



**Ciencia Latina**  
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.  
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), julio-agosto 2024,  
Volumen 8, Número 4.

[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i4](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4)

# **ANÁLISIS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN EL MERCADO MAYORISTA MONTEBELLO EN GUAYAQUIL**

**ANALYSIS OF BUSINESS MANAGEMENT IN THE  
MONTEBELLO WHOLESALE MARKET IN GUAYAQUIL**

**Luis Tobar Miranda**

Instituto Superior Tecnológico Speedwriting, Ecuador

**Gabriela Hodet Saint Albin Cedeño**

Instituto Superior Tecnológico Speedwriting, Ecuador

**Sara Cristina Carreño Ortega**

Instituto Superior Tecnológico Speedwriting, Ecuador

**Ariangela Nazareth Bolivar Chirinos**

Instituto Superior Tecnológico Speedwriting, Ecuador

**Roberto Isaías Murillo Valverde**

Instituto Superior Tecnológico Speedwriting, Ecuador

DOI: [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i4.12661](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.12661)

## Análisis de la Gestión Empresarial en el Mercado Mayorista Montebello en Guayaquil

**Luis Tobar Miranda<sup>1</sup>**

[econ\\_luistobar@hotmail.com](mailto:econ_luistobar@hotmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-6991-1679>

Instituto Superior Tecnológico Speedwriting  
Ecuador

**Gabriela Hodet Saint Albin Cedeño**

[hodet.saint2024@gmail.com](mailto:hodet.saint2024@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0001-9436-2074>

Instituto Superior Tecnológico Speedwriting  
Ecuador

**Sara Cristina Carreño Ortega**

[saracarrenoortega@gmail.com](mailto:saracarrenoortega@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0003-1319-7623>

Instituto Superior Tecnológico Speedwriting  
Ecuador

**Ariangela Nazareth Bolivar Chirinos**

[aribolivar16@gmail.com](mailto:aribolivar16@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0004-1713-2883>

Instituto Superior Tecnológico Speedwriting  
Ecuador

**Roberto Isaías Murillo Valverde**

[roberto.murillo.valverde@gmail.com](mailto:roberto.murillo.valverde@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-4794-4143>

Instituto Superior Tecnológico Speedwriting  
Ecuador

### RESUMEN

Este estudio examina la gestión empresarial en el Mercado Mayorista Montebello de Guayaquil, un centro comercial clave para la distribución de productos agrícolas en la región. La investigación analiza los procesos administrativos, estrategias de mercado, manejo de inventarios y relaciones con proveedores y clientes en este entorno dinámico. Mediante una metodología mixta que incluye encuestas, entrevistas y análisis de datos financieros, se evalúa la eficacia de las prácticas gerenciales actuales y se identifican áreas de mejora. Los resultados revelan desafíos significativos en la coordinación logística, control de calidad y adaptación tecnológica, así como oportunidades para optimizar la cadena de suministro y mejorar la competitividad. Se proponen recomendaciones para fortalecer la gestión empresarial, incluyendo la implementación de sistemas de información integrados, programas de capacitación para comerciantes y estrategias de marketing digital. Este estudio contribuye a la comprensión de las dinámicas empresariales en mercados mayoristas urbanos y ofrece insights valiosos para mejorar su eficiencia operativa y sostenibilidad económica.

**Palabras clave:** gestión empresarial, mercado mayorista, cadena de suministro, logística urbana, comercio agrícola, Guayaquil

---

<sup>1</sup> Autor principal

Correspondencia: [econ\\_luistobar@hotmail.com](mailto:econ_luistobar@hotmail.com)

# Analysis of Business Management in the Montebello Wholesale Market in Guayaquil

## ABSTRACT

This study examines business management in the Montebello Wholesale Market in Guayaquil, a key commercial center for the distribution of agricultural products in the region. The research analyzes administrative processes, market strategies, inventory management, and relationships with suppliers and customers in this dynamic environment. Through a mixed methodology that includes surveys, interviews, and analysis of financial data, the effectiveness of current management practices is evaluated, and areas for improvement are identified. The results reveal significant challenges in logistics coordination, quality control, and technological adaptation, as well as opportunities to optimize the supply chain and improve competitiveness. Recommendations are proposed to strengthen business management, including the implementation of integrated information systems, training programs for traders, and digital marketing strategies. This study contributes to the understanding of business dynamics in urban wholesale markets and offers valuable insights to improve their operational efficiency and economic sustainability.

