

## Desarrollo de una plataforma de comercialización de productos agrícolas y pecuarios

Development of a marketing platform for agricultural and livestock products

Desenvolvimento de uma plataforma de marketing para produtos agrícolas e pecuários

Villa Noboa Kiara Estefanía<sup>1</sup>  
Instituto Superior Tecnológico Tsáchila  
[kiaravillanoboa@tsachila.edu.ec](mailto:kiaravillanoboa@tsachila.edu.ec)  
<https://orcid.org/0009-0007-5765-8486>



Loor Valencia Enzo Alfredo<sup>2</sup>  
Instituto Superior Tecnológico Tsáchila  
[enzoloorvalencia@tsachila.edu.ec](mailto:enzoloorvalencia@tsachila.edu.ec)  
<https://orcid.org/0009-0004-3092-3030>



González Sanango Holger<sup>3</sup>  
Instituto Superior Tecnológico Tsáchila  
[holgergonzalez@tsachila.edu.ec](mailto:holgergonzalez@tsachila.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0001-5022-6153>



DOI / URL: <https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v7/nE1/1415>

### Como citar:

Villa, K, Loor, E. & González, H. (2026). Desarrollo de una plataforma de comercialización de productos agrícolas y pecuarios. *Código Científico Revista de Investigación*, 7(E1), 2269-2288.

**Recibido:** 03/01/2026

**Aceptado:** 29/01/2026

**Publicado:** 31/03/2026

## Resumen

El presente trabajo se realizó con el objetivo de proponer una solución tecnológica a la problemática de la comercialización directa de productos agropecuarios, ya que muchos productores dependen de intermediarios, lo que disminuye sus ganancias y restringe su acceso a mercados más amplios. Tras este proyecto los antecedentes nacionales e internacionales, se determinó la necesidad de modernizar los procesos de venta a través de una plataforma digital. La necesidad que se aborda en la Granja Experimental Mishilí y en la Casa de Cultivos es que no cuentan con canales digitales efectivos para promocionar y comercializar sus productos, a pesar de tener una producción diversificada y de calidad. Ante tal situación, se diseñó una plataforma web de e-commerce que permite registrar, visualizar y administrar de manera organizada productos agrícolas y pecuarios, con módulos para la venta de plantas, productos y animales, así como también un módulo de reportes. Su interfaz intuitiva y accesible desde cualquier dispositivo la hace usable por personas con conocimientos tecnológicos elementales, sirviendo de canal para conectar directamente a productores y consumidores, eliminando intermediarios y optimizando recursos. Los resultados mostraron una gran aceptación por los usuarios, quienes resaltaron su facilidad, claridad y utilidad, concluyendo que es factible su implementación y que fortalecerá el sector agropecuario y ayudará al desarrollo local

**Palabras clave:** Plataforma, Comercialización, Pecuaria, Agrícola, Trazabilidad.

## Abstract

This research was conducted to propose a technological solution to the problem of direct marketing of agricultural products, as many producers depend on intermediaries, which reduces their profits and restricts their access to broader markets. After reviewing national and international precedents, the need to modernize sales processes through a digital platform was determined. The need addressed at the Mishilí Experimental Farm and the Greenhouse is that they lack effective digital channels to promote and market their products, despite having a diversified and high-quality production. In response to this situation, an e-commerce web platform was designed that allows for the organized registration, viewing, and management of agricultural and livestock products, with modules for selling plants, products, and animals, as well as a reporting module. Its intuitive interface, accessible from any device, makes it usable by people with basic technological skills, serving as a channel to connect producers and consumers directly, eliminating intermediaries and optimizing resources. The results showed great acceptance by users, who highlighted its ease, clarity and usefulness, concluding that its implementation is feasible and that it will strengthen the agricultural sector and help local development.

**Keywords:** Platform, Marketing, livestock, Agriculture, Traceability.

## Resumo

Este projeto foi desenvolvido para propor uma solução tecnológica para o problema da comercialização direta de produtos agrícolas, visto que muitos produtores dependem de intermediários, o que reduz seus lucros e restringe seu acesso a mercados mais amplos. Após uma revisão de precedentes nacionais e internacionais, identificou-se a necessidade de modernizar os processos de venda por meio de uma plataforma digital. A necessidade apontada

na Fazenda Experimental Mishilí e na Estufa é a falta de canais digitais eficazes para promover e comercializar seus produtos, apesar de possuírem uma produção diversificada e de alta qualidade. Em resposta a essa situação, foi desenvolvida uma plataforma web de e-commerce que permite o cadastro, a visualização e a gestão organizada de produtos agrícolas e pecuários, com módulos para venda de plantas, produtos e animais, além de um módulo de relatórios. Sua interface intuitiva, acessível a partir de qualquer dispositivo, torna-a utilizável por pessoas com conhecimentos básicos de tecnologia, servindo como um canal para conectar diretamente produtores e consumidores, eliminando intermediários e otimizando recursos. Os resultados demonstraram grande aceitação por parte dos usuários, que destacaram sua facilidade, clareza e utilidade, concluindo que sua implementação é viável e que fortalecerá o setor agrícola e contribuirá para o desenvolvimento local.

