



Abril 2018 - ISSN: 1696-8352

USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION EN LOS CANALES DE DISTRIBUCION COMERCIAL

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán MSC

Edison Vinicio Calderon Moran

Ing. Hernán Patricio Moyano Vallejo

Ing. Luis Gonzalo Merino Chavez

Autores: Dr. Edwin Pombosa Junez

Autores: Eduardo Rubén Espín Moya

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Norberto Hernán Morales Merchán, Edison Vinicio Calderon Moran, Hernán Patricio Moyano Vallejo, Luis Gonzalo Merino Chavez, Edwin Pombosa Junez y Eduardo Rubén Espín Moya (2018): "Uso de las nuevas tecnologías de la información en los canales de distribución comercial", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (abril 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/tecnologias-distribucion-comercial.html>

RESUMEN.

Investigar el impacto social del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en los canales de distribución comercial.

- Estudiar las relaciones entre ciencia, tecnología de la información y la comunicación en los canales de distribución comercial.
- Valorar el estado actual de las TIC'S, en los canales de distribución comercial.
- Analizar el impacto social, del uso de la TIC'S, en los canales de distribución comercial.

Palabra Clave: Tecnologías, Canales de Distribución.

SUMMARY.

Investigate the social impact of the use of new information and communication technology in commercial distribution channels.

- **Study the relationships between science, information technology and communication in commercial distribution channels.**
- **Assess the current status of ICT's in the commercial distribution channels.**
- **Analyze the social impact of the use of TIC'S in the commercial distribution channels.**

Keyword: Technologies, Distribution Channels.

INTRODUCCION:

En el presente, todo lo que tenga que ver con la distribución de productos, bienes y servicios, la distribución está enteramente determinada por la producción.

La distribución es un producto de la producción no solo en lo que atañe al objeto o producto, que únicamente pueden ser distribuidos los resultados de la producción sino también en cuanto a los servicios.

Para la concepción habitual, estas relaciones de distribución se manifiestan como relaciones naturales, como relaciones que brotan sin más ni más de la naturaleza de toda producción social, de las leyes de la producción humana. No puede negarse, por cierto que las sociedades muestran otros modos de distribución, pero se los interpreta como modos de desarrollo social.

Se ha convertido en tema de creciente interés público y de participación social. Una mayor educación y cultura de la gente, unido a la creciente penetración de los medios de comunicación en la sociedad, han contribuido a ello. También, que en la medida en que se acentúa el carácter económico, tecnológico y político de la comercialización, las sociedades modernas exigen más y mejores servicios de la distribución, y se discute abiertamente sobre quién debería ser responsable de las decisiones pertinentes en la distribución.

La tendencia irreversible que impone la globalización y el modelo económico actual, es hacia una menor participación del estado en todas las actividades económicas, dentro de la comercialización y distribución, dando una mayor presencia del mercado de consumo, en el ámbito social, económica y comercial en la producción en el Ecuador.

Sin embargo, es importante llamar la atención sobre el hecho de que el eficientísimo económico y la búsqueda de rentabilidad, características inherentes al funcionamiento del mecanismo del mercado en un área de tanta importancia estratégica para un país como es la distribución, puede significar una adecuada regulación y mecanismos compensatorios, una insuficiente cobertura de distribución; difícil en la infraestructura comercial; una mayor polarización social al enfocar la oferta

a los segmentos de población con mayor poder adquisitivo; un encarecimiento de los servicios derivado del uso intensivo de tecnologías, un mayor nivel de inflación en general, y lo peor, una caída del bienestar social de la población.

La ubicuidad de la tecnología en nuestra vida cotidiana no ha hecho más que crecer desde la segunda mitad del siglo pasado. Aunque es incuestionable que la especie humana siempre ha estado necesariamente vinculada a la tecnología, nuestra forma de vida contemporánea es mucho más dependiente de ella de lo que fueron otras sociedades.

El avance tecnológico y científico de nuestros tiempos sin lugar a dudas le ha proporcionado al ser humano la posibilidad de intervenir sobre otros seres y sobre su medio. Desde la introducción de la tecnología en la comercialización en sentido general, han surgido numerosos problemas jurídicos, éticos, morales y sociales que estimularon hacer cumplir los principios de moderación y de prudencia convirtiéndose en motores impulsores del desarrollo de la distribución comercial.

La distribución es un valor en sí, este valor constituye la base, el soporte y el fundamento para que cualquier otro valor moral pueda desarrollarse en su proyección personal y social.

La complejidad de la distribución y las relaciones humanas, la diversidad de valores y puntos de vista nos conduce al problema de: cómo conciliarlos para lograr mejor bienestar y calidad de vida de las personas ("el bienestar común"), es uno de los retos con que se enfrenta el distribuidor. Ante estos retos, la disciplina de la comercialización, surge como respuesta a la necesidad de la distribución comercial.

El profesional de comercialización en la práctica tendrá que prestar servicios a diversos grupos sociales con estilos y filosofías de vida diferentes y afrontar problemas éticos de diversas perspectivas. Se requiere que el profesional de la comercialización desarrolle actitudes de respeto, empatía, solidaridad y tolerancia hacia el cliente.