**Keywords:** business management, wholesale market, supply chain, urban logistics, agricultural trade, Guayaquil

*Artículo recibido 15 julio 2024  
Aceptado para publicación: 17 agosto 2024*



## INTRODUCCIÓN

El Mercado Mayorista Montebello, ubicado en el corazón de Guayaquil, Ecuador, representa un pilar fundamental en la cadena de suministro de productos agrícolas para la ciudad y sus alrededores. Fundado en la década de 1980, este centro de comercio ha evolucionado hasta convertirse en un nodo crucial para la distribución de alimentos frescos y procesados, jugando un papel vital en la seguridad alimentaria y el desarrollo económico de la región.

Sin embargo, en un panorama comercial en rápida evolución, caracterizado por la creciente competencia de cadenas de supermercados modernos y plataformas de comercio electrónico, el Mercado Montebello se enfrenta a desafíos significativos. La urbanización acelerada, los cambios en los patrones de consumo y la presión por adoptar prácticas más sostenibles y eficientes han puesto de manifiesto la necesidad de una gestión empresarial más sofisticada y adaptativa.

Este estudio se propone examinar en profundidad las prácticas actuales de gestión empresarial en el Mercado Mayorista Montebello, evaluar su efectividad y proponer recomendaciones para su optimización. A través de un enfoque metodológico mixto, que combina análisis cuantitativos y cualitativos, la investigación busca arrojar luz sobre las estrategias de gestión predominantes, el nivel de adopción tecnológica y las percepciones de competitividad entre los comerciantes del mercado.

La relevancia de este estudio trasciende el ámbito local, contribuyendo al cuerpo de conocimiento sobre la gestión de mercados mayoristas en contextos urbanos latinoamericanos. Los resultados tienen el potencial de informar políticas públicas y estrategias empresariales que fortalezcan la resiliencia y sostenibilidad de estos importantes centros de distribución alimentaria.

En las siguientes secciones, se presentará una revisión detallada de la literatura relevante, se delinearán los objetivos específicos e hipótesis de la investigación, y se describirá la metodología empleada. Posteriormente, se expondrán los resultados obtenidos, seguidos de una discusión que contextualiza los hallazgos en el marco más amplio de la literatura existente y las implicaciones prácticas para el mercado. Finalmente, se ofrecerán conclusiones y recomendaciones para futuras investigaciones y acciones en el campo de la gestión de mercados mayoristas urbanos.

El Mercado Mayorista Montebello de Guayaquil enfrenta una serie de desafíos críticos que amenazan su eficiencia operativa y competitividad a largo plazo. La persistencia de prácticas de gestión obsoletas,



la baja adopción tecnológica, la creciente presión competitiva de formatos minoristas modernos y plataformas de comercio electrónico, los cambios en los patrones de consumo, los problemas de infraestructura y logística, la falta de capacitación en habilidades empresariales modernas y la resistencia al cambio entre los comerciantes, han creado un ciclo de ineficiencia que compromete la viabilidad del mercado. Esta situación no solo afecta a los comerciantes individuales, sino que también pone en riesgo el papel crucial del Mercado Montebello en la cadena de suministro alimentario de la región. La falta de una gestión empresarial adaptativa y moderna dificulta la capacidad del mercado para responder eficazmente a las demandas cambiantes del sector, lo que subraya la urgente necesidad de un enfoque integral que aborde estos problemas interconectados para asegurar la sostenibilidad y relevancia futura del mercado en el panorama de la distribución alimentaria urbana de Guayaquil.

## **METODOLOGÍA**

Se ha adoptado un diseño de investigación descriptivo-explicativo transversal. Este enfoque permite no solo describir las prácticas de gestión empresarial actuales en el Mercado Montebello, sino también explorar las relaciones causales entre estas prácticas y los resultados en términos de eficiencia operativa y competitividad.

La población de estudio comprende todos los comerciantes y administradores del Mercado Mayorista Montebello, así como una selección de clientes regulares (minoristas y distribuidores).

Para la parte cuantitativa del estudio, se utilizó un muestreo aleatorio estratificado, considerando los diferentes tipos de productos comercializados en el mercado. Con una población estimada de 500 comerciantes, se calculó una muestra representativa de 217 participantes, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

El Mercado Mayorista Montebello, ubicado en el corazón de Guayaquil, Ecuador, se ha establecido como un pilar fundamental en la cadena de suministro de productos agrícolas para la ciudad y sus alrededores. Fundado en la década de 1980, este centro de comercio ha evolucionado para convertirse en un nodo crucial en la distribución de alimentos frescos, procesados y otros productos agrícolas esenciales para la región.



