

Análisis del consumo de banano en la ciudad de Guayaquil, Ecuador

Analysis of banana consumption in the city of Guayaquil

Roberto ACOSTA Povea [1](#); Vladimir GUERRERO Cortez [2](#); Leticia del Consuelo ZAMBRANO Zambrano [3](#)

Recibido: 11/04/2018 • Aprobado: 15/05/2018

Contenido

- [1. Introducción](#)
- [2. Desarrollo](#)
- [3. Análisis de resultados](#)
- [4. Conclusiones](#)
- [Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

La presente investigación tiene como objetivo determinar los patrones de comportamiento en el consumo de banano de los habitantes de la ciudad de Guayaquil y con ello confirmar la hipótesis de que existe un cambio de hábitos de consumo de frutas en los ecuatorianos. Para el estudio se utilizó una metodología cuantitativa basada en el cuestionario como instrumento de recopilación de información. Tomando como referencia puntos de ventas de frutas, distribuidos en toda la ciudad, se realizó una encuesta a 384 personas, de diferentes edades y nivel socio-económico. Se analizaron diferentes variables en relación al conocimiento nutricional del consumo de banano, se frecuencia de compra, unidades de consumo semanales y ranking de preferencia sobre otras frutas. Los resultados indican que el 77% de la población guayaquileña desconoce las propiedades nutricionales del banano, y que no se consume de manera semanal la cantidad necesaria de la fruta. Finalmente, se pudo evidenciar que los guayaquileños manifiestan una preferencia de consumo de frutas importadas en relación a las nacionales.

Palabras-Clave: Banano, consumo, patrones, mercado, Guayaquil.

ABSTRACT:

This paper aims to establish patterns of behavior in banana consumption of Guayaquil, and thereby confirm the hypothesis that there is a change in fruit consumption habits among Ecuadorians. For the study, a quantitative methodology based on the questionnaire was used as an instrument for gathering information. Taking as reference fruit sales points, distributed throughout the city, a survey was conducted of 384 people, 201 males and 183 women of different ages and socio-economic level. Different variables were analyzed in relation to nutritional knowledge of banana consumption, purchase frequency, weekly consumption units and ranking of preference over other fruits. The results indicate that 77% of the population of Guayaquil does not know the nutritional properties of bananas, and that the necessary amount of fruit is not consumed weekly. Finally, it was possible to show that the people of Guayaquil show a preference for imported fruit consumption in relation to the national ones.

Keywords: Banana, consumption, patterns, market, Guayaquil.

1. Introducción

América Latina constituye el único exportador de banano orgánico a nivel mundial. Datos estadísticos confirman que el consumo de banano como fruta fresca, supera a todas las demás frutas, con la sola excepción de los cítricos industriales (Soto, 2011). Ecuador, produce el 12% del banano del mundo, y es el país con mayor exportación de banano orgánico, con aproximadamente 9,9 millones de cajas de 18,14 kg, que se producen en 10.500 hectáreas de cultivo (Soluri, 2013; Arias, Dankers, Liu & Pilkauskas, 2004)

La Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), en informe publicado en el año 2003, recomienda que la población en general debe consumir al menos 400 g cada día de frutas y verduras (incluidos plátanos, patatas y otros tubérculos feculentos) para evitar dolencias en la salud. El consumo de frutas proporciona al cuerpo cantidades variables de complejo B y de vitaminas A, E, C. Las vitaminas desempeñan funciones muy necesarias para el organismo, por ejemplo, la vitamina A, contribuye a conservar los tejidos saludables, incrementa las defensas contra las infecciones y ayuda significativamente a la visión. Frutas de color amarillo como el banano son ricas en esta vitamina. Según el mismo informe cada año podrían salvarse 1,7 millones de vidas si se aumentara lo suficiente el consumo de frutas y verduras.

Por estos motivos, para los educadores en nutrición suele ser prioritario fomentar el consumo de frutas y hortalizas. Sin embargo, la mayoría de la población sigue sin consumir suficientes de estos alimentos, según indica el informe FAO/OMS de expertos en alimentación, nutrición y prevención de enfermedades crónicas, presentado en Ginebra 2003.

En el mundo se han realizado diversas investigaciones sobre el consumo de las frutas ecuatorianas (Cook, 1997; Proaño, 2013; Vaca & Mesías, 2014; Guashpa & Gerardo, 2017), pero en Ecuador no se ha realizado prácticamente ninguna investigación relacionada con el consumo de frutas por parte de la población nacional (Barreiros, 1992; Ortiz & Flores, 2008), y algunos trabajos están sesgados a pruebas médicas (Salazar-Lugo et al., 2016) y no al consumo en concreto de la fruta por toda la población ecuatoriana.

En el anuario estadístico de la FAO (2014), se plantean algunos balances sobre el consumo aparente per-cápita de frutas y hortalizas, el informe concluye que en los países menos desarrollados actualmente se consume un promedio de 100 g/día de frutas y verduras, mientras que en los Europeos aproximadamente 450 g/día, en Ecuador se consume alrededor de 170 g/día; el 40% de lo que consumen los países europeos (Shamah Levy, Cuevas Nasu, Mayorga Borbolla, & Valenzuela Bravo, 2014).

¿Por qué en Ecuador se consume baja cantidad de frutas? Siendo un país de clima y tierras apropiadas para su cultivo, teniendo al banano como uno de sus principales productos de exportación. Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP) en el año 2012 se registraron 7 millones de toneladas métricas de producción nacional, el 95% se exportó y el 5% es considerado residuo o banano que no cumple con los requisitos para venderse en el mercado internacional (Aguilar, 2015; Cárdenas, 2013).

El banano considerado rechazo, 350,000 toneladas en el 2012, se comercializa en el mercado local, para consumo animal, industrial, humano y una buena parte se desperdicia muchas veces en las mismas fincas (Gonzabay, 2017).

