



## **Patrones de consumo de banano en el mercado Guayaquileño**

Banana consumption patterns in the guayaquileño market

Vicente Salazar Soledispa.  
Oswaldo Martillo Mieles.  
Galo Duran Salazar.

**Fecha de recepción:** 16 de agosto del 2016

**Fecha de aceptación:** 09 de octubre del 2016

# Patrones de consumo de banano en el mercado Guayaquileño

## Banana consumption patterns in the guayaquileño market

Vicente Salazar Soledispa<sup>1</sup>, Oswaldo Martillo Mieles<sup>2</sup>, y Galo Duran Salazar<sup>3</sup>

**Como citar** Salazar, V., Martillo, O., Duran, G. (2017). Patrones de consumo de banano en el mercado Guayaquileño. *Revista Universidad de Guayaquil*. 124(1), 80-89. DOI: <https://doi.org/10.53591/rug.v124i1.647>

### Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo establecer los patrones de comportamiento en el consumo de banano de los guayaquileños. Se realizó una encuesta en enero de 2015, a 384 personas de una población de 2, 350,915 habitantes de la ciudad Guayaquil, según el último censo de 2010 del INEC. De ellos 201 eran varones y 183 mujeres, de diferentes edades y nivel socio-económico. La muestra se obtuvo con un error de estimación de 5% y 95% de confiabilidad. Se analizaron diferentes variables de consumo de banano (unidades de consumo semanales, lugar de compra, Rankin de preferencia, frecuencia de compra) y variables demográficas (edad, género, motivación de compra, nivel socio-económico). Las principales conclusiones indican que el 77.34% de la muestra, no conoce las bondades alimenticias del banano, el 68% de la muestra compra banano por gusto personal, preferentemente en las carretillas. Se concluye que los guayaquileños prefieren las frutas importadas a las nacionales

**Palabras clave:** patrones, banano, consumo, mercado, Guayaquil.

### Abstract

This paper aims to establish patterns of behavior in banana consumption of Guayaquil, a survey was conducted to 384 people in a population of 2, 350.915 inhabitants of the city Guayaquil at the last census of 2010 INEC, 201 males and 183 women of different ages and socio-economic level. The sample was obtained with an estimation error of 5% and 95% confidence, 50% of success. Different variables banana consumption (weekly consumption units, place of purchase, preferably Rankin, purchase frequency) and demographic variables (age, gender, purchase motivation, socioeconomic status) were analyzed. Key findings indicate that 77.34% of the sample did not know the nutritional benefits of bananas and that 68% of the sample purchase bananas from personal taste and preferably in the truck. Guayaquileans have changed their pattern of consumption of fruit, prefer imported to national.

**Keywords:** patterns, banana, consumption, market, Guayaquil.

<sup>1</sup> Ingeniero, Universidad de Guayaquil, Ecuador. Correo electrónico: salazarsvb@ug.edu.ec

<sup>2</sup> Ingeniero, Universidad de Guayaquil, Ecuador. Correo electrónico: oswaldo.martillom@ug.edu.ec

<sup>3</sup> Economista, Universidad de Guayaquil, Ecuador. Correo electrónico: galo.duransa@ug.edu.ec

## Introducción

Un informe de la OMS y la FAO, publicado en el año 2003, recomienda que la población en general deba consumir al menos 400 g diarios de frutas y verdura -excluidos plátanos, patatas y otros tubérculos feculentos-, para evitar problemas de la salud. El consumo de frutas proporciona al cuerpo variables cantidades de complejo B y de vitaminas A, E, C. Las vitaminas desempeñan funciones muy necesarias para el organismo. Un ejemplo es la vitamina A, la cual conserva 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.

Los motivos antes expuestos explican por qué para los educadores en nutrición suele ser prioritario fomentar el consumo de fruta y hortalizas. Sin embargo, según indica el informe FAO/OMS de expertos en alimentación, nutrición y prevención de enfermedades crónicas, presentado este año, la mayoría de la población continúa sin consumir cantidades suficientes de estos alimentos.

