

# recimundo

Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento

**DOI:** 10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.616-624

**URL:** <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/1890>

**EDITORIAL:** Saberes del Conocimiento

**REVISTA:** RECIMUNDO

**ISSN:** 2588-073X

**TIPO DE INVESTIGACIÓN:** Artículo de investigación

**CÓDIGO UNESCO:** 31 Ciencias Agrarias

**PAGINAS:** 616-624






## Preferencia de snack de plátano Musa SP en el cantón El Carmen, Ecuador

Banana Musa SP snack preference in the canton of El Carmen, Ecuador

Preferência de lanche Banana Musa SP no cantão de El Carmen, Equador

**Elizabeth Telli Tacuri Troya<sup>1</sup>; Jorge Vivas Cedeño<sup>2</sup>; Francel Xavier López Mejía<sup>3</sup>;  
Paúl Ricardo González Dávila<sup>4</sup>**

**RECIBIDO:** 12/09/2022 **ACEPTADO:** 15/10/2022 **PUBLICADO:** 22/11/2022

1. Magister en Industrias Pecuarias Mención en Industrias de Lácteos; Ingeniera en Industrias Pecuarias; Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí; Manta, Ecuador; elizabeth.tacuri@uleam.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0002-4191-500X>
2. Magister en Nutrición Vegetal; Diploma Superior en Educación Universitaria por Competencias; Ingeniero Agrónomo; Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí; Manta, Ecuador; jorge.vivas@uleam.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0001-7298-2902>
3. Magister en Producción Agrícola Sustentable; Doctor en Agroecología; Ingeniero Agrónomo; Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí; Manta, Ecuador; francel.lopez@uleam.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0002-6923-4804>
4. Maestro en Ciencias, Sistemas Agropecuarios y Medio Ambiente; Ingeniero Agrícola; Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí; Manta, Ecuador; paul.gonzalez@uleam.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0002-9324-4180>

### CORRESPONDENCIA

ElizabethTelli Tacuri Troya

elizabeth.tacuri@uleam.edu.ec

Manta, Ecuador

## RESUMEN

La producción de cultivares de plátano Musa AAB, representa el rubro agrícola más significativo en nuestro país, sin embargo, no existe información validada científicamente sobre las preferencias del snack de plátano. A nivel nacional, la exportación a los mercados internacionales como Snack se ha incrementado por disponibilidad y accesibilidad de la materia prima y bajos requerimientos para la industrialización de la fruta. La metodología empleada en el desarrollo del proyecto fue orientada por el paradigma positivista de enfoque cuantitativo, a través de una investigación de campo de tipo descriptiva. La información se recolectó a través de encuestas realizadas a consumidores y centros de expendio. Como resultado se obtuvo que el 86% de los ciudadanos encuestados consumen snack de plátano verde y maduro, siendo el sabor natural preferido por el 81%, lo que indica que los productos a base de plátano tienen buenas posibilidades de desarrollo empresarial.

**Palabras clave:** Snack, Plátano, Preferencia.

## ABSTRACT

The production of banana cultivars Musa AAB, represents the most significant agricultural item in our country, however there is no scientifically validated information on banana snack preferences. At the country level, exports to international markets such as Snack have increased due to the availability and accessibility of the raw material and low requirements for the industrialization of the fruit. The methodology used in the development of the project was participatory, bibliographic, statistical, through surveys conducted with consumers and vending centers. As a result, it was obtained that 86% of the citizens surveyed consume green and ripe banana snacks, being the natural flavor preferred by 81%, which indicates that banana-based products have good possibilities for business development.

**Keywords:** Snack, Banana, Preference.

## RESUMO

A produção de cultivares de banana Musa AAB, representa o item agrícola mais significativo no nosso país, contudo não existe informação cientificamente validada sobre preferências de lanches de banana. A nível do país, as exportações para mercados internacionais como o Snack têm aumentado devido à disponibilidade e acessibilidade da matéria-prima e aos baixos requisitos para a industrialização da fruta. A metodologia utilizada no desenvolvimento do projecto foi participativa, bibliográfica, estatística, através de inquéritos realizados com consumidores e centros de venda automática. Como resultado, obteve-se que 86% dos cidadãos inquiridos consomem lanches de banana verde e madura, sendo o sabor natural preferido por 81%, o que indica que os produtos à base de banana têm boas possibilidades para o desenvolvimento empresarial.

