

Investigación de mercado del cacahuete (*Arachis Hypogea*) botanero en Delicias, Chihuahua

Peanut market research (*Arachis Hypogea*) snack food in Delicias, Chihuahua

Pérez Jerónima Antonieta, Uranga Valencia Luisa Patricia, Palacios Monárrez Abdón, González Domínguez Janeth Guadalupe, Esquivel Medina Cintya Patricia

Facultad de Ciencias Agrícolas y Forestales de la Universidad Autónoma de Chihuahua. Km 2.5, Carretera Delicias-Rosales

NOTA SOBRE LOS AUTORES

Pérez Jerónima Antonieta: jeperez@uach.mx,  <https://orcid.org/0000-0002-8290-1739>

Uranga Valencia Luisa Patricia: luranga@uach.mx,  <https://orcid.org/0000-0002-5872-6360>

Palacios Monárrez Abdón: abdonpalacios@hotmail.com,  <https://orcid.org/0000-0001-7919-5709>

González Domínguez Janeth Guadalupe: jgonzalezd@uach.mx,  <https://orcid.org/0000-0002-7652-9782>

Esquivel Medina Cintya Patricia: citty.esquivel6@gmail.com

Esta investigación fue financiada con recursos de los autores.

Los autores no tienen ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo a Antonieta Pérez Jerónima.

RESUMEN

La presente investigación se llevó a cabo en Delicias, Chihuahua, con la finalidad de estudiar el mercado del cacahuete botanero, esto debido a que en la región se tiene la la producción de cacahuete en gran cantidad, pero no se ha logrado proporcionar un valor agregado por parte de los productores. Considerando que el cacahuete botanero es un producto muy consumido en nuestra región, se pensó en realizar una investigación de mercado para cuantificar la demanda potencial del producto en Delicias y definir las preferencias del cacahuete por el consumidor analizando con ello la oportunidad de negocio. Se utilizó la encuesta personal para recolección de información donde las variables de análisis fueron: el consumo del producto, precio, presentación, tamaño, sabor, entre otras. El tamaño de muestra fue de 139 cuestionarios los cuales se

Recibido: 03/12/2021

Aceptado: 24/03/2022

Publicado: 30/06/2022



Copyright © 2022 Pérez Jerónima Antonieta, Uranga Valencia Luisa Patricia, Palacios Monárrez Abdón, González Domínguez Janeth Guadalupe y Esquivel Medina Cintya Patricia.
Esta obra está protegida por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

capturaron en SPSS, analizando la información mediante frecuencias y tablas cruzadas. Para lo cual se obtuvo que el 81.3% de la población contestó afirmativamente, y la presentación es a granel y en bolsa de celofán (54.7%) de 200 y 100 gramos fueron las más mencionadas con un 40.3% y 43.2% respectivamente, la frecuencia de compra es una vez por semana (54%). Las variedades son: enchilado (45.3%) y salado (25.2%) para lo cual están dispuestos a pagar a partir de \$21 por el producto (67.6%). El lugar donde prefieren adquirir el producto es en donde venden semilla y condimentos (47.5%) y en los expendios de bebidas alcohólicas (18%). Analizando los resultados se concluye que, si existe mercado potencial para la comercialización del cacahuete botanero en Delicias, Chih.

Palabras clave: Cacahuete, Industrializadora, Mercado, Agronegocio, Comercialización.

ABSTRACT

The present investigation was carried out in Delicias, Chihuahua, with the purpose of studying the market for botanero peanuts, this is due to the fact that in the region there is a large quantity of peanut production, but it has not been possible to provide an added value. by the producers. Considering that snack peanuts are a widely consumed product in our region, we thought of conducting market research to quantify the potential demand for the product in Delicias and define consumer preferences for peanuts, thus analyzing the business opportunity. The personal survey was used to collect information where the analysis variables were: product consumption, price, presentation, size, flavor, among others. The sample size was 139 questionnaires, which were captured in SPSS, analyzing the information through frequencies and cross tables. For which it was obtained that 81.3% of the population answered affirmatively, and the presentation is in bulk and in a cellophane bag (54.7%) of 200 and 100 grams were the most mentioned with 40.3% and 43.2% respectively, the frequency shopping is once a week (54%). The varieties to provide are: spicy (45.3%) and salty (25.2%) for which they are willing to pay from \$21 for the product (67.6%). The place where they prefer to buy the product is where they sell seeds and condiments (47.5%) and in alcoholic beverage stores (18%). Analyzing the results, it is concluded that if there is a potential market for the commercialization of botanero peanuts in Delicias, Chih.