En Ecuador no se han realizados investigaciones relacionadas con el consumo de frutas. No obstante, sí se localizan unas hojas de balance de la FAO 2011, sobre el consumo aparente per-cápita de frutas y hortalizas en el país. El informe concluye que en los países menos desarrollados actualmente se consume un promedio de 100 g/día de frutas y verduras. Mientras, en los europeos el consumo aproximado es de 450 g/día. En el país se consumen alrededor de 170 g/día, el 40% de lo que consumen los países europeos.

¿Por qué en Ecuador se consume tal baja cantidad de frutas?, si el país posee clima y tierras apropiadas para su cultivo y el banano es 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 de banano. El 95% se exportó. El 5% restante se considera residuo o banano que no cumple con los requisitos para venderse en el mercado internacional. El banano considerado rechazo (350,000 toneladas en

el 2012), se comercializa en el mercado local, para consumo animal, industrial, humano. Una buena parte se desperdicia, muchas veces en las mismas fincas.

Si los ecuatorianos consumieran al menos un banano al día (150 gramos), colaborarían con la solución de algunas dificultades como la desnutrición e incrementarían el consumo local, beneficiando al productor, principal afectado cuando la fruta es rechazada o los precios bajan significativamente. Investigaciones exploratorias realizadas concluyen que son muchos los ecuatorianos que prefieren consumir frutas importadas como las manzanas, peras, uvas y frutillas.

La investigación surge ante la necesidad de encontrar solución para un problema que afecta a los productores bananeros, relacionado, por una parte con el banano que no cumple con los requisitos elementales para su exportación, y por otra con el bajo consumo de esta fruta en la población guayaquileña. Se pretende identificar sus causas, 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.

El banano no calificado para la exportación, es el que consume normalmente la población ecuatoriana. Este se 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, un gran porcentaje de la población Guayaquileña sufre de desnutrición, principalmente los niños, debido al bajo consumo de alimentos naturales como el banano, ya sea porque la población desconoce los contenidos nutritivos de la fruta o porque no está disponible en las tiendas populares, adonde los vendedores detallistas no llegan.

En la actualidad son pocas las maduradoras debidamente estructuradas y que comercializan eficientemente el banano en el interior del país. Existen muchas bodegas artesanales que maduran el banano sin ninguna tecnología, de manera empírica. Ello, también afecta al consumo pues la fruta no llega oportunamente a su punto de comercialización. Por

otro lado, cuando existe sobreoferta de banano en los mercados internacionales, el precio cae muy por debajo del oficial (\$ 6.55), llegando al extremo de pagarse hasta \$2.50 por cada caja de banano de 43

libras (Acuerdo ministerial # 598 25-112014), cuando el costo de producción es de \$5.95 aunque este depende del grado de tecnificación que tenga la plantación.

Tal realidad, acarrea pérdidas cuantiosas a los cultivadores de esta fruta. Más aun, en muchas ocasiones la fruta es rechazada en los puertos de embarque, los cuales asumen las pérdidas ocasionadas por el transporte y la carga. La situación provoca que se regale la fruta, pues para regresarla a su lugar de origen se debería volver a pagar transporte y descarga.

Por su parte, 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 solucionarse 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. Como consecuencia, el desempleo en el campo se acentuará, acrecentando los cinturones de pobreza en las principales ciudades del país.

Entre las propiedades alimenticias del banano destacan los hidratos de carbono, gracias a los cuales su valor calórico es elevado. Los micronutrientes más representativos de la fruta son el potasio, ácido fólico y el magnesio. Es de resaltar que el banano es rico en una sustancia conocida como taninos, la cual brinda atractivas propiedades de astringente, necesarias para el cuerpo humano. El banano ayuda a las personas que sufren de procesos diarreicos. El potasio es un mineral muy importante para la generación y transmisión de los impulsos nerviosos, ayuda a que las actividades realizadas por los músculos se desarrollen con normalidad.

El principal objetivo de la investigación es reseñar rasgos y características de aquellos guayaquileños que mantienen un consumo habitual de banano, a fin de conocer dónde se encuentra el lugar de compra preferido y determinar el consumo actual. Para alcanzar estos objetivos, se buscó información sobre la posible preferencia de las frutas importadas sobre el banano, el nivel de conocimiento de las bondades de comer banano, la periodicidad de consumo del banano, el monto de la compra, la razón de compra del banano, la referencia de consumo.

