



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223898473*

RFC: ATI120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/>

Año: VII

Número: Edición Especial

Artículo no.:38

Período: Noviembre, 2019.

TÍTULO: Financiamiento cinematográfico: Su desarrollo en Guayaquil período 2014 – 2018.

AUTORES:

1. Máster. Leticia Aurora Becilla García.
2. Máster. Franklin Edwin Rodríguez Ponce.
3. Máster. Daniel Gustavo Lemos Beltrán.

RESUMEN: El desarrollo del cine en Guayaquil presenta una gran dificultad al momento de obtener su financiamiento. En este orden, se diseña una investigación descriptiva, no experimental, basada en categorías, sucesos, etc., y se examinan las fuentes de financiación de las películas estrenadas entre los años 2014 y 2018. Se entrevistó a diez productores de películas guayaquileñas, evidenciándose la propuesta comercial cinematográfica, el plazo y las estrategias de financiamiento a partir del guión. Se presentan resultados donde el crowdfunding, crowd investment, los fondos propios, el canje publicitario, la inversión colectiva, los fondos públicos y la inversión privada como fuentes fundamentales en la producción de cine guayaquileño.

PALABRAS CLAVES: financiamiento, desarrollo, cine, Guayaquil, arte.

TITLE: Film funding: Its development in Guayaquil period 2014 – 2018.

AUTHORS:

1. Máster. Leticia Aurora Becilla García.
2. Máster. Franklin Edwin Rodríguez Ponce.
3. Máster. Daniel Gustavo Lemos Beltrán.

ABSTRACT: The development of Guayaquil cinema presents a great difficulty when obtaining its financing. In this order, a descriptive, non-experimental research is designed, based on categories, events, etc., and the sources of financing of the films released between years 2014 and 2018 are examined. Ten producers of Guayaquil films were interviewed, evidencing the cinematographic commercial proposal, the term and the financing strategies from the script. Results are presented where crowdfunding, crowd investment, own funds, advertising exchange, collective investment, public funds and private investment as fundamental sources in the production of films in Guayaquil.

KEY WORDS: funding, development, film, Guayaquil, art.

INTRODUCCIÓN.

Concebir el cine desde una perspectiva económica es uno de los desafíos que Ecuador debe tomar en busca de una herramienta sustentable para crear proyectos audiovisuales, que permitan generar un valor agregado a nivel nacional.

Pensar en las fuentes de financiamiento y sus alternativas permite consolidar nuevos escenarios para la comprensión del cine y su mercado en la localidad de Guayaquil. Estas variaciones, de la mano de diversas producciones independientes, están tomando fuerza en la industria cinematográfica; la cual supone no generar recursos, pero concibe su rentabilidad desde una mirada empresarial, logrando ser motivo de interés para potenciales inversores. En este sentido, las estrategias empresariales para la inversión y su retorno son elementos cruciales para la evaluación de los proyectos ejecutados durante

los últimos años, pues desde una segmentación de mercado se puede apreciar un crecimiento interesante de propuestas con fondos reembolsables y no reembolsables.

Es importante resaltar, que instituciones financieras públicas y privadas también presentan posibilidades de financiamiento, generando un fomento cultural e ideas de coproducción mediante fuentes económicas y alternativas creativas vinculadas con: la autogestión, el microcrédito, crowdfunding, auspicios y fondos concursables.

Desde una perspectiva macroeconómica, los mecanismos fiscales, que como política estatal tuvieron una propuesta observable dentro del sector cinematográfico, siguieron con atención las ideas relacionadas con el fomento de la creatividad y de la inversión con una generalidad integrativa. Entre lo que se busca como competitividad e innovación dentro del propio sector, tanto para empresas audiovisuales como para productoras independientes.

Ecuador es un potencial mercado de consumo para el cine y que busca financiamiento. Esta mirada alentadora para la industria cinematográfica es de gran interés, sobre todo como estrategia para la ampliación de los mercados y sus segmentaciones.

La industria cinematográfica en el Ecuador desde el 2012 ha desarrollado 127 largometrajes de ficción y documental según el CNCine, Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador las mismas que se han desarrollado con diferentes modelos de producción y financiamiento, cabe recalcar que estos datos son a nivel nacional y no hay segmentación de regiones o provincias.

