta algunos aspectos. En el concepto de desarrollo, además de aspectos como el nivel de producción, y aspectos estructurales como la educación y de la población, indicadores de mortalidad, esperanza de vida, etc., se incluye nociones más abstractas como la libertad política y seguridad social como vivienda, salud, educación, alimentación etc.

Acosta, A. (2004), en cuanto al desarrollo socio económico manifiesta: “En términos muy amplios se lo puede definir como un proceso integral garantizado por la obtención de mejoras económicas y sociales que aseguran la participación efectiva de la población en las actividades económicas y sociales, así como en los beneficios que estas generan”

Es una fase de la evolución económica de un territorio caracterizado por un aumento en el bienestar general de sus habitantes es un proceso que se manifiesta a través de modificaciones en la naturaleza, cuantía y uso de recursos económicos disponibles y en cambios en la cuantía y naturaleza de los bienes obtenidos durante el mismo. Vale decir, el desarrollo supone aumentos de la actividad económica y el ingreso real, y diversificación a la vez. En forma genérica, es el crecimiento económico que está dado en función de los cambios económicos, políticos y sociales como también la aplicación de los conocimientos científicos y tecnológicos para crear productos nuevos o modificar los existentes de manera que cubran mejor las necesidades técnicas y económicas establecidas.

2.1.3.1.2. Importancia

Desarrollo socioeconómico es el proceso de mejoramiento de la calidad de todas las vidas humanas, el desarrollo no es un fenómeno puramente económico, sino que también abarca algo más que es el aspecto material y financiero de la vida de los individuos. Por lo tanto el desarrollo socioeconómico debería percibirse como un

proceso multidimensional donde se conjuga los elementos económicos, sociales y culturales de una sociedad. (Romo, 2001)

El desarrollo socioeconómico es un proceso en el cual nos da como resultado una mejor calidad de vida para las personas que conforman un país o que forman parte de un mismo territorio, por lo cual es necesario una explotación racional de los recursos del planeta, siempre y cuando esta sea destinada para el mejoramiento y beneficios de la humanidad de tiempo presente y futuro.

2.1.3.1.3. Crecimiento económico

Considerado como las mayores aspiraciones o metas a cumplir de la sociedad y el mismo implica el incremento de ingresos

2.1.3.1.4. Causas del desarrollo socioeconómico

La economía crece porque los trabajadores tienen cada vez más instrumentos para sus tareas, maquinas, es decir más capital. Para los defensores de esta idea, la clave del crecimiento económico está en la inversión.

Los trabajadores con mayor stock de conocimientos son más productivos y con la misma cantidad de insumos son capaces de obtener una mayor producción. Entonces la clave del crecimiento estaría en la educación, que incrementaría el capital humano o trabajo efectivo.

La clave está en encontrar mejores formas de combinar los insumos, maquinas superiores y conocimientos más avanzados. Los defensores de esta respuesta afirman que la clave del crecimiento económico se encuentra en el progreso tecnológico. En general se considera que estas tres causas actúan conjuntamente en la determinación del crecimiento económico. (Anzil, 2004)

2.1.3.1.5. Progreso

El progreso conduce a mejorar la vida del hombre mediante el aumento de los bienes y servicios puestos a su disposición. Así, el progreso se mide por la capacidad para

dominar la energía y por el grado de desarrollo tecnológico. Se cree que avances en los aspectos materiales de la vida se relacionan con mejoras en la cultura, la ética y la moral. (Scafati, 2017)

2.1.3.1.6. Elementos

Es uno de los principales aspectos del proceso de desarrollo. Se llama así a un cambio social en gran escala ya que se refiere a las condiciones de comodidad de la vida cotidiana de los individuos, repercutiendo en las principales estructuras económicas, políticas, administrativas, familiares, religiosas, etc., de una sociedad.

El desarrollo económico comprende un progreso no solo en cantidad, sino también en calidad de toda infraestructura económico social de la sociedad, este desarrollo incluye el crecimiento y también la manera en la que se distribuye la riqueza en los factores que la originan, si bien en toda esta serie de cambios surgen elementos que incluyen a el desarrollo económico y social de una sociedad.

Los recursos humanos o bien las personas aptas para trabajar son el principal elemento, ya que utilizan un esfuerzo físico y mental para producir, es necesario que este elemento tenga las características aptas para desempeñar su trabajo, esto comprende que una riqueza ganada mediante productividad sea dedicada a la educación de la misma zona. (Deniz, 2006)

2.1.3.2. Acceso a necesidades

2.1.3.2.1. Alimentación

Los alimentos nos proporcionan energía, y esta es necesaria para estar vivos.

2.1.4.2.1. Vestido

El ser humano ha sentido la necesidad de protegerse del frío y de las inclemencias del tiempo. Desde las primitivas pieles a los cómodos pantalones vaqueros o Jeans, la vestimenta ha ido cambiando, adaptándose a los avances de la técnica y a las modas.

2.1.3.2.2. Salud.

Estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades.

2.1.3.2.3. Vivienda.

Espacio familiar, donde los seres humanos nos sentimos cómodos, protegidos y desarrollamos nuestras actividades íntimas, como dormir o asearnos, y compartimos con nuestra familia.

2.1.3.2.4. Educación

Acción o conjunto de ellas destinadas a desarrollar en la persona su capacidad intelectual, una determinada facultad o el carácter: educación audiovisual.

2.1.3.3. Acceso a servicios básicos

2.1.3.3.1. Luz eléctrica.

La energía eléctrica, gracias a la cual existe la corriente eléctrica y funcionan muchos de los aparatos que conocemos, brindándonos visibilidad.

2.1.3.3.2. Agua potable y alcantarillado.

Líquido vital purificado, canalizado, a las respectivas viviendas de igual manera, el desecho de las mismas.

2.1.3.3.3. Medios de comunicación.

Mediante el cual puede transmitir y receptar información los cuales son la televisión, el internet, el teléfono, la radio.

2.1.3.3.4. **Medios de transporte.**

Son los vehículos que utilizamos para desplazarnos de un lugar a otro y para transportar nuestras mercancías.

2.1.3.3.5. **Infraestructura vial**

Son las vías por donde circulan los vehículos: carreteras, vías férreas, estaciones, túneles, puentes, canales, puertos, aeropuertos.

2.1.4. **Definición de términos básicos**

2.1.4.1. **Costos de producción:** Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. (DEP)

2.1.4.2. **Demanda:** Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca (SIMON, 2006)

2.1.4.3. **Desempleo:** Desocupación, cesantía o paro, en el mercado de trabajo, hace referencia a la situación del ciudadano que carece de empleo y, por lo tanto, de salario. (Samuelson, Economía, 2006)

2.1.4.4. **Empleo:** Es el rol ocupacional social (trabajo) realizado en virtud de un contrato formal o de hecho, individual o colectivo, por el que se recibe una remuneración o salario. Al trabajador contratado se le denomina empleado y a la persona contratante empleador. (Johada, 1982)

2.1.4.5. **Ingresos:** Aumento en el capital contable del propietario que se gana al entregarles bienes o servicios a los clientes (MIRANDA, s.f.)

2.1.4.6. **Mercado:** Según (Philip Kepler) "Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo" (PHILIP)

2.1.4.7. **Nivel socioeconómico:** Es una medida total económica y sociológica combinada de la preparación laboral de una persona y de la posición económica y social individual o familiar en relación a otras personas, basada en sus ingresos, educación, y empleo. (SOCIECONOMICO, 2003)

2.1.4.8. **Oferta:** La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. (Bolaños, 2001)

2.1.4.9. **Precios:** Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de bienes o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera. (WINKIPEDIA, s.f.)