MARCO CONCEPTUAL:

DEFINICIONES:

Las TIC's son la base de una revolución tecnológica de las últimas tres décadas. El proceso de adopción de las TIC'S por parte de las empresas fue progresivo, primeramente, las empresas grandes lo hicieron y con el tiempo cuando estos servicios se simplificaron y los costos de ellos bajaron, también las empresas más pequeñas las empezaron a adoptar. (Slusarczyk Antosz, Pozo Rodríguez, & y, 2015)

La Universidad Autónoma de México, en su blog “Estrategias de aprendizaje”, presenta la siguiente definición de TIC’s:

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC’s) son todos aquellos recursos, herramientas y programas que se utilizan para procesar, administrar y compartir la información mediante diversos soportes tecnológicos, tales como: computadoras, teléfonos móviles, televisores, reproductores portátiles de audio y video o consolas de juego. (México, 2013)

Según la Comisión Europea (2001), "Las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC’s) son un término que se utiliza actualmente para hacer referencia a una gama amplia de servicios, aplicaciones y tecnologías, que utilizan diversos tipos de equipos y de programas informáticos, y que a menudo se transmiten a través de las redes de telecomunicaciones". Las TIC’s incluyen conocidos servicios de telecomunicaciones tales como telefonía, telefonía móvil y fax, que se utilizan combinados con soporte físico y lógico para constituir la base de una gama de otros servicios, como el correo electrónico, la transferencia de archivos de un ordenador a otro, en especial, Internet, que potencialmente permite que estén conectados todos los ordenadores, dando con ello acceso a fuentes de conocimiento e información.



Figura 1 Las TIC's

Fuente: Martin, J (2012)

La importancia de las TIC's no reside en la tecnología en sí, sino en el hecho de que permita el acceso al conocimiento, la información y las comunicaciones; elementos cada vez más importantes en la interacción económica y social de los tiempos actuales. La Asociación Americana de las Tecnologías de la Información las define como "el estudio, el diseño, el desarrollo, el fomento, el

mantenimiento y la administración de la información por medio de sistemas informáticos, este es sólo un medio más, el más versátil, pero no el único; también los teléfonos móviles, la televisión, la radio, los periódicos digitales, etc." En pocas palabras, las Tecnologías de la Información tratan sobre el empleo de ordenadores y aplicaciones informáticas para transformar, almacenar, gestionar, proteger, difundir y localizar los datos necesarios para cualquier actividad humana

Banegas y Myro (2008), analizando con base de datos económicos y TIC's, medidas en términos físicos y por cada 100 habitantes (número de ordenadores, usuarios de Internet, líneas telefónicas y número de teléfonos móviles) corroboran que las TIC's incrementan la tasa anual de crecimiento de la renta per cápita y la productividad en el trabajo.

Por otra parte, Vilaseca y Torrent (2004) recurren a la siguiente clasificación de las TIC's. Telefonía móvil, ordenadores (PCs), conexión a Internet, redes locales, intercambio electrónico, página Web y correo electrónico. En otro estudio reciente, Nieto y Fernández (2005) aplican la siguiente tipología entre aquellas empresas con dominio del Internet: Website en el servidor propio de la empresa, compra de bienes o servicio por Internet, venta electrónica a los consumidores finales y venta electrónica a otras empresas. Anet.com (2007) relaciona todas aquellas aplicaciones de integración de las TIC's en las Pymes (Tabla 1), que posteriormente desarrolla con amplitud dentro de cada área funcional de la empresa. Todas estas clasificaciones tienen en común el amplio abanico de posibilidades que ofrecen las TIC's y sirven para que las empresas las adapten racional y eficientemente a sus esquemas estratégicos, organizativos y funcionales. Este será el tratamiento objeto de nuestra tesis, es decir, las TIC's en las empresas.

Tabla 1 Aplicaciones de la TIC's

Aplicaciones de comercio electrónico	<i>E-Business</i>
Aplicaciones en marketing y comunicación	Boletines, M-mail, Blogs, Observatorios de mercado...
Aplicaciones de gestión de clientes	CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)
Aplicaciones de procesos productivos y logísticos	ERP, GPS (Sistemas de posicionamiento global), Gestores de proyecto, Gestores documentales...
Aplicaciones de gestión de compras y proveedores	<i>E-procurement</i>
Aplicaciones de seguimiento y control	Cuadro de Mandos Integral (CMI), <i>Balance Scorecard (BSC)</i> y <i>Business Intelligence (BI)</i>
Aplicaciones de gestión de recursos humanos	Intranets, Portal del empleado, <i>E-learning</i> , Gestión del conocimiento...

Para Magallanes (2005, p. 135) la comunicación en su sentido estricto "es un proceso de doble vía, es decir la relación entre un emisor, receptor, y viceversa". Además, ambos interlocutores utilizan el

mismo código. Esta definición nos da a entender que la comunicación se produce a través de la generación, transmisión y recepción de mensajes

Para Gil (2005) manifiesta que:

La reflexión sobre la comunicación, los sistemas de escritura las tecnologías de la información y la comunicación, se haría necesario cuando se intuye que las denominadas nuevas tecnologías ya no lo son tanto y que ya forman parte de nuestra vida cotidiana de una manera muy natural en casi todos sus aspectos y en casi todos sus niveles. (p. 24)

Por ello es que Gil (2005, p. 14) afirma que “no es suficiente pues, con postular que la comunicación entre personas es un intercambio, más o menos simple, de estímulos y respuestas, como dirían los conductistas”.

De hecho, la visión de que la comunicación es un proceso de intercambios, ya sea de estímulos o de información, es altamente problemática para nuestros efectos, porque presupone que hay procesos anteriores a la comunicación. Éstos pueden ser el pensamiento, la identidad personal, las emociones, etc., y habitualmente son imaginados como antecedentes de la comunicación.

Las TIC's se originan en el Internet y en las llamadas Tecnologías de la Información (IT), que es un concepto que apareció en los años 70, “el cual se refiere a las tecnologías para el procesamiento de la información: la electrónica y el software. Ese procesamiento se realizaba casi exclusivamente a niveles locales por lo cual las comunicaciones carecían de importancia” (Slusarczyk Antosz, Pozo Rodríguez, & y, 2015).

A continuación, se presenta conceptos de TIC's de acuerdo a (Cabero, 1998) dice:

En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas. (p. 198)

La concepción moderna de las tecnologías de información y comunicación afirma Gil (2002), comprende aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías asociadas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, textos e imágenes, manejables en tiempo real. Así mismo se relaciona con equipos de computación, software, telecomunicaciones, redes y bases de datos, lo que permite destacar que la evolución del proceso humano de recibir información y comunicarse, está estrechamente relacionada con la evolución tecnológica, pues trae consigo transformaciones a nivel comercial, educativo, cultural, social y económico, por su carácter global, accesible y universal.