**Palavras-chave:** Aperitivo, Plátano, Preferência.

## Introducción

En los últimos años, el país viene experimentando una tendencia al alza del consumo del fruto de plátano como alimento elaborado en forma de snack (chifle). El incremento de la demanda se ha observado a nivel nacional como internacional, por esta razón se vienen estableciendo varios emprendimientos relacionados al producto, unos con marcas patentadas y otros con producción artesanal sin registro de calidad, pero con una gran aceptación en el consumidor local y regional. (Piloso Chávez, Pinargote Navarret, & Montesdeoca Párraga, 2020).

Según el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) (s.f) que durante el año 2010 el Ecuador exportó 265 millones 587 mil 828 cajas de 18,14 kg, equivalentes aproximadamente a 4 millones 828 mil toneladas. Un tercio de las exportaciones mundiales se origina en el Ecuador, lo cual representa actualmente un ingreso de un \$ 1900 millones de dólares por concepto de divisas, y otros \$ 90 millones de dólares por concepto de impuestos al estado. Los ingresos generados por la actividad bananera representan el 3,84 % del PIB total; el 50 % del PIB agrícola y el 20 % de las exportaciones privadas del país. (Cedeño Sánchez, 2020)

Según Sepúlveda et al. (2017), uno de los mayores productores en el continente americano es el Ecuador, ocupando el cuarto lugar con un 6,4% generando importantes ingresos por exportación con 97,3 millones de dólares anuales y alrededor de 400.000 plazas directas de empleo, lo que representa el 12 % de la población económicamente activa. Del plátano se puede extraer subproductos como alcohol, harina, vino, vinagre, puré, almidón, rebanadas fritas y tostadas (chifles) y otros subproductos ricos en azúcares y proteínas, estos según (Silva, 2019).

La industria del snack ha tenido un gran desarrollo últimamente, debido al valor adicional que les han dado a sus productos, por ejemplo, el plátano que se transforma en

“chifles”, un producto natural y nutritivo de consumo masivo en todas las edades de la población, con un de precio asequible para el consumidor y económica producción (Mora suárez, 2020).

Varios autores hacen referencia que la demanda de chifle está basada principalmente como productos alimenticios de bajo costo, además ahorran tiempo al consumidor en especial para eventos de consumo masivo; Es por ello que esta investigación se basa en determinar la edad de cosecha ideal para la manufacturación del snack de plátano ya que con ello los productores de este importante derivado alimenticio podrán llevar a cabo la cosecha en la semana ideal para que el chiflé sea de una excelente calidad (Pizco Lima, 2016).

Exponen Moreira y Ponce en el año 2015 que a provincia de Manabí es la mayor productora de plátano barraganete en el territorio ecuatoriano, con mayor concentración en el cantón El Carmen con la concentración del 95% de la producción nacional. (Álvarez Morales, León Córdova, Sánchez Bravo, & Cusme Macías, 2020)

Desde su investigación en 2015, Moreira y Ponce observan que en el Carmen, provincia de Manabí, los productores son afectados, ya que no han tenido la oportunidad de llevar sus productos al exterior por diversos motivos obligando a que los productores acepten las condiciones interpuestas por los grandes monopolios e intermediarios que no son empresas procesadoras o consumidores finales, provocando que la cadena de distribución y comercialización se extienda, encareciendo el producto y afectando el precio lo que genera una pérdida en la competitividad con relación a los que produce un productor grande, con capacidad de vender al consumidor final y a precio más bajo ya que su cadena logística es más corta. (Álvarez Morales, León Córdova, Sánchez Bravo, & Cusme Macías, 2020)

Existen factores que influyen en la producción y calidad del chifle, como la edad de la fruta, manejo del cultivo, presencia de plagas y las condiciones climáticas que pueden tener efecto en la concentración de carbohidratos y nutrientes, lo anterior influye en el rendimiento, sabor, color y otras características sensoriales que afectan la calidad de los snacks (chifles).

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la demanda de snack de plátano barraganete en el Cantón El Carmen, información que permitirá diseñar un producto bajo los requerimientos del consumidor y comerciante, bajo una estructura de calidad e inocuidad alimentaria y mejorar la rentabilidad del cultivo.