**Palavras-chave:** Plataforma, Marketing, Pecuária, Agricultura, Rastreabilidade.

## Introducción

La agricultura y la ganadería son pilares fundamentales para el desarrollo de la economía local y el bienestar de la comunidad y no solo porque nos brindan alimentos, sino también porque representan la esencia del trabajo diario de muchas familias, de hecho, el sector agrícola y pecuario es una de las bases más importantes en la economía, la cultura y la vida que sostiene el día a día de todos, sin embargo, es muy difícil la comercialización de los productos (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2021).

Las estrategias de mercadeo agropecuario para pequeños productores se basan en la sostenibilidad y la competitividad, superando obstáculos como el acceso a mercados y la volatilidad de precios, la adopción de nuevas tecnologías como blockchain y agricultura de precisión aún es baja por cuestiones de costo y falta de conocimiento, así mismo se reconocen en algunas literaturas sobre el efecto de políticas públicas en el desarrollo de estrategias de mercadeo sostenible y es fundamental promover la integración de tecnologías innovadoras y políticas adecuadas para aprovechar al máximo su potencial en el sector agropecuario y contribuir al desarrollo sostenible (Ching-Ruíz, 2024).

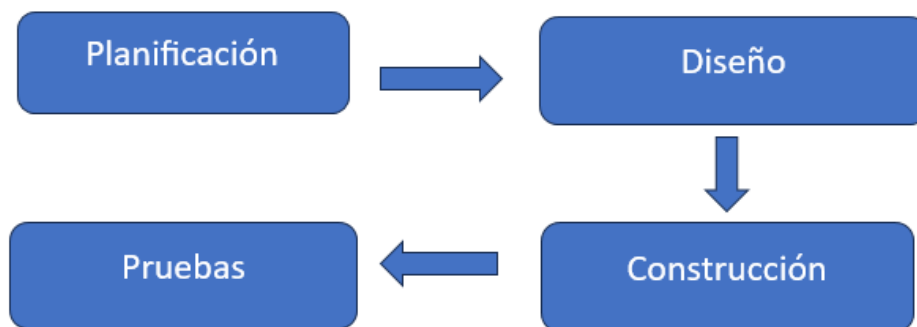
La finalidad de este proyecto es buscar, diseñar e implementar una plataforma web para la venta de productos agropecuarios, usando tecnologías web actuales y principios de

usabilidad. "El objetivo es mejorar la interacción entre productores y consumidores, hacer más eficiente el proceso de compraventa y apoyar el desarrollo económico local, fortaleciendo el sector para un crecimiento sustentable" un claro ejemplo en este caso es como el de la plataforma Tudouec en Mongolia Interior (China) muestran que un modelo multifuncional que combine soporte técnico, logístico, financiero y de seguros puede revolucionar las cadenas de suministro rurales y ayudar a revitalizar la economía ( Li et al., 2025). Aquí se crea la necesidad y adaptar alternativas a una de las mayores necesidades urgentes para los pequeños productores, como es la falta de canales de comunicación y comercialización más directos y eficientes. Ante ello, se plantea el desarrollo de una plataforma digital que facilite el proceso, permitiendo establecer contacto más ágil y sencillo entre productor y consumidor reduciendo intermediarios y optimizando el tiempo y los recursos, esta idea se enfoca especialmente para apoyar a la Granja Experimental Mishilí y a la Casa de Cultivos, para así poder comercializar los productos de manera más organizada, justa y práctica, usando la tecnología como una herramienta esencial, sencilla y al alcance de todos.

## Metodología

El desarrollo de software en la actualidad se define como un proceso dinámico que exige una adaptación constante a los cambios y requerimientos del entorno digital. Según el artículo, la implementación de metodologías adecuadas es fundamental para garantizar que este proceso no solo sea eficiente en términos de tiempo y costo, sino que también entregue un producto final de alta calidad que satisfaga las necesidades reales del usuario. En este contexto, el desarrollo de software deja de ser una simple tarea de programación para convertirse en un flujo estructurado de planificación, diseño y validación, donde el uso de marcos de trabajo ágiles permite una mayor flexibilidad, reducción de riesgos y una entrega continua de valor en cada etapa del ciclo de vida del sistema (Merchán-Narváez et al, 2024).

Las metodologías de desarrollo de software son marcos de trabajo estructurados que guían el ciclo de vida de un sistema, desde su concepción hasta el mantenimiento. Según el análisis comparativo, estas se dividen principalmente en modelos tradicionales y ágiles, cada uno con enfoques distintos para gestionar la incertidumbre y el tiempo. Mientras que el modelo Waterfall es lineal y rígido, ideal para requisitos claros, metodologías como Prototype y RAD priorizan la retroalimentación constante y la entrega rápida mediante iteraciones. El uso de esquemas como el Modelo Espiral permite gestionar riesgos en proyectos complejos, integrando la evaluación continua. En última instancia, la selección de una metodología no es arbitraria; depende de la complejidad técnica, la experiencia del equipo y la necesidad de adaptabilidad frente a cambios. Implementar el marco adecuado garantiza eficiencia operativa, reduce costos de corrección y asegura que el producto final esté alineado con las expectativas reales del cliente (Nur et al, 2024).