Keywords: Peanut, Industrialization, Market, Agribusiness, Marketing.

INTRODUCCIÓN

México está considerado como un país en vías de desarrollo, por lo que se requiere de la creación de todo tipo de empresas, especialmente de agronegocios que ayuden a impulsar el sector agropecuario. Es indispensable agregar valor a los productos del campo, pero para ello es necesario previamente analizar si dichos proyectos son factibles, siendo esencial la elaboración de un estudio de mercado.

El cacahuete es un cultivo que se realiza abundantemente en la región y que de manera general se le dan diferentes usos, principalmente se consume como botana y se utiliza para la extracción del aceite debido a sus diferentes propiedades nutrimentales.

En el 2012, la producción de cacahuete en México fue de 114.8 miles de toneladas, la cosecha más alta desde el 2002. Las principales entidades que producen cacahuete son: Chihuahua, Sinaloa, Chiapas, Puebla y Oaxaca, cuya producción en conjunto representa 77.2% del total nacional. Las entidades donde la productividad ha sido más alta es en Chihuahua y Chiapas con 1.7 y 1.6 toneladas por hectárea, respectivamente, bajo condiciones de temporal y en condiciones de riego, con 2.9 y 3.0 toneladas por hectárea, respectivamente. En el periodo del 2008 al 2011 el consumo aparente de cacahuete en el país fue más dinámico que la producción: el consumo creció a tasa media anual de 3.9%, mientras que la producción se redujo en 0.4 % esto ocasionó que en el año 2011 el precio medio cotizara en \$ 10,772 pesos por tonelada. Además, cabe mencionar que el incremento del consumo aparente fue atendido por las importaciones, principalmente de Estados Unidos. Es importante comentar que las importaciones representan en promedio anualmente 115,000 toneladas (FIRA, 2014).

El consumo de cacahuete en México es de alrededor de 160,000 toneladas anualmente: de los cuales 145,000 toneladas se destinan al consumo humano; 6,000 toneladas, al procesamiento industrial; 8,000 toneladas, a otros usos y 1,000 toneladas, a semilla para siembra. En México, 80% de los cacahuates se destina a la industria de la confitería, otro 10% se emplea para la producción de aceites y el resto se consume fresco a granel (Antonella, 2015).

Las exportaciones que realiza México son en promedio de 11,000 toneladas y se destinan principalmente a Estados Unidos; en tanto que las importaciones de cacahuete procesado, que promedian 111,000 toneladas anuales, provienen de varios países como Estados Unidos, China, Nicaragua, Argentina y en menor medida de Brasil, India y Paraguay. Como se puede apreciar, hay un faltante de alrededor de 100,000 toneladas por año para cubrir la demanda interna, por lo que se pueden identificar regiones con mejor potencial para encontrar oportunidades de negocio y aprovechar la demanda del mercado interno (360 Negocios, 2016).

Al analizar esta información, se observa una excelente oportunidad de producción para la industrialización del cacahuete debido al incremento en el consumo nacional generado en parte por los beneficios que contiene para la salud al funcionar como un antioxidante alto en fibra, rico en ácido fólico, en vitamina E y proteínas saludables. Además de que también contribuye a la regeneración de las células y en la reducción de enfermedades crónicas cardiovasculares y la demanda de la industria aceitera (De la Rosa Carrera, 2014).

En el estado de Chihuahua en el 2014 se tuvo una producción de 14 mil 712 toneladas de cacahuete, lo cual coloca al estado como una de las regiones de mayor rendimiento pues en promedio se cosecharon dos toneladas de cacahuete por hectárea, dicha producción superó los 58 millones de pesos en derrama económica, lo que significa que el cacahuete puede ser una

buena alternativa de cultivo de alta rentabilidad ya que el precio pagado al productor es de 8 pesos por kilogramo cultivado (Milenio, 2014). Los principales municipios productores de cacahuete en el estado son: Delicias, Rosales, Meoqui, Saucillo, Julimes donde se establecieron 5 mil 245 hectáreas; así mismo, el municipio de Ojinaga en donde se destinaron 2 mil 111 hectáreas para el cultivo del cacahuete.