### 3. Materiales y métodos

La investigación, realizada durante el mes de enero del 2015, es de tipo descriptivo. La muestra significativa estuvo conformada por 384 personas de una población finita de 2, 350,915 habitantes de ciudad de Guayaquil. Se encuestó a 201 varones y 183 mujeres. El encuestado de menor edad tenía 19 años y el de mayor 38. La edad promedio fue de 29 años. Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente información:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2 (N-1) + Z^2 PQ}$$

Fórmula para el cálculo de la muestra

Cálculo de la muestras para poblaciones finita

INGRESO DE PARAMETROS			
Tamaño de la población (N)	2,350,915	Fórmula	Tamaño de Muestra 384
Error muestral (e)	0.05		
Proporción de éxito (P)	0.5		
Proporción de fracaso (Q)	0.5	Muestra optima	384
Valor para confianza (Z)	1.96		

Debido a que el banano es preferido por todos los estratos sociales, sin importar clase social ni económica, la encuesta no distinguió entre los individuos. El lugar de las encuesta se localizó en las tiendas de autoservicios, mercados, ferias libres, puntos de concurrencia masiva. Las encuestas fueron realizadas en horas de la mañana. Se solicitó la participación

voluntaria de quienes consumen banano. La mayoría de las personas invitadas a participar de la encuesta mostraron una actitud colaboradora, muy pocas se negaron a participar.

La técnica utilizada en la investigación fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. En la primera parte se recogió información demográfica como edad, género y nivel socioeconómico. Además, se realizaron preguntas sobre cantidad de consumo, lugar de compra, conocimiento sobre las bondades alimenticias de la fruta y Rankin de preferencia de fruta.

Realizadas las encuestas, los datos fueron tabulados en el programa de computadora de Microsoft office Excel, para una presentación cualitativa, mediante tablas de frecuencias. Sus resultados se expresaron en forma gráfica, en diagrama de barras. Estos ayudaron a determinar y obtener información de interés para los requerimientos del mercado.

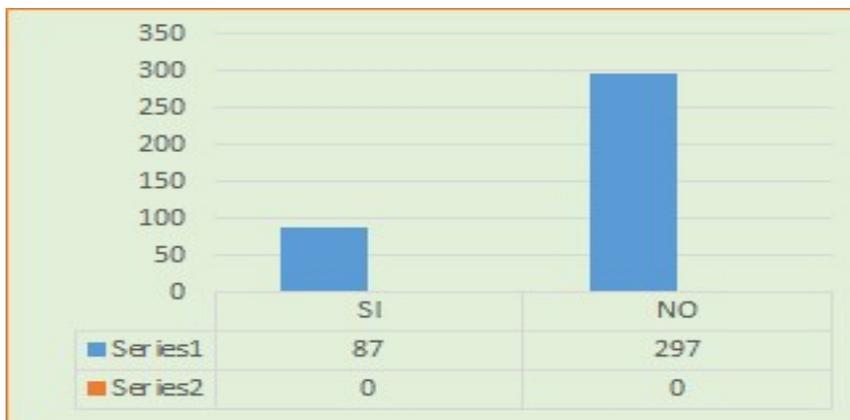
## **Discusión**

La hipótesis planteada en la investigación fue la preferencia de los guayaquileños a las frutas importadas sobre el banano, una fruta muy apetecida en el mercado mundial que en el país no tiene la demanda esperada. La FAO recomienda 400 gramos mínimo de fruta diario para combatir algunas enfermedades. Si las personas comieran un banano al día, contribuirían con, al menos, 150 gramos a alcanzar objetivos nutricionales idóneos.

## **Análisis de resultados**

La encuesta se realizó en diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil. Se realizaron seis preguntas cerradas. Los resultados se describen a continuación. Al cuestionar a la muestra sobre su conocimiento de las bondades alimenticias del banano, el 77% respondió que no las conoce, solo el 23% dijo conocerlas. Aunque el banano es una fruta local, los ciudadanos desconocen los aportes nutricionales de consumir un banano al día.