**Figura 1.** Planificación de la construcción de la plataforma.

### **Planificación**

La especificación de los requerimientos establecidos y atributos funcionales de la plataforma hace que se permita delimitar con exactitud las peticiones del sistema, estableciendo la facultad para incorporar productos tales como plantas, animales, fertilizantes e insumos agrícolas, así como los dispositivos orientados a la conservación de la información y a la optimización del rendimiento global del sitio. En esta fase se analizan igualmente todos los

requerimientos técnicos, la configuración del servidor, los perfiles de acceso de los usuarios y los procedimientos susceptibles de automatización.

### Diseño

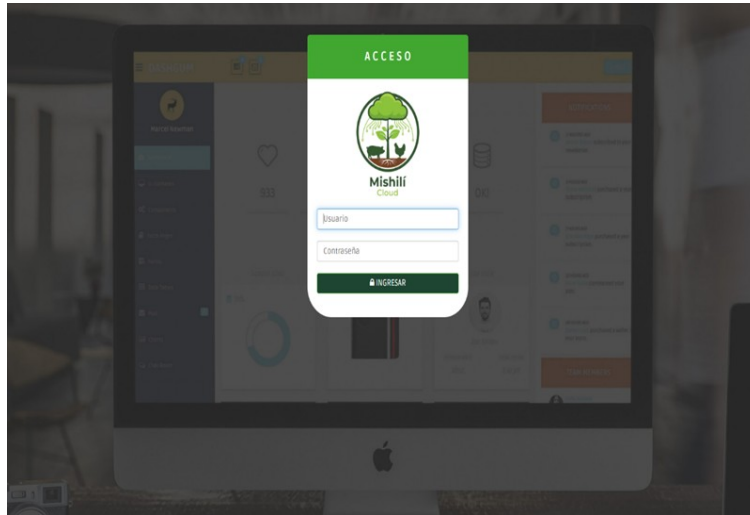
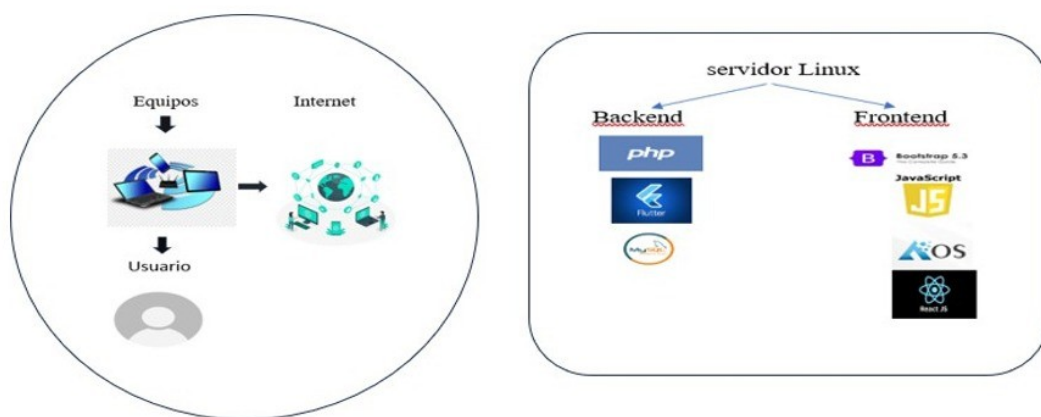


Figura 2. Interfaz de inicio de sesión del sistema.

La interfaz gráfica de usuario (GUI) se refiere a un tipo de entorno visual que permite a las personas interactuar con los sistemas informáticos mediante elementos gráficos como ventanas, íconos, menús y botones, en lugar de utilizar únicamente comandos textuales. Su propósito principal es facilitar la comunicación entre el usuario y el sistema, haciendo que las tareas sean más comprensibles, intuitivas y accesibles. Desde la perspectiva de la interacción humano-computadora, la interfaz gráfica se fundamenta en principios de diseño como la consistencia, la visibilidad de las opciones, la retroalimentación inmediata y la manipulación directa de los objetos en pantalla. Asimismo, busca reducir la carga cognitiva del usuario, permitiéndole aprender y usar el sistema con mayor rapidez y menor esfuerzo. En los entornos digitales modernos, las interfaces gráficas son clave para organizar la información, guiar los procesos y mejorar la experiencia de uso. Además, su estudio se centra en evaluar la usabilidad, eficiencia y satisfacción del usuario en diferentes contextos y aplicaciones tecnológicas (Hornbæk, 2025).

La página web inicia con un interfaz de inicio de sesión del sistema, también muestra la interfaz del sistema Mishilí Cloud, una plataforma de gestión que permite administrar la venta de plantas, productos y animales mediante un menú lateral que facilita el acceso a las diferentes secciones del sistema. En el área principal se visualizan tablas de registros con campos como fecha, imagen, estado, detalle, precio y observaciones, lo que permite llevar un control organizado de cada venta. Así mismo, el sistema incluye formularios para agregar nuevos registros, los cuales contienen campos para fecha de venta, carga de imagen, estado, título, descripción, beneficios, precio y notas u observaciones. De manera adicional, se ofrecen opciones para ingresar etiquetas de descuentos o promociones, definir su alineación y registrar el precio anterior. El módulo de reportes presenta paneles de búsqueda para animales y productos, con filtros por selección y rango de fechas, facilitando la generación de consultas específicas. En el encabezado se observan las opciones de navegación y un panel de indicadores con totales y gráficos que permiten visualizar el estado general de las ventas e inventario dentro de la plataforma.