Los productores de la región son los cinco principales productores a nivel estatal y generalmente comercializan el cacahuete en fresco y en algunas ocasiones solo le dan el valor agregado del tostado, existen pocas empresas en la región (solamente se han identificado dos agronegocios) que se dedican a darle un valor agregado a este producto, como el salado, enchilado, garapiñado, entre otros. Por lo que se desconoce qué tan factible es la creación de una empresa de este giro ya que no se cuenta con un estudio actualizado que proporcione información sobre la comercialización de este producto en el mercado. Por lo cual el objetivo de la presente investigación es determinar la factibilidad de comercializar el cacahuete con un valor agregado.

La importancia de efectuar esta investigación radica en los beneficios que puede proporcionar de resultar favorable el estudio, pues se tiene identificado que el consumo de productos de cacahuete en el país se ha incrementado en los últimos años entre 5 y 10% anual, lo cual ha hecho que el cultivo de esta leguminosa sea cada vez más atractivo, por ser una necesidad para la industria.

Al comercializar el producto ya industrializado se obtendrá un margen de ganancia superior al que se obtiene actualmente, así como se contribuirá en la economía al adquirir el producto que se cultiva en nuestra región y se proporcionará un mejor precio a los agricultores que cultivan este producto.

METODOLOGÍA

El enfoque de la investigación fue mixto ya que se incluyeron variables de tipo cuantitativo y cualitativo. el tipo de investigación fue descriptiva ya que solo se describieron los resultados en función de la factibilidad del proyecto con un diseño transversal simple.

Las variables de análisis fueron: precio, frecuencia de compra, plaza y producto. Para la recopilación de información se procedió a la aplicación de los cuestionarios de manera personal, utilizando un método de aplicación aleatorio a una muestra de 139 habitantes en diferentes sectores de la población de Ciudad Delicias, Chih.

La población considerada en el estudio fueron los consumidores potenciales y los productores de cacahuete en Delicias, Chihuahua. El marco muestral considerado para los consumidores fue del INEGI.

El tipo de muestreo fue probabilístico aleatorio simple, para el cálculo del tamaño de la muestra fue necesario obtener la desviación estándar del consumo, aplicando un muestreo piloto de 30 cuestionarios respecto al consumo de cacahuete por persona al mes. La encuesta se aplicó

a personas que sí consumen cacahuates como botana. considerando un tamaño de la muestra de 139 con un margen de 10% de error, calculado en el método de Naresh Malhotra, mediante enfoque de intervalos de confianza (Malhotra, 2008).

El procesamiento de la información fue a través de SPSS versión 22.0 para su posterior análisis estadístico mediante distribución de frecuencias y tablas cruzadas, obteniendo la información requerida para el estudio.

RESULTADOS

Al realizar la investigación de mercado y al aplicar los cuestionarios se obtuvieron los siguientes resultados: Del total de 139 cuestionarios aplicados, se obtuvo un total de 62 encuestados del género masculino y 77 al género femenino.

Al realizar el análisis estadístico de frecuencia el resultado a la pregunta respecto al consumo del cacahuate botanero el 81.3% de la población contestó afirmativamente, y la presentación preferida fue a granel y en bolsa de celofán (54.7%) de 200 y 100 gramos fueron las más mencionadas con un 40.3% y 43.2% respectivamente. La respuesta a la frecuencia de compra más mencionada fue en fin de semana (36.7%) y una vez por semana (17.3%). Las variedades más seleccionadas fueron: enchilado (45.3%) y salado (25.2%) y el 67.6% de los encuestados está dispuesto a pagar a partir de \$21 por el producto. El lugar donde prefieren adquirir el producto es en donde venden semilla y condimentos (47.5%) y en los expendios de bebidas alcohólicas (18%).

Enseguida se muestran las tablas cruzadas realizadas para verificar la frecuencia de compra con otras variables de consumo del producto.

Cuadro 1. Frecuencia de consumo de cacahuate según el sexo.