### Metodología

La presente investigación se realizó en el Cantón El Carmen, Provincia de Manabí, en el año 2021, siguiendo los preceptos del paradigma positivista con enfoque cuantitativo mediante una investigación de campo tipo descriptivo. Al respecto, se seleccionó dos grupos de encuestados, la primera que fue dirigida a los locales comerciales, y la segunda a habitantes del cantón de dife-

rentes edades presentando la propuesta de chifles naturales de plátano verde y maduro, además se identificó chifles saborizados con ají, limón y queso.

El estudio estuvo conformado por segmentos de mercado en una población de 111.056 y 33 lugares de expendio se calcularon el tamaño de la muestra a través de la fórmula de cálculo expuesta por Cannavos. En total se aplicaron 399 encuestas a la población de El Carmen.

Una vez obtenido la cantidad de individuos a encuestar se seleccionó los centros comerciales pequeños y supermercados, obteniendo una población de 33 lugares de expendio, aplicadas a 25 tiendas, 6 micro mercados, y 2 supermercados.

La encuesta contempló 20 preguntas, las mismas que fueron validadas y replicadas con tres meses de diferencia para contrastar información.

### Resultados y discusiones

Se identificó la población que frecuentemente consume snack de plátano en cualquiera de sus presentaciones.

CONSUMO DE SNACKS DE PLÁTANO VERDE Y PLÁTANO MADURO EN EL CARMEN, MANABÍ

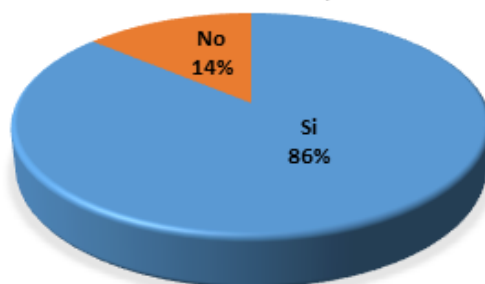


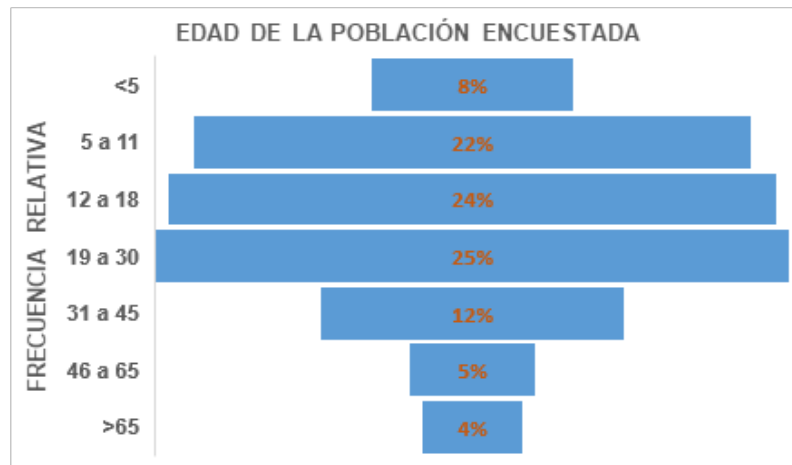
Figura 1. Población que consume snack de plátano verde y plátano maduro

Del 100% de encuestados el 86% (344) manifiestan consumir snacks de plátano verde y plátano maduro, mientras que el 14% (55)

aseguran no consumir este tipo de producto, determinándose la aceptación del producto en la localidad.

El 71 % de la población objeto de estudio que consume los snacks de plátano verde y plátano maduro se encuentra comprendida en edades que oscilan entre los 5 y 30 años, el 12% de consumidores son de entre 31 a 45 años, mientras que el 8% corresponde a

niños menores de 5 años y apenas el 9% de las personas que consumen el producto a ofertar son mayores a 46 años. Se establece entonces que el segmento de mercado consumidor del producto está en edades comprendidas entre los 5 y 30 años.