Larrea, Peralta & Tapia (2017) explicaron que “el cine ecuatoriano no fue el primero en surgir dentro de Latinoamérica, sino que su aparición llega con un atraso de varios años respecto a países como Argentina, Colombia, Chile, etc.” (p.15). En Ecuador el primer largometraje argumental en exhibirse fue El Tesoro de Atahualpa en 1924, del guayaquileño Augusto San Miguel y producida por Ecuador Film Co. (Larrea, Peralta, & Tapia, 2017). Con esta primera pieza se logró despertar el interés de

nuevos cineastas, sin embargo, sus estrenos podían tardar décadas, desvaneciendo la posibilidad de concebir el cine como una industria.

En el Ecuador, el proceso de crecimiento económico de la industria cinematográfica se inició durante el año 2006, periodo de expedición de la Ley de Fomento del Cine Nacional, que facilitó una reglamentación general en el sector. Aunque las salas de cine se han visto llenas de producciones internacionales, el cine ecuatoriano ha realizado cambios y ha surgido cambios en los últimos años a pesar de las dificultades García (2015) indicó, con respecto a la transformación del cine ecuatoriano, que ha pasado de ser un cine donde se estrenaba una producción nacional de forma esporádica (hasta la década de los 90), a contar con numerosos estrenos cada año. En el 2013, hubo 14 estrenos, y luego en el año 2014, se contabilizaron 15.

Al no representar el cine nacional un negocio rentable, se vuelve difícil atraer inversión privada para su financiamiento, lo cual lo mantiene en un estado de dependencia del apoyo gubernamental para su desarrollo. Esto es una realidad negativa, ya que limita el número de producciones realizadas por año, a las que alcanzan a obtener un financiamiento gubernamental. García (20015) coincidió que es necesaria una acción para mejorar esta situación.

Para el productor, actor y director Alberto Pablo Rivera, el cine guayaquileño está en auge y se refleja en este último año, logrando grabar 3 o 4 películas. Rivera nos indica que: “En lo que tengo entendido se han hecho solamente 4 películas en casi 55 años de historia de cine en Guayaquil, entonces prácticamente se ha duplicado ese número en un año. Entonces creo que se está empezando una nueva fase o un nuevo tiempo para el cine guayaquileño, para bien” (Rivera, 2017).

DESARROLLO.

Metodología.

Se utilizó una metodología no experimental, basándose en categorías, conceptos, sucesos, comunidades o contextos que acontecieron, lo que fue factor determinante para el tipo y enfoque de

la investigación. Es de carácter exploratorio y descriptivo porque abarca un tema desconocido o poco estudiado, apuntando a resultados que son una visión aproximada de aquel objeto de investigación. En este caso, se tiene un nivel superficial de conocimientos acerca del cine en Guayaquil, por lo que este tipo de investigación es la más acertada al centrarse en descubrir. Grajales (2000) argumentó que es “más amplia y dispersa, implica mayor riesgo y requieren de paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador”.

Además, es descriptiva porque caracteriza un hecho o fenómeno para establecer su estructura o comportamiento. Su objetivo será desarrollar una correcta imagen o caracterización del objeto estudiado a partir de sus rasgos y particularidades. Siendo así, el cine en Guayaquil un sector que no ha sido estudiado desde el punto de vista empresarial y, en este caso, se analizó de qué manera los productores guayaquileños han financiado sus obras cinematográficas para ser utilizados como referentes en futuros proyectos en la ciudad.

Enfoque de la investigación.

El enfoque utilizado en el presente estudio es de tipo cualitativo, ya que sitúa al investigador como observador del mundo. En su ejecución, se llevó a cabo un proceso de prácticas interpretativas de la realidad visible con respecto al objeto de estudio. Además, Rodríguez (2014) indica que “se caracteriza por desarrollarse en un contexto natural, uso de múltiples métodos (participativos, interactivos y humanísticos), es interpretativa, emergente, considera fenómenos sociales holísticamente, es condicionada por el investigador”; por lo que se torna compleja, usando mucho razonamiento para obtener resultados.

Método de investigación.