Si los ecuatorianos consumieran al menos un banano al día (150 gramos), colaborarían con la solución de algunas consecuencias de la desnutrición (Gutiérrez & Mendoza, 2017; Mafla, 2014; Morocho & Reinoso 2017) e incrementarían el consumo local, beneficiando al productor, principal afectado cuando la fruta es rechazada o los precios bajan significativamente. En este sentido, investigaciones exploratorias realizadas concluyen que son muchos los ecuatorianos que prefieren consumir frutas importadas como las manzanas, peras, uvas y frutillas, frente a frutas nacionales como el banano (Cárdenas, 2013).

También se tiene, al banano no calificado para la exportación, que es el que consume normalmente la población ecuatoriana ya que este se lo obtiene a un bajo costo, en la actualidad el 70% es utilizado para consumo animal, balanceados, el 10% en abono para las haciendas y solo el 20% para consumo humano. Según el Ministerio de Salud Pública del Ecuador (2018) la desnutrición moderada y severa afecta a niños y a embarazadas en el Guayas, todo ello debido al bajo consumo de alimentos naturales, como es el banano, ya que la población por desconocimiento o no de los contenidos nutritivos de la fruta, prefieren otros tipos de alimentos menos orgánicos, y con más tendencia actualmente hacia aquellos conocidos como "comida chatarra" (Soto, 2009; Soledispa, Salazar, & Povea, 2017).

En el sector del banano en Ecuador son pocas las maduradoras debidamente estructuradas y que comercializan eficientemente el banano en el interior del país, existiendo muchas bodegas artesanales que maduran el banano sin ninguna tecnología; es decir, de manera empírica, esto también afecta al consumo ya que la fruta no llega oportunamente a su punto de comercialización. Por otro lado cuando existe sobre oferta de banano en los mercados

internacionales, el precio cae muy por debajo del oficial (\$ 6.55), llegando a extremo de pagarse hasta \$2.50, por cada caja de banano de 43 libras (Acuerdo del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP, 2014), cuando el costo de producción es de \$5.95 aunque este depende del grado de tecnificación que tenga la plantación, lo que acarrea pérdidas cuantiosas a los cultivadores de esta fruta. También en muchas ocasiones la fruta es rechazada en los puertos de embarque y son los cultivadores los que asumen las pérdidas ocasionada por el transporte y carga. Esta situación provoca que la fruta se la regale ya que de regresarla a su lugar de origen se debe volver a pagar transporte y descarga (Batallas, 2016; Rosero, 2001; Cepeda, 2011).

Cuando el agricultor prevé esta situación prefiere cortar la fruta y utilizarla como abono. El problema se acrecienta debido a que los agricultores dedicados a esta actividad quedan desocupados. De no solucionar este problema el agricultor va a cambiar de línea de producto, debido a que el negocio no es rentable, muchos no podrán pagar sus deudas y perderán sus tierras ocasionando la migración a las grandes ciudades y a otras naciones. El desempleo en el campo se acentuará, acrecentando los cinturones de pobreza en las principales ciudades del país.

Entre las propiedades alimenticias del banano se destacan: hidratos de carbono, por lo que su valor calórico es elevado, los micronutrientes más representativos de la fruta es el potasio, ácido fólico y el magnesio; es de resaltar que el banano es rico en una sustancia conocida como taninos, que brinda atractivas propiedades de astringente necesarias para el cuerpo humano (Soledispa, Salazar, & Povea, 2017). El banano ayuda a las personas que sufren de procesos diarreicos, además el potasio es un mineral muy importante para la generación y transmisión de los impulsos nervioso y ayuda a que las actividades realizadas por los músculos se desarrollen con normalidad (Dávila & Moreira, 2015).

La presente investigación surge ante la necesidad de determinar el estado real del consumo de banano en la ciudad de Guayaquil y la posible preferencia de las frutas importadas sobre el banano como fruta nacional. Los resultados de este trabajo permitirán perfilar soluciones a este problema que afecta a los productores bananeros, relacionado con el banano que no cumple con los requisitos elementales para su exportación. Por otro lado, se pretende identificar las causas del bajo consumo de esta fruta en la población guayaquileña, para que instituciones y empresas involucradas realicen gestiones que incentiven a la población a consumirlo, mediante una efectiva distribución e informando de los beneficios que se obtiene por ingerir esta fruta.

2. Desarrollo

2.1. Metodología

La población efectiva para el estudio fue de 2,644,891 personas correspondientes a los habitantes de la ciudad de Guayaquil (INEC, 2017). En este estudio, no se tomaron en cuenta como variables de control la "edad", ni el "nivel socio-económico", pues se quiere determinar los patrones de consumo del banano a nivel de ciudad y no de sectores en específico. El tamaño de la muestra se calcula en base a la fórmula de población infinita (Sampieri & Hernández, 2003; Lind, Marchal & Wathen, 2006; Bernal Torres, 2010), con un nivel de confianza del 95%, un error máximo de estimación del 5% y las probabilidades de éxito y de fracaso son de 0.5 en cada caso.

Al aplicar la fórmula se obtiene una muestra de 384 habitantes a ser encuestados.

$$n = \frac{N x Z_{\alpha}^2 x p x (1 - p)}{e^2 x (N - 1) + Z_{\alpha}^2 x (1 - p)} \quad (1)$$

La técnica utilizada en la investigación fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. Se utilizó un cuestionario de 10 preguntas que en el proceso de validación arrojó el siguiente resultado: (a) el instrumento de medida no parece mostrar problemas de fiabilidad, pues todos los α de Cronbach son superiores al valor recomendado de 0,7 (Churchill, 1979), (b) el índice de fiabilidad compuesta es superior para todos los factores al valor recomendado de 0,7 (Fornell & Larcker, 1981), y (c) la varianza extraída fue superior a 0,5 (Fornell y Larcker, 1981).