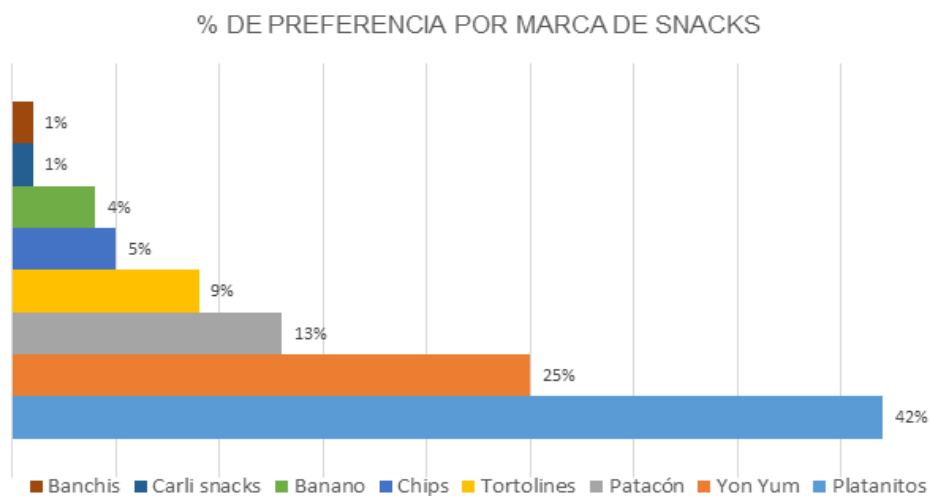
**Figura 2.** Rangos de edades de los encuestados

**Fuente:** Datos de autor.

Los rangos de edad de los encuestados esta entre 18 a 45 años, equivalente a un 61%, esta población tiene una alta capacidad de adquisición y decisión de compra, también existe una población muy joven que esta entre 5 a 11 años equivalente al

22%, eta población no tiene capacidad de adquisición, pero si inferen en la decisión de los adultos.

En cuando a la preferencia de marcas del snack consumido se obtiene:

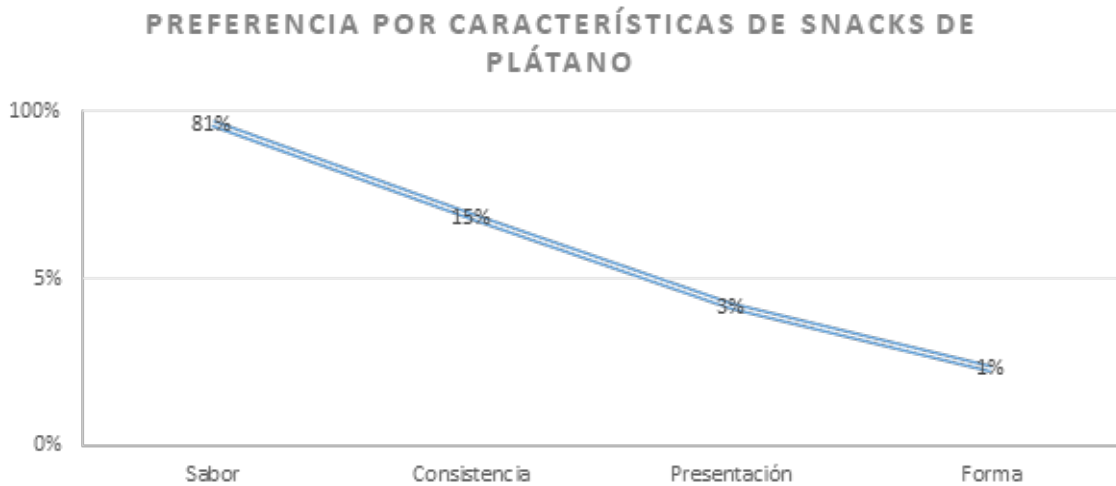


**Figura 3.** Marcas de snack de plátano verde y plátano maduro con mayor demanda

**Fuente:** La investigación.

La preferencia mayoritaria está en la marca “los platanitos” con una aceptación del 42% (143) de los encuestados, seguida por “yon yum” con el 25% (85) de las preferencias preferencia, mientras que el 13% (45) manifiestan que adquieren “patacón”, el 9% (32)

“tortolines”, y el 10% (39) restante optan por “chips”, “banano” y “carli snacks”. Se define entonces que la terna de marcas preferidas por los consumidores es “platanitos”, “Yon Yum” y “patacón”.