		Con que frecuencia consume el producto							Total
		Fines de semana	Fiestas	Diario	Semana	Mes	No consume	otro	
sexo	Masculino	21	10	1	16	3	10	1	62
	Femenino	30	15	2	8	10	12	0	77
Total		51	25	3	24	13	22	1	139

Los resultados arrojados nos indican que el sexo que más consume el producto es el sexo femenino con un 77 entrevistados del total, consumiendo el producto con mayor frecuencia en los fines de semana, sin embargo, el sexo masculino tiene un porcentaje muy aproximado, por lo tanto es indistinto el sexo al que se dirigirá el producto, lo cual amplía las posibilidades de comercialización del producto.

Cuadro 2. Consumo del cacahuate según la edad del entrevistado.

		Consumo			Total
		Si	No	En ocasiones	
Edad	15-25	26	7	0	33
	26-35	24	6	2	32
	36-45	32	2	0	34
	46-55	19	5	0	24
	56 y más	12	4	0	16
Total		113	24	2	139

Los resultados arrojados en el cuadro 02 nos indican que los que más consumen el cacahuate son personas con edades que van de 15 a 45 años con un 71.22% de la población, teniendo un porcentaje importante a considerar con la población de 46 a 55 años de edad (5.11%).

Cuadro 03. Sexo y lugar de compra.

		Donde compra el producto					Total
		Semillas y condimentos	Abarrotes	Expendios	Bares	No consume	
sexo	Masculino	28	7	15	2	10	62
	Femenino	38	14	10	3	12	77
Total		66	21	25	5	22	139

Los resultados en el cuadro 03 nos indican que en las semillas y condimentos es donde más se compra el producto independientemente del sexo del consumidor, en el caso del sexo masculino una opción extra para lugar de compra sería los expendios de cerveza y en el sexo femenino las tiendas de abarrotes.

Cuadro 04. Lugar de compra y presentación preferente

		Presentación preferente					Total
		Bote	Bolsa	Granel	No consume	otras	
Lugar	Semillas y condimentos	9	29	28	0	0	66
donde	Abarrotes	3	12	6	0	0	21
compra el	Expendios	8	11	5	0	1	25
producto	Bares	2	2	1	0	0	5
	No consume	0	0	2	20	0	22
Total		22	54	42	20	1	139

Los resultados nos indican en el cuadro 04 que el consumidor prefiere comprar el producto en semillas y condimentos y prefiere el producto en bolsa o a granel, así como en bolsa de celofán en las tiendas de abarrotes y expendios.

En los resultados se logró identificar que la principal característica en que las personas se fijan para adquirir el producto de cacahuete es la calidad y lo prefieren en las presentaciones salado y enchilado y a pesar de que el cacahuete no es de precio alto los consumidores prefieren consumirlo a una mejor calidad sin importar el precio.

Cálculo del consumo de cacahuete en Delicias, Chihuahua a partir de los resultados de la encuesta considerando solo la población adulta.

Cuadro 05. Consumo potencial de cacahuete en Delicias

Año	Población (adultos)	Porcentaje de consumo	Población	Demanda potencial mensual en Kg
	*incremento de 2.34% anual según INEGI		potencial	(media de consumo mensual 0.600 grs)
2020	150,506	81.30%	122,361	73,416.6
2021	154,027	81.30%	125,223	75,133.8
2022	157,631	81.30%	128,154	76,892.4
2023	161,319	81.30%	131,152	78,691.2

Fuente: Elaboración Propia con datos arrojados de la encuesta.

En el cuadro 05 se puede observar la proyección de la demanda potencial mensual del cacahuete botanero en conjunto en las presentaciones salado y enchilado en Delicias, Chihuahua.

Para ello se consideró la población según datos del INEGI y los datos arrojados por la encuesta aplicada.

Análisis de la demanda con fuentes secundarias. En nuestro país en el año 2011 en la industria botanera se importaron alrededor de 81 mil toneladas, lo cual representa costos de más de 2 mil 500 millones de dólares, teniendo una tasa de 3.4% anual de incremento en el consumo del cacahuete. La mayor parte del cacahuete que se consume en el país es importado de Estados Unidos, Paraguay, India y China a precios competitivos, porque en México no se cuenta con las cantidades suficientes para el autoconsumo. Si bien nuestro país exporta alrededor de 11,000 toneladas anuales de cacahuete en fresco, importa 100,000 toneladas de cacahuete industrializado a costos demasiado elevados (INEGI, FIRA, 2012).