En la primera parte se recogió información demográfica como edad, género y nivel socio-económico. Los indicadores más interesantes, fueron aquellos items donde se preguntó acerca de la cantidad de consumo, lugar y frecuencia de compra, conocimiento sobre las bondades alimenticias de la fruta y ranking de preferencia de la fruta en relación a las importadas.

Dada la distribución de la población de Guayaquil, se seleccionaron como lugares estratégicos para la aplicación del instrumento, las tiendas de autoservicios, mercados, ferias libres y puntos de concurrencia masiva. Las encuestas fueron realizadas en el mes de mayo de 2017, en horarios matutinos y vespertinos, considerando la concurrencia de diferentes tipos de personas a estos lugares de venta y servicio. La mayoría de las personas invitadas a participar en este estudio, como consumidores o no de banano, mostraron una actitud colaborativa.

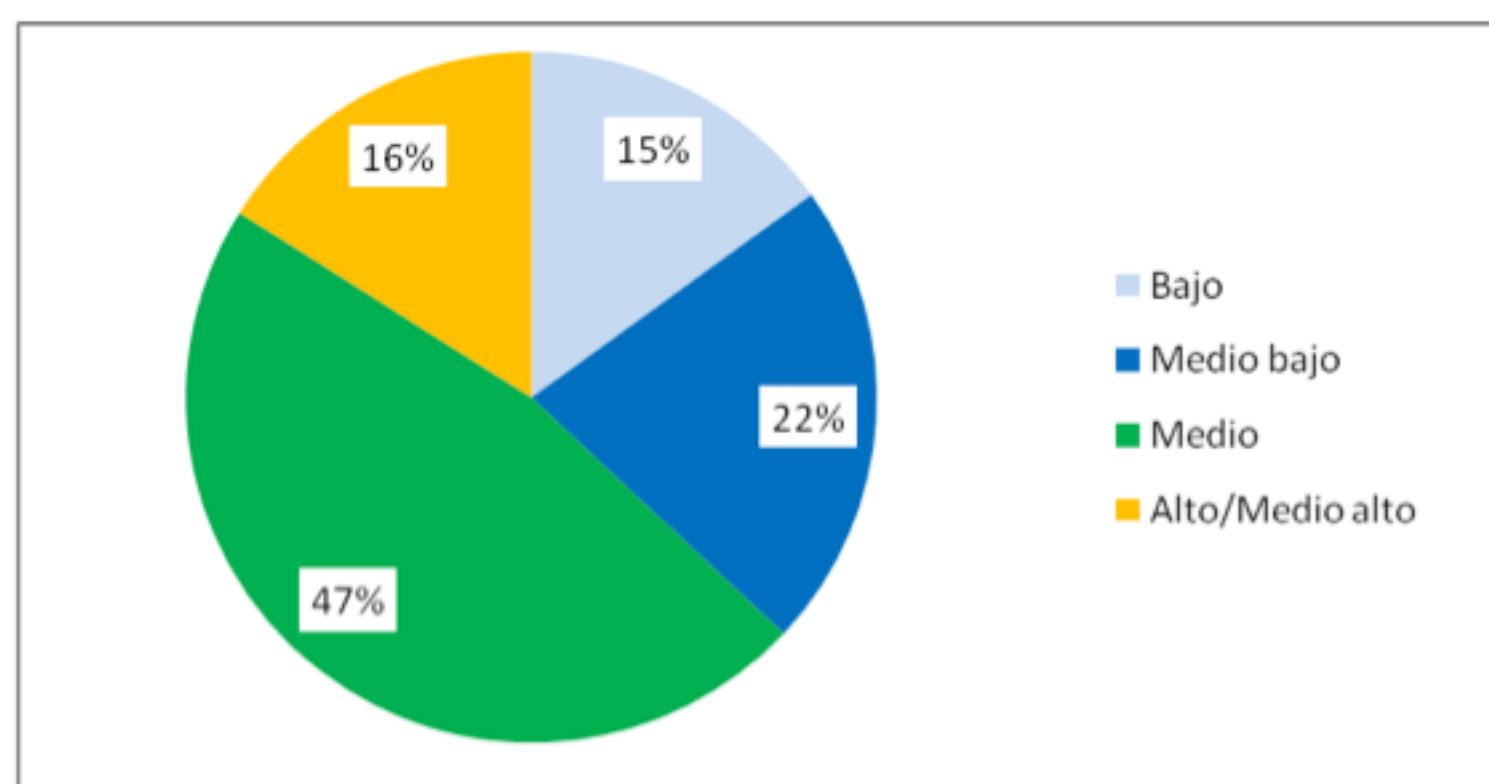
Una vez realizadas las encuestas, los datos fueron tabulados considerando los programas SPSS y Microsoft office Excel para una presentación cuantitativa, mediante tablas de frecuencias cuyos resultados se expresaron en forma gráfica, en diagrama de barras, los mismos que nos ayudaron a determinar y obtener información de interés para los requerimientos del mercado.

3. Análisis de resultados

La encuesta se la realizó en diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil: Supermaxi de Policentro, Mi Comisariato vía Daule, Supermaxi del Mall del Sur, Mercado de transferencia Monte Bello, Mercado Sauces 9, Mercado Central de Guayaquil, y supermercados de Riocentro Shopping del Norte.

Finalmente, se encuestaron a 201 hombres y 183 mujeres, con edades que fluctuaron entre 19 y 65 años. De estos habitantes, un 47% corresponden a un nivel socioeconómico medio y el resto de manera equitativa presentan niveles bajo, medio bajo y alto/medio alto, como puede ser visto en el siguiente gráfico.