### Construcción



**Figura 3**  
Esquema general del funcionamiento del sistema.

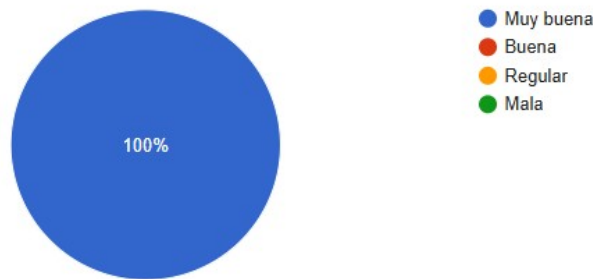
El sistema gestor de base de datos escogido para reservar la información del software será MySQL MariaDB, puesto que brinda facilidad en su manejo, alto rendimiento y distribución libre. El entorno se desarrolla empleando IDE, utilizado para el modelo con una base de datos SQLyog, para la creación del software se utilizará el lenguaje de programación base PHP, finalizando con tecnologías las cuales mejoran el diseño y la interacción del sistema como Ajax, JavaScript, JQuery, HTML, SQL. Con el fin de asegurar la integración de datos, se trabajará con el framework Codeigniter, aplicando el patrón de arquitectura MVC (Modelo-Vista-Controlador), lo que permite obtener una mejor organización del código y una gestión más eficiente de la información. Finalmente, tanto el software como el motor de base de datos serán alojados con un servidor de reserva en la nube, asociado al dominio [www.mishili.com](http://www.mishili.com), donde el aplicativo podrá ser accesible desde cualquier dispositivo con acceso a internet.

### **Pruebas**

Los resultados obtenidos se derivan de la evaluación realizada a través de una encuesta aplicada a 6 docentes de la carrera de Producción Agropecuaria, quienes interactuaron directamente con la plataforma de comercialización desarrollada. Durante el proceso de la prueba, los usuarios utilizaron los distintos módulos del sistema, tales como venta de plantas, venta de productos, venta de animales y reportes, permitiendo analizar su funcionamiento general. A partir de las respuestas obtenidas, se evidenció una percepción altamente positiva respecto a la facilidad de uso, claridad de la información y diseño visual de la plataforma. Así mismo los usuarios manifestaron que el sistema permite encontrar los productos de manera rápida y funciona adecuadamente en diferentes dispositivos, lo que demuestra su estabilidad técnica. En general, los resultados reflejan que la plataforma es considerada útil y confiable para la comercialización de productos agropecuarios, cumpliendo con las expectativas de los futuros usuarios y validando su aplicabilidad dentro del entorno institucional.

**Resultados**

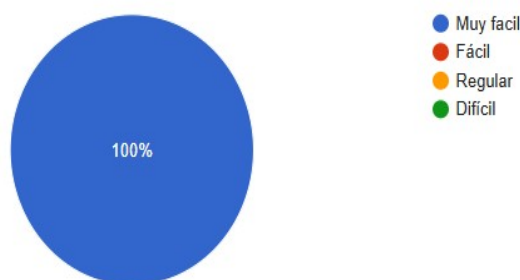
Pregunta 1: ¿Cómo califica su experiencia al utilizar la plataforma?



**Figura 4.** Pregunta 1.

En la Figura 4 Los resultados obtenidos demuestran un éxito rotundo en la etapa de validación, donde el 100% de los participantes calificó su experiencia de manera positiva. Académicamente, esta uniformidad en la respuesta indica que la plataforma no solo cumple con los requisitos técnicos de funcionamiento, sino que logra una conexión efectiva con las expectativas del productor agropecuario. Esta satisfacción integral es un indicador crítico de que la solución propuesta mitiga la frustración tecnológica, transformando la gestión de ventas en un proceso fluido. Al no registrarse experiencias neutras o negativas, se infiere que la arquitectura de la herramienta ha sido diseñada con una sensibilidad adecuada hacia el contexto rural, garantizando que el primer contacto con el entorno digital sea gratificante y motivador para su uso continuo.

Pregunta 2: ¿La plataforma le resultó fácil de usar en general?



**Figura 5.** Pregunta 2.

En la Figura 5 En cuanto a la dimensión de manejabilidad, el 100% de los encuestados afirmó que la plataforma les resultó fácil de usar, lo que valida la implementación de principios de diseño intuitivo. Este hallazgo es fundamental para la sostenibilidad del proyecto, ya que una de las mayores barreras en la digitalización del agro es la complejidad de los sistemas. El hecho de que la totalidad de la muestra perciba la interfaz como sencilla sugiere que se han eliminado las fricciones cognitivas, permitiendo que productores con distintos niveles de alfabetización digital interactúen con el sistema de forma autónoma. Desde la ingeniería de software, este resultado confirma que la jerarquía visual y la disposición de los módulos permiten una navegación lógica, convirtiendo a la tecnología en un aliado accesible y no en un obstáculo operativo.

Pregunta 3: ¿La información sobre los productos es clara y comprensible?



Figura 6. Pregunta 3.