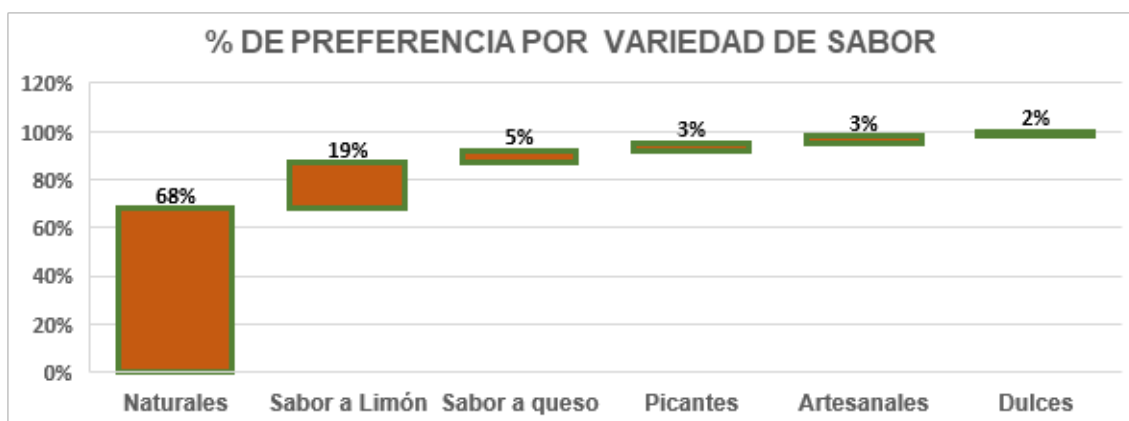


**Figura 4.** Característica del Snack de plátano maduro y plátano verde que deciden la adquisición

**Fuente:** Datos de autor.

Del 100% de encuestados el 81% (278) prefieren el producto por su sabor, mientras que el 15% (50) consideran su consistencia, el 3% (11) por su presentación, y apenas el 1%

(5) consumen en producto por su forma, determinándose así que la característica principal que consideran los consumidores es el momento de elegir un producto es su sabor.

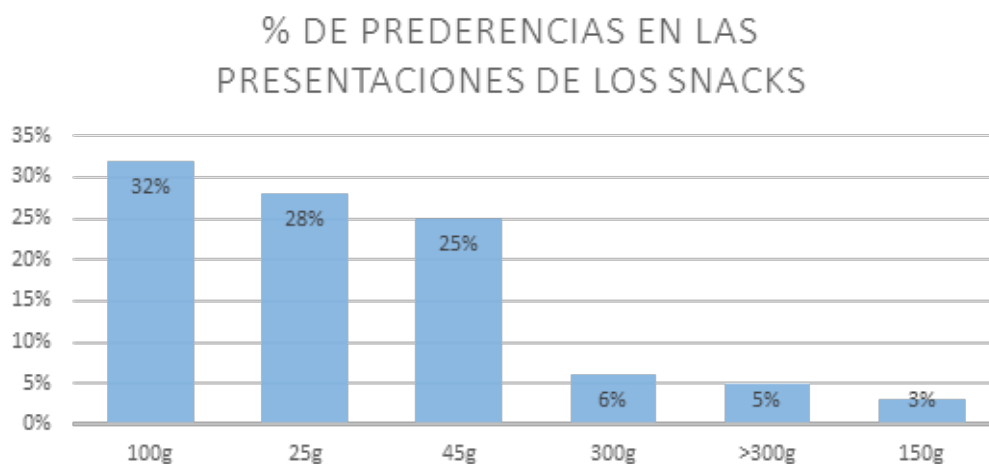


**Figura 5.** Sabor del snack de plátano maduro y plátano verde con mayor demanda

**Fuente:** Datos del autor.

En cuanto al consumo de snack de plátano verde y plátano maduro de acuerdo a su variedad del sabor, el 64% (271) de los encuestados manifiestan que prefieren los snacks de plátano verde y plátano maduro de sabor natural, el 22% (77) prefieren el sa-

bor a limón, el 5% (19) optan por el sabor a queso, en igual porcentaje del 3% (12) elijen los picantes y artesanales y apenas el 2% (8) los snacks de plátano dulce. Se determina la preferencia de los consumidores por los sabores naturales y limón.



**Figura 6.** Presentación del snack de plátano verde y plátano maduro con mayor demanda.

**Fuente:** La investigación.

Del 100% de encuestados el 32% prefieren la presentación de 100g, el 28% optan por 25g, mientras que el 25% eligen 45g de producto, el 6% seleccionan 300g, el 5% seleccionan la presentación fiesta mayor a 300g y apenas el 4% escogen 150g de producto. Se determina entonces que las presentaciones con mayor aceptación en la ciudadanía local son de 25g, 45g y 100g.