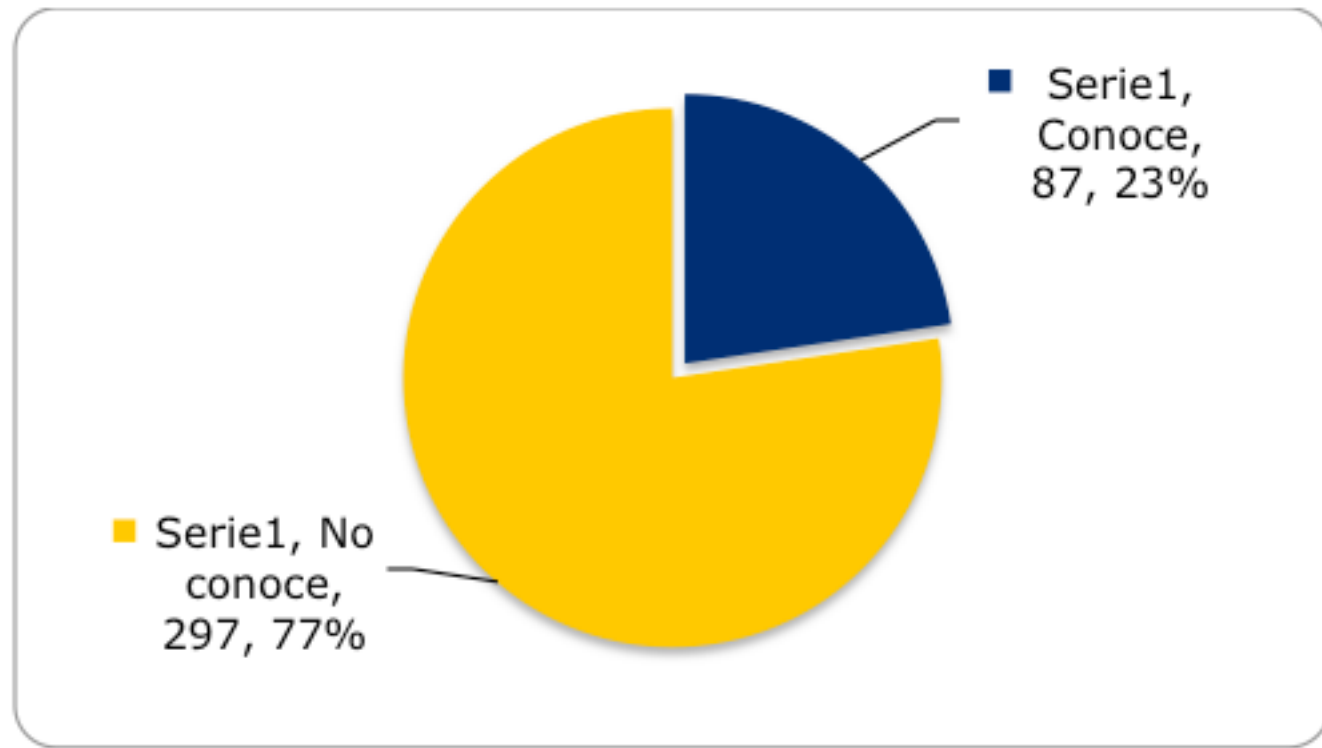
Figura 1
Nivel socioeconómico de las personas encuestadas



Nota. Encuesta a población Guayaquileña.

Al cuestionar a la muestra sobre su conocimiento de las bondades alimenticias que tiene el banano el 77% respondió que no las conoce, solo el 23% aseguró tener conocimiento de las propiedades nutricionales de la fruta. Aunque el banano es una fruta local, los ciudadanos todavía desconocen los aportes nutricionales de su consumo, y de su beneficio al hacerlo cada día en la mañana.

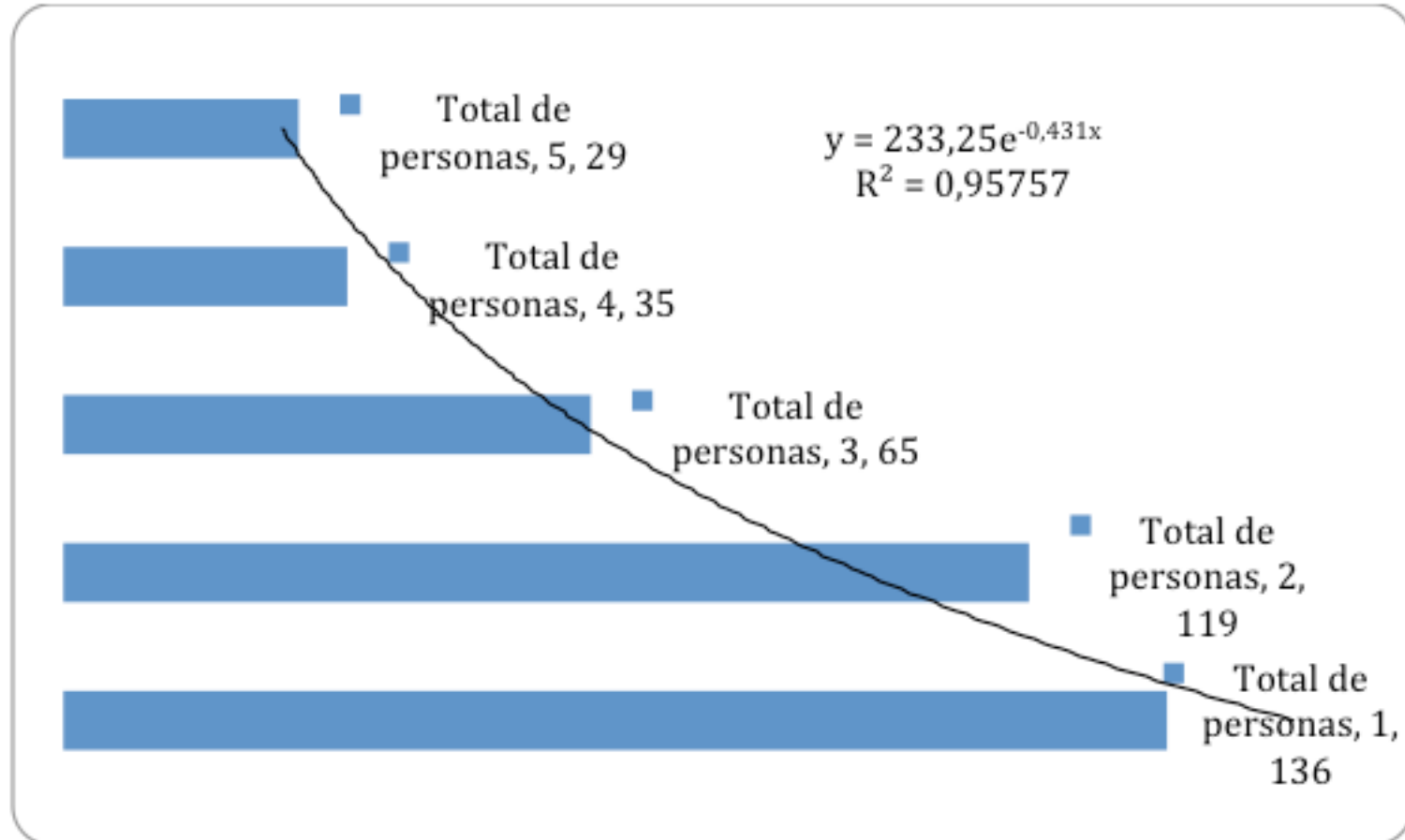
Figura 2
Conocimiento de las bondades del banano en cantidad de personas encuestadas.