Los métodos utilizados han sido deductivos y hermenéuticos; Deductivo, porque como uno de los principales procesos de razonamiento y conclusión, se llegan a afirmaciones generales, a afirmaciones

específicas, aplicando pasos lógicos. De tal manera, las técnicas empleadas sirven para elaborar y verificar el modelo a seguir. Es hermenéutico porque interpreta y descubre el sentido de los mensajes para que puedan ser ampliamente comprendidos. Para Cárcamo (2005), esto “debe ser entendida como el arte del entendimiento, a partir del diálogo”; por lo cual, este estudio de investigación “permite captar la importancia a los elementos socioculturales que el autor otorga al proceso de interpretación”, y que se reflejan en el modelo de negocios planteado a través de la interpretación de los mejores procesos o pasos a considerar al momento de buscar financiamiento.

Técnicas de investigación.

Entre las técnicas aplicadas se establece la investigación documental y la entrevista a profundidad. En este caso, se recurre a la investigación documental por ser un proceso de observación y análisis sistemático sobre las realidades teóricas y empíricas. Se examina diferentes tipos de documentos donde se indaga, razona e interpreta la información sobre el tema; para luego usar esos datos en presupuestos ya elaborados y financiados.

Mientras tanto, la entrevista a profundidad se entiende como reincididos encuentros cara a cara entre el investigador y el colaborador, direccionado hacia la comprensión del tema analizado y sus perspectivas al respecto. Debe darse a través de una serie de conversaciones libres donde el entrevistador irá introduciendo nuevos elementos que permitan al informante ofrecer más detalles y referencias; y de esta manera llegar a nuevas conclusiones en base a todas las entrevistas realizadas.

Población y Muestra.

En este estudio, los estrenos de películas ecuatorianas desde 2014 al 2018 se enumeran a continuación consideradas como la población de estudio a nivel nacional, siendo estas películas de ficción y documental.

Tabla 1: Películas ecuatorianas estrenadas

Año	Películas estrenadas
2014	16
2015	14
2016	11
2017	14
2018	18
Total	73

Fuente: ICCA. **Elaboración:** Elaboración propia.

Muestra.

La muestra es un fragmento o subconjunto del universo o población en que se dedicará a llevar a cabo la investigación. De acuerdo con Pita-Fernández (2002), esta parte representativa de la población debe ser “accesible y limitada sobre la que realizamos las mediciones o el experimento con la idea de obtener conclusiones generalizables a la población”. A continuación, se detalla la muestra, que son las películas guayaquileñas estrenadas en el Ecuador desde el 2014 al 2018.

Tabla 2: Películas guayaquileñas, estrenadas entre 2014 – 2018.

Película	Año de estreno	Productor
Instantánea	2014	Alexandra Mora
Sexy Montañita	2014	Alberto Pablo Rivera
Medardo	2014	Julio Ortega
La Descorrupción	2015	María Emilia García
El secreto de Magdalena	2015	Josué Miranda
Entre Sombras: Averno	2015	Juan Pablo Asanza
Sin Muertos no hay carnaval	2016	Sebastián Cordero, Bertha Navarro, Arturo Yépez
Nice Guy Julio	2016	Jhonny Obando, Jandry García
From Core to Sun	2018	Levector
Minuto Final	2018	Leticia Becilla, Luis Avilés
Siguiente Round	2018	Valeria Suárez, Ernesto Yitux
La Dama Tapada – El origen de la leyenda	2018	Josué Miranda, Cristian Rojas, Michelle Prendes

Fuente: ICCA. **Elaboración:** Elaboración propia.

Gestión de datos.

Se recurrirá a la entrevista a profundidad a 10 productores audiovisuales en Guayaquil, para recibir un nivel de confianza del 98% y se conocerá las estrategias de financiamiento empleadas por los cineastas guayaquileños para el desarrollo de sus películas.

Resultados.

La edad promedio de los productores de cine en Guayaquil es de 31 años y la experiencia que ellos tienen en el campo cinematográfico se da con la primera película en la que trabajan o producen; es decir, se hace de una manera empírica. Si bien es cierto que han estudiado para hacer cine, lo han realizado por el lado artístico, más no empresarial. Asimismo, 9 de 10 de los entrevistados se dedican a actividades audiovisuales.