En la Figura 6 La transparencia informativa es un pilar de la confianza comercial, y en este estudio, el 100% de los usuarios consideró que la información presentada es clara y comprensible. Este dato es de suma relevancia, ya que la descripción precisa de productos agrícolas y pecuarios es vital para la toma de decisiones del comprador. La interpretación académica de este resultado sugiere que la estructura de datos seleccionada para el catálogo permite una comunicación asertiva, eliminando ambigüedades que suelen generar desconfianza en las transacciones digitales. Al presentar datos exactos sobre precios, calidades y existencias, la plataforma profesionaliza la oferta de la Granja Experimental Mishilí, dotando al productor de una herramienta que comunica valor con transparencia y rigor técnico.

Pregunta 4: ¿La plataforma permite encontrar los productos o información de forma rápida?

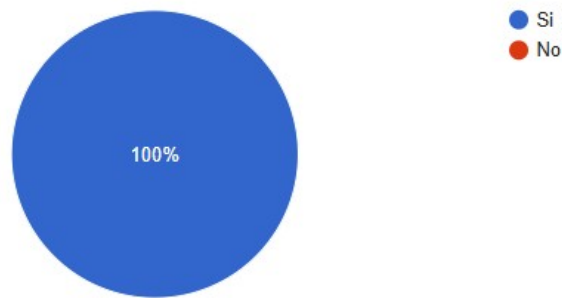


Figura 7. Pregunta 4.

En la Figura 7 la eficiencia temporal es un factor determinante en la calidad de cualquier sistema de e-commerce, y los datos muestran que el 100% de los usuarios valora positivamente la rapidez de búsqueda en la plataforma. Este nivel de satisfacción técnica evidencia que la indexación de los productos y los algoritmos de filtrado han sido optimizados correctamente para evitar latencias. En un contexto donde el productor y el consumidor valoran la inmediatez, que el sistema permita hallar información de forma ágil es un indicador de robustez en el desarrollo del backend. Este hallazgo permite concluir que la arquitectura de información ha sido estructurada pensando en la productividad del usuario, facilitando un acceso dinámico a los recursos que dinamiza el flujo comercial entre la oferta y la demanda directa.

Pregunta 5: ¿Cómo califica el diseño visual de la plataforma?



Figura 8. Pregunta 5.

En la Figura 8 El componente estético de la plataforma recibió una aprobación del 100% de los encuestados, quienes valoraron positivamente su diseño visual. Desde una perspectiva académica, el diseño gráfico no es un aspecto meramente superficial, sino que actúa como un

vehículo de credibilidad; una interfaz profesional y equilibrada proyecta seguridad y seriedad institucional. Este resultado indica que la paleta cromática, la tipografía y la distribución de espacios son coherentes con la identidad del sector agropecuario, generando un entorno visualmente armónico que reduce la fatiga del usuario. Al lograr una estética atractiva y funcional, la plataforma no solo cumple con estándares de diseño modernos, sino que también refuerza la identidad de la marca, facilitando una experiencia de navegación más envolvente y profesional.

Pregunta 6: ¿La plataforma funciona adecuadamente en su dispositivo?

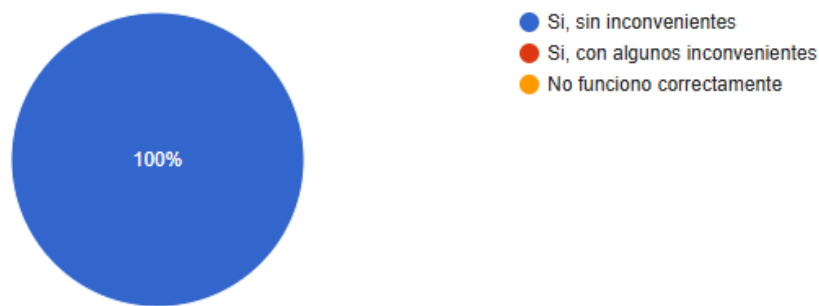


Figura 9. Pregunta 6.

En la Figura 9 el funcionamiento adecuado en diversos dispositivos, ratificado por el 100% de los usuarios, confirma la eficacia del diseño responsivo para garantizar la accesibilidad universal. Dado que en las zonas rurales el acceso principal a la red es a través de terminales móviles, este resultado es crucial para la inclusión digital de los productores. Técnicamente, esto asegura que la plataforma mantiene su integridad y rapidez independientemente del hardware utilizado, permitiendo que la gestión de ventas y la consulta de productos se realice desde el campo o el mercado, eliminando barreras de conectividad y promoviendo una movilidad efectiva en la cadena de valor.

Pregunta 7: ¿Considera que la plataforma es útil para la comercialización de productos agropecuarios?

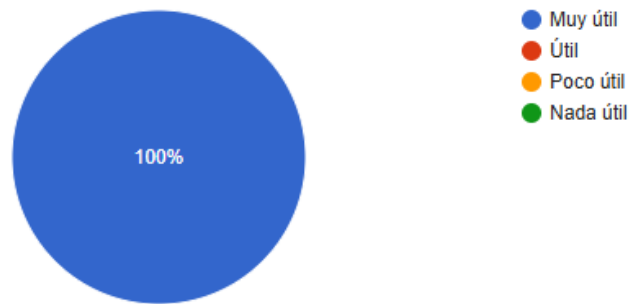


Figura 10. Pregunta 7

En la Figura 10 El reconocimiento total 100% de la plataforma como una herramienta útil para el comercio agropecuario valida la pertinencia social y económica del proyecto. Este dato confirma que la solución tecnológica responde directamente al problema identificado: la dependencia de intermediarios que reduce las ganancias del productor. Al ser percibida como un instrumento que genera valor real, la plataforma se posiciona como un motor de desarrollo local que fortalece el sector agropecuario de Santo Domingo, facilitando el acceso a mercados más amplios y permitiendo que el beneficio económico permanezca en manos de quienes generan la producción

Pregunta 8: ¿El uso de la plataforma genera confianza para consultar o adquirir productos?