Nota. Encuesta a población Guayaquileña.

Figura 3

Consumo de banano semanal por persona, considerando cantidades desde 1 hasta 5 bananos



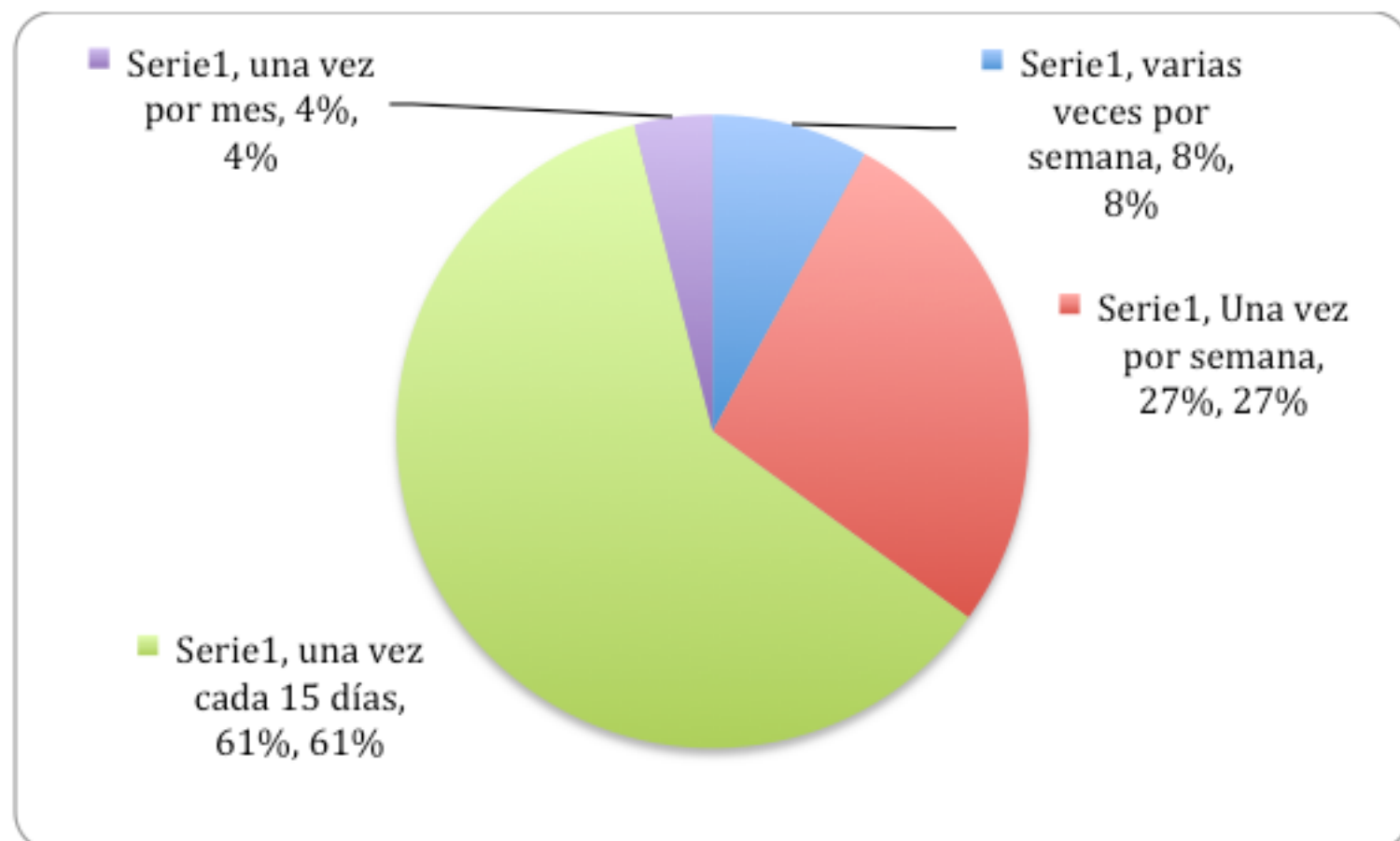
Nota. Encuesta a población Guayaquileña.