Atendiendo a estas consideraciones, Murelaga (2001), sostiene, que las tecnologías de información y comunicación representan un aporte significativo en los procesos de producción, educación, gestión y gerencia dentro de las organizaciones. Por ello, las empresas son organismos inteligentes, y como todo organismo que busca sobrevivir, éstas deben ser generadoras, almacenadoras y transformadoras de los conocimientos, que le permitan enfrentar y modificar su entorno, ya sea para adaptarse a él, o de ser posible para hacerle frente en su beneficio.

En la era moderna de la gerencia, las tecnologías de comunicación, servían para almacenar centralizadamente la información. Rojas, et al. (1999). En la actualidad, bajo la visión posmoderna de las nuevas tecnologías mencionadas, se puede afirmar que constituyen uno de los pilares fundamentales para transformar la información en conocimiento, de tal forma que se puede mejorar el proceso en la toma de decisiones organizativas, obteniendo así ventajas competitivas sustentables, en un mercado tan cambiante y voraz como el existente en el siglo XXI.

Las tecnologías de información y comunicación, han sido el catalizador de las transformaciones en los procesos socioeconómicos y han permitido la presencia de la sociedad de red. Castells (2000). De igual forma, gracias al desarrollo de estas tecnologías, el mundo volverá a ser el mismo, donde el movimiento y la acción se han multiplicado en forma exponencial, generando múltiples dimensiones, que dan sustento a un universo cuya vida social tiene el epicentro en la información.

Ante esta realidad, Galindo (2002), afirma, que el futuro será más colectivo de lo imaginado y ante tal posibilidad, sólo habrá prosperidad si se es capaz de desarrollar la más grande aventura humana, la conexión global basada en la configuración del universo de la comunicación.

Por su parte, Pablos (2006), refiere que Internet es la red de redes, y que no es un medio de información en el sentido de masas, sino un medio de comunicación, en el concepto de vía de comunicación, una red que lleva a los usuarios desde sus monitores de estudio o trabajo, hasta los bancos de datos abiertos.

Aunque las nuevas tecnologías se presenten como independientes, Ochoa y Cordero (2002), citan que tienen altas posibilidades de interconexiones, es decir, de formar una nueva red de comunicación, de manera que se refuercen mutuamente, y que eso lleve a un impacto mayor que las tecnologías de información y comunicación.

Todo ello es confirmado por Montaner (2001), cuando establece que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) dentro de las organizaciones, afectan de manera directa más a los procesos que a los resultados, donde los procesos harán que el producto final tenga una calidad diferente, lo que implica un desarrollo de la habilidades específicas de los individuos involucrados en ellas.

Asimismo, las TIC's pueden incrementar la capacidad de la gestión empresarial, pues hacen posible alcanzar nuevos niveles de eficacia. Por otro lado, el uso correcto de la información como materia prima esencial en las organizaciones del futuro promete ventajas competitivas, al permitir sobresalir de la competencia para ser líder en el mercado donde opera.

Por último, la característica de diversidad según el autor, puede entenderse desde una doble posición, primeramente, tiene un lugar donde se encuentran tecnologías unitarias, y en segunda instancia, existe una diversidad de funciones que estas tecnologías pueden desempeñar, desde las que transiten información exclusivamente, como los videodiscos, hasta aquellas que permiten la interacción entre los usuarios como la videoconferencia.

Dentro de las características que representan a las TIC's, podemos citar que en términos de management y desarrollo estratégico, hacen posible las siguientes cualidades (Berra, 1996. P. 1)

1. La adquisición rápida y selectiva de información, textos, documentos, filmaciones en archivos cercanos y lejanos y su inmediata inserción y utilización, actuando, cuando es necesario, en la definición automática de la configuración de sistemas tecnológicos complejos e instalaciones telefónicas tanto de empresas como de la comunidad.
2. La utilización de redes mundiales de bancos de datos para cualquier tipo de trabajo (hoy indispensables gracias a la globalización productiva) se realiza a través del uso de las TIC's, que reducen la necesidad de trasladarse.
3. La conexión automática a la fuente de cualquier dato. En presencia de encargos y pedidos, estas tecnologías son capaces de generar a distancia tanto encargos a la producción como elaborar automáticamente encargos a los proveedores, a partir de un diseño leído e interpretado con base a un examen.
4. Ahorrar todos los tiempos muertos que existen incluso en el trabajo de oficina mejor organizado. Se pueden descentralizar todos los trabajos de servicio que antes constituían unidades operativas de una misma empresa.
5. La organización en red, con lo que se logra el cambio hacia un nuevo modelo de organización: la empresa virtual.
6. Interactividad productor-consumidor, lo que lleva a la creación de valor, no sólo mediante el aumento de la utilidad del consumidor, sino también por el incremento del contenido del conocimiento, que se reflejará necesariamente a nivel de la producción, ya que es posible aprender rápidamente cómo prever las necesidades del cliente.

A la luz de los acontecimientos planteados, el sector TIC's continuará haciendo posible la introducción de nuevo y más capital productivo en la economía y específicamente en la gestión empresarial, a un coste más reducido (Aguilló, 1999). La necesaria implementación de aspectos estratégicos y organizativos alrededor de las TIC's son manifestados por diversos autores. La introducción de las nuevas tecnologías en la empresa debe ir acompañada o precedida de una

reorganización e integración en el proceso productivo (reingeniería de los procesos internos), así como de una nueva orientación en la gestión de los recursos humanos (Heras et al., 2001). Como señala Grant (2006), para que una capacidad dé origen a una ventaja competitiva sostenible a largo plazo, debe ser: relevante o valiosa, es decir, que otorgue valor a los clientes; y escasa, es decir, que no sea una capacidad ampliamente disponible en el sector; además de difícil de imitar y explotada eficientemente por la organización.