Figura 10. Pregunta 8.

En la Figura 11 la confianza absoluta manifestada por los usuarios (100%) es el indicador más fuerte de la estabilidad técnica y la transparencia del sistema. En transacciones digitales de productos perecederos o animales, la seguridad es un activo crítico; este resultado sugiere que la plataforma ha logrado proyectar el rigor necesario para que los usuarios realicen consultas y adquisiciones sin temor a errores. Académicamente, este nivel de certidumbre es el resultado de una gestión eficiente de los datos y una comunicación clara, estableciendo las bases para un ecosistema digital donde la lealtad del usuario se fundamenta en la fiabilidad de la herramienta tecnológica.

Pregunta 9: ¿Estaría dispuesta (o) a pagar una licencia para volver a utilizar la plataforma en el futuro?

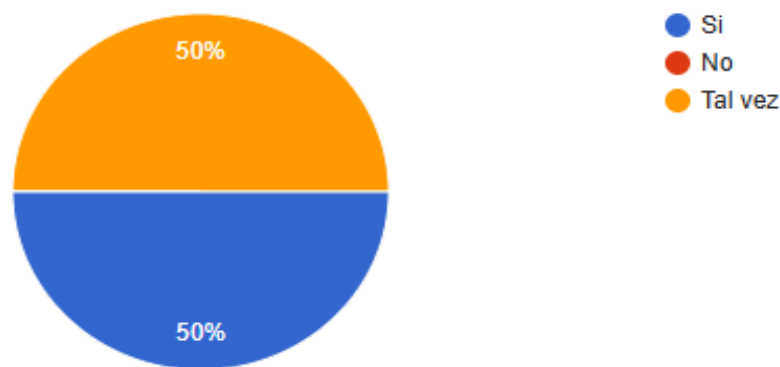


Figura 11. Pregunta 9

En la Figura 12 La división de opiniones entre el 50% dispuesto a pagar y el 50% dubitativo refleja la realidad económica de los productores locales ante la monetización de servicios digitales. Aunque no existen respuestas negativas, la indecisión de la mitad de la muestra indica que el valor del software, aunque reconocido, debe ser respaldado por una estrategia de sostenibilidad que demuestre el retorno de inversión claro. Este hallazgo es fundamental para la planificación futura de la plataforma, sugiriendo que, para convertir la utilidad en un compromiso financiero, es necesario consolidar primero el éxito de las ventas directas y la reducción de costos operativos que el sistema promete.

Pregunta 10: ¿Qué aspecto considera prioritario mejorar tras su primera experiencia?

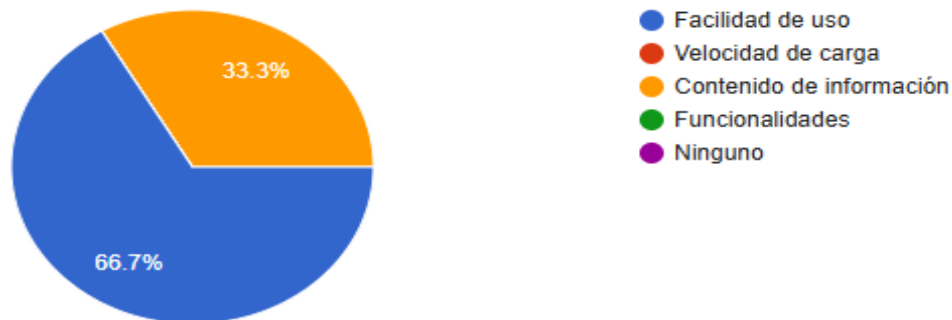


Figura 12. Pregunta 10

En la Figura 13 se identifica con claridad las expectativas de los usuarios tras su primera interacción con la plataforma. La mayoría de los encuestados, representada por un 66,7%, señala la facilidad de uso como el aspecto primordial a optimizar, lo que sugiere la necesidad de simplificar la interfaz o mejorar la navegación para reducir la curva de aprendizaje inicial. Por otro lado, el 33,3% restante se inclina por fortalecer el contenido de información, es notable que otras variables como la velocidad de carga o las funcionalidades no fueron seleccionadas, lo que permite enfocar los esfuerzos de desarrollo exclusivamente en la experiencia de usuario y la calidad del contenido.

## Discusión

### Pregunta 1: ¿Cómo califica su experiencia al utilizar la plataforma?

Según Aguilera (2017), una de las claves para una buena experiencia de usuario es el desarrollo de interfaces que den respuesta eficaz a las necesidades del usuario, proporcionando una experiencia fluida y satisfactoria. La retroalimentación positiva aquí señala que la plataforma ha logrado estos objetivos, con una interfaz fácil de navegar y que permite completar tareas de manera eficiente.