Otro de los elementos a diagnosticar fue sobre la cantidad de banano consumido a la semana, el 7.55% de las personas consumen 5 bananos semanales, 9.11% consumen 4 bananos, 16.93% consumen 3 bananos, 30.99% consumen dos bananos, y el 35,42% consumen un banano semanal, evidenciando claramente que los guayaquileños no consumen la fruta en la cantidad necesaria para beneficiarse de sus propiedades.

Con relación a la frecuencia de compra de la fruta, los resultados indican que la mayoría de los consumidores prefieren comprarla cada 15 días o una vez a la semana. Un 80% de las personas encuestadas manifestaron que este comportamiento de compra está dado por el hábito familiar de realizar las compras una vez a la semana o cada 15 días, y no necesariamente por un producto en particular.

Figura 4

Frecuencia de compra de banano en la ciudad de Guayaquil.



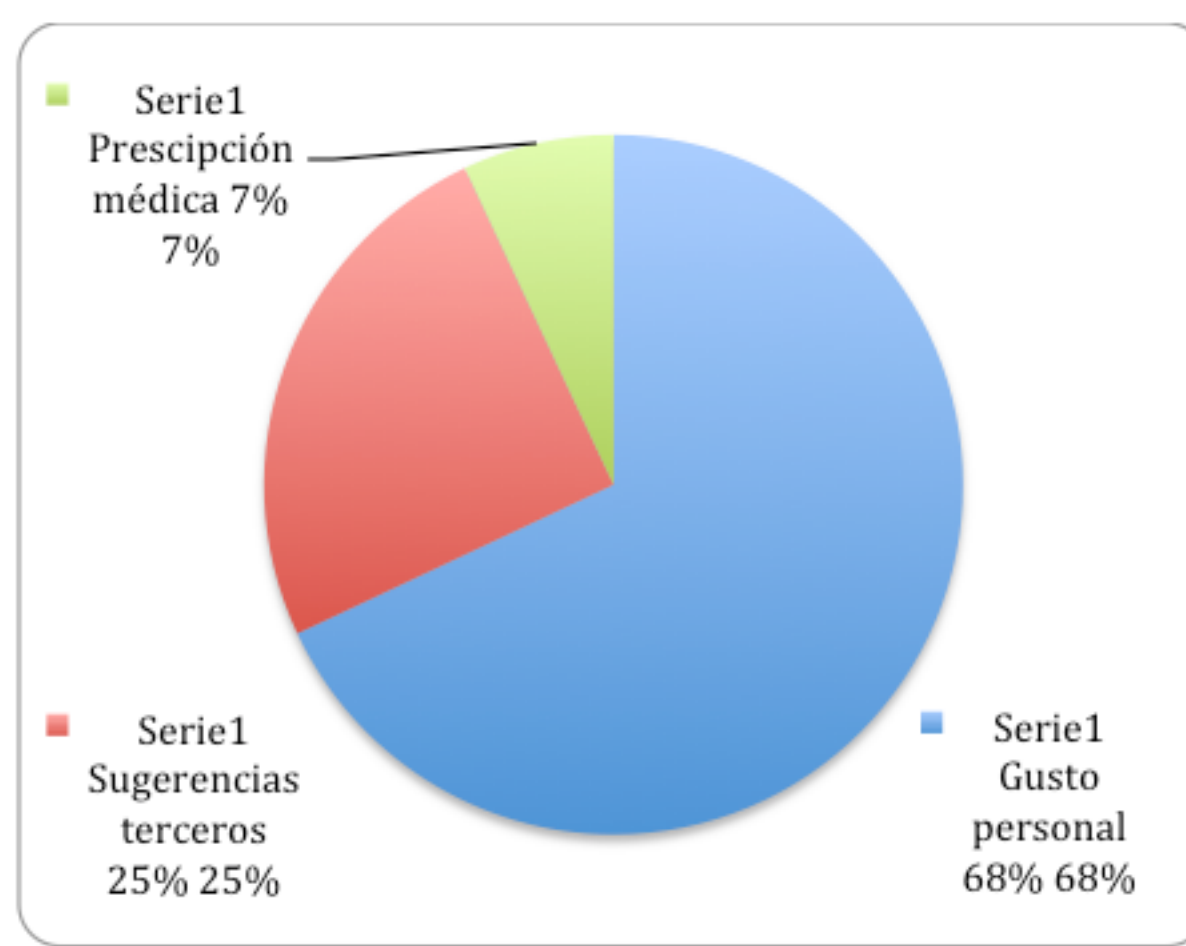
Nota. Encuesta a población Guayaquileña

Con la intención de conocer los motivos de compra del banano se cuestiona a la muestra y el 68% compra la fruta por gusto personal, el 25% por sugerencias de terceros y solo un 7% por prescripción médica.

También se pudo corroborar la hipótesis de que las frutas importadas son de mayor preferencia que las nacionales. En el último ítem del cuestionario se solicitó a cada encuestado que le diera un orden de preferencia a las frutas: (a) Banano, (b) Manzana, (c) Pera, (d) Uva, y (e) Naranja. Donde solamente 43 ciudadanos, prefirieron el banano en comparación con las demás frutas importadas. Las estadísticas muestran en la Figura 6, que el banano fue la fruta de menor preferencia en promedio.

