

Factores socioeconómicos y su incidencia en la producción y comercialización de maíz nacional en el Cantón Quevedo.

Socioeconomic factors and their impact on the production and commercialization of national corn in Quevedo Canton.

Factores sócio-económicos e seu impacto na produção e comercialização do milho nacional no Cantão de Quevedo.

Cisneros Icaza, Gissela Mercedes
Universidad Técnica Estatal de Quevedo
gcisnerosi@uteq.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0008-2916-2253>



Villalva Villanueva, Franklin
Universidad Técnica Estatal de Quevedo
fvillalvav@uteq.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0000-4063-4102>



Andrade Arias, Mariela
Universidad Técnica Estatal de Quevedo
mandrade@uteq.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-1709-5870>



 DOI / URL: <https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v5/n2/569>

Como citar:

Cisneros Icaza, G. M., Villalva Villanueva, F., & Andrade Arias, M. (2024). Factores socioeconómicos y su incidencia en la producción y comercialización de maíz nacional en el Cantón Quevedo. *Código Científico Revista De Investigación*, 5(2), 550–566. <https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v5/n2/569>.

Recibido: 26/10/2024

Aceptado: 13/11/2024

Publicado: 31/12/2024

Resumen

Este artículo Se analiza el impacto de los factores socioeconómicos en la producción y comercialización de maíz en Quevedo, Ecuador, examinando cómo variables como el acceso financiero, la infraestructura y las políticas públicas afectan a este importante sector. A través de un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo, se realizaron entrevistas y encuestas a productores y comercializadores de maíz, y el instrumento aplicado logró una confiabilidad significativa. Los resultados mostraron que el 85% de los productores encuestados tenían experiencia en el manejo del cultivo, y que la propiedad de la tierra y las políticas gubernamentales tenían un impacto significativo en la eficiencia de la producción. El análisis destaca la importancia de fortalecer las redes de distribución y las prácticas agrícolas sostenibles para mejorar la competitividad del mercado local.

Palabras clave: Financiamiento Agrícola, Canales de distribución, Gestión Estratégica.

Abstract

This article analyzes the impact of socioeconomic factors on maize production and marketing in Quevedo, Ecuador, examining how variables such as financial access, infrastructure and public policies affect this important sector. Using a mixed qualitative and quantitative approach, interviews and surveys were conducted with maize producers and marketers, and the instrument applied achieved significant reliability. The results showed that 85% of the producers surveyed had experience in managing the crop, and that land ownership and government policies had a significant impact on production efficiency. The analysis highlights the importance of strengthening distribution networks and sustainable agricultural practices to improve local market competitiveness.

Keywords: Agricultural Finance, Distribution Channels, Strategic Management.

Resumo

Este artigo analisa o impacto dos fatores socioeconômicos na produção e comercialização de milho em Quevedo, Equador, examinando como variáveis como o acesso financeiro, as infra-estruturas e as políticas públicas afetam este importante sector. Utilizando uma abordagem mista qualitativa e quantitativa, foram realizadas entrevistas e inquéritos a produtores e comerciantes de milho, tendo o instrumento aplicado alcançado uma fiabilidade significativa. Os resultados mostraram que 85% dos produtores inquiridos tinham experiência na gestão da cultura e que a propriedade da terra e as políticas governamentais tinham um impacto significativo na eficiência da produção. A análise destaca a importância do fortalecimento das redes de distribuição e das práticas agrícolas sustentáveis para melhorar a competitividade do mercado local.

Palavras-chave: Financiamento agrícola, Canais de distribuição, Gestão estratégica.

Introducción

La producción de maíz en Quevedo es la base de la economía agrícola de Ecuador y contribuye significativamente a la seguridad alimentaria de la región y a los medios de vida de las familias campesinas. A pesar de la importancia del sector, enfrenta numerosos desafíos relacionados con factores socioeconómicos, como el acceso limitado a la financiación, los bajos niveles de capacitación agrícola y la infraestructura inadecuada para el almacenamiento y distribución del maíz. Este estudio se enfoca en evaluar la ocurrencia de estos factores, enfatizando el valor de una gestión estratégica que considere aspectos productivos y comerciales para mejorar la competitividad de los productores locales.

Las condiciones socioeconómicas de una región, como los niveles de educación y capacitación agrícola, influyen en la adopción de prácticas agrícolas eficientes. La infraestructura rural, incluidos caminos y sistemas de almacenamiento, también afecta la eficiencia logística y la comercialización del maíz.