2.1.4.10. **Producción:** Es aquella que formula y desarrolla los métodos más adecuados para la elaboración de los productos al suministrar y coordinar la mano de obra, equipo, instalaciones, materiales y herramientas requeridos (García, 2009)

2.1.4.11. **Utilidad:** la utilidad es la ganancia proveniente de los procesos de fabricación, organización y venta, después de cubrir todos los gastos. (MIRANDA, s.f.)

2.1.5. Ingresos

Es una expresión con acepciones completamente distintas expresado en dinero. En general, las personas, las familias, las empresas, etc., buscan aumentar sus ingresos. Si éstos se elevan, su consumo y su ahorro pueden aumentar, llevando, en muchos casos, a un mejor nivel de vida y de bienestar.

Se clasifica en:

- a) **Ingresos ordinarios.-** Se obtienen de forma habitual y consuetudinaria; por ejemplo el salario de un trabajador que se ocupa en un trabajo estable, o las ventas de una empresa a un cliente que compra periódicamente o de forma habitual.
- b) **Ingresos extraordinarios.-** Proviene de acontecimientos especiales; por ejemplo un negocio inesperado por parte de una persona o una emisión de bonos por parte de un gobierno.

2.1.6. Ahorro

Es la parte de la renta que no se consume inmediatamente y que se destina a inversiones o a adquisiciones futuras. El ahorro es la diferencia entre el ingreso disponible y el consumo efectuado por una persona, una empresa, una administración pública, etc.

2.1.6.1.El ahorro se clasificar en:

a) El ahorro privado

El ahorro privado es aquel que realizan las organizaciones privadas que no pertenecen al Estado (básicamente familias, instituciones sin ánimo de lucro y empresas).

- El ahorro de una empresa privada autónoma, equivale a su beneficio, menos la parte de éste que es repartida a sus propietarios o accionistas en forma de dividendos o participación en beneficios.
- El ahorro de las familias es igual a la renta disponible familiar menos en consumo privado.

b) El ahorro público

El ahorro público lo realiza el Estado, el cual también recibe ingresos a través de impuestos y otras actividades, a la vez que gasta en inversión social, en infraestructura (carreteras, puentes, escuelas, hospitales, etc.), en justicia, en seguridad nacional, etc.

2.1.7. Empleo

El empleo es un concepto económico que hace referencia a la situación en la cual todos los ciudadanos en edad laboral productiva, y que desean hacerlo, tienen trabajo. En otras palabras, es aquella situación en la que la demanda de trabajo es igual a la oferta, al nivel dado de los salarios reales.

Trabajo a cambio de un salario u otro tipo de pago. Esto se diferencia, por ejemplo, de la servidumbre o de la esclavitud, casos en los que el empleo no se ofrece en condiciones de libertad a cambio de un pago, y que tampoco implican un coste para el empresario. En economía, el término empleo también hace referencia a otros factores de producción, como la tierra y el capital, pero en el sentido corriente se refiere a la utilización de trabajadores asalariados. (Johada, 1982)

2.1.8. Desempleo

El término desempleo es sinónimo de desocupación o paro. El desempleo está formado por la población activa (en edad de trabajar) que no tiene trabajo. No se debe confundir la población activa con la población inactiva. (Johada, 1982)

2.1.8.1. Tipos de desempleo

a) Cíclico

En este caso sus consecuencias pueden llevar a países con instituciones débiles a la violencia generalizada y finalmente la desobediencia civil. En países desarrollados la situación puede provocar vuelcos desde las políticas de Estado hasta definitivamente la adopción de un sistema económico distinto como pena del debilitamiento institucional.

b) Estructural

El desempleo estructural corresponde técnicamente a un desajuste entre oferta y demanda de trabajadores. En esta clase de desempleo, la característica de la oferta suele ser distinta a la característica de la demanda lo que hace probable que un porcentaje de la población no pueda encontrar empleo de manera sostenida.

c) Friccional

El desempleo friccional (por rotación y búsqueda) y el desempleo por desajuste laboral (debido a las discrepancias entre las características de los puestos de trabajo y de los trabajadores) aparecen aun cuando el número de puestos de trabajo coincida con el número de personas dispuestas a trabajar. Se refiere a los trabajadores que van de un empleo a otro para mejorarse. Su desempleo es temporal y no representa un problema económico. El desempleo friccional es relativamente constante.

d) Estacional

El desempleo estacional es aquel que varía con las estaciones del año debido a fluctuaciones estacionales en la oferta o demanda de trabajo. Se habla de desempleo estacional, por otra parte, para referirse al que se produce por la demanda fluctuante que existe en ciertas actividades, como la agricultura.

2.1.9. HIPÓTESIS

La producción y comercialización de la papa y maíz incide significativamente en el desarrollo socioeconómico de la Parroquia Cebadas, periodo 2015.”

2.1.10. VARIABLES

2.1.10.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Producción y comercialización

2.1.10.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Desarrollo Socioeconómico

2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORIA	INDICADORES %	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Producción y Comercialización	Producción: Cualquier actividad que aumenta la capacidad de los bienes o de las cosas para satisfacer necesidades. Comercialización: Poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta	- Producción - Venta - Distribución	Costos de producción Tierra Mano de obra Rentabilidad Mercado Precios Canales de distribución	Técnicas Encuesta Instrumentos Cuestionario

VARIABLE	CONCEPTO	CATEDRA	INDICADORES %	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Desarrollo Socioeconómico	Proceso integral caracterizado por la consecución de mejoras económicas y sociales.	Económicas	• Ingresos • Generación de empleos.	Técnicas Encuesta
		Sociales	• Educación • Vivienda • Alimentación	Instrumentos Cuestionario

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. MÉTODO

3.1.1. MÉTODO INDUCTIVO

Este método se utilizó y permitió partir de lo particular a lo general, efectuando un seguimiento y análisis de la problemática, observando, sistematizando y generalizando la información. Así se llegó a tener un conocimiento general del problema, revisando el cumplimiento y los procedimientos de producción y comercialización lo que permitió lograr la comprobación de la hipótesis planteada, llegando a establecer sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

A continuación se detallan los pasos desarrollados en el método inductivo:

Inducción: Se aplicará una encuesta a la población económicamente activa de la parroquia cebadas que permitirá recopilar información relacionada con la producción y comercialización de papa y maíz, el mismo que permitió obtener la información que aportó en el desarrollo del proyecto de investigación.

Para cumplir con el método inductivo se aplicará los siguientes pasos:

- **Observación.-** Se aplicó la observación al momento de realizar la inspección en la parroquia y la verificación en el cumplimiento de los procesos de producción y comercialización.
- **Comparación.-** Se estableció las similitudes o las diferencias en los procesos lo que nos permitió analizar y clasificar la información relevante para la investigación y se permitiendo el cumplimiento de los objetivos planteados.
- **Abstracción.-** Permite estudiar el problema tomando una parte de un todo la información de la producción y comercialización de papa y maíz de la parroquia cebadas.

- **Generalización.-** Se aplicó en el momento del análisis de los datos los mismos que estuvieron de acuerdo a los procedimientos establecidos.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Por los objetivos que alcanzo la presente investigación se caracterizó por ser descriptiva.

3.2.1. DESCRIPTIVA

Por qué una vez analizados y discutidos los resultados se pudo comprobar que la producción y comercialización de papa y maíz incide considerablemente en el desarrollo socioeconómico de las parroquias Cebadas.

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Se aplicaron la investigación de campo y descriptivo debido a que no se manipulo en ningún momento las variables, y se observó al fenómeno tal como se da en el contexto natural.

Investigación de campo.- Porque se realizó la investigación en la misma parroquia, el cual permitió recopilar información necesaria que fue procesado para cumplir con los objetivos del trabajo de investigación.