Las TIC's han de ser consideradas como catalizador excepcional para que las empresas puedan crear ventajas competitivas y que las diferencien de otras, a la vez que puedan crear nuevos modelos de negocio (Valor et al., 2003). Como afirman Prahalad y Hamel (1991), la tecnología no debe intervenir sólo al final del proceso estratégico para adaptar unos productos concretos a unos mercados, sino más bien, y siguiendo "el planteamiento estratégico de competencias tecnológicas", la iniciativa tecnológica debe preceder a la formulación de la estrategia global de la empresa. Investigaciones más recientes sugieren que las empresas pueden apalancar sus recursos disponibles mediante inversiones en TIC, es decir, obtener el máximo posible de los distintos recursos disponibles por parte de la empresa. En este sentido, García Canal et al., (2007) señalan que se podrían identificar diferentes formas para conseguir este objetivo:

- a) El alineamiento de las inversiones en TIC's con la estrategia empresarial global relacionada fundamentalmente con la mejora de la eficiencia y la búsqueda de complementariedad o sinergias organizativas.
- b) El apalancamiento de los recursos basados en TIC's junto con otros recursos y capacidades organizativas a través de diversas vías de crecimiento o desarrollo empresarial: especialización frente diversificación, la gestión de las adquisiciones, de las relaciones verticales con clientes y/o proveedores, del ámbito geográfico de las actividades, etc.
- c) La integración de las inversiones en TIC's con el rediseño organizativo interno (centralización frente descentralización, reestructuración y gestión del cambio organizativo).
- d) **El avance tecno-científico y el aspecto social de las TIC's**
- e) El avance tecno – científico ha hecho posible que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's), hayan penetrado en todos los órdenes de la vida social, Pineda (2004), considera que la velocidad de los cambios ocurridos a mediados de la década de los noventa, ha obligado incluso a que se reformulen los conceptos utilizados para caracterizar a este tipo de sociedad, no como una sociedad de la información, sino como una sociedad de la comunicación y el conocimiento.
- f) Asimismo, Abdallath et al. (2004), sostienen que las nuevas tecnologías de información y comunicación, designan a la vez un conjunto de innovaciones tecnológicas, pero también las herramientas que permiten una redefinición radical del funcionamiento de la sociedad.

La puesta en práctica de las TIC's, afecta a numerosos ámbitos de las ciencias humanas como la Sociología, la Teoría de las Organizaciones o la Gestión.

- g) Los autores afirman que la expansión de las tecnologías de información y comunicación, basadas en la microelectrónica, la robótica y las redes de comunicaciones, se está produciendo a gran escala en todos los ámbitos socioeconómicos y de las actividades humanas, configurando la nombrada Sociedad de la Información o Sociedad del Conocimiento.

Ventajas y Desventajas de las TIC'S

En la organización

Las TIC's son esenciales para mejorar la productividad de las empresas, la calidad, el control y facilitar la comunicación, entre otros beneficios, aunque su aplicación debe llevarse a cabo de forma inteligente.

El mero hecho de introducir tecnología en los procesos empresariales no es garantía de gozar de estas ventajas. Para que la implantación de nueva tecnología produzca efectos positivos hay que cumplir varios requisitos: tener un conocimiento profundo de los procesos de la empresa, planificar detalladamente las necesidades de tecnología de la información e incorporar los sistemas tecnológicos paulatinamente, empezando por los más básicos.

Antes de añadir un componente tecnológico, hay que conocer bien la organización y/o empresa. Se ha descubierto que el 90% de las veces, el fracaso no es debido al software ni a los sistemas, sino al hecho de que la gente no tiene suficientes conocimientos sobre su propia empresa o sus procesos empresariales.

Otro aspecto importante a considerar es que las empresas que tienen una gran capacidad de beneficiarse de la tecnología son organizaciones que, antes de añadir un componente tecnológico, describen detalladamente cuál será la repercusión para su empresa.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado nuestra manera de trabajar y gestionar recursos. Las TIC's son un elemento clave para hacer que nuestro trabajo sea más productivo: agilizando las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias, realizando análisis financieros, y promocionando nuestros productos en el mercado.

El buen uso de las TIC's permite a las empresas producir más cantidad, más rápido, de mejor calidad, y en menos tiempo y le ayudan a la competitividad.

Tabla 2 Ventajas y desventajas de las TIC's

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none">• Mayor difusión de sus productos y servicios• Mejor control de marketing• Mayor rapidez en la prestación de servicios• Ventajas competitivas con sus competidores• Mejor aprovechamiento de sus recursos• Mejor control administrativo	<ul style="list-style-type: none">• Menor difusión de sus productos y servicios• Limitado y más complicado control de marketing.• Prestación de servicios más lenta• Desventaja competitiva entre sus competidos que si usan las TIC• Aprovechamiento limitado de sus recursos.• Posible fuga de capital por un control administrativo deficiente

En las empresas

Ventajas: Algunas ventajas que podemos mencionar son las siguientes:

- Brindar grandes beneficios y adelantos en salud y educación.
- Potenciar a las personas y actores sociales, ONG, etc., a través de redes de apoyo e intercambio y lista de discusión.
- Apoyar a las PYME de las personas empresarias locales para presentar y vender sus productos a través del Internet.
- Permitir el aprendizaje interactivo y la educación a distancia.
- Impartir nuevos conocimientos para la empleabilidad que requieren muchas competencias (integración, trabajo en equipo, motivación, disciplina, etc.).
- Ofrecer nuevas formas de trabajo, como tele trabajo.
- Dar acceso al flujo de conocimientos e información para empoderar y mejorar las vidas de las personas.
- Facilidades, exactitud, menores riesgos, menores costos.