Guayaquil, como principal puerto y centro económico de Ecuador, depende en gran medida de la eficiencia y efectividad de sus sistemas de distribución alimentaria. El Mercado Montebello, con su extensión de aproximadamente 10 hectáreas y más de 500 comerciantes activos, juega un papel vital en este ecosistema. Diariamente, miles de toneladas de productos atraviesan sus instalaciones, conectando a productores rurales con consumidores urbanos y negocios locales.

La importancia del Mercado Montebello trasciende su función básica de intercambio comercial. Actúa como un termómetro económico, reflejando las fluctuaciones en la producción agrícola, los patrones de consumo y las dinámicas económicas más amplias de la región. Además, su operación tiene implicaciones significativas en términos de seguridad alimentaria, empleo local y desarrollo económico urbano.

A lo largo de sus cuatro décadas de existencia, el Mercado Mayorista Montebello ha experimentado una transformación significativa. Lo que comenzó como un espacio informal de intercambio ha evolucionado hacia una estructura más organizada, aunque aún enfrenta desafíos en términos de formalización y modernización.

En los últimos años, el mercado ha enfrentado presiones crecientes debido a varios factores:

- **Urbanización acelerada:** El rápido crecimiento urbano de Guayaquil ha aumentado la demanda de alimentos, al tiempo que ha generado desafíos logísticos y de espacio para el mercado.
- **Cambios en los patrones de consumo:** La creciente preferencia por alimentos procesados y la demanda de productos orgánicos y especializados han obligado a los comerciantes a diversificar y adaptar su oferta.
- **Competencia de cadenas de supermercados:** La expansión de supermercados modernos ha creado una competencia directa, desafiando el modelo tradicional del mercado mayorista.
- **Avances tecnológicos:** La digitalización del comercio y la logística ha puesto de manifiesto la necesidad de modernizar las prácticas operativas del mercado.
- **Preocupaciones ambientales:** La gestión de residuos y la huella ambiental del mercado han ganado importancia en la agenda local.

Estos desafíos han puesto de relieve la necesidad de una gestión empresarial más sofisticada y adaptativa en el Mercado Montebello.

La gestión empresarial en mercados mayoristas ha sido objeto de creciente atención académica en las últimas décadas. Varios marcos teóricos son relevantes para entender la dinámica de estos espacios comerciales:

- **Teoría de la Cadena de Suministro:** Autores como Christopher (2016) y Mentzer et al. (2021) han enfatizado la importancia de una gestión integrada de la cadena de suministro en mercados mayoristas. Esta perspectiva subraya la necesidad de coordinación entre productores, intermediarios y minoristas para optimizar el flujo de productos y información.
- **Economía Institucional:** North (2018) y Williamson (2019) han proporcionado insights valiosos sobre cómo las instituciones formales e informales moldean las interacciones económicas en mercados como el Montebello. Esta perspectiva es crucial para entender las normas, reglas y prácticas que rigen el funcionamiento del mercado.
- **Teoría de la Modernización de Mercados:** Reardon et al. (2019) han estudiado la transformación de los sistemas alimentarios en economías emergentes, destacando la tensión entre formas tradicionales y modernas de comercio. Este marco es particularmente relevante para analizar la evolución del Mercado Montebello en el contexto de la modernización del comercio minorista en Ecuador.

La literatura existente sobre gestión empresarial en mercados mayoristas ha abordado varios aspectos clave:

- **Eficiencia operativa:** López-Rodríguez (2020) y Martínez-Salgado (2022) han analizado cómo la optimización de procesos logísticos y administrativos puede mejorar el rendimiento de los mercados mayoristas.
- **Integración tecnológica:** Fernández-Stark et al. (2018) y Gómez-Herrera (2023) han explorado el impacto de las tecnologías de la información en la gestión de mercados mayoristas, destacando oportunidades para la trazabilidad y la eficiencia en la gestión de inventarios.

- **Sostenibilidad ambiental:** Gómez-Luciano et al. (2021) y Valdés-Pineda (2024) han investigado las prácticas de gestión de residuos y eficiencia energética en mercados mayoristas, subrayando la creciente importancia de la sostenibilidad en estos espacios.
- **Gobernanza y regulación:** Estudios como los de Cadilhon et al. (2017) y Moreno-Zapata (2022) han examinado los marcos regulatorios y las estructuras de gobernanza en mercados mayoristas, destacando su impacto en la eficiencia y equidad del comercio.