Descriptivo.- Se aplicó este tipo de investigación ya que ayudo de a describir el cómo incide la producción y comercialización en la socioeconómica de la

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. POBLACIÓN

El lugar donde se obtuvo la información es de la parroquia Cebadas, tomando en cuenta la población económicamente activa que son 3328 habitantes. (INEC I. N., 2011)

3.4.2. MUESTRA

Para poder realizar la encuesta a la población de la parroquia Cebadas se procedió a realizar el cálculo de la muestra según la siguiente formula:

$$n = \frac{M}{e^2 (M-1) + 1}$$

n = Tamaño de la muestra

M = Tamaño del Universo o de la población

e²=Margen de error que se toma la muestra

TAMAÑO DE LA MUESTRA (POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA)

$$n = \frac{M}{e^2 * (M-1) + 1}$$

$$n = \frac{3328}{(0.05)^2 (3328-1) + 1}$$

$$n = \frac{3328}{(0.0025) (3327)+1}$$

$$n = \frac{3328}{1.8725}$$

n = 357 productores de la parroquia Cebadas.

El número total de productores y comercializadores a ser encuestados son 357. Los mismos que son la población económicamente activa de la parroquia Cebadas. (INEC I. N., 2011)

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1. TÉCNICAS

Encuesta:- Esta técnica se aplicó a los productores y comercializadores con la finalidad de recopilar información relevante, el cual permitió obtener los resultados que depende de la comunicación de los encuestados y el investigador para el desarrollo de la investigación.

3.5.2. INSTRUMENTOS

Estos instrumentos fueron organizados, sistematizados para obtener los resultados los mismos que fueron aplicados a los productores y comercializadores de la parroquia Cebadas.

- Cuestionarios.

3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTOS PARA EL ANÁLISIS

Para el análisis de los datos se utilizaron: cuadros y gráficos estadísticos de la información obtenida a través de las diferentes técnicas e instrumentos.

Para el procesamiento de datos se utilizaron Microsoft Office Excel, mediante el cual se llegó a establecer frecuencias y porcentajes exactos, como también gráficos y cuadros estadísticos.

La interpretación de los datos estadísticos se lo realizó a través de la técnica lógica de la inducción, y la discusión de los resultados se desarrolló en base a la síntesis, es decir desde el punto de vista del investigador

3.6.1. Encuesta dirigida a los productores de papa y maíz de la parroquia cebadas.

1. ¿Qué sistema de producción utiliza para el cultivo de papa y maíz?

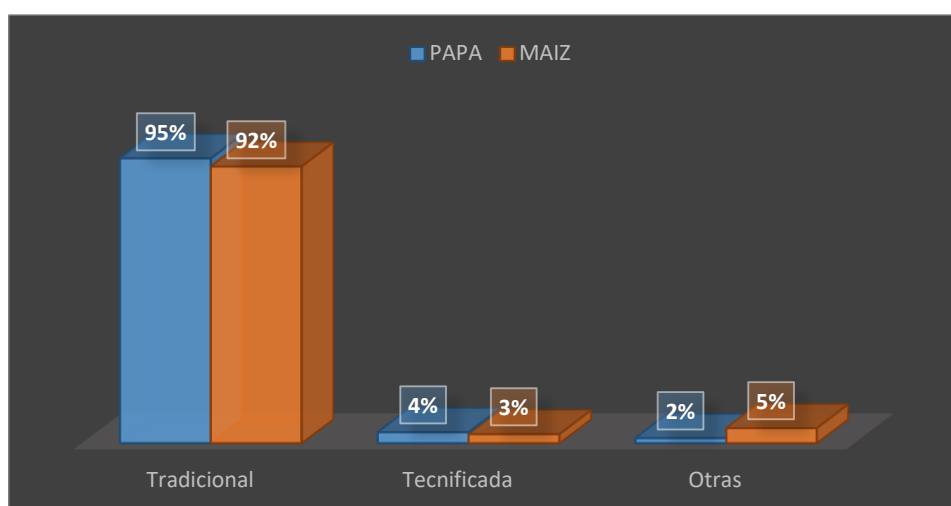
Tabla N° 1: Sistema de producción que utilizan para el cultivo de papa

Alternativas	Papa		Maíz	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Tradicional	338	95%	327	92%
Tecnificada	13	4%	9	3%
Otras	6	2%	21	5%
TOTAL	357	100%	357	100%

Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Gráfico N° 1: Sistema de producción utiliza para el cultivo de papa y maíz



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

ANÁLISIS

De acuerdo a lo observado y los resultados obtenidos mediante los instrumentos de investigación se puede identificar que el 95% de la población económicamente activa de la parroquia Cebadas utilizan el sistema tradicional de cultivo de papa y maíz mientras que el 3% utiliza el sistema tecnificado y el 2% otros sistemas de cultivo.

INTERPRETACIÓN

De lo analizado se establece que la mayoría de la población económicamente activa de la parroquia Cebadas utiliza el sistema de cultivo tradicional.

2. ¿Qué cantidad de superficie de terreno destina para la producción de papa y maíz?

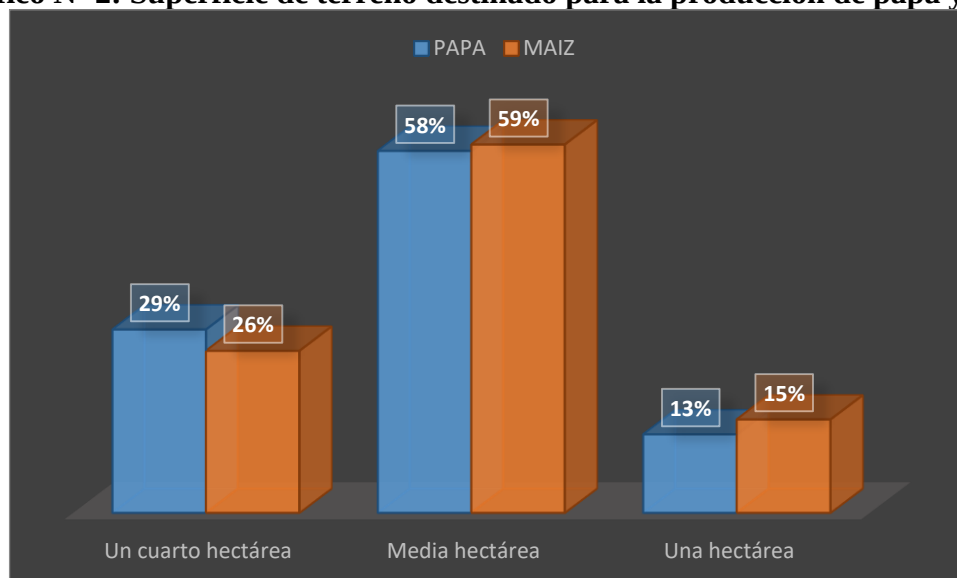
Tabla N° 2: Superficie de terreno destinado para la producción de papa y maíz

Alternativas	Papa		Maíz	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Un cuarto hectárea	105	29%	93	26%
Media hectárea	207	58%	211	59%
Una hectárea	45	13%	53	15%
Total	357	100%	357	100%

Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Gráfico N° 2: Superficie de terreno destinado para la producción de papa y maíz



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

ANÁLISIS

Según los resultados podemos verificar que el 58% de los encuestados manifiestan que la cantidad de terreno que destinan para la producción de papa y maíz es $\frac{1}{2}$ hectárea, el 30% dice que $\frac{1}{2}$ hectárea, el 7% una hectárea

INTERPRETACIÓN

Del análisis realizado se puede observar que la cantidad que se destina en terrenos para la producción es de media hectárea tanto para maíz como para las papas.

3. ¿Para el cultivo de papa y maíz que tipo de financiamiento utiliza?