Desventajas:

Los beneficios de esta revolución no están distribuidos de manera equitativa; junto con el crecimiento de la red Internet ha surgido un nuevo tipo de pobreza que separa los países en desarrollo de la información, dividiendo los educandos de los analfabetos, los ricos de los pobres, los jóvenes de los viejos, los habitantes urbanos de los rurales, diferenciando en todo momento a las mujeres de los varones. Otras desventajas que se pueden observar en la utilización de las tecnologías de información y comunicación son: Falta de privacidad, Aislamiento, Fraude y Merma en los puestos de trabajo

METODOLOGÍA:

Estudiar las relaciones entre ciencia, tecnología en la información, la comunicación en los canales de distribución comercial en la ciudad, de Riobamba, Ecuador.

La distribución como sector especializado nace como consecuencia de los rápidos avances científicos y técnicos producidos en las diferentes áreas del Marketing.

De este modo van surgiendo poco a poco innumerables problemas que afectan a la comercialización y distribución de los productos de bienes y servicios.

En este contexto es necesario estar moralmente alertas para edificar una sociedad del conocimiento que mantenga el sentido de lo humano por encima de aquellas cosas que el hombre crea y en las que cree, incluyendo la tecnología, para que esta sea un medio y no un fin en sí misma, para que el hombre no sea víctima de su propio desarrollo científico y tecnológico.

La distribución, al igual que el conocimiento científico y tecnológico, se va construyendo socialmente de acuerdo a las circunstancias económicas, políticas y sociales y lleva la impronta de cada época, de cada cultura y de cada civilización, con base en la interactividad (relación sujeto-objeto y diálogo de saberes) y la intersubjetividad (interacción con otros sujetos con los que se vive en comunidad). ¹

En la Comercialización y la distribución, es necesario el conocimiento y las habilidades de la ciencia del marketing, para su adecuado desenvolvimiento en el mercado de producción de bienes y servicios.

En cuanto a ciencia y tecnología existen una infinidad de definiciones junto al enorme arraigo que tienen en la sociedad contemporánea lo que conduce a su uso cotidiano en las diferentes esferas del conocimiento. Los problemas de la ciencia y la tecnología se analizan como procesos sociales, como dimensiones de la totalidad social.²

¹ Gracia D. Fundamentación y Enseñanza de la Bioética. Ed. El Búho. Madrid, 1998; 11-28.

² Núñez Jover Jorge, y Figueredo Francisco. (2008). *ciencia-tecnología-sociedad en Cuba* (Tesis doctoral, 120 p.)La Habana.

Se debe destacar las profundas e intensas interacciones que caracterizan hoy los vínculos entre la ciencia y la tecnología representando un elemento esencial de la actual civilización tecnológica. El concepto de tecno ciencia, menos entendido en la literatura, servirá para destacar los límites borrosos, indistinguibles y a veces inexistentes entre la ciencia y tecnología. La realidad coloca a la ciencia en una relación inédita con la tecnología a su vez la tecnología es cada vez más dependiente de la actividad y el conocimiento científico.

Estamos frente a un complejo ciencia-tecnología donde, como dice Barret: “El guion que une los términos de “ciencia-tecnología” indica esa unión esencial. La nueva ciencia, es por su esencia, tecnológica” (citado en Hottois, 1991, p.21).

En ese sentido es necesario desarrollar la tecno ciencia con conciencia con el objetivo cada uno de los seres humanos y no humanos que poblamos este planeta podamos gozar de un futuro mejor, incluyendo las futuras generaciones en el marco de un desarrollo sustentable.

Los profesionales de comercialización, distribución y políticos, confrontados con el desafío de tener que tomar decisiones sobre casos prácticos, incluso urgentes, reconocen la necesidad de encontrar un lenguaje ético comúnmente aceptado, respetuoso de las distintas cosmovisiones.

Los principios definidos por Beauchamp y Childress son:

Principio de Beneficencia:

El principio de beneficencia expresa de manera positiva la actitud y la obligación de hacer el bien al otro. La esencia de este principio consiste en la obligación ética de aumentar tanto como sea posible los beneficios y reducir al mínimo los daños y perjuicios que el individuo pueda recibir.

El ejercicio de la distribución está orientado por principios éticos que tienen sus raíces en conceptos filosóficos, el no causar daños y hacer el bien al consumidor. En la mayoría de los textos de Marketing también se establecen limitaciones, claras y precisas, en cuanto al empleo de los conocimientos de los distribuidores para determinados objetivos.

Principio de Autonomía:

El principio de autonomía reconoce a todo hombre, varón o mujer, como ser libre, cuya libertad debe ser respetada y promovida. La autonomía se basa en la dignidad de todo hombre, aunque en la práctica existen seres humanos que no están en condiciones de ejercer su libertad entre ellos podemos mencionar a los comerciantes, proveedores y las empresas, deben ser respetados en su dignidad y sobre todo los consumidores.

En la actualidad se plantea que el auge del principio de la autonomía de los comerciantes y de los distribuidores en la práctica de las ventas en el mercado de productos de bienes y servicios.

No obstante, lo planteado el principio de comercialización y distribución, como es de suponer, no resulta lo suficientemente fuerte, no basta para garantizar el respeto a las personas en las transacciones y hechos de distribución en los cuales éstos puedan verse involucrados.

Principio de Justicia:

Este principio se sustenta en la obligación ética de dar a cada una de las personas lo que verdaderamente necesita o corresponde, en consecuencia con lo que se considera correcto y apropiado desde el punto de vista moral. La aplicación consecuente de este principio puede suscitar el surgimiento de problemas éticos, que últimamente se presentan con gran frecuencia en la comercialización y que están en relación directa con los adelantos tecnológicos.

En la actualidad la práctica de la distribución es un principio que obliga a tratar a los comerciantes de la misma manera según el lema "casos similares exigen un tratamiento similar", se admite que algún nivel de distribución deba ser accesible a todos.