**Pregunta 2: ¿La plataforma le resultó fácil de usar en general?**

Según Herrera (2020), la simplicidad y la facilidad de uso permiten a los usuarios interactuar sin complicaciones con una plataforma. Al poner en práctica estos principios en el diseño de la plataforma, se ha logrado una interacción intuitiva incluso para usuarios no familiarizados con la tecnología, facilitando la adopción del sistema.

**Pregunta 3: ¿La información sobre los productos es clara y comprensible?**

Como afirman Martínez (2020), la comunicación transparente en los canales comerciales mejora la experiencia del cliente y aumenta la confianza en el servicio o producto. Los resultados de esta figura indican que la plataforma satisface los estándares actuales de comunicación digital, al ofrecer información accesible y comprensible para los usuarios.

**Pregunta 4: ¿La plataforma permite encontrar los productos o información de forma rápida?**

Según la teoría de la carga cognitiva de Diez Canseco et al. (2025), la efectividad en el diseño de plataformas digitales se logra al reducir al máximo el esfuerzo cognitivo del usuario, haciendo que la experiencia sea más fluida y directa. Esto indica que la plataforma está diseñada con principios de usabilidad que hacen que la navegación sea intuitiva y que los usuarios puedan encontrar lo que buscan de manera eficiente.

**Pregunta 5: ¿Cómo califica el diseño visual de la plataforma?**

Para Sánchez, (2018), un buen diseño visual no solo debe ser estético, sino que debe permitir la interacción, que los usuarios entiendan cómo utilizar las herramientas de la plataforma. Los resultados indican que la plataforma ha logrado integrar un diseño atractivo con una estructura funcional, lo que facilita la navegación y mejora la experiencia general.

**Pregunta 6: ¿La plataforma funciona adecuadamente en su dispositivo?**

Según Vera (2013), se analiza la aceptación de un sistema basado en tecnologías web, destacando que los usuarios presenten una alta predisposición hacia el uso de las plataformas

digitales cuando estas funcionan correctamente en sus dispositivos y respondes a sus necesidades operativas, en conclusión la percepción positiva del funcionamiento técnico influye directamente en la aceptación y uso continuo del sistema ya que constituye un factor clave para la su adopción e implementación de soluciones tecnológicas orientadas a la comercialización.

**Pregunta 7: ¿Considera que la plataforma es útil para la comercialización de productos agropecuarios?**

Según Perraza et al. (2021), indica una percepción totalmente positiva sobre la aportación del sistema al proceso de venta y promociones de sus productos, este resultado refleja que todos los usuarios ven claramente una utilidad práctica en la plataforma para facilitar la interacción entre productores y compradores, lo que puede ser mayores oportunidades de la comercialización y mejor posicionamiento de sus productos en el mercado, esto se enfatiza que las soluciones digitales permiten a los productores comercializar directamente sus productos eliminando intermediarios y ampliando su alcance hacia nuevos consumidores lo que sugiere beneficios claro para los usuarios finales.

**Pregunta 8: ¿El uso de la plataforma genera confianza para consultar o adquirir productos?**

Según Cárdenas (2021), habla de una idea altamente positiva respecto a la seguridad, fiabilidad y credibilidad del sistema, este resultado indica que los usuarios consideran que la plataforma ofrece condiciones adecuadas para realizar procesos de consulta y compra, reduciendo la incertidumbre que comúnmente se presentan en los canales tradicionales de comercialización, la confianza es un factor clave para la adopción de plataformas digitales especialmente en el sector agropecuario.

**Pregunta 9: ¿Estaría dispuesta (o) a pagar una licencia para volver a utilizar la plataforma en el futuro?**

Según Cárdenas (2021), tiene una percepción mayoritariamente favorable hacia la plataforma, aunque el costo, los beneficios percibidos y la utilidad de largo plazo antes de comprometerse económicamente, la ausencia de respuestas negativas sugiere que no existe rechazo hacia la plataforma, sino una necesidad de mayor información o consolidación de su valor comercial, en contexto la aceptación económica de las plataformas digitales agropecuarias está estrechamente vinculada a los beneficios tangibles que generan para los usuarios.

**Pregunta 10: ¿Qué aspecto considera prioritario mejorar tras su primera experiencia?**

Según Budiastuti et al. (2023), los usuarios percibieron la plataforma como “muy fácil de usar” y no identificaron grandes carencias en términos de usabilidad general, en el presente proyecto los usuarios indican explícitamente la existencia de las oportunidades de mejora en la facilidad de uso, lo cual puede estar asociado a diferencias en el tipo de plataforma evaluada, las expectativas del usuario o el contexto de uso, esta comparación sugiere que aunque la usabilidad puede considerarse un aspecto positivo en plataformas agrícolas digitales, su grado de satisfacción varía y puede influir en la intención de uso continuo y aceptación de la tecnología, especialmente cuando se prioriza la experiencia del usuario como factor clave en la adopción de soluciones digitales.

## **Conclusión**

Este objetivo se cumplió mediante el análisis de los productos agrícolas y pecuarios con mayor interés por parte de los usuarios, permitiendo seleccionar aquellos con mayor rotación y aceptación para ser incluidos en la plataforma. A través de la observación y retroalimentación

obtenida, se logró priorizar productos representativos de la granja experimental Mishilí y la casa de cultivos, asegurando que la oferta presentada responda a las necesidades reales del mercado. Esto ayudó a organizar mejor los productos y venderlos de manera más eficiente.