Los sistemas de producción agrícola, por sus diversos cambios ambientales, culturales y sociales, requieren de procesos de adaptación de los cultivos determinados por la región agrícola, especialmente la reorganización de productos, procesos, mercados y tecnologías del proceso productivo.

El objetivo principal de este estudio es evaluar el impacto de los factores socioeconómicos en la producción y comercialización de maíz en todo el país, también es importante comprender qué tipos de indicadores se deben adoptar en este tipo de industria para optimizar los procesos y mejorar la eficiencia operativa. Niveles de producción, elementos que aportan valor agregado a este tipo de industrias caracterizadas por mantener cadenas de suministro.

Factores Socioeconómicos

Según lo citado por (Wiese Gutierrez, 2018) Dentro de la sociedad los factores socioeconómicos son considerados como parte sustancial e indispensable, actualmente, debido a la falta de capacidad económica en ciertos grupos sociales las dificultades incrementan día a día, los seres humanos con bajo nivel económico pueden tener muchos más problemas en diferentes ámbitos de su vida, como por ejemplo: la salud, el empleo, la educación, un techo donde vivir, etc., esto ocurre por los escasos recursos que los individuos con bajo nivel socioeconómico ofrecen a los suyos.

De acuerdo (Wiese Gutierrez, 2018) La autora define que varios factores socioeconómicos desempeñan un papel crucial dentro del marco de la investigación. En primer lugar, la disponibilidad y acceso a recursos financieros afectan directamente la capacidad de los agricultores para invertir en tecnologías agrícolas modernas, fertilizantes y equipos, influyendo significativamente en la productividad del cultivo. Además, las condiciones socioeconómicas de una región, como el nivel de educación y la capacitación agrícola, impactan en la adopción de prácticas agrícolas eficientes. La infraestructura rural, incluyendo carreteras y sistemas de almacenamiento, también afecta la eficiencia logística y la comercialización del maíz. Asimismo, las políticas gubernamentales relacionadas con subsidios, precios y regulaciones agrícolas influyen en la rentabilidad y la estabilidad económica de los agricultores, afectando directamente la producción de maíz y su contribución al entorno socioeconómico local.

Sistemas de Producción Agrícola

Según lo citado por (Caicedo Aldaz , Puyol Cortez , López, & Ibáñez Jacome, 2020) El sistema de producción agrícola por sus diversas transformaciones ambientales, culturales y sociales, demanda procesos de adaptabilidad de cultivos determinada por la zona agrícola,

específicamente se reorganizan los productos, procesos, mercado y la tecnología del proceso de producción. De acuerdo al Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático la adaptabilidad es el ajuste en los sistemas naturales o humanos como respuesta a diferentes factores, entre ellos: Los cambios climáticos actuales o esperados, y sus impactos, que reduce el daño causado y que potencia las oportunidades benéficas.

Para (Molina de Paredes, 2017) En el sector agrícola el término producción encierra un componente adicional: crecimiento biológico, vegetativo o natural, propio de los seres vivos, base fundamental de este tipo de actividad. Aparte de esto, la producción se realiza en fincas pequeñas, medianas, extensas haciendas, y depende de los siguientes elementos: superficie del terreno, mano de obra empleada, capital invertido y valor de los beneficios anuales. Asimismo, es necesario conocer el proceso de producción, el cual comprende el conjunto de fases o etapas que se articulan y repiten constantemente, con el fin de garantizar el abastecimiento de bienes tangibles que requiere la sociedad. En el campo agrícola el proceso de producción está representado por el conjunto de labores a realizar desde la preparación de la tierra hasta la cosecha.

Sistema de Comercialización

Según lo citado por (Aguilar Poaquiza, Avalos Peñafiel, Moncayo Sánchez, & Carrión Torres, 2021) El sistema de comercialización de productos agrícolas constituye una problemática social y económica que afecta entre otros a personas de diferentes géneros, edades, clases sociales, culturas y niveles académicos. El fenómeno de los sistemas de comercialización de productos agrícolas no es ajeno al contexto del régimen económico empresarial, en donde convergen como actores principales los productores, comerciantes intermediarios y público consumidor.