Avances tecno científicos en la distribución y su influencia en la prestación del producto en Ecuador.

A fines del siglo XVII y en los siglos subsiguientes cobra cada vez mayor fuerza el racionalismo, la ciencia y el pensamiento analítico, así se producen una serie de progresos científicos en diversas esferas de la ciencia: la física, la química, la biología, la fisiología, la distribución, etc.

Todos estos adelantos permitieron reforzar la idea de la necesidad de intentar localizar a la distribución; en esta época se pudo demostrar que la mayoría de distribuidores son los que ayuda de las diferentes empresas que existen en el país

A través de la historia de la humanidad han ido cambiando, el hombre primitivo totalmente a merced del medio ambiente hostil e incontrolable para él, estaba a merced de los fenómenos naturales: accidentes, predicción, etc. Más tarde con el inicio de la agricultura y el asentamiento de grandes grupos humanos. Ya en los siglos XIX y XX con la revolución industrial y la educación masiva se incrementa la esperanza de comercialización y un incremento paulatino de los productos para su comercio, distribución y mejorar su estilo de vida y el comportamiento humano.

Las nuevas tecnologías ejercen una influencia revolucionaria en la solución de los problemas prácticos en la distribución, invaden rápidamente todas las esferas de la comercialización. Ellas sabiamente empleadas en manos puestas al servicio de la sociedad, del bienestar del hombre, serán uno de los sólidos pilares para la satisfacción de las crecientes necesidades humanas.

Una de las características de la distribución es la manera en que se trabaja para alcanzar una meta, vender los productos y servicios al segmento idóneo, el objeto o meta de la distribución es que los productos lleguen, en buenas condiciones de uso, a los lugares designados en el momento que se necesiten para la comercialización de los productos dentro del mercado de producción de bienes y servicios en la sociedad de consumo.

El mundo contemporáneo no se caracteriza solamente por el incremento del número de tecnologías que permiten intervenir en casos que en otros tiempos, carecían de esperanzas de compra de productos para su consumo. Actualmente a los cambios tecnológicos debemos añadir nuevas actitudes sociales y culturales que hacen énfasis en el individuo como protagonista de la vida.

Es evidente la necesidad de que los profesionales del comercio dispongan de habilidades comunicativas bien desarrolladas para que pueda satisfacer las necesidades sociales del mercado de consumo de bienes y servicios en la contemporaneidad, y enfrentar los “peligros” que hay en el mercado como la falta de productos para la venta, políticas que implementa el gobierno dentro de su política fiscal, la competencia agresiva de empresas productoras dentro del mercado, contempla el proceso de la diversificación progresiva de la tecnificación de la comercialización y distribución de los productos de consumo de bienes y servicios.

No es necesario rechazar la tecnología, porque cerrar la mente a la innovación sería negar el progreso de la humanidad en la aplicación de la tecnología a la ciencia.

- No desarrollar un adecuado pensamiento científico: Esto genera enfoques incorrectos en el proceso de investigación, el diagnóstico y tratamiento debido a una marcada dependencia de las respuestas de la tecnología.

El Sistema de la Distribución del Ecuador se caracteriza por la segmentación en sectores, privado y público.

En el nivel interpersonal, significa el respeto a las diferencias de los demás en todas nuestras interacciones y transacciones. A nivel organizacional, se trata de reconocer e incluir las contribuciones de diversos sectores de la sociedad y minimizar barreras que limitan los servicios (Yee, D. 2000).

La responsabilidad profesional es el tipo más común de responsabilidad moral que surge del conocimiento especializado que posee una persona. Una profesión es una ocupación que involucra el aprendizaje de un cuerpo especializado de conocimiento, que sirve de base a una conducta profesional que incide en el bienestar de otros seres humanos.

El uso de este conocimiento involucra responsabilidades morales asociadas con la profesión de que se trate. Por ejemplo, los abogados y los ingenieros, así como los científicos, tienen la obligación de no divulgar sin consentimiento la información confidencial relativa de los, clientes, empresas o universidades a los que sirven.

Como he mencionado, los desarrollos tecnológicos y científicos y su impacto en los seres humanos, la complejidad y diversidad de problemas en la distribución con que nos enfrentamos en la sociedad contemporánea.

De igual modo deben destacarse las profundas e intensas interacciones que caracterizan hoy los vínculos entre la ciencia y la tecnología. La copulación recíproca entre ellas, el binomio interactivo que han constituido, representan un elemento esencial la civilización tecnológica. El concepto de tecnociencia, menos extendido en la literatura, servirá para destacar los límites borrosos, indistinguibles y a veces inexistentes entre ciencia y tecnología.

En la explicación de la ciencia hay que evitar las dos posiciones extremas que Foucault denomina "extrapolación genética reduccionista" y "extrapolación epistemológica reduccionista". En la primera se privilegia el efecto de las fuerzas y dinámicas socioeconómicas sobre el cambio científico, mientras que en la segunda se acepta la autodeterminación de la ciencia y con ello su autonomía.

Por otra parte debe admitirse que la ciencia es un fenómeno sociocultural complejo que posee sus propias fuerzas motrices, lo que impide hablar de un condicionamiento casual lineal y mecánico entre la sociedad y la ciencia. De tal forma ella posee su especificidad, autonomía relativa, eficacia propia, capacidad de influencia sobre las restantes actividades e instituciones sociales.

En su maduración y progreso la ciencia puede crear potencialidades que trascienden las expectativas que de ellas tienen los agentes y estructuras sociales que la fomentan o al menos toleran. En su capacidad de penetración de la vida material y espiritual de la sociedad la ciencia puede devenir un factor decisivo de ésta.

Desde esta perspectiva la tecnología representa un nivel de desarrollo de la técnica en la que la alianza con la ciencia introduce un rasgo definitorio.