Los productores entrevistados coinciden que el cine en Guayaquil está en desarrollo, donde el cineasta guayaquileño se está arriesgando y apostando por un cine comercial al variar en géneros cinematográficos, es por esto que se evidencia una diferencia entre el cine de Guayaquil y Quito. Se espera que con esta variación se pueda alcanzar a ser industria en este sector, de esta manera lo argumenta Josué Miranda: Creo que Guayaquil ya se está volviendo algo, como lo que Quito venía haciendo, que era como la mata de toda la producción audiovisual para cine y es interesante porque se está produciendo género, que creo que es donde verdaderamente se debe formar la industria, porque es donde a fin de cuentas se genera rédito, el drama en Ecuador no es muy apetecido así que si considero que el cine como industria se va a sustentar en el género.

El tiempo promedio de financiamiento, según los entrevistados, debe ser de un año, esto va a variar de acuerdo a la naturaleza y estrategia que se tome del proyecto. Si bien es cierto que puede llevar muchos años financiando, el tiempo mínimo que estiman es de seis meses. En algunos casos, el

tiempo es un factor delimitante para esta fase donde no se logra conseguir el financiamiento requerido para las diferentes etapas de producción de la película.

Encontrar la naturaleza del proyecto y delimitar hacia dónde se quiere llegar, sea éste de tipo de sala o de público, es el punto más importante dentro de la etapa de Desarrollo, ya que es donde se plantean las estrategias y formas de financiamiento de la película. Esto es fundamental, ya que en base a la naturaleza del proyecto se debe hacer (1) un plan de negocios que reflejará la viabilidad y factibilidad de la película, (2) un teaser como soporte audiovisual que sea lo más cercano a lo que se quiere mostrar en pantalla, (3) un dossier que venda el proyecto de manera impresa y gráfica. El productor, director y actor Alberto Pablo Rivera en su entrevista comenta que ésta “es una etapa en la que nadie se prepara, es de experimentación y cada proyecto tiene una naturaleza y objetivo diferente que hay que saber plantear”.

Esto se evidencia en las entrevistas donde de los 10 productores de películas, solo 2 habían realizado un plan de negocios; el resto de proyectos audiovisuales no lo habían realizado y muchos coincidieron porque no sabían elaborarlo. Pero en lo que sí coincidieron fue en el teaser como soporte audiovisual de sus películas. Frente a esta situación es comprensible que los proyectos no alcanzan financiar el 100% del presupuesto de la película en la etapa de desarrollo por no saber cómo financiar de una manera organizada y estructurada. Jhonny Obando comenta: No sabemos de la parte empresarial, de la parte de producción ejecutiva de esa área y mucha gente no le interesa conocer tampoco. Entonces esa es una gran falencia no adentrarnos en ese campo empresarial, al fin y al cabo, esto es un negocio, fuera de la parte artística es un negocio, porque todos queremos industria, todos queremos vivir 100% de ello J. García & Obando (2017) Asimismo, Luis Avilés (Becilla 2018) reconoce que no saber realizar un plan de negocios es una falencia dentro de este proceso

“Siento que incluso actualmente tengo una falencia de estrategia del negocio. Tal vez mostrar cuánto impacto tendrá tu producto y ‘marketearlo’ de esa manera: cuánta gente te va a ver, cuáles son los medios que vas a llegar, o sea, tratar de enfocar tu película como si fuera un producto audiovisual normal” (Avilés, 2017). Avilés asimila este proceso a la venta de un programa de televisión o radio para venderlo. Es la forma por la cual las empresas podrán conocer cómo se comercializa el cine, viéndolo desde el punto comercial; debe ser vendible.

Otro punto importante dentro de esta investigación es que no todos participan en Fondos Concursables, porque no saben elaborar los proyectos como lo solicitan las instituciones o no cumplen con los requisitos que se solicitan a través de estas entidades, lo cual ha influenciado a que el cineasta guayaquileño opte por otras vías al momento de financiar.