De acuerdo (Flores Carvajal, 2021) La comercialización es el conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor, esta empieza en el momento en que la organización realiza el empaque y etiquetado del bien o insumo para su venta, y termina una vez que haya sido recibido y pagado por el comprador, que puede ser una empresa o un consumidor final; es el momento en que la responsabilidad sobre el producto pasa del vendedor al comprador.

Mercado Agrícola

Como señala (Saravia, 2009) En términos generales, el mercado, tema básico y central de la comercialización, es el ámbito de encuentro entre la oferta y la demanda donde puede ocurrir el intercambio. Se define como el ámbito de comunicación, físico o no, entre compradores y vendedores, donde se logra la formación del precio luego de ocurrido el intercambio de determinados bienes o servicios.

Financiamiento Agrícola

Citando a (Curup Pérez, 2017) Es la acción de ofrecer servicios financieros como: créditos + ahorros + remesas + otros, a los habitantes de un sector Agrícola y pecuario. Indistintamente de la actividad a que se dedique el solicitante.

a) Créditos al Sector Agrícola

Como afirma (Poaquiza Cornejo, Macias Espinoza, Anchundia Places, & Alava Vera, 2019) Los créditos en Ecuador destinados al sector agropecuario provienen de fuentes públicas y privadas, siendo Banecuador el principal proveedor de créditos públicos, y la Corporación Financiera Nacional (CFN).

b) Créditos Productivos

Desde el punto de vista de (Córdova Uzchca, 2021) La finalidad de esta modalidad es que las personas o empresas tengan la capacidad de cubrir en parte la deuda u obligaciones a contraer por efectuar una actividad económica.

Como señala (Villarroel & Werner L, 2015) Establecido el BDP S.A.M, se crea el producto crediticio “Crédito Productivo Individual (CPI)” como instrumento de financiamiento para actividades productivas desarrolladas por micro y pequeñas unidades productivas. El objetivo principal del CPI es “dar apoyo financiero mediante créditos en condiciones accesibles a micro y pequeñas unidades productivas generalmente excluidos por el sistema financiero utilizando el crédito como un instrumento para la mejora de sus ingresos” Adicionalmente, los objetivos del CPI incluyen generar un impacto social, económico y financiero mediante la generación de nuevos empleos y mejora de los ingresos en micro y pequeños productores; fomentando de la misma manera un mayor número de productores rurales y urbanos.

Metodología

El estudio empleó un enfoque mixto que integró métodos cualitativos y cuantitativos, con un muestreo de conveniencia de 33 productores de maíz en las parroquias de San Carlos y La Esperanza. Se aplicaron cuestionarios validados y se calculó el coeficiente de confiabilidad de Cronbach, obteniendo índices de 0.72 y 0.77 para los instrumentos de recolección de datos dirigidos a productores y comercializadores, respectivamente. Este nivel de confiabilidad asegura la consistencia en las respuestas obtenidas y permite un análisis estadístico riguroso.

Con el fin de identificar los factores socioeconómicos relacionados con los procesos de producción del maíz nacional en la provincia zona de estudio, se aplicó el método de confiabilidad de cada uno de los cuestionarios a emplearse en la investigación, se procedió a

realizar a valorar el criterio de los expertos bajo el método de Alpha de Cronbach mediante la siguiente fórmula y parámetros:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Dónde:

α = Coeficiente de confiabilidad del cuestionar

k= Número de ítems del instrumento

$\sum_{i=1}^k s_i^2$ Sumatoria de la varianza de los ítems

s_t^2 : Varianza total del instrumento

Tabla 1.

Escala de Confiabilidad Alpha de Cronbach

Rango	Confiabilidad
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Nota: adaptado de (Contreras , 2023)

Tabla 2.

Matriz de expertos dirigida a productores de maíz nacional

Expertos	Items												Suma
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Experto 1	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	53
Experto 2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	5	46
Experto 3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	55
Varianza	0.89	0.22	0.22	0.67	0.22	0.22	0.89	0.22	0.22	0.67	0.00	0.67	

Sumatoria de Varianza	5.11
Varianza de la suma de los items	14.89
Coefficiente de confiabilidad	0.72