Adicionalmente el 86% (296) manifiestan estar de acuerdo con el precio de los snack de plátano verde y plátano maduro que se encuentran actualmente en el mercado y apenas el 14% (48) expresan que su precio es alto. Entonces se determina que los consumidores están de acuerdo con el precio del producto objeto de estudio

El 98% (338) estarían dispuestos a consumir snack de plátano verde y plátano maduro de origen local y apenas el 2% (6) manifiestan que no les interesa adquirirlos.

Se define entonces la predisposición de la ciudadanía a consumir productos locales de los que se pretende industrializar.

En cuanto al lugar de mayor preferencia para comprar los Snack están distribuidos de la siguiente manera; el 88% (331) de los encuestados adquieren el producto objeto de estudio en tiendas de abarrotes, el 9% (32) prefieren realizar la compra en micro mercados y tan solo el 3% (11) prefieren los supermercados. Se determina entonces que los sitios en donde se expende en mayor cantidad son en las tiendas de abastos del cantón, dando una clara estrategia de los puntos de venta a priorizar.

En cuanto al espacio de publicidad los entrevistados respondieron que el 79% (271) preferirían como medio de promoción de los snacks de plátano verde y plátano maduro el internet y redes sociales, mientras que el 13% (45) preferirían anuncios televisivos, el 5% (17) mediante spots radiales, el 2%

(7) optan por la prensa escrita y apenas el 1% (3) prefieren conocer el producto a través de revistas. Determinándose entonces que los medios publicitarios idóneos para la promoción del snack de plátano verde y plátano maduro son el internet, redes sociales y televisión.

### Centros de comercialización

Según la aplicación de las entrevistas se reflejó que de los 33 establecimientos comerciales de víveres del Cantón El Carmen seleccionados como muestra, 25 son tiendas, 6 micromercados y 2 supermercados, en cuanto al tiempo de funcionamiento según el Sistema de Rentas Internas (2021) estos lugares de expendio entrevistados superan el año de funcionamiento siendo negocios estables, de estos 33 establecimientos entrevistados 30 expenden snacks de plátano verde y plátano maduro y los 5 restantes no comercializa este tipo de alimento, otro criterio que resaltan en las entrevistas son las marcas con mayor acogida por los consumidores, estas son platanitos, "Yon Yum", "tortolines" y "banano", y en cuanto a las presentaciones de snack de plátano verde y maduro que son consumidas con mayor frecuencia son de 25g, 45g y 100g.

En las entrevistas ejecutadas, los centros de expendio aseguran que la cantidad de docenas de snacks de plátano verde y plátano maduro que adquieren los expendedores de víveres para la venta de acuerdo a la preferencia del público son: 36 (natural), sabor a limón (18), sabor a queso (16), picantes (14) y artesanales (12), dulces (11).

Los 27 de los 30 propietarios de los locales comerciales entrevistados que expenden snack de plátano verde y plátano maduro manifiestan que estarían dispuestos a adquirir el producto objeto de estudio.

Una de las alternativas para mantener abastecidos los centros de comercialización sin caer en la sobreproducción, es manufacturar el Snack en la cantidad, tipo y presentación solicitada con anterioridad por el cen-

tro de expendio a través de la visita de los promotores de ventas para los pedidos, de acuerdo a lo manifestado por los propietarios de los sitios de expendio 23 de las 30 empresas que industrializan y venden snacks de plátano verde y plátano maduro son frecuentados por los promotores de ventas, con una frecuencia semanal.

Una de las estrategias para mantener fidelidad de los centros de comercialización es a través de incentivos por la venta de los snacks de plátano verde y plátano maduro, según las entrevistas aplicadas los propietarios de abarrotes manifiestan que 4 de los 7 proveedores de los snacks de plátano verde y plátano maduro proporcionan incentivos por venta y los incentivos son por volumen de venta son en descuentos y en productos.

### Conclusión

El éxito de un negocio no solo está basado en una buena idea, la mayoría de emprendimientos fracasan por vender lo que al emprendedor le parece adecuado, sin embargo, no hacen un análisis de mercado, estudio financiero o identifican el perfil del alimento a manufacturar, por esta razón se realizó un estudio para determinar las características que tienen los clientes en función al snack y así garantizar la permanencia del producto y de la empresa en el tiempo.