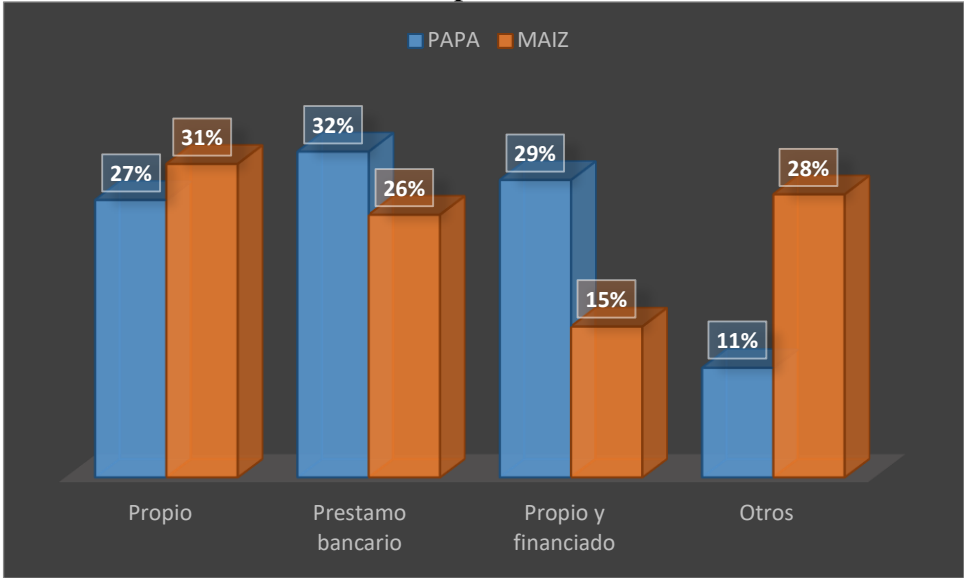
Tabla N° 3: Tipo de financiamiento

	PAPA		MAIZ	
alternativas	frecuencia	porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Propio	98	27%	110	31%
Préstamo bancario	115	32%	95	26%
Propio y financiado	105	29%	53	15%
Otros	39	11%	99	28%
total	357	100%	357	100%

Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Gráfico N° 3: Tipo de financiamiento



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

ANÁLISIS

Dentro de los resultados obtenidos podemos observar que el financiamiento que se dedica para la producción de papa y de maíz son el 32% es con préstamo bancario se destina para la producción de papa y el 31% de la producción de maíz es con financiamiento propio

INTERPRETACIÓN

Según lo analizado podemos mencionar que el productor necesita de manera urgente recibir mayor apoyo por parte de las instituciones gubernamentales tanto en financiamiento como en apoyo para ir tecnificando la producción.

4. ¿Cómo determina el precio de venta del producto?

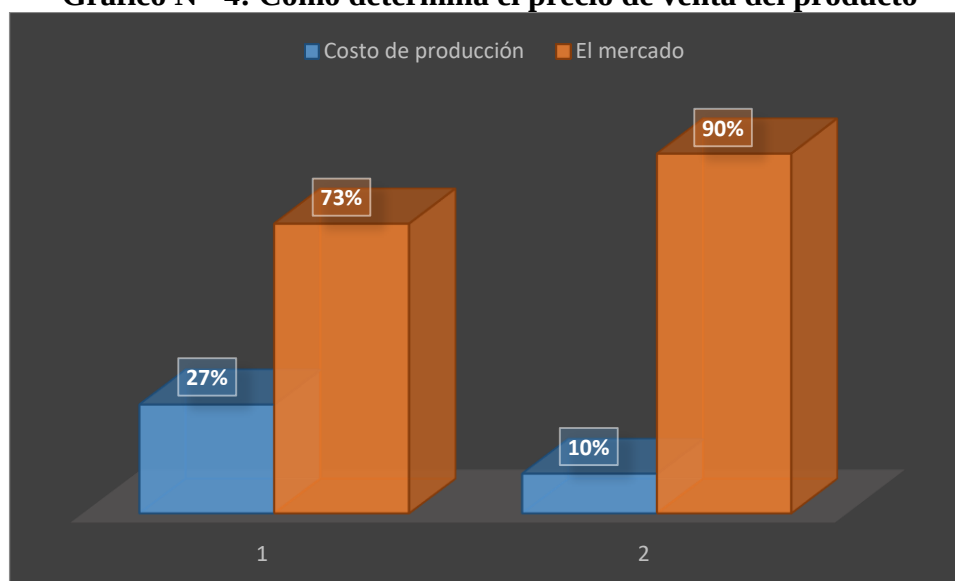
Tabla N° 4: Cómo determina el precio de venta del producto

Alternativas	PAPA		MAIZ	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Costo de producción	98	27%	35	10%
El mercado	259	73%	322	90%
total	357	100%	357	100%

Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Gráfico N° 4: Cómo determina el precio de venta del producto



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

ANÁLISIS

Según los resultados obtenidos se puede verificar que el 73% de los productores de papa y el 90% de los productores de maíz manifiesta que la forma de determinar el precio de los productos es a través de la evolución del mercado.

INTERPRETACIÓN

Según el análisis establecido se observó que es necesario que se determine el precio de manera adecuada tomando en cuenta cada uno de los insumos que se ha utilizado ya que de esta manera se podrá optimizar las utilidades.

5. ¿Cómo considera la rentabilidad en la producción de papa y maíz?

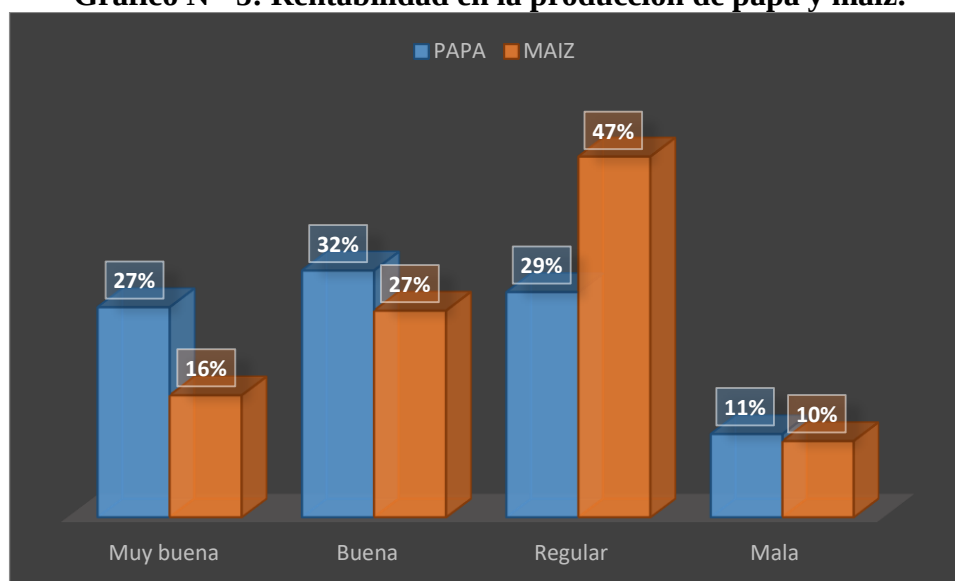
Tabla N° 5: Rentabilidad en la producción de papa y maíz

Alternativas	PAPA		MAIZ	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	98	27%	56	16%
Buena	115	32%	98	27%
Regular	105	29%	168	47%
Mala	39	11%	35	10%
total	357	100%	357	100%

Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Gráfico N° 5: Rentabilidad en la producción de papa y maíz.



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

ANÁLISIS

Según los resultados obtenidos mediante los instrumentos de investigación se puede ver que el 47% manifiesta que la rentabilidad en la del maíz es regular y el 32% considera que la rentabilidad en la papa es Buena.

INTERPRETACIÓN

Es necesario tomar medidas para que se mejore la rentabilidad, además se debe tomar en cuenta cada una de los elementos utilizados en la producción al momento de establecer los precios del producto

6. ¿Dónde comercializa su producto?