Nota: encuesta validada por expertos productores de maíz nacional

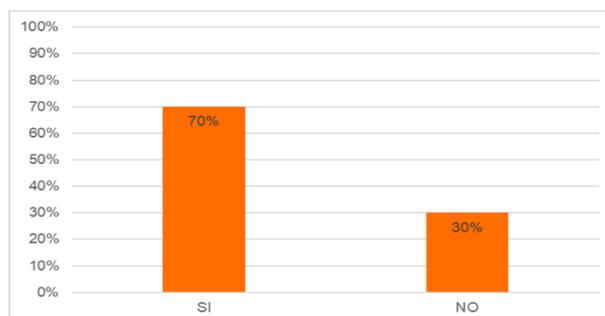
Resultados

1.1. Ingresos Familiares y Producción de Maíz

Los datos estadísticos revelaron una correlación positiva entre el nivel de ingreso familiar y los niveles de producción de maíz en Quevedo. En la figura 1, se observa que los agricultores con mayores ingresos familiares tienden a tener una mayor producción de maíz. Este hallazgo sugiere que el acceso a recursos financieros permite a los agricultores invertir en tecnología, insumos de calidad y técnicas modernas de cultivo, incrementando así la eficiencia de su producción.

Figura 1

Nivel de ingreso familiar influye en los niveles de producción de Maíz Nacional



Nota: datos extraídos de la encuesta aplicada a productores. Fuente: encuesta

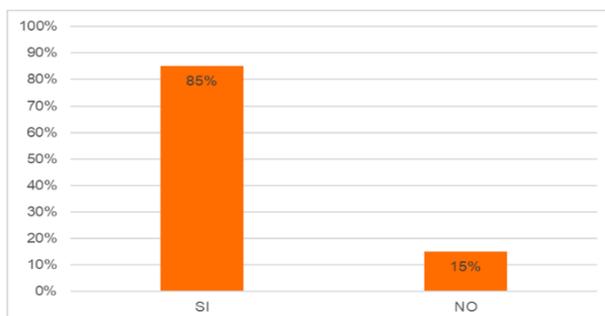
1.2. Conocimiento Especializado y Eficiencia Productiva

La investigación reveló que el 85% de los productores encuestados posee un conocimiento especializado en el manejo del maíz, tal como se refleja en figura 2. Este nivel de especialización es crucial para la implementación de prácticas agrícolas eficientes. Sin

embargo, un 15% de los productores aún carece de la capacitación necesaria, lo que representa una oportunidad para la intervención de políticas de formación agrícola que mejoren el rendimiento de este grupo.

Figura 2

Existencia de nivel de conocimiento especializado en el manejo de Maíz Nacional por parte de los productores



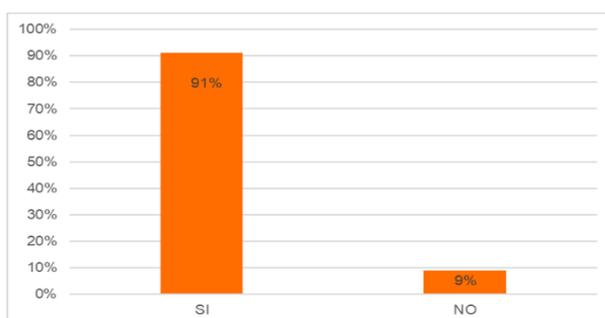
Nota: datos extraídos de la encuesta aplicada a productores. Fuente: encuesta

1.3. Impacto de las Políticas Gubernamentales en la Producción

En la figura 3, se evidencia que una mayoría de los agricultores considera que las políticas gubernamentales afectan significativamente su producción de maíz. Factores como los subsidios, el financiamiento y los programas de asistencia técnica juegan un papel fundamental en la viabilidad económica del cultivo. Esta dependencia subraya la necesidad de un marco de políticas públicas coherente y sostenible para el apoyo a los productores de maíz.

Figura 3

Políticas gubernamentales impactan la producción de Maíz Nacional en el Cantón Quevedo



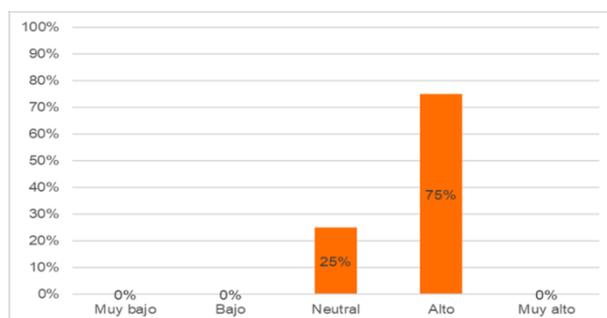
Nota: datos extraídos de la encuesta aplicada a productores. Fuente: encuesta

1.4. Tenencia de Tierras y Producción de Maíz

La tenencia de tierras es otro factor clave que influye en la productividad del maíz. Los datos en la figura 4 muestran que los productores que poseen sus tierras tienen una ventaja competitiva en términos de eficiencia y sostenibilidad. La estabilidad en la tenencia de tierras permite a los agricultores planificar a largo plazo y considerar inversiones en tecnologías agrícolas, lo que resulta en un mejor rendimiento de la cosecha.