La técnica que se puede desarrollar en los canales de distribución comercial es primero analizando la información y la comunicación que existe en la ciudad de Riobamba, para formular estrategias de información, comunicación, distribución, políticas de precio, con la ayuda del Marketing.

Analizar la capacidad de compra de la sociedad, conocer sus necesidades de compra y las diferentes políticas gubernamentales que implantan en la sociedad, y la comunidad.

El impacto social de los canales de distribución comercial, es de gran importancia porque ayuda a la consecución de los objetivos de la distribución de los productos que la sociedad está dispuesta a la compra, como también beneficiara las empresas productoras de dichos productos y también la economía local crecería y la comunidad tendría argumentos de compra para otros productos para solventar sus necesidades que ellos tengan con sus familias, dentro de esto también interviene la tecnología esos medios es el internet, telefonía celular, vehículos adecuados para la distribución y comercialización de los productos con una buena información y comunicación y los distintos locales comerciales también estarían abastecidos para una buena comercialización y distribución del mercado interno y externo de la ciudad de Riobamba, Ecuador.

La ciencia y tecnología en los canales de distribución comercial, seguiría un proceso en lo cual no afectaría a la sociedad, la tecnología se le conoce como innovación en el ámbito empresarial, con nuevas maquinarias para el proceso de los productos para su desarrollo de las ventas dentro de ello se genera el factor de la economía que está enfocada en la generación de riqueza.

En los canales de distribución comercial hay una dinámica entre la tecnología y la sociedad para afrontar los diversos problemas, y a lo cual se involucra la ciencia para poder solucionar los inconvenientes que se pueden presentar al momento de la producción como en la distribución en el ámbito local como nación dentro de ello también se podría analizar el tema de la logística para el buen desarrollo de las políticas de comercialización como también de la información y comunicación para llegar con el producto a los diversos mercados y almacenes.

La ciencia, tecnología y sociedad dentro del impacto en los canales de distribución comercial se podría decir que estos elementos es de gran ayuda para fomentar la buena distribución de los productos porque cada uno de estos elementos contribuyen con la nueva generación, de una nueva política de distribución como de comercialización, de información y comunicación, políticas de ventas.

Importante de carácter social y cultural de la ciudad de Riobamba, Ecuador, como del país con sus buenas perspectivas de racionalizar la economía de cada uno de los que están involucrados en el ámbito de la venta como de la distribución comercial.

Agazzi resume este proceso diciendo que el ideal de la ciencia antigua fue la observación, el de la ciencia moderna el descubrimiento apelando fundamentalmente al recurso de la experimentación y la matematización, en tanto la ciencia actual realiza investigación en sentido estricto (p.133).

De hecho existen una infinidad de definiciones de ciencia y algo semejante ocurre con la tecnología. Detrás de esa abrumadora diversidad está el enorme arraigo social que una y otra tienen en la sociedad contemporánea, lo que conduce a su uso cotidiano de los canales de distribución comercial, los medios de difusión, y muchos otros canales de divulgación.

En realidad el campo CTS es de una extraordinaria heterogeneidad teórica, metodológica e ideológica. Digamos que el elemento que los enlaza es la preocupación teórica por los nexos ciencia - tecnología - sociedad. Pero esas preocupaciones se asumen desde muy diferentes posiciones teórico - metodológicas y con muy variados propósitos.

El sentido que se le concede a estos estudios también es diverso: unos autores parecen atribuirles sólo interés académico, otros le ven un lado práctico y tratan de utilizarlos con fines variados: como recursos de crítica social, como vehículo de renovación de los canales de distribución comercial, como fundamentos de políticas en ciencia y tecnología.

Una de las consecuencias del avance de los estudios CTS es la comprensión del fenómeno científico y tecnológico como un proceso social que no puede ser comprendido más que "en contexto", es decir, dentro de la constelación de circunstancias sociales que le dan sentido³.

En esa perspectiva, la Ciencia, en su expresión más amplia, se nos presenta como una red de individuos, instituciones y prácticas anclados en contextos con sus propias determinaciones culturales, económicas y sociales⁴

La creación de los polos científico- productivos: redes de cooperación integrada donde la investigación, la creación de tecnologías, la producción y comercialización de productos, forman parte de un proceso continuo conducido por estrategias únicas; la potenciación del Fórum de Ciencia y Técnica

Así, la centralidad de la innovación en la política económica, una renovada racionalidad tecnológica ahora más urgida de implantar mecanismos de evaluación de tecnologías y la búsqueda de nexos más sólidos y estables entre la ciencia y la

Tecnología en los diferentes sectores de la sociedad y los diversos territorios, proceso al que la universalización de los canales de distribución comercial, abre notables oportunidades (Núñez, Montalvo, Pérez, 2006), conforman un escenario donde los nexos ciencia - tecnología - sociedad se renuevan.

³ Esta idea guarda relación con uno de los fines de la educación CTS propuesto por Figueredo en su tesis de doctorado: a) la contribución de la ciencia y la tecnología a la solución de los problemas sociales de la población y de la ayuda solidaria a otros pueblos; b) la integración de todos los agentes del contexto social en aras de obtener resultados científicos y tecnológicos pertinentes; c) la participación del pueblo en las actividades científicas y tecnológicas; d) la acción crítica y responsable frente a los peligros actuales y potenciales de las innovaciones, para el ser humano y el medio ambiente; e) la asimilación de la ciencia y la tecnología como manifestaciones de la cultura; f) la comprensión de las interacciones dialécticas entre conocimientos, técnicas y contexto social (Figueredo, 2002:47).

⁴ Chambers, D.W. (1993)

Pero para ello deben también actualizarse los paradigmas desde los cuales se piensa las interrelaciones. Ahora las intencionalidades sociales que los conducen tienen que ser más marcadas y los actores que pueden influir sobre ellos aparecen más dispersos en el escenario social.