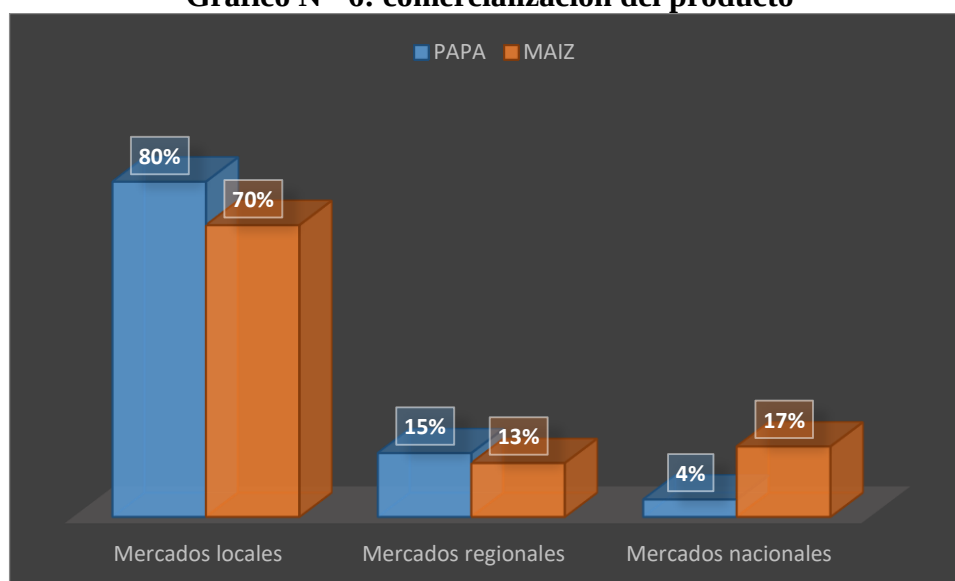
Tabla N° 6: Comercialización del producto

Alternativas	PAPA		MAIZ	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Mercados locales	287	80%	251	70%
Mercados regionales	55	15%	45	13%
Mercados nacionales	15	4%	61	17%
TOTAL	357	100%	357	100%

Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Gráfico N° 6: comercialización del producto



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

ANÁLISIS

Según ha manifestado la población encuestada, el 80% de la producción de papa y el 70% del maíz se comercializa en los mercados locales.

INTERPRETACIÓN

Según lo observado la mayoría de la producción se comercializa en los mercados locales y un porcentaje mínimo en el mercado regional y nacional.}

7. ¿Qué tipo de mano de obra utiliza en el proceso productivo?

Tabla N° 7: Tipo de mano de obra

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Con experiencia	36	10%
Sin experiencia	195	55%
Mixto	126	35%
TOTAL	357	100%

Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Gráfico N° 7: Tipo de mano de obra



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

ANÁLISIS

Según los resultados obtenidos podemos verificar que el 55% de los encuestados manifiestan que utilizan la mano de obra sin experiencia tanto para la producción de papa y maíz; el 35% la mano de obra es mixta y el 10% con experiencia.

INTERPRETACIÓN

Como se sabe la capacitación es el pilar fundamental para cumplir con los objetivos por tal razón en la producción de la papa y el maíz es importante que se capacite a los productores en relación a la tecnificación para que la rentabilidad mejore.

8. ¿Para la producción de papa y maíz recibió capacitación?

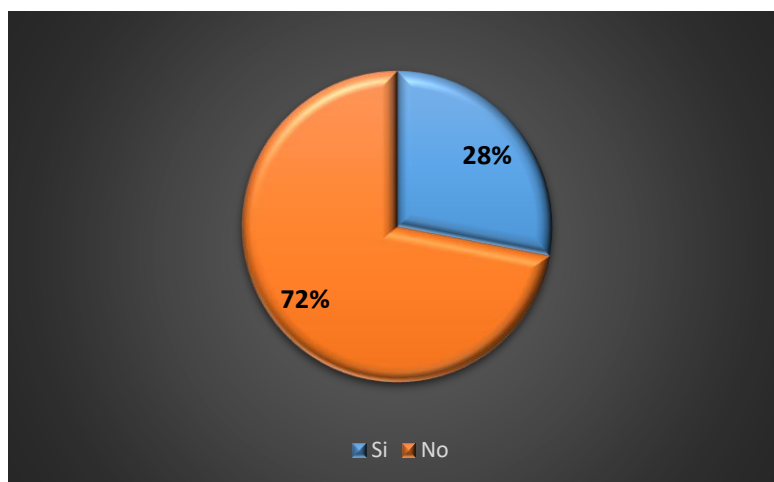
Tabla N° 8: Recibió capacitación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	100	28%
No	257	72%
TOTAL	357	100%

Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Gráfico N° 8; Recibió capacitación



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

ANÁLISIS

El 72% de los encuestados manifiestan que no han recibido capacitación alguna en cuanto a la producción de papa y maíz el 28% manifiesta que si ha recibido capacitación.

INTERPRETACIÓN

La capacitación es importante para que la producción sea más eficiente y cumpla con la actividad que se requiere ya que si se cuenta con mano de obra calificada y con

conocimientos necesarios se puede lograr resultados importantes en la producción de papa y maíz.

9. ¿Para el mejoramiento de cultivo de papa y maíz recibió ayuda gubernamental?

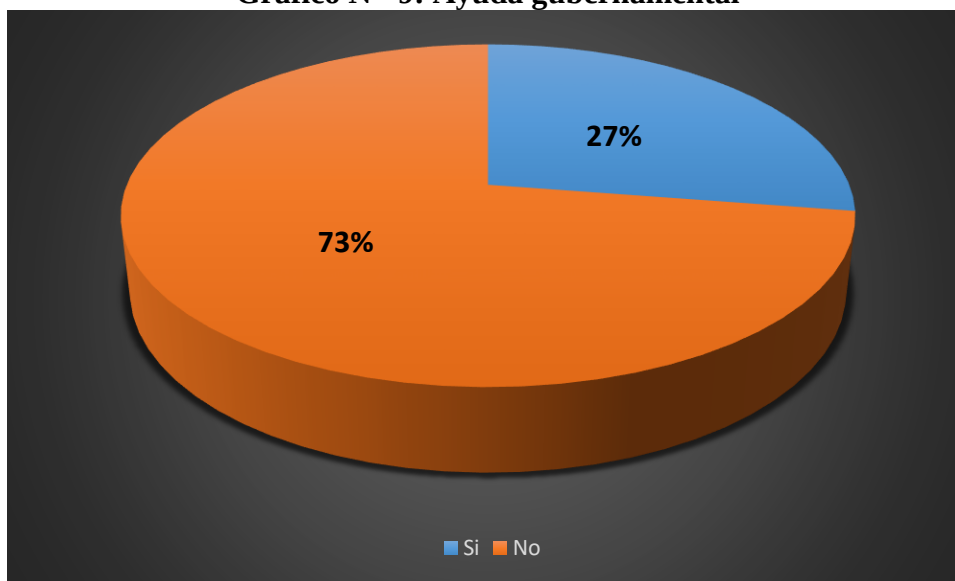
Tabla N° 9: Ayuda gubernamental

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	98	27%
No	259	73%
TOTAL	357	100%

Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Gráfico N° 9: Ayuda gubernamental



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

ANÁLISIS

El 73% de los productores de papa manifiestan que no han recibido ayuda gubernamental para el mejoramiento del cultivo de papa y maíz y tan solo el 27% dijo que si recibió ayuda.

INTERPRETACIÓN

Según lo analizado es importante que las autoridades de la parroquia trabajen de manera en conjunto con los productores ya que es necesario porque esto permitirá que los productores mejoren su producción.