Figura 4

Impacto de la tenencia de tierras en la producción de maíz en el Cantón Quevedo



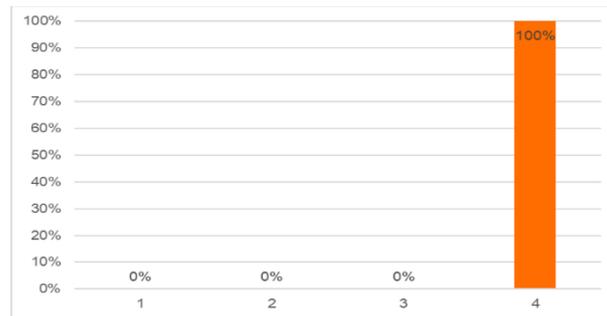
Nota: datos extraídos de la encuesta aplicada a productores. Fuente: encuesta

1.5. Conocimiento de los Centros de Acopio y Comercialización

La figura 5 presenta la familiaridad de los productores con los centros de acopio disponibles en Quevedo. Los datos sugieren que, si bien existen múltiples opciones, la información sobre los centros de acopio no está uniformemente distribuida entre los agricultores. La centralización de esta información podría mejorar el acceso a los canales de comercialización y permitir una distribución más equitativa de los beneficios del mercado.

Figura 5

Centros de acopio conocidos en el Cantón Quevedo



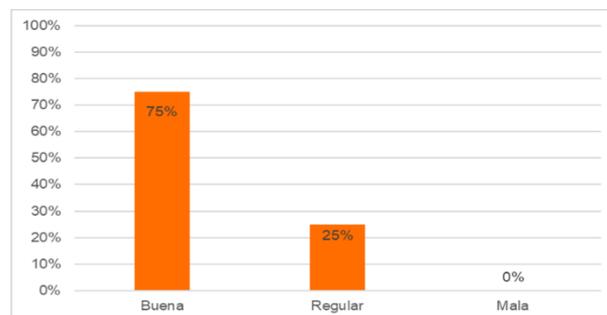
Nota: datos extraídos de la encuesta aplicada a productores. Fuente: encuesta

1.6.Percepción de la Comercialización y Asociaciones Agrícolas

Como se observa en las figuras 6 y 7, una mayoría de los productores percibe la comercialización del maíz de manera positiva, y considera que las asociaciones agrícolas facilitan el proceso de venta. Estos hallazgos destacan la importancia de las asociaciones para los pequeños y medianos productores, quienes se benefician de un mayor poder de negociación y del acceso a mercados más grandes.

Figura 6

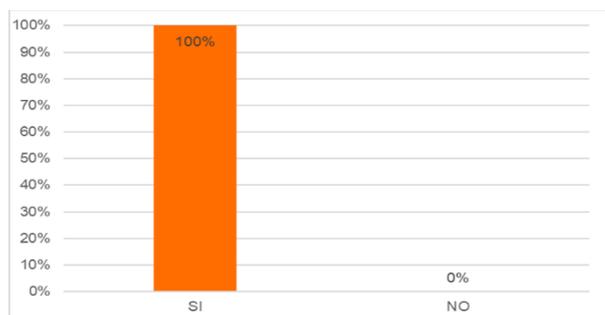
Calificación de la percepción de los productores de Maíz Nacional en el proceso de comercialización