Figura 5

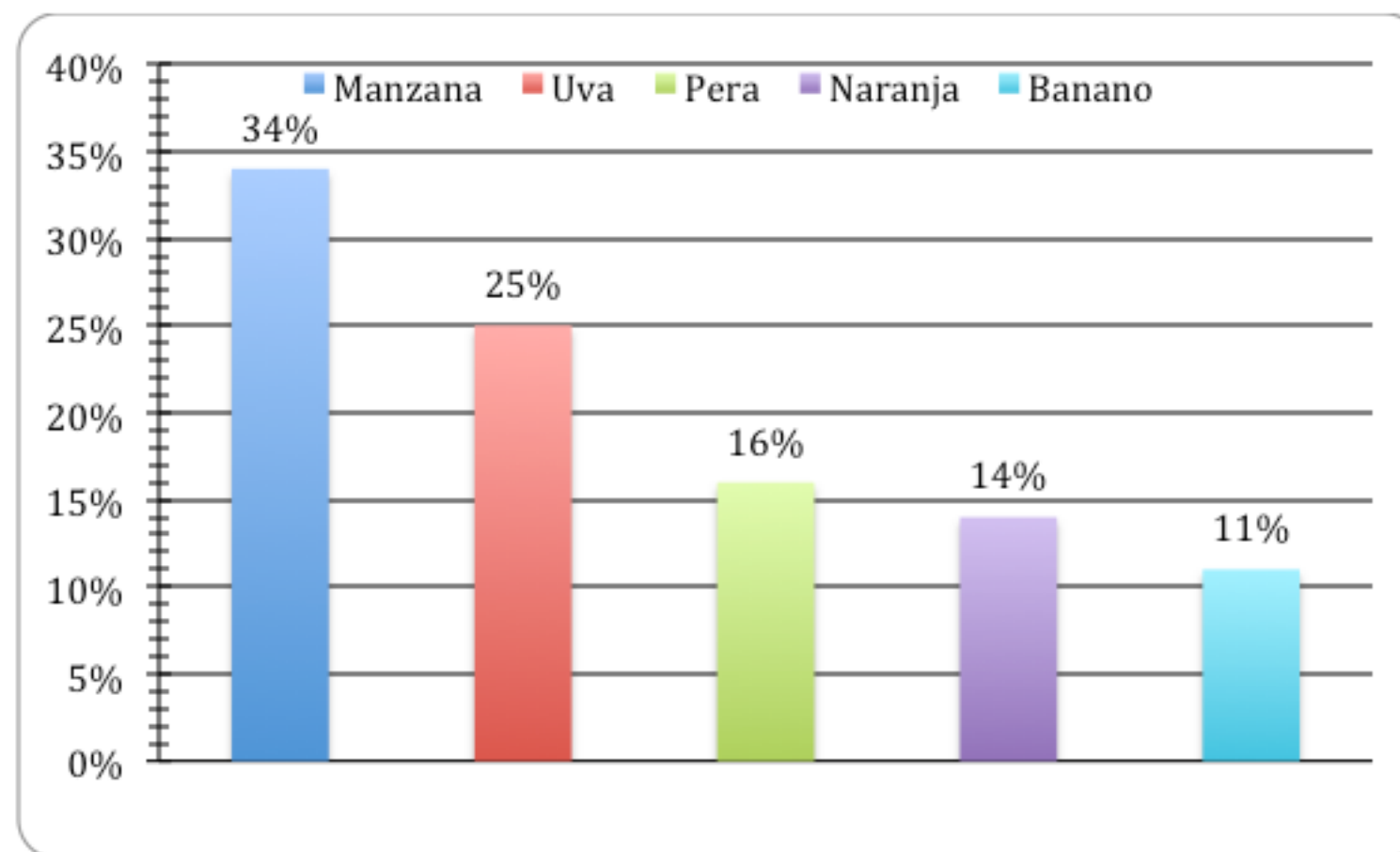
Motivo de compra de banano.



Nota. Encuesta a población Guayaquileña.

Figura 6

Ranking de preferencia de consumo de frutas en Guayaquil.



Nota. Encuesta a población Guayaquileña.

Finalmente, queda demostrado que a pesar de que el banano es una fruta muy cotizada y apetecida en el mercado internacional, para los habitantes de Guayaquil, el consumo de esta fruta está pasando a un segundo lugar, con respecto al consumo de las frutas importadas.

4. Conclusiones

La OMS y la FAO dejan clara la importancia del consumo de banano como hábito nutricional beneficioso para la salud humana.

En el estudio de campo realizado se pudo determinar que el 77% de la población no conoce las propiedades nutricionales del banano, y que los guayaquileños no consumen de manera semanal la cantidad necesaria de la fruta para elevar sus defensas y contribuir a alcanzar un mejor estado nutricional. Los resultados revelan que la mayoría de los consumidores prefieren comprarla cada 15 días o una vez a la semana, y al 68% de la población le gusta la fruta, un 25% la compra motivada por terceros y un 7% por prescripción médica. Además, un 89% de las personas indicaron que prefieren las frutas importadas como la manzana, la uva, la pera y la naranja, en lugar del banano.

Esta investigación deja claro que se ha dado un cambio de hábito en la población guayaquileña en el consumo de frutas, y que entidades de gobierno deberían establecer estrategias concretas para hacerle ver a los habitantes, que el consumo de esta fruta no solo favorece la calidad de vida de las personas sino que contribuye al comercio interno del país.

Referencias bibliográficas

Aguilar, R. R. (2015). La producción y exportación del banano y su incidencia en la economía ecuatoriana en el periodo 2008-2013 (Doctoral dissertation, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas).

Arias, P., Dankers, C., Liu, P., & Pilkauskas, P. (Eds.). (2004). La economía mundial del banano: 1985-2002 (No. 1). Food & Agriculture Org.

Bernal Torres, C. A. (2010). Metodología de la Investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Ed. Colombia. Pearson Educación.

Barreiros, L. (1992). La pobreza y los patrones de consumo de los hogares en Ecuador. Comercio Exterior, 42(4), 366-379.

Batallas, C. (2016). Las curvas de oferta y demanda y su comportamiento ante situaciones climatológicas que afectan el consumo de banano. Recuperado a partir de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/8800/1/ECUACE-2016-EC-CD00003.pdf>

Cárdenas, X. (2013). Consumo de frutas importadas desplazan a nacionales. Boletín Banana Export. Recuperado a partir de http://bananaexport.com/boletin/agrosoft_febrero_2013.htm

Cepeda, D. (2011). Cuando las manos hacen el racimo: Condiciones de producción y trabajo del banano en Ecuador. Agroindustria y Soberanía Alimentaria? Hacia una Ley de Agroindustria y Empleo Agrícola, 85-94.