10. ¿Estaría de acuerdo formar parte de una asociación productora y comercializadora de papa y maíz?

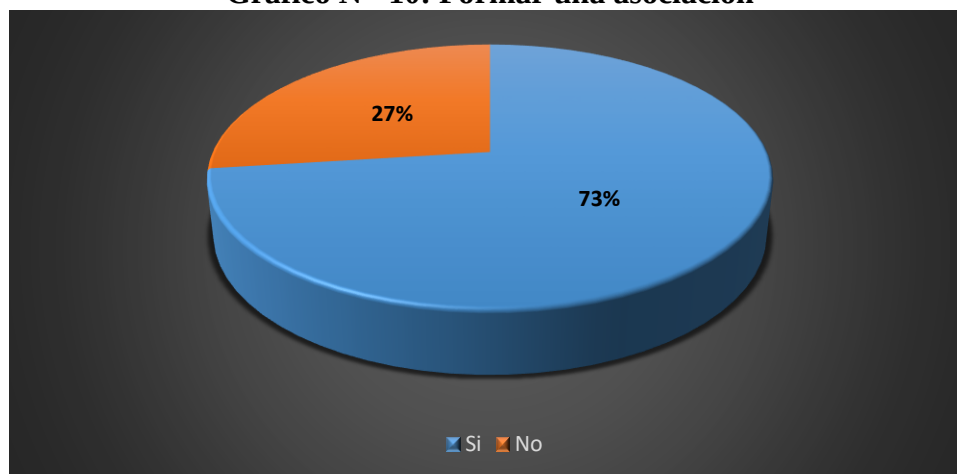
Tabla N° 10: Formar una asociación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	259	73%
No	98	27%
TOTAL	357	100%

Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Gráfico N° 10: Formar una asociación



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

ANÁLISIS

El 73% de los productores manifiestan que estarían de acuerdo formar parte de una asociación de productores de papa mientras que el 27% manifiesta que no sería necesario.

INTERPRETACIÓN

De acuerdo al análisis establecido se puede observar que para mejorar la producción es importante recibir apoyo por lo que formar parte de una asociación sería positivo ya que mediante esta se podrán apoyar y mejorar la producción y por ende la rentabilidad.

11. ¿Cree usted que el precio de la papa incide en el desarrollo socio económico de la Parroquia?

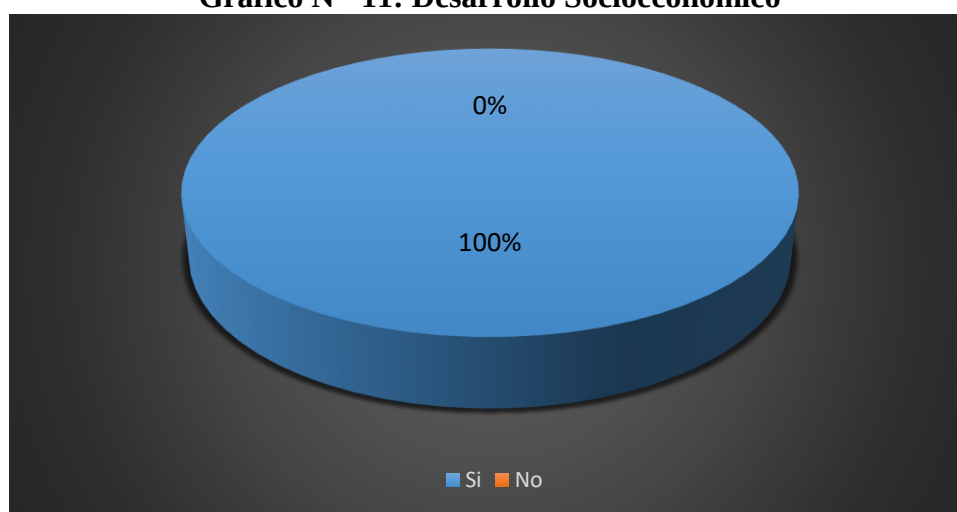
Tabla N° 11: Desarrollo Socioeconómico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	357	100%
No	0	0%
TOTAL	357	100%

Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Gráfico N° 11: Desarrollo Socioeconómico



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

ANÁLISIS

El precio de la papa y el maíz es un factor muy importante por tal razón manifiestan en un 100% los productores para el desarrollo socio económico de la parroquia de Cebadas, de él depende los ingresos de los agricultores y como tal el movimiento de las actividades económicas.

INTERPRETACIÓN

De acuerdo al análisis establecido se puede observar que la economía de los productores depende específicamente de la producción y comercialización de los productos por lo tanto es necesario que se ayude a establecer un buen precio de los productos para que de esta manera ayude a mejorar la calidad de vida de los productores de la parroquia Cebadas.

12. ¿En qué porcentaje se divide la producción para las necesidades básicas de su hogar?

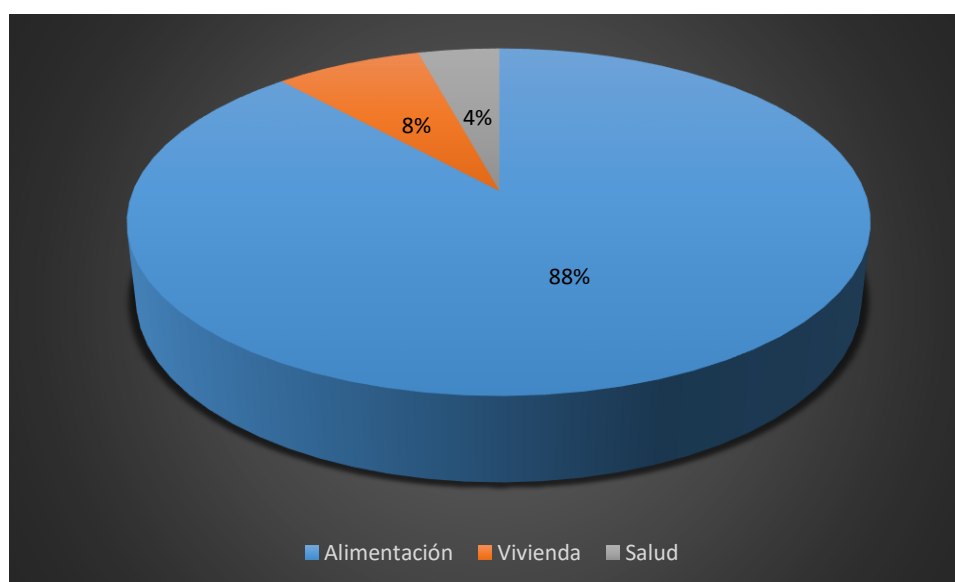
Tabla N° 12: Cubrir necesidades

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentación	315	88%
Vivienda	27	8%
Salud	15	4%
TOTAL	357	100%

Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Gráfico N° 12: Cubrir necesidades



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

ANÁLISIS

Según los resultados obtenidos se puede observar que el 88% manifiestan la necesidad básica en su hogar es la alimentación, el 8% es la educación y la salud es el 4%.

INTERPRETACIÓN

Según el análisis realizado se puede observar que la rentabilidad de la producción está destinada en su gran porcentaje a la alimentación es la necesidad básica que es la alimentación.

13. ¿La producción de papa y maíz le permite cubrir sus necesidades básicas?