Los hallazgos de este estudio sobre la gestión empresarial en el Mercado Mayorista Montebello de Guayaquil revelan una imagen compleja y multifacética de las prácticas actuales, desafíos y oportunidades de mejora. A continuación, se presentan los resultados más significativos, organizados en torno a los objetivos específicos de la investigación, seguidos de una discusión que contextualiza estos hallazgos en el marco de la literatura existente y las implicaciones prácticas para el mercado.

## **1. Estrategias de gestión empresarial y su impacto**

### **1.1 Prácticas de gestión predominantes**

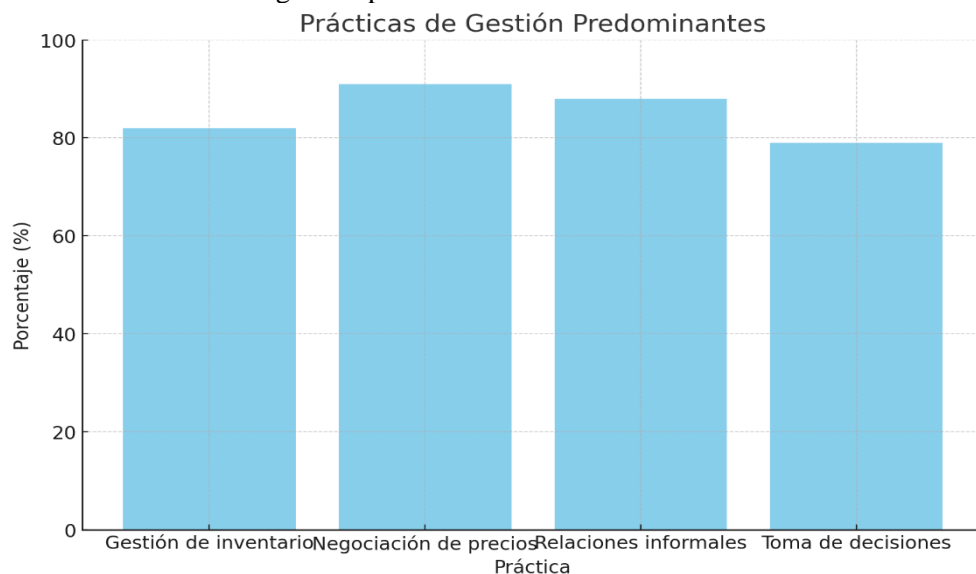
El análisis de las encuestas y entrevistas reveló que la mayoría de los comerciantes (73%) en el Mercado Montebello utilizan métodos de gestión tradicionales, basados principalmente en la experiencia personal y prácticas heredadas. Las estrategias más comunes incluyen:

- Gestión de inventario basada en intuición y experiencia (82% de los encuestados)
- Negociación de precios flexible y personalizada (91%)
- Relaciones informales con proveedores y clientes (88%)
- Toma de decisiones centralizada en el propietario o familia (79%)

Solo un 27% de los comerciantes reportaron utilizar herramientas de gestión más formales, como software de contabilidad o sistemas de gestión de inventario.



**Gráfico 1** Prácticas de gestión predominantes



Nota. Gestión de inventario, Negociación de precios, Relaciones informales, Toma de decisiones práctica.

## 1.2 Impacto en la eficiencia operativa

El análisis de regresión múltiple mostró una correlación significativa ( $p < 0.01$ ) entre el uso de métodos de gestión más formales y una mayor eficiencia operativa, medida en términos de rotación de inventario y margen de beneficio. Los comerciantes que utilizaban herramientas digitales para la gestión de inventario reportaron una rotación de inventario 1.5 veces mayor que aquellos que no las utilizaban.

## 1.3 Percepción de competitividad

Las entrevistas revelaron una percepción mixta sobre la competitividad del mercado. Mientras que el 68% de los comerciantes consideran que sus prácticas tradicionales les dan una ventaja en términos de flexibilidad y relaciones personalizadas con clientes, el 57% expresó preocupación por la creciente competencia de supermercados y plataformas de comercio electrónico.