Patricio Rodríguez (Becilla, 2018) explica que “la mayoría de producciones aquí en Guayaquil se manejan como de manera un poco más independiente en comparación con el cine que se realiza en Quito”, agrega que por consecuencia “es bueno en el sentido de que la gente de acá (...) es como un poco más arriesgada a lanzarse a querer hacer cosas sin tener que depender de un fondo público” A todo esto, Ma. Emilia García (Becilla, 2018) indica que “en Ecuador no existen productoras que financien películas, sino que solo se puede buscar inversión privada a cambio de publicidad o fondos concursables” y es aquí donde la figura del productor ejecutivo debe potenciarse; para lo cual, Christian Rojas (Becilla, 2018) explica un breve perfil de éste: “el productor ejecutivo debe ser una persona de negocios que entienda también el cine debe saber qué es hacer una película”. Rojas comenta que no todos entienden las situaciones que demandan considerarse en el financiamiento como las horas de rodaje, la naturaleza de la película y a partir de eso “una hoja de ruta para saber qué nichos se pueden alcanzar”. Con todo esto, se realizarían las estrategias para buscar el financiamiento. Dentro de estas estrategias, Ma. Emilia García (Becilla, 2018) explica algunas características que se debe presentar en el proyecto como:

- Tipos de auspicio con diferentes montos de acuerdo a los beneficios.
- Resaltar el valor del proyecto y su factor diferenciador. ¿Por qué va a triunfar?
- ¿Cómo la marca se va a beneficiar el auspicio?

Para esto, Juan Pablo Asanza (Becilla, 2018) sugiere “tener un plan de contingencia si es que la empresa no contempla apoyar con dinero, llevar un plan de canjes para que puedan salir beneficiados ambas partes”. Josué Miranda recomienda en este punto que “la identificación con la empresa es básica y esencial, debe ir alineado a lo que ellos buscan para su mercado objetivo”.

En relación al diseño de un modelo de financiamiento para la cinematografía independiente en Guayaquil, concluye Cristian Rojas (Becilla, 2018): “tener una hoja de ruta trazado funcionaría muy bien para saber hacia a dónde llevar el proyecto porque muchas veces los productores se dicen para dónde, qué camino agarro por eso puede funcionar muy bien” y Patricio Rodríguez (Becilla, 2018) plantea: “sería bueno que los productores conozcan las distintas herramientas que hay a tu disposición porque realmente cada película es un universo diferente y específico”.

Diagnóstico o estudio de campo.

Sexy Montañita.

El productor ejecutivo de Sexy Montañita, Alberto Pablo Rivera, para financiar esta película realizó una inversión propia para grabar el *teaser* de la película. Después socializó el tráiler junto a un plan de negocios que un amigo le realizó. Encontró muchas respuestas negativas en el camino hasta encontrar un inversionista quien financió su película, firmando un contrato donde él devuelve la inversión y las utilidades por la taquilla de la película (Inversión empresa privada).

El Secreto de Magdalena – La Ruta del Sol – Nice Guy Julio.

Son películas que han sido financiadas por sus propios productores (Inversión propia).

La Descorrupción.

María Emilia García desarrolló una campaña en el sitio web Indiegogo de *crowdfunding* donde no se logró hacer el monto. De todos modos, el sistema de donaciones entre amigos y familiares le deja un fondo, el cual sumado a su propio dinero completa para el rodaje (Inversión propia y *crowdfunding*).

La Dama Tapada.

Josué Miranda en la Dama Tapada hace una inversión con su propio capital, pero aparte obtiene algunos canjes publicitarios con lo que abarata costos de producción (Inversión propia y canje publicitario).

Guayaquil Love.

Luego de realizar un estudio de mercado y plan de negocios, optaron por la venta de derecho de imagen de marca y *product placement* (Empresa privada).

Entre Sombras.

Realizaron un modelo de cooperativa el aporte (intelectual y material) de cada uno de los integrantes del equipo de producción es la inversión de cada uno de ellos (Inversión colectiva).

Minuto Final.

Esta película pasó por todos los procesos: *product placement*, canje, *crowdfunding*, *crowdinvestment*, inversión propia. En cada etapa y momento de la película se ha financiado de diferentes maneras.

Sin Muertos no hay carnaval.

A parte de haber ganado fondos concursables, la empresa privada participó en esta película con auspicio (Fondos y empresa privada).

Pacha.

Su financiamiento, hasta ahora, es a través de fondos concursables, pero falta un 60% en efectivo por lo que está en búsqueda de la empresa privada.

CONCLUSIONES.

Contrastación empírica.