Nota: datos extraídos de la encuesta aplicada a productores. Fuente: encuesta

Figura 7

Facilitación en el proceso de comercialización a través asociaciones agrícolas



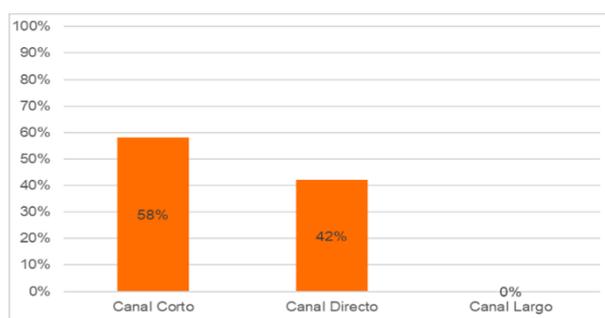
Nota: datos extraídos de la encuesta aplicada a productores. Fuente: encuesta

1.7. Preferencia por los Canales de Distribución

Los resultados indican que el canal de distribución corto es el más utilizado, como muestra la figura 8, seguido por el canal directo. Esto sugiere que los productores prefieren minimizar los intermediarios para maximizar sus ingresos. Sin embargo, el uso limitado del canal directo podría deberse a una falta de acceso o de conocimiento sobre este canal, lo cual podría abordarse mediante capacitaciones y el fortalecimiento de redes de comercialización.

Figura 8

Canal de distribución utilizado



Nota: datos extraídos de la encuesta aplicada a productores. Fuente: encuesta

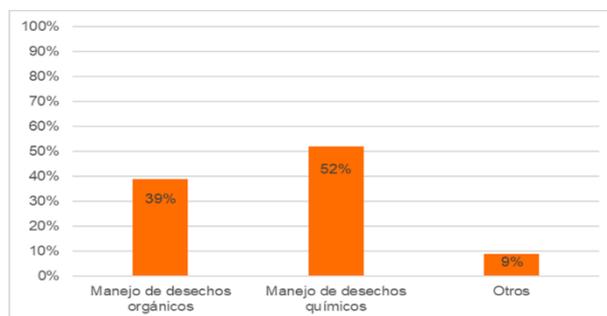
1.8. Prácticas de Sostenibilidad Ambiental

Los datos de la figura 9 revelan que el manejo de desechos químicos es la práctica de sostenibilidad ambiental más común entre los productores. Este aspecto refleja una conciencia

creciente sobre la importancia de mitigar el impacto ambiental, lo cual es fundamental para una producción agrícola sostenible y responsable.

Figura 9

Prácticas relacionadas con la sostenibilidad ambiental



Nota: datos extraídos de la encuesta aplicada a productores. Fuente: encuesta

Discusión

Según (Tatis Díaz, 2023) en su investigación refiere que los factores socioeconómicos entre otros son: asistencia técnica, capital semilla, tecnologías apropiadas, fertilización de alta calidad, financiamiento y asistencia para la comercialización.

Este análisis pone en relieve cómo los factores mencionados no actúan de manera aislada, sino que se interrelacionan para crear un entorno propicio para el crecimiento y desarrollo. Además, subraya la necesidad de políticas y programas que aborden estos aspectos de manera integral, proporcionando un marco de apoyo robusto para emprendedores y agricultores, entre otros posibles beneficiarios. Lo cual concuerda plenamente con los resultados de la encuesta planteada.

Tal como lo argumenta (Aponte Rojas, 2010), El objetivo de la distribución comercial es poner en contacto a los productores con los consumidores. La distribución comercial es un sector de actividad con importantes repercusiones sociales y económicas en todos los países desarrollados. Siendo el maíz un producto usado por la mayoría de las industrias alimentarias

del país y la región, se enfatiza que la distribución comercial es una actividad vital con un doble impacto: facilita la conexión entre productores y consumidores y tiene amplias implicaciones económicas y sociales en las economías desarrolladas es de vital importancia que el canal que utilicen los productores, sin importar la dimensión de terreno productivo, sea el canal directo.

Como afirma (Acosta, 2017) Los canales de comercialización pueden ser considerados como conjuntos de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo.

Un canal de distribución permite satisfacer una necesidad del cliente mediante la disponibilidad de un producto o servicio, acortando las distancias y disminuyendo los tiempos de respuesta. Además, promueven las economías de escala, ya que todos los miembros del canal tienen oportunidad de crecer. También ejercen una influencia directa en la fijación de precios para los productos.

De acuerdo con lo que menciona (Ramírez Ortiz , 2015) Las estrategias de comercialización, también conocidas como estrategias de mercadeo, consisten en acciones estructuradas y complementadas planeadas que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con la mercadotecnia, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado.