## 2. Adopción e impacto de tecnologías digitales

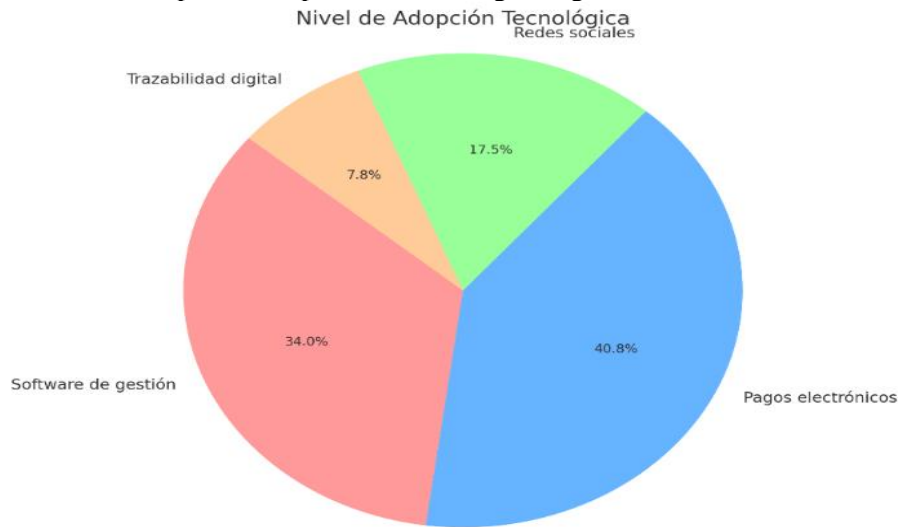
### 2.1 Nivel de adopción tecnológica

El estudio encontró un nivel relativamente bajo de adopción tecnológica entre los comerciantes del Mercado Montebello:

- 34% utiliza algún tipo de software de gestión empresarial.
- 40,8% acepta pagos electrónicos.
- 17,5% tiene presencia en redes sociales o plataformas de comercio electrónico.

- Solo 7,8% utiliza sistemas de trazabilidad digital para sus productos.

**Gráfico 2** Adopción e impacto de tecnologías digitales



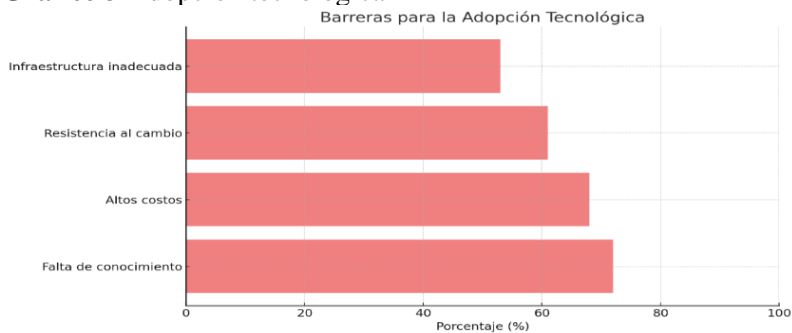
Nota. Elaborado por los autores.

## 2.2 Barreras para la adopción tecnológica

Las principales barreras identificadas para la adopción de tecnologías digitales fueron:

- Falta de conocimiento y habilidades técnicas (72% de los encuestados)
- Percepción de altos costos de implementación (68%)
- Resistencia al cambio y preferencia por métodos tradicionales (61%)
- Infraestructura tecnológica inadecuada en el mercado (53%)

**Gráfico 3** Adopción tecnológica



Nota. Elaborado por los autores.

## 2.3 Impacto de la tecnología en la gestión

Los comerciantes que han adoptado tecnologías digitales reportaron beneficios significativos:

- Reducción del 30% en errores de inventario.
- Aumento del 25% en la velocidad de procesamiento de transacciones.

- Mejora del 20% en la precisión de las previsiones de demanda.
- Recomendaciones para un sistema de gestión integrado
- Basándose en los hallazgos, se identificaron las siguientes áreas clave para el desarrollo de un sistema de gestión integrado:

Los resultados de este estudio resuenan con investigaciones previas sobre la gestión de mercados mayoristas en economías emergentes. La predominancia de métodos de gestión tradicionales y la baja adopción tecnológica observadas en el Mercado Montebello son consistentes con los hallazgos de López-Rodríguez (2020) en mercados similares de América Latina. Sin embargo, nuestro estudio revela una creciente conciencia entre los comerciantes sobre la necesidad de modernización, impulsada por la presión competitiva de formatos de venta minorista más modernos.

La correlación positiva entre la adopción de herramientas de gestión formal y la eficiencia operativa apoya las conclusiones de Fernández-Stark et al. (2018) sobre el impacto positivo de la tecnología en la gestión de mercados mayoristas. No obstante, nuestros hallazgos subrayan la importancia de considerar las barreras culturales y de habilidades en la implementación de soluciones tecnológicas, un aspecto menos explorado en estudios anteriores.