Hay diferentes estrategias a las que se pueden recurrir al momento de financiar cine independiente en Guayaquil, desde la empresa pública y privada, el auto financiamiento, en canje publicitario, la venta de derecho de marca, el crowdfunding entre otros, definir cuál será la ruta es lo más difícil y dependerá del guion y su naturaleza.

Los mecanismos mencionados anteriormente han sido utilizados por producciones independientes en Guayaquil, los mismos que han tenido éxito en algunos casos, los productores ejecutivos de estas películas han sido empíricos en la etapa de financiamiento, pero todos coinciden en realizar un teaser y dossier para esta ya que les ha funcionado, cabe recalcar que solo dos proyectos realizaron un plan de negocios.

El autofinanciamiento como mecanismo es el más complicado según el presupuesto de la película, pero la opción de canje es la que más se presenta ya que el “win and win” que este propone resulta más fácil negociar con las empresas, por lo que se crea una propuesta más sólida con lo que se desea obtener y dar a cambio.

Para saber proponer se necesita crear estrategias, las mismas que se definen en un plan de negocios, pero a su vez se propone seguir un modelo de financiamiento.

Limitaciones.

El trabajo se realizó en la ciudad de Guayaquil.

Líneas de investigación.

Producción científica. Transferencia y uso del conocimiento.

Aspecto Relevante.

Se entrevistó a productores de películas guayaquileñas en diferentes sesiones que resultaron productivas para conocer el proceso de financiamiento de cada una de sus obras, permitiendo tener un punto de referencia a futuros proyectos audiovisuales pero el aspecto más relevante de este estudio de investigación es el diseño de un modelo de financiamiento para producciones cinematográficas, considerando que lo que varía en la etapa de desarrollo es la estrategia de los productores para obtener la inversión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Avilés, L. (2017). Situación de la industria cinematográfica en Guayaquil. In L. Becilla (Ed.).
2. Becilla, L. (2018). Diseño de modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en la ciudad de Guayaquil. Repositorio Digital UCSG. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10793>
3. Cárcamo, H. (2005). Hermenéutica y Análisis Cualitativo. Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales. Recuperado de: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/mobile/23/carcamo.html>
4. García, J., & Obando, J. (2017). Situación de la industria cinematográfica en Guayaquil. In L. Becilla (Ed.).
5. García, M. (2015). Estudio del comportamiento del mercado cinematográfico ecuatoriano en el año 2012 y de la injerencia de los planes de negocios para la generación de ganancias. FOTOCINEMA. Revista científica de cine y fotografía, 11. Recuperado de: <http://www.revistafotocinema.com/index.php?journal=fotocinema&page=article&op=view&path%5B%5D=339&path%5B%5D=276>
6. Grajales, T. (2000). Tipos de Investigación. Recuperado de: <http://tgrajales.net/investipos.pdf>

7. Larrea, C., Peralta, A., & Tapia, A. (2017). Luces, Cámara, Mujeres: un primer plano a las cineastas guayaquileñas. Repositorio Digital UEES. Recuperado de:
<http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/1825/1/DOCUMENTAL.pdf>
8. Pita-Fernández, S. & Pértega-Díaz, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. Cuadernos de atención primaria, 9, pp.76-78.
9. Rivera, A. P. (2017). Producción cinematográfica en Guayaquil. In L. Becilla (Ed.).
10. Rodríguez, D. & Valdeoriola, J. (2014). Metodología de la investigación. Recuperado de:
http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/77608/1/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n_Portada.pdf

DATOS DE LOS AUTORES.

1. **Leticia Aurora Becilla García.** Magister en Administración de Empresas. Docente de la Universidad Técnica de Babahoyo, Los Ríos – Ecuador. E-mail: lbecilla@utb.edu.ec
2. **Franklin Edwin Rodríguez Ponce.** Magister en Economía con Mención en Finanzas y Proyectos Corporativos. Docente de la Universidad Técnica de Babahoyo, Los Ríos – Ecuador. E-mail: frodriguezp@utb.edu.ec
3. **Daniel Gustavo Lemos Beltrán.** Magister en Marketing. Docente de la Universidad Técnica de Babahoyo, Los Ríos – Ecuador. E-mail: dlemos@utb.edu.ec

RECIBIDO: 14 de octubre del 2019.

APROBADO: 24 de octubre del 2019.