Se determinó que la demanda de snack de plátano de verde y maduro es alta en los consumidores del Cantón El Carmen, con preferencia al sabor natural y con menor demanda los snacks saborizados con ají, limón y queso. Además, las presentaciones más adquiridas son de 45 g y 100 g. Esta industria tiene gran oportunidad de negocio por accesibilidad del producto en calidad y precio, generando pertinencia en la población con los snacks producidos en la región.

### Bibliografía

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (12 de Julio de 2021). ARCSA. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/documentos-vigentes/>



- Álvarez Morales, E., León Córdova, S., Sánchez Bravo, M., & Cusme Macías, B. (2020). Evaluación socioeconómica de la producción de plátano en la zona norte de la Provincia de los Ríos. *Journal of Business and Entrepreneurial*, 4(2), 86-95. doi:10.37956/jbes.v4i2.78
- Banco Central del Ecuador. (25 de Enero de 2021). BCE. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
- Cedeño Sánchez, A. B. (2020). Medidas de prevención y contingencia de *Fusarium oxysporum* raza 4 en el cultivo de Banano, en la hacienda Elbas. Babahoyo: Universidad Técnica de Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8013/E-UTB-FACIAG-ING%20AGROP-000073.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de El Carmen. (Enero de 2021). GAD Municipal El Carmen. Obtenido de <https://elcarmen.gob.ec/>
- INEC. (9 de Septiembre de 2021). INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CESOS. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. (s.f). INIAP. Obtenido de Banano, plátano y otras musáceas: <https://www.iniap.gob.ec/banano-platano-y-otras-musaceas/>
- Mora suárez, J. P. (2020). Elaboración de chifles de plátano verde (*Musa paradisiaca*) enriquecidos con polvo de cúrcuma (*Curcuma longa*) como ingrediente antioxidante. Guayaquil: Universidad Agraria del Ecuador. Obtenido de <https://cia.ua-graria.edu.ec/Archivos/MORA%20SUAREZ%20JENNIFFER%20PAOLA.pdf>
- OMS. (18 de Octubre de 2017). Organización Mundial de la Salud. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>
- Piloso Chávez, K. J., Pinargote Navarret, E. T., & Montesdeoca Párraga, R. R. (2020). Gestión del conocimiento, capital intelectual e innovación de la producción del chifle de plátano (MUSA AAB). *El Higo. Revista Científica*, 10(2), 35-48. doi:<https://doi.org/10.5377/elhigo.v10i2.10552>
- Pizco Lima, G. J. (2016). Producción y comercialización de derivados del plátano a través de chifles salados y dulces en la parroquia Bellavista Cantón Santa Rosa Provincia de El Oro. Machala: Universidad Técnica de Machala. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4791/1/TUACE-2015-AE-CD00004.pdf>
- Salazar Concha, C. (2018). Comercio electrónico en Chile: ¿qué factores inciden en la decisión de compra? *Revista Academia & Negocios*, 10.
- Sepúlveda, W. S., Ureta, I., & Hernández, G. A. (2017). Consumo de plátano en Ecuador: hábitos de compra y disponibilidad a pagar de los consumidores. *Revista em Agronegócio e Meio Ambiente*, 10(4), 995-1014. Obtenido de <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/rama/article/view/4818/3099>
- Silva, N. R. (2019). Estudio de factibilidad para la implementación de una fábrica procesadora de chifle artesanal en el Cantón Buena Fe. Quevedo: Universidad Estatal de Quevedo. Obtenido de <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/3691/1/T-UTEQ-055.pdf>
- Sistema de Rentas Internas. (13 de Marzo de 2021). SRI. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/estudios-investigaciones-e-indicadores>

### CITAR ESTE ARTICULO:

Tacuri Troya, E. T., Vivas Cedeño, J., López Mejía, F. X., & González Dávila, P. R. (2022). Preferencia de snack de plátano *Musa SP* en el cantón El Carmen, Ecuador. *RECIMUNDO*, 6(4), 616-624. <https://doi.org/10.26820/recimundo/6.4.octubre.2022.616-624>



CREATIVE COMMONS RECONOCIMIENTO-NOCOMERCIAL-COMPARTIRIGUAL 4.0.