La plataforma satisface la necesidad al crear un canal digital directo entre la granja y los consumidores finales, permitiéndoles conocer en tiempo real la información sobre los productos, precios y disponibilidad. Gracias a su interfaz intuitiva, los usuarios pueden interactuar de forma más eficiente y sin complicaciones, disminuyendo los tiempos de respuesta y eliminando intermediarios, lo que contribuye a mejorar la experiencia de compra.

Sin embargo, faltó promover la plataforma para llegar a más personas, no se cumplió a su totalidad la promoción, pero se realizó principalmente con los docentes y estudiantes esta difusión interna permitió a dar conocer todas las herramientas entre docentes y estudiantes quienes aportaron su valiosa retroalimentación sobre su funcionamiento. Si bien es cierto no se llevaron a cabo estrategias grandes en redes sociales, lo que sí se logró fue dar un primer paso para futuras estrategias de marketing comunitario y expansión de la plataforma a más usuarios.

## Referencias Bibliográficas

- Aguilera, C. (2017). La creación de interfaces eficientes para una experiencia de usuario exitosa. Tesis de Posgrado. Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC <https://repositorio.unitec.edu/server/api/core/bitstreams/5e3d9158-fe40-4096-9201-f9df47319731/content>
- Budiasuti, E., Ritchi, H. y Deliana, Y. (2023). Análisis de usabilidad de una plataforma digital de marketing de productos agrícolas para agricultores de la Región V, Regencia de Bogor. *Revista Científica de Informática*, 10 (3), 297-312. doi: <https://doi.org/10.15294/sji.v10i3.44605>
- Cárdenas López, P. (2021). Diseño de una plataforma digital para la comercialización de productos agrícolas [Tesis]. Universidad Internacional del Ecuador. [https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4917/1/T-UIDE-1478.pdf?utm\\_source=](https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4917/1/T-UIDE-1478.pdf?utm_source=)
- Ching-Ruíz, Y. (2024). Estrategias de mercadeo agropecuario para pequeños productores: un enfoque en la sostenibilidad y competitividad. *Visión Antataura*, 8(2), 197–213. <https://doi.org/10.48204/j.vian.v8n2.a6577>
- Diez Canseco, F. A., Carhuamaca Coronel, E. L., Leveau Acosta, A., & Miranda Montenegro, J. C. (2025). Trabajo de Investigación presentado en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Maestro en Dirección de Marketing y Ventas

- [Tesis de Maestría, UNIVERSIDAD ESAN]. <https://repositorio.esan.edu.pe/server/api/core/bitstreams/15642dca-ebf5-4863-8b45-544c19bb9d40/content>
- Herrera, M. (2020). Simplicidad y accesibilidad como componentes fundamentales en el diseño de interfaces de usuario. Tesis de Licenciatura. Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/657939>
- Hornbæk, Kasper, Per Ola Kristensson y Antti Oulasvirta, 'Interfaces gráficas de usuario', Introducción a la interacción persona-computadora ( Oxford, 2025; edición en línea, Oxford Academic , 21 de agosto de 2025 ), <https://doi.org/10.1093/oso/9780192864543.003.0028> , consultado el 26 de enero de 2026
- Li, J., Yan, X., Li, Y. and Dong, X. (2023). Optimizing the Agricultural Supply Chain through E-Commerce: A Case Study of Tudouec in Inner Mongolia, China. *Int J Environ Res Public Health*. 2023 Feb 21;20(5):3775. doi: 10.3390/ijerph20053775. PMID: 36900785; PMCID: PMC10000696.
- Martínez. J. (2020). Comunicación clara en plataformas comerciales y su impacto en la confianza del cliente. Tesis Doctoral. Universidad católica de Murcia <https://repositorio.ucam.edu/handle/10952/4441>
- Merchán-Narváez, N. J., Palma-Peralta, E. E., y Poma-Japón, D. X. (2024). Comparación de metodologías ágiles para el desarrollo de software. *MQRInvestigar*, 8(1), 5052–5074. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.1.2024.5052-5074>
- Nur Adiya, AZD, Anggraeni, DL y Ilham Albana. (2024). Análisis de la metodología de desarrollo rápido de aplicaciones (cascada, prototipo, iterativo, espiral, desarrollo rápido de aplicaciones [RAD]). *Merkurius: Journal of Rise and Sistem Informasi and Teknik Informatika* , 2 (4), 122–134. <https://doi.org/10.61132/mercurius.v2i4.148>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2021). El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2021. Lograr que los sistemas agroalimentarios sean más resilientes a las perturbaciones y tensiones. Roma, FAO. <https://doi.org/10.4060/cb4476es>
- Perraza Sarabia, M. I. y Toctaguano Vincés, D. M. (2021). Diseño y desarrollo de una plataforma Web para comercialización de productos agrícolas de las Comunidades Campesinas del Ecuador [Universidad técnica Salesiana]. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/20717>
- Sánchez, M. (2018). Factores que influyen en la experiencia del usuario en aplicaciones móviles de comercio electrónico Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México <https://ru.dgb.unam.mx/server/api/core/bitstreams/3c4881b6-0bda-4317-b58d-5f770543c77a/content>
- Vera, J. (2013). Aplicaciones nativas de dispositivos móviles para acceso a la información personal de la pagina web de los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6157>