CONCLUSIONES

- Concebir la ciencia y tecnología actuales como valorativamente neutras es no solamente falso sino incluso peligroso: no puede seguirse educando a las nuevas generaciones de científicos y de tecnólogos al margen de las implicaciones éticas de su actividad por las implicaciones en el campo de la distribución.
- A la tecnología se le conoce como una innovación, y se le enfoca a los negocios tecnológicos como las maquinarias y para la sociedad es la generación de riqueza.
- Esta notable expansión de la razón instrumental debe acompañarse de una fortificación a nivel social la tarea de enriquecer y robustecer el discurso comunicativo. Esta tarea tiene un componente reflexivo fundamental, pero que sólo será eficaz si logra generar mecanismos de recomendación y de resolución que ayuden a regular las actividades de distribución en respeto del bien común.

BIBLIOGRAFÍA:

- Agazzi Evandro. El impacto epistemológico de la tecnología. Universidad de Génova (Italia).
- Núñez Jover, Jorge. (2007) La Ciencia y la Tecnología como procesos sociales. Editorial Félix Varela. La Habana.
- Núñez Jover, Jorge. La ciencia y la tecnología como procesos sociales.
- Castro Díaz-Balart, F; Codorníu, D (1988): "Cuba: en el camino de una ciencia acorde con nuestra realidad", Cuba Socialista no. 34, Julio - agosto, La Habana.
- CIEM/PNUD (2004)-. Investigación sobre Ciencia, Tecnología y Desarrollo Humano en Cuba. ENPSES, La Habana.
- Dagnino, R. (1996): Innovación y desarrollo social: un desafío latinoamericano, Seminario Taller Iberoamericano de actualización en gestión tecnológica (Faloh, R; García Capote, E, eds), CITMA, La Habana.
- PAZ, Hugo Rodolfo, Canales de Distribución: gestión comercial y logística. Buenos Aires: Lectorum - Ugerman, 2008
- Díez de Castro, Enrique, *Distribución Comercial*, España, Mc Graw Hill, 1997
- Fisher, Laura, Espejo Jorge, *Mercadotecnia*, México, Mc Graw Hill, 2004
- García Cantú, Alfonso, *Almacenes Planeación, organización y control*, México, Trillas, 2002.
- Kotler, Philip, Armstrong Gary, *Fundamentos de Marketing*, México, Pearson, 2008.
- Lamb, Charles W. Jr, Hair, Joseph Jr. Mc Daniel, Carl, *Fundamentos de Marketing*, México, Thomson, 2006.
- Mercado H, Salvador, *Comercio Internacional: Mercadotecnia Internacional Importación–Exportación*, México, Limusa, 1994.
- Slusarczyk Antosz, María; Pozo Rodríguez, José Manuel; y, Perurena Cancio, Lillíam 2015

Facultad de Administración de Empresas
Escuela de Ingeniería en Marketing
norberto.2@hotmail.es
Graduado en Ingeniería en Marketing de la Escuela Superior de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
Magíster en Proyectos. Director de la Unidad de Educación a Distancia de la FADE. Profesor Agregado de la ESPOCH.
Aspirante a PhD en la Universidad de La Habana de Cuba.

Edison Vinicio Calderon Moran

evcalderon6@yahoo.es
ecalderon@epoch.edu.ec
'0984605523
Ingeniero De Empresas.- Master En Direccion De Empresas.
Docente Principal Tiempo Completo.- Escuela Superior Politecnica De Chimborazo.
Profesor En El Area De Las Finanzas.- Contabilidad General-Financiera.-Costos.- Analisis Financiero.- Presupuestos.-
Planeacion Financiera Etc.

Ing. Hernán Patricio Moyano Vallejo

Títulos Ingeniería de Empresas y la Licenciatura en Comunicación Social.

Maestrías en Gerencia Educativa en Docencia Universitaria e Investigación Educativa y en Gerencia de Proyectos Educativos y Sociales, la Especialización en Liderazgo y Gerencia, así como los diplomados en Gestión y Planificación Educativa y en Diseño de Proyectos Educativos y Sociales. Experiencia laboral, he trabajado como directivo y periodista en medios de comunicación de la ciudad de Riobamba (Diario El Espectador, Radio Latina y Radio Tricolor), como docente de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo laboro desde el año 1994, Docente de varios programas de maestría en la Universidad Estatal de Bolívar y la Universidad Nacional de Chimborazo.

Ing. Luis Gonzalo Merino Chavez

Licenciado en Contabilidad y Auditoría cpa
Ingeniero en banca y finanzas
Magister en Contabilidad y Auditoria
Magister en Tributación y Finanzas
Director Financiero Municipio de Pallatanga
Director Financiero y Administrativo: Municipio de Pedro Moncayo
Auditor Externo Sindicato de Choferes Profesionales de Penipe
Profesor Titular Principal de la Espoch

Autores: Dr. Edwin Pombosa Junez

Hoja de Vida (Ecuador 1973)

Ecuatoriano de 43 años de edad. Ingeniero de Empresas, Diplomado en Diseño Curricular Superior, Máster en Educación Superior y a Distancia, Doctor en Ciencia Económicas PhD, 20 años de experiencia laboral en el ámbito privado como Gerente de Ventas y Gerente General de varias empresas de la ciudad de Riobamba. Ex director de Escuela, Ex director de Talento Humano y ex Director de Vinculación con la Colectividad y Relaciones Internacionales, Ex Director Administrativo del GAD Municipal de la ciudad de Riobamba, Ex Vicedecano y ex Decano de la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y Doctor en Ciencias Económicas en la Universidad de la Habana.

Autores: Eduardo Rubén Espín Moya

Ingeniero de Empresas, Director de la Talento de Humano de la Empresa Cemento Chimborazo, Director de la Escuela de Ingeniería de Empresas. Magister en Educación Superior y a Distancia y Doctor en Ciencias Económicas.