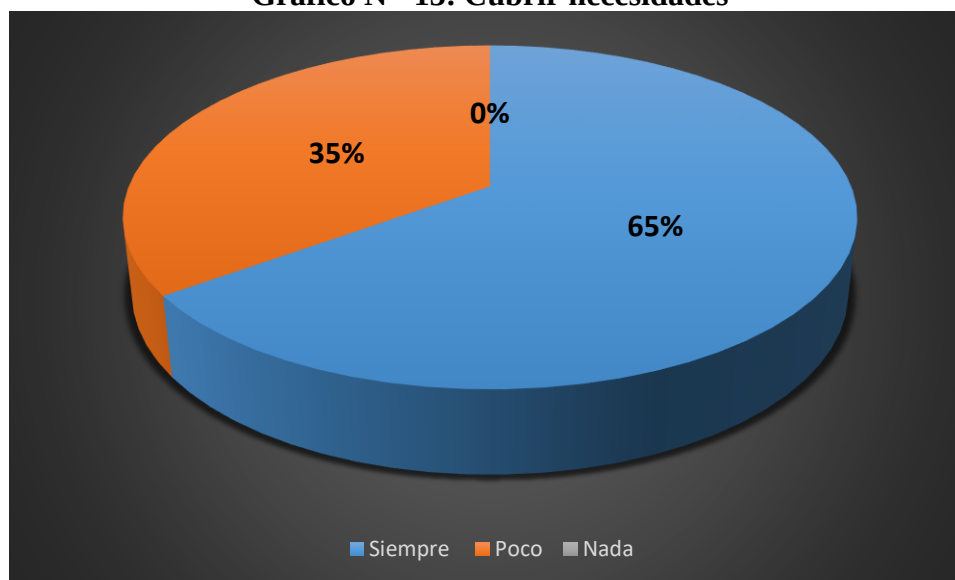
Tabla N° 13: Cubrir necesidades

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	232	65%
Poco	125	35%
Nada	0	0%
TOTAL	357	100%

Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Gráfico N° 13: Cubrir necesidades



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

ANÁLISIS

Según los resultados obtenidos se puede observar que el 65% manifiestan que la producción cubre siempre las necesidades básicas el 35% cubre muy poco de las necesidades.

INTERPRETACIÓN

Según el análisis realizado es evidente que la mayoría de los productores, les permite cubrir todas sus necesidades básicas que son: salud, educación, vestido, alimentación y vivienda.

3.6.2. Discusión de resultados

De acuerdo a la información obtenida tanto primaria y secundaria la producción de la papa y maíz genera un efecto multiplicador en la economía, a nivel nacional y principalmente en la Provincia de Chimborazo, en la Parroquia de Cebadas.

Según el Ministerio de Agricultura (2002-2006), manifiesta que el Sector Agrícola aporta en promedio el 6.30% al PIB Nacional; el PIB Agrícola y de acuerdo a las proyecciones realizadas en el periodo estudiado 2007 y 2015 el PIB Agrícola aportará el 5.5% en promedio al PIB Nacional y el 12% el PIB de papa, al PIB Agrícola, como podemos ver existe incremento en el aporte del PIB de la papa, al PIB Agrícola y por ende al PIB Total, es decir, es una actividad en la cadena productiva, alimenticia y económica importante en el país.

A pesar de varios factores que influyen en el cultivo de la papa y maíz, como es, el no utilizar correctamente el proceso de producción, los altos costos de los insumos agrícolas, los cambios climatológicos, el no contar con ayuda gubernamental y el principal factor económico, las constantes variaciones en el precio, el cultivo de la papa es la principal actividad económica de la Provincia de Chimborazo, por ende, de la Parroquia de Cebadas, generadora de empleo para muchas personas, incidiendo de una manera positiva en el desarrollo socio económico de la Parroquia, la misma que tendrá su incidencia, dependiendo de la variación en el precio, la cual permite mover la economía de la parroquia en todos sus sectores, distribuidos en sector comercial.

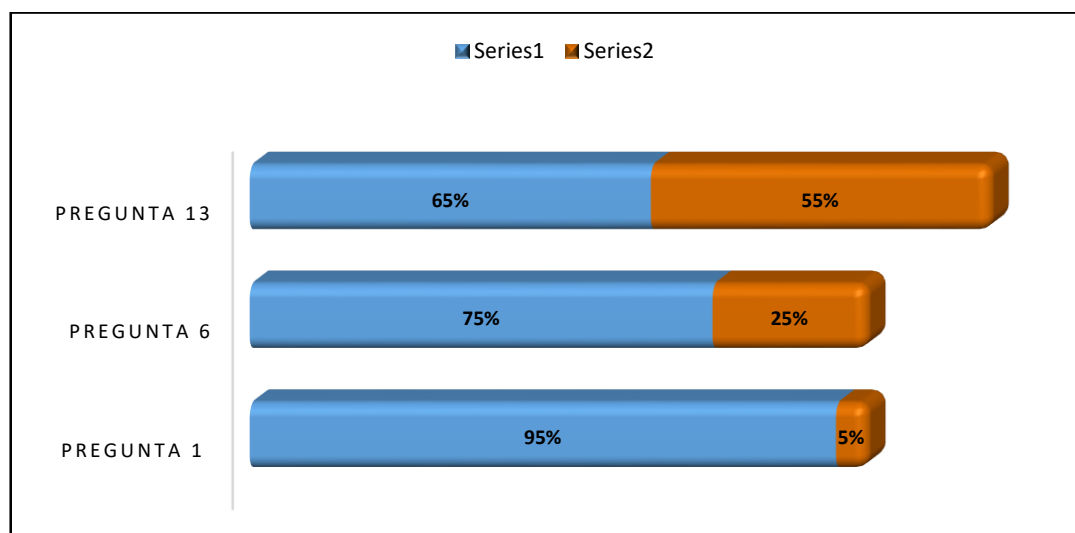
Tabla N° 14: Comprobación de la hipótesis

PREGUNTAS	INFLUYE	NO INFLUYE	PROMEDIO
Pregunta 1.- ¿Qué sistema de producción utiliza para el cultivo de papa y maíz?	95%	5%	100%
Pregunta 6.- ¿En qué sector comercializa su producto?	75%	25%	100%
Pregunta 13.- ¿La producción de papa y maíz le permite cubrir sus necesidades básicas?	65%	55%	100%

Fuente: Encuesta Colaboradores

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez.

Gráfico N° 14: Cubrir necesidades



Fuente: Población Económicamente Activa de Cebadas

Elaborado por: Beatriz Tenesaca y Ana Velásquez

Al realizar el análisis de la comprobación de la hipótesis se ha relacionado las dos variables, por lo que se llega a la conclusión de que la producción y comercialización de papas y maíz ayudado en la economía de la parroquia Cebadas, además es necesario tomar en cuenta que la falta de capacitación y mano de obra calificada para la producción ha ocasionado que la productividad no sea efectiva, además es necesario los productores busquen ayuda tecnificada a través de instituciones gubernamentales, ya que estos aspectos son fundamentales para alcanzar el mayor desarrollo socioeconómico, por ello se puede señalar que la falta de aplicación de técnicas adecuadas en la Producción y Comercialización de la papa y maíz si incide en el desarrollo socioeconómico de la Parroquia Cebadas, período 2015.”

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- La producción y comercialización de la papa y el maíz en la Parroquia Cebadas, se sigue realizando de manera tradicional, por la falta de acceso a cursos de capacitación y tecnificación del cultivo, lo que ocasiona que se obtengan productos con bajo rendimiento en la producción y de baja calidad, lo que incide además a que la comercialización de la producción se vea afectada, en estos hechos.
- La población de la parroquia Cebadas se dedica a la actividad netamente agrícola, donde la papa y el maíz han formado parte importante de su economía, convirtiéndose en la principal fuente de ingreso, para muchos agricultores, generando fuentes de empleo en la parroquia además de cubrir en un porcentaje importante sus necesidades básicas como la de la alimentación, educación y salud.
- El cultivo de la papa y el maíz ha permitido a los productores de la parroquia Cebadas logren un mejor nivel de vida, brindando el bienestar y el confort para su familia, mediante una buena alimentación, vestido, salud, y vivienda a pesar de muchos factores como falta de apoyo gubernamental y factores climáticos el cultivo de la papa y el maíz ha

permitido mejorar la situación socio económica de los productores y el desarrollo socio económico de la Parroquia Cebadas.