Estas acciones están diseñadas para alcanzar objetivos específicos en el mercado. Algunos de los objetivos mencionados incluyen la promoción de un nuevo producto, el incremento en las ventas y la obtención de una mayor participación del mercado. La definición subraya la importancia de la planificación y la integración de diferentes acciones para lograr el éxito en estos objetivos comerciales. Estas acciones estructuradas se están proponiendo en la presente investigación en función de la realidad palpada de los pequeños productores de maíz en el Cantón Quevedo.

Conclusión

Se observaron relaciones significativas entre variables como el acceso a recursos financieros, infraestructura, educación y capacitación a productores agrícolas, incluyendo también disponibilidad de tecnología apropiada. Estos factores impactan directamente la eficiencia y productividad de los agricultores, así como la efectividad de los canales de distribución y las estrategias de comercialización.

Los canales de distribución se caracterizan por la diversidad y la complejidad. Se han identificado varios actores y formas de comercialización, que van desde las ventas directas en los mercados locales hasta la participación en cadenas de suministro más amplias. Sin embargo, se ha observado que la falta de coordinación e información entre los actores de la cadena de valor (productores y comercializadores) puede obstaculizar la eficiencia y la equidad de la distribución del maíz.

Las estrategias incorporan prácticas de valor agregado en el proceso de producción y comercialización. Determinar las estrategias correctas, tienden a generar mayores márgenes de ganancia para los productores. Asimismo, las asociaciones entre los agricultores y los mercados pueden mejorar la competitividad del sector.

Referencias bibliográficas

- Acosta, A. L. (2017). Canales de Distribución. *Fundación Universitaria del Área Andina*.
- Aguilar Poaquiza, J. B., Avalos Peñafiel, V. G., Moncayo Sánchez, Y. P., & Carrión Torres, M. V. (2021). *Revista Investigación y Negocios*. Obtenido de <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.127>
- Aponte Rojas, D. (2010). *Pontífica Universidad Javeriana*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/7349>
- Caicedo Aldaz, J. C., Puyol Cortez, J. L., López, M. C., & Ibáñez Jacome, S. S. (2020). *Revista de Ciencias Sociales*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28065077024>
- Contreras, F. (2023). *Modernización de la gestión pública y desempeño laboral del personal administrativo en una municipalidad distrital*. Lima- Perú.

- Córdova Uzhca, J. M. (2021). *Veritas Et Scientia*. Obtenido de <https://revistas.upt.edu.pe/ojs/index.php/vestsc/article/view/569/504>
- Curup Pérez, W. A. (2017). *Agrequima*. Obtenido de <https://agrequima.com.gt/site/wp-content/uploads/2017/03/Acceso-al-Financiamiento-y-cr%C3%A9dito-para-el-sector-agr%C3%ADcola-VF..pdf>
- Flores Carvajal, L. (2021). *Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*. Obtenido de <https://aunarcali.edu.co/revistas/index.php/RDCES/article/view/224/145>
- Molina de Paredes, O. R., (2017). Rentabilidad de la producción agrícola desde la perspectiva de los costos reales: municipios Pueblo Llano y Rangel del estado Mérida, Venezuela. *Visión Gerencial*, (2),217-232.[fecha de Consulta 11 de Diciembre de 2024]. ISSN: 1317-8822. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465552407013>
- Poaquiza Cornejo, T., Macias Espinoza, D., Anchundia Places, M., & Alava Vera, M. (2019). *Revista Espacios*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n43/a19v40n43p02.pdf>
- Ramírez Ortiz , M. E. (2015). *Tendencias de innovación en la ingeniería de alimentos* . OmniaScience.
- Saravia, C. D. (2009). *UnlPam Facultad de Agonomía* . Obtenido de <https://www.agro.unlpam.edu.ar/licenciatura/comercializacion/formacionprecios09.pdf>
- Tatis Díaz, R. J. (2023). *Universidad de la Costa*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/10166/TESIS%20Ricardo%20Tatis-1102842144%20-%20IV%20COERTE%20MIDES%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Villarroel , P., & Werner L, H. L. (2015). *Desarrollo Productivo- aru.org.bo*. Obtenido de <https://www.aru.org.bo/REPEC/pdf/journl2-evaluando-microcreditos-bolivia.pdf>
- Wiese Gutierrez, L. G. (2018). *Repositorio UCV*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31392>