Churchill, G. A. (1979). A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs. Journal of Marketing Research, 16(1), 64. <https://doi.org/10.2307/3150876>

Cook, R. L. (1997). Tendencias internacionales en el sector de frutas y hortalizas frescas. Revista española de economía agraria, 183-208.

Dávila Cuesta, J. M., & Moreira Coello, D. A. (2015). Propiedades nutricionales del banano en la alimentación escolar.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/12564/1/Propiedades%20nutricionales%20del%20banano%20en%20la%20alimentaci%3b3n%20escolar.>

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39. <https://doi.org/10.2307/3151312>

Gonzabay, R. (2017). Cultivo del banano en el Ecuador. Revista AFESE, 58(58).

Guashpa, Z., & Gerardo, F. (2017). Diseño de un plan de exportación de guanábana a la Unión Europea (Master's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas).

Gutiérrez Castro, T. A., & Mendoza Viteri, A. V. (2017). Consecuencias de la desnutrición en el desempeño académico de los estudiantes de quinto grado de la Escuela Eugenio de Santa Cruz y Espejo, ubicada en el distrito N° 7 del cantón Quito, en la Provincia de Pichincha, en el periodo lectivo 2015-2016 (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.).

INEC (2017). Guayaquil en cifras. Recuperado a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/guayaquil-en-cifras/>

Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2006). Basic Statistics for Business and Economics. New York, NY: McGraw-Hill.

Mafla Herrera, S. C. (2014). Influencia de los conocimientos alimentarios sobre la adquisición de alimentos en los consumidores de distintos supermercados de la ciudad de Quito en el período de agosto-septiembre 2013 (Bachelor's thesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador).

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP (2014). Acuerdo Ministerial N° 598 suscrito por el Ministro de Agricultura, Agricultura, Acuacultura y Pesca MAGAP, Javier Ponce el 25 de Noviembre del 2014.

Morocho Yambay, T. C., & Reinoso Brito, S. I. (2017). Importancia del consumo de frutas y verduras en la alimentación humana (Bachelor's thesis).

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2014). Anuario Estadístico de la FAO. La Alimentación y la Agricultura en América Latina y El Caribe. Recuperado a partir de <http://www.fao.org/3/a-i3592s.pdf>.

Organización Mundial de la Salud (2003). Dieta, nutrición y prevención de enfermedades crónicas. Serie de Informes Técnicos, 916, Ginebra. <http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/006/ac911s/ac911s00.pdf>

Ortiz, D. A., & Flores, M. (2008). Consumo de productos orgánicos/agroecológicos en los hogares ecuatorianos. VECO, Quito, Ecuador.

Proaño Bastidas, S. C. (2013). Estudio de exportación de la pitahaya ecuatoriana hacia el mercado europeo (Bachelor's thesis, PUCE).

Rosero, J. L. (2001). Un análisis sobre la competitividad del banano ecuatoriano (No. 17). Banco Central del Ecuador, Dirección General de Estudios.

Salazar-Lugo, R., Barahona, A., Ortiz, K., Chávez, C., Freire, P., Méndez, J., & Oleas, M. (2016). Efecto del consumo de jugo de tomate de árbol (*Cyphomandra betacea*) sobre el perfil lipídico y las concentraciones de glucosa en adultos con hiperlipidemia, Ecuador. Archivos Latinoamericanos de Nutrición, 66(2), 121-128.

Sampieri, R., & Hernández Collado, C. (2003): Metodología de la investigación. México. McGraw-Hill Interamericana.

Shamah Levy, T., Cuevas Nasu, L., Mayorga Borbolla, E., & Valenzuela Bravo, D. G. (2014, June). Consumo de alimentos en América Latina y el Caribe. In Anales Venezolanos de Nutrición (Vol. 27, No. 1, pp. 40-46). Fundación Bengoa.

Soledispa, V. B. S., Salazar, G. M. D., & Povea, R. A. A. (2017). El banano y su consumo en el Ecuador. Revista Publicando, 4, 13 (2), 283-292.

Soluri, J. (2013). Culturas bananeras: producción, consumo y transformaciones socioambientales. Siglo del Hombre Editores.

Soto, B. (2009). Comida chatarra en los Centros Escolares. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/207421446/Investigacion-Comida-Chatarra-en-Los-CentrosEscolares#scribd>

Soto, M. (2011). Situación y avances tecnológicos en la producción bananera mundial. Revista Brasileira de Fruticultura, 33(6).

Vaca, S. I., & Mesías, F. J. (2014). Percepciones de los consumidores españoles hacia las frutas de Ecuador: un estudio preliminar cualitativo con técnicas proyectivas. Inf Tec Econ Agrar, 110(1), 89-101.

1. Magíster en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Docente titular de la Carrera de Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial, Universidad de Guayaquil, Consultor Financiero Contable en Acosta Asociados S.A. Correo: roberto.acostap@ug.edu.ec

2. Magister en Tributación, Ingeniero Comercial - C.P.A., Docente de la Carrera de Ingeniería Comercial, Universidad de Guayaquil, Jefe de Dpto. de Importaciones Carseg S.A., Correo: vladimir.guerrero@ug.edu.ec

3. Magíster en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Docente titular de la Carrera de Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial, Universidad de Guayaquil, Correo: leticia.zambranoza@ug.edu.ec

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 39 (N° 41) Año 2018

[Índice]

[En caso de encontrar un error en esta página notificar a [webmaster](#)]

©2018. revistaESPACIOS.com • ®Derechos Reservados