4.2.RECOMENDACIONES

- Realizar cursos de capacitación y asesoramiento técnico, para mejorar la productividad en el proceso de producción y comercialización, a fin de contrarrestar todos los factores determinantes, que han incido en el cultivo de la papa y el maíz la variación del precio, logrando un mejor desarrollo socio económico en la parroquia.
- Desarrollar estrategias importantes para mejorar la producción de la papa y el maíz y de esta manera sea parte importante de la economía, convirtiéndose en la principal fuente de ingreso, para los agricultores, que sea factor generador de fuentes de empleo en la parroquia y que mejore la calidad de vida de la población.
- Impulsar que los productores de la papa y el maíz formen una asociación entre pequeños y medianos agricultores de papa y maíz, como una alternativa, para mejorar el proceso de producción y comercialización, logrando producir productos de alta calidad, con mejores rendimientos, para ser competitivos en el mercado, obteniendo así, mayores utilidades, mejor nivel de vida y desarrollo socio económico en el sector.

BIBLIOGRAFÍA.

- Anzil, F. (2004). *Crecimiento Economico*. Còrdoba : Univercidda Nacional Còrdoba.
- Bejarano, A. (2001). *Economia De La Agricultura* . Bogota : Ecuadernizacion.
- Bello, C. (2006). *Manual De Produccion Para Pymes*. Bogota : Isbn.
- Bolaños, R. E., & Gerrero, A. V. (2001). *La Calidad E Inocuidad De La Oferta Agricola Exportable Estudio Por Pais*. Guatemala: Amanuense.
- Deniz, P. (2006). *La Crisis Econòmica En America Latina*. Barcelona: Industrias Graficas Galileo.
- Inec, I. N. (2011). Obtenido De [Http://Www.Inec.Gob.Ec/Espac_Publicaciones/Espac-2011/Informe_Ejecutivo%202011.Pdf](http://Www.Inec.Gob.Ec/Espac_Publicaciones/Espac-2011/Informe_Ejecutivo%202011.Pdf)
- Iniap, M. P. (2002). *El Cultivo De La Papa En El Ecuador*. Quito - Ecuador : S/N.
- Johada, M. (1982). *Empleo Y Desempleo: Analisis Socio-Psicologico*. Madrid: Morata.
- Junta Parroquial De Cebadas. (2015). *Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial 2015*. Cebadas: Jpc.
- K., A. (2008). *Principios De Marqueting*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Katz, M. (2007). *Microeconomia*. España: Mc Graw Hill.
- Keller, K., & Klotler, P. (2006). *Direccion De Marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Kotler, P. (1992). *Dirección De Mercadotecnia: Análisis, Planeación, Implementación Y Control*. Madrid: Mc-Graw-Hill.
- Krugman, P. (2007). *Economia De La Empresa* . Mexico: S/N.
- Monteros, A. (2016). *Rendimiento De Papa En El Ecuador*. Quito: S/N.
- P.D. Deniz. (2006). *La Crisis Económica En América Latina*. Barcelona: Industrias Gráficas Galileo.
- Produccion, D. (2010). *Definicion*. Obtenido De [Http://Definicion.Mx/Produccion/](http://Definicion.Mx/Produccion/)
- Reyes, G. (2007). *Comercio Y Desarrollo: Bases Conceptuales Y Enfoque Para América Latina Y El Caribe*. Disponible: [Http://Www.Zoeconomia.Com/Concepto-Desarrollo](http://Www.Zoeconomia.Com/Concepto-Desarrollo).
- Reyes, G. (2007). *Comercio Y Desarrollo: Bases Conceptuales Y Enfoque Para America Latina Y El Caribe*. Disponible:[Http://Www.Zoeconomia.Com/Concepto-Desarrollo](http://Www.Zoeconomia.Com/Concepto-Desarrollo).
- Romo, A. (2001).
- Samuelson, N. (2006). *Economia* . Madrid: Mcgraw-Hill.

Sánchez, A. (2008). *La Producción Agraria Y La Biodiversidad En La Normativa Agraria De La Comunidad Autónoma De La Rioja*. S/N.

Sentesmases, M. (1999). *Marketing: Conceptos Y Estrategias*. Madrid: Piramides.

Socioeconomico, N. (2003). *Wikipedia*. Obtenido De https://es.wikipedia.org/wiki/Nivel_Socioecon%C3%B3mico

Wikipedia. (S.F.). Obtenido De <https://es.wikipedia.org/wiki/Precio>

Wonnacott, P. (2007). *Economía 4ª Edición*. España : Mc Graw Hill.

Zorrilla, S. (2004). *Como Aprender Economía Conceptos Básicos*. Mexico: Limusa.

4.2.1. WEBGRAFÍA

Banco Central del Ecuador. (06 de 2014). Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntegradas/etc201401.pdf>

Cebadas, G. (s.f.). 2015. Obtenido de <http://www.cebadas.gob.ec/gobierno/historia.html>

Costos, D. (s.f.). Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/003/v8490s/v8490s06.htm>

García, J. (18 de 10 de 2009). *Docente moderno*. Obtenido de <http://jugare.blogcindario.com/2009/07/00288-proceso-administrativo-chiavenato-trabajo-ani-i.html>

Magap. (07 de 06 de 2014). Obtenido de http://www.mountainpartnership.org/fileadmin/user_upload/mountain_partnership/docs/1_produccion_organica_de_cultivos_andinos.pdf

Miranda, J. (s.f.). *GLOSARIO DE TERMINOS BASICOS*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos67/glosario-contabilidad/glosario-contabilidad4.shtml>

Philip, K. (s.f.). *Dirección de Mercadotecnia*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercado/concepto-de-mercado.html>

Simón, A. (05 de 2006). *PROMONEGOCIOS.NET*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>

Anexos



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE PAPA Y MAÍZ DE LA
PARROQUIA CEBADAS.**

1. ¿Qué sistema de producción utiliza para el cultivo de papa y maíz?

Papa

Tradicional ()

Tecnificada ()

Otras ()

Maíz

Tradicional ()

Tecnificada ()

Otras ()

2. ¿Qué cantidad de superficie de terreno destina para la producción de papa y maíz?

¼ hectárea ()

½ hectárea ()

1 hectárea ()

Más de hectárea ()

3. ¿Para el cultivo de papa y maíz que tipo de financiamiento utiliza?

Propio ()

Préstamo bancario ()

Otros ()

4. ¿Cómo determina el precio de venta del producto?

Costo de producción ()

El mercado ()

5. ¿Cómo considera la rentabilidad en la producción de papa y maíz?

Papa

Muy buena ()

Buena ()

Regular ()

Mala ()

Maíz

Muy buena ()

Buena ()

Regular ()

Mala ()

6. ¿Dónde comercializa su producto?

Mercados locales ()

Mercados regionales ()

Mercados nacionales ()

7. ¿Qué tipo de mano de obra utiliza en el proceso productivo?

Con experiencia ()

Sin experiencia ()

Mixto ()

8. ¿Para la producción de papa y maíz recibió capacitación?

Si ()

No ()

9. ¿Para el mejoramiento de cultivo de papa y maíz recibió ayuda gubernamental?

Si ()

No ()

10. ¿Estaría de acuerdo formar parte de una asociación productora y comercializadora de papa y maíz?

Si ()

No ()

11. ¿Cree usted que el precio de la papa incide en el desarrollo socio económico de la Parroquia?

Si ()

No ()

12. ¿En qué porcentaje se divide de la producción para las necesidades básicas de su hogar?

Alimentación ()

Vivienda ()

Salud ()

13. ¿La producción de papa y maíz le permite cubrir sus necesidades básicas?

Siempre ()

Poco ()

Nada ()

Gracias