*Figura 1:* Bondades del banano



**Fuente:** Encuesta a población Guayaquileña  
**Elaborado por:** Los autores

Se preguntó sobre la cantidad de banano consumido a la semana. El 7.55% de las personas consume 5 bananos, el 9.11% consume 4 bananos, el 16.93% consume 3 bananos, el 30.99% consume dos bananos, y el 35,42% consume un banano. Se evidencia que los guayaquileños no consumen la fruta en la cantidad necesaria para beneficiarse de sus propiedades.

**Figura 2:** Consumo de banano semanal



**Fuente:** Encuesta a población Guayaquileña **Elaborado por:** Los autores

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

*Figura 3:* Motivo de compra

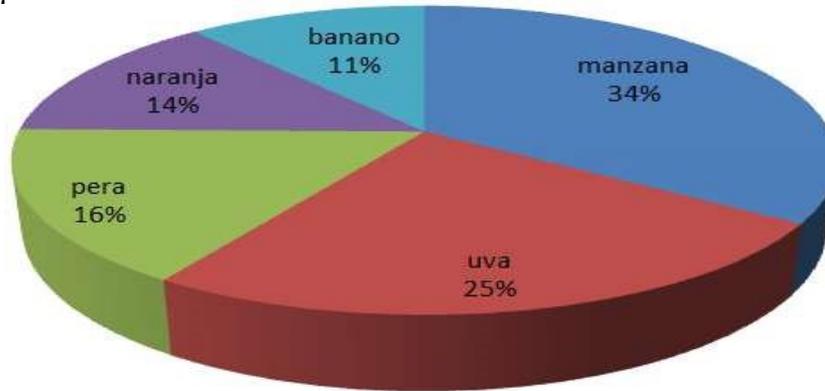


*Fuente:* Encuesta a población Guayaquileña

*Elaborado por:* Los autores

Otra inquietud trasladada al encuestado se relacionó con su preferencia a la fruta importada sobre el banano. El resultado obtenido fue que el guineo es la última de 5 frutas propuestas: manzana, uvas, peras, naranjas y banano.

**Figura 4:** Rankin de preferencia de frutas.



**Fuente:** Encuesta a población Guayaquileña

**Elaborado por:** Los autores

### **Conclusiones:**

Realizada la investigación de campo se obtuvieron los siguientes resultados: el 77.34% de la muestra no conoce las bondades alimenticias del banano, el 68% de la muestra compra banano por gusto personal y preferentemente en las carretillas. Se coincide con un autor, quien considera que “el consumo de frutas importadas ha desplazado a las frutas nacionales como la naranja y el banano”. (Cardenas, s.f.)

Todo confirma que el informe de la FAO es correcto. Se asiste a un cambio en los hábitos de consumo de frutas en los ecuatorianos. La falta de socialización de las bondades nutricionales de la fruta influye desventajosamente en su consumo.

## Referencias bibliográficas

Ambrosio, V. (2000). *Plan de Marketing paso a paso*. Colombia : Pearson Educación.

Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson Educación.

Cardenas, x. (s.f.). *CONSUMO DE FRUTAS IMPORTADAS DESPLAZAN A NACIONALES*. Recuperado el 20 de marzo de 2015, de Banana Export: [http://bananaexport.com/boletin/agrosoft\\_febrero\\_2013.htm](http://bananaexport.com/boletin/agrosoft_febrero_2013.htm)

Del Cid, A. (2007). *Investigación. Fundamentos y Metodología*. México: Pearson.

Herdández Sampieri, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.

La FAO. (22 de 07 de 2015). *Organización de la Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Obtenido de s.n: <http://www.fao.org/home/es/>

Lind/Marchal, M. (2003). *Estadística para Administración y Economía*. Colombia: Alfaomegal.

Philip, K. (2001). *Dirección de Marketing*. México : Pearson Educación.

Raimund Popper, K. (2008). *La lógica de la investigación científica*. España: Tecnos.

Segarra Sanchez, J. (2011). *Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica*. Madrid: Ediciones Días de Santos, S. A.