Proyección de los precios. En el periodo 2010-2015 se mantuvo un precio estimado aproximado al productor de \$8,000 por tonelada de cacahuete. En lo referente al precio en centrales de abasto al mayoreo se estableció un precio de 18.5 por kilogramo (Gobierno del estado de Chihuahua, 2010).

El precio del cacahuete en fresco oscila entre los \$30.00 y \$40.00 pesos según información obtenida de (SNIIM, 2018). Con respecto al precio del cacahuete enchilado el cual se consultó en las comercializadores de granos y semillas con venta a granel aproximadamente es de \$70.00, el precio de cacahuete salado a granel oscila entre \$53.00 y \$70.00 por kilogramo y el de cacahuete tostado natural es de \$65.00a \$70.00. El cacahuete tostado con cascara en el mercado tiene un precio aproximado de \$45.00 a \$55.00.

Comercialización del producto. De acuerdo con la encuesta aplicada los resultados indican los porcentajes de los principales canales de distribución. Se observa en el cuadro 04 que el 41.0% de las compras de la industria de cacahuete se canalizan a través de un mayorista-distribuidor final, debido a que las personas prefieren comprarlo en tiendas de semillas y condimentos con la presentación de bolsa o a granel, seguido por las tiendas de abarrotes y expendios que prefirieron 32.37% de la población.

Estas cifras demuestran que se debe localizar a los principales distribuidores del producto, pues a través de ellos es donde se vende el mayor porcentaje. Ellos se encargarán de vender el producto a minoristas para que éstos, finalmente, lo hagan llegar al consumidor final en tiendas de abarrotes y expendios de cerveza. El problema de este canal es que se generan dos intermediarios, cada uno con determinado porcentaje de ganancia, por lo que el precio final de venta será más alto. El segundo canal, tiendas de venta a granel, es el que presenta mejores perspectivas de venta, ya que hay un solo intermediario; el único problema es que el producto no llegaría a toda la población, porque definitivamente no todos compran las botanas en este lugar.

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

Según los datos identificados en la investigación de mercado los productos a ofrecer al consumidor pueden ser el cacahuete salado y enchilado en presentaciones de 100 y 200 gramos y a granel, a ofrecerlo en los expendios y tiendas de abarrotes y el cacahuete a granel en los establecimientos de semillas y condimentos, el precio estará acorde a lo mencionado por los encuestados ya que oscilará aproximadamente en \$20.00 por 100 gr. un precio que se considera accesible por el consumidor de todos los niveles de ingresos.

Los encuestados que mencionaron que no consumen el producto fueron un total de 26 personas que corresponde al 18.7% y al ser muy baja la tasa de respuesta negativa se considera que este producto si tiene factibilidad mercadológica para su comercialización y se recomienda realizar un análisis de factibilidad técnico y financiero para evaluar el proyecto de inversión de valor agregado al cacahuete que se produce en la región.

Se recomienda realizar una asociación o grupo de productores de cacahuete de la región para reunir el capital social requerido y realizar gestiones en los departamentos de gobierno para bajar recursos que apoyen en dar el valor agregado al producto y obtener mejores rendimientos al participar en un eslabón más de la cadena productiva.

LITERATURA REVISADA

- 360 Negocios. (06 de mayo de 2016). ¡Que no te valga un cacahuete! Recuperado el 16 de mayo de 2017, de <http://www.negocios360.mx/que-no-te-valga-un-cacahuete-11-datos-que-debes-saber-sobre-su-produccion/> https://doi.org/10.1542/ppe_document155.spanish
- American Peanut Council. (2014). American Peanut Council. Recuperado el 16 de Marzo de 2017, de <http://www.cacahuatesusa.com/para-la-industria/produccion-y-procesamiento/cultivo-y-cosecha-del-cacahuete>
- Andia Valencia, W. (2010). Proyectos de inversión:Un enfoque diferente de análisis. *Industrial data*, 28-31. <https://doi.org/10.15381/idata.v13i1.6154>
- Antonella, L. (2015). Academia. Obtenido de Academia: http://www.academia.edu/28855315/TP_Mkt_Aplicado
- Boletin Agrario. (31 de 07 de 2018). Boletin Agrario. Recuperado el 31 de 07 de 2018, de <https://boletinagrario.com/ap-6,cacahuete,116.html>
- De la Rosa Carrera, L. (25 de Noviembre de 2014). Cacahuete, una alternativa rentable en el estado de Chihuahua. Milenio.

- El gourmet. (30 de Julio de 2018). Recuperado el 30 de Julio de 2018, de <http://elgourmet.com/glosario/botana>
- FIRA. (2014). Recuperado el 04 de ABRIL de 2017, de <http://eleconomista.com.mx/columnas/agro-negocios/2014/06/03/cacahuate-mercado-interno-insatisfecho>
- Gobierno del estado de Chihuahua. (2010). Obtenido de <http://www.chihuahua.gob.mx/attach2/sdr/uploads/File/cacahuate.pdf>
- Gonzalez, E. E. (27 de Diciembre de 2011). Fira. Recuperado el 29 de Abril de 2017, de Fira: <http://eleconomista.com.mx/columnas/termometro-financiero/2011/12/27/cacahuate>
- INEGI, FIRA. (27 de Abril de 2012). Recuperado el 05 de Mayo de 2017, de <http://www.sintesiscaaarem.org.mx/COM/SPRENSA.NSF/a25ec43480b5f6a786256c46005cc205/23649e350359db22862579ed0050bd7f?OpenDocument>
- Malhotra, N. (2008). Investigación de mercados, un enfoque aplicado. México: Pearson educación.
- Mar, A. (12 de diciembre de 2012). México al natural . Recuperado el 9 de marzo de 2017, de <http://mexicoalnatural.com/2012/12/cacahuates/>
- Milenio. (25 de Noviembre de 2014). Recuperado el 07 de Mayo de 2018, de http://m.milenio.com/estados/siembra_de_cacahuate-cultivos_de_cacahuates-cacahuates_de_Chihuahua_0_415758508.html <https://doi.org/10.18356/170c64f5-es>
- Peña, S. L., Peralta Santiago, M., Martínez Sánchez, E., Cruz Velazco, F., Toledo Figueroa, J. a., Rodríguez Villanueva, D., Mauro Moreno, G. (26 de abril de 2013). Proyecto Cacahuate. Recuperado el 22 de septiembre de 2017, de <https://es.scribd.com/doc/138079371/Proyecto-Cacahuate>
- Reyes Cruz, J. L. (28 de Noviembre de 2011). Recuperado el 14 de Octubre de 2017, de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Proyectos_de_Inversion.pdf
- Rojas, M. M. (17 de Enero de 2012). Tecno Agro. Recuperado el 16 de Marzo de 2017, de <https://tecnoagro.com.mx/revista/2012/no-74/el-cultivo-del-cacahuate-arachis-hipogaea-1/>
- Secretaría de Educación Pública. (2013). Sistema Nacional de Información Estadística Educativa. Obtenido de Sistema Nacional de Información de Escuelas: <http://www.snie.sep.gob.mx/SNIESC> <https://doi.org/10.1590/s0036-36342002000500012>
- SIAP- SAGARPA. (06 de Junio de 2011). Recuperado el 13 de Octubre de 2017, de <http://www.chihuahua.gob.mx/attach2/sdr/uploads/File/cacahuate.pdf>
- SNIIM. (24 de noviembre de 2014). Chihuahua.gob.mx. Recuperado el 17 de marzo de 2017, de Chihuahua.gob.mx: www.chihuahua.gob.mx/cacahuate/ <https://doi.org/10.32870/recibe.v10i2.235>

SNIIM. (07 de Agosto de 2018). SISTEMA NACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INFORMACION DE MERCADOS. Recuperado el 07 de Agosto de 2018, de <http://www.economia-sniim.gob.mx/2010prueba/PreciosHoy.asp?prodC=9008>
<https://doi.org/10.33610/01229907.v23n17>

Copyright © 2022 Pérez Jerónima Antonieta, Uraga Valencia Luisa Patricia, Palacios Monárrez Abdón, González Domínguez Janeth Guadalupe y Esquivel Medina Cintya Patricia.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)