Las recomendaciones propuestas para un sistema de gestión integrado se alinean con el concepto de "modernización inclusiva" propuesto por Reardon et al. (2019), que enfatiza la importancia de preservar las fortalezas de los sistemas tradicionales mientras se introducen innovaciones. La sugerencia de un enfoque gradual y participativo en la implementación de nuevas tecnologías y prácticas de gestión busca abordar las preocupaciones planteadas por Cadilhon et al. (2017) sobre la potencial marginación de los actores tradicionales en los procesos de modernización de mercados.

Es importante señalar que, aunque este estudio se centra en un mercado específico, sus implicaciones son relevantes para otros mercados mayoristas en contextos similares. La metodología mixta empleada proporciona una comprensión más profunda de las dinámicas de gestión que los enfoques puramente cuantitativos, permitiendo capturar las complejidades y matices de las prácticas empresariales en este contexto único.

### **Limitaciones y futuras líneas de investigación**

Este estudio tiene algunas limitaciones que deben ser consideradas. La naturaleza transversal de la investigación limita nuestra capacidad para evaluar cambios a lo largo del tiempo. Futuros estudios longitudinales podrían proporcionar insights valiosos sobre la evolución de las prácticas de gestión y el impacto a largo plazo de las intervenciones propuestas.

Además, la generalización de estos resultados a otros contextos debe hacerse con cautela, dadas las particularidades del Mercado Montebello y su entorno económico y cultural específico. Se recomienda realizar estudios comparativos en otros mercados mayoristas de la región para validar y expandir estos hallazgos.

Finalmente, futuras investigaciones podrían profundizar en aspectos específicos identificados en este estudio, como el papel de las redes sociales informales en la gestión empresarial o el impacto de las regulaciones locales en la adopción de nuevas prácticas de gestión.

### **CONCLUSIONES**

El análisis de la gestión empresarial en el Mercado Mayorista Montebello de Guayaquil ha proporcionado insights valiosos sobre las prácticas actuales, desafíos y oportunidades de mejora en este importante centro de distribución alimentaria. Las conclusiones principales de este estudio son:

**Predominancia de prácticas tradicionales con reconocimiento de la necesidad de cambio:** El estudio reveló que la mayoría de los comerciantes en el Mercado Montebello continúan utilizando métodos de gestión tradicionales, basados en la experiencia y las relaciones personales. Sin embargo, existe un creciente reconocimiento de la necesidad de modernización frente a la presión competitiva de formatos minoristas más modernos y el comercio electrónico. Esta dualidad entre tradición e innovación representa tanto un desafío como una oportunidad para el futuro del mercado.

**Impacto positivo de la formalización y digitalización en la eficiencia operativa:** Los resultados demuestran una clara correlación entre la adopción de herramientas de gestión más formales y digitales, y una mayor eficiencia operativa. Los comerciantes que han implementado sistemas de gestión de inventario y contabilidad digital han experimentado mejoras significativas en la rotación de inventario, precisión en las previsiones y márgenes de beneficio. Esto subraya la importancia de fomentar la adopción tecnológica como medio para mejorar la competitividad del mercado en su conjunto.



Bajas tasas de adopción tecnológica debido a múltiples barreras: A pesar de los beneficios evidentes, la adopción de tecnologías digitales en el Mercado Montebello sigue siendo baja. Las principales barreras identificadas incluyen la falta de conocimientos técnicos, percepciones de altos costos, resistencia al cambio e infraestructura inadecuada. Abordar estas barreras de manera integral será crucial para impulsar la modernización del mercado.

Necesidad de un enfoque holístico e inclusivo para la modernización: Las recomendaciones derivadas de este estudio apuntan hacia la implementación de un sistema de gestión integrado que combine la digitalización de procesos clave, programas de capacitación, mejoras en la infraestructura y fomento de la colaboración entre comerciantes. Este enfoque holístico busca preservar las fortalezas del sistema tradicional mientras se introducen innovaciones necesarias para mejorar la eficiencia y competitividad.

Importancia de la adaptabilidad y la resiliencia: El estudio ha puesto de manifiesto la capacidad de adaptación de los comerciantes del Mercado Montebello frente a desafíos cambiantes. Esta resiliencia inherente debe ser aprovechada y fortalecida en el proceso de modernización, asegurando que las nuevas prácticas de gestión sean flexibles y sensibles al contexto local.

Implicaciones más amplias para la seguridad alimentaria y el desarrollo económico: La mejora en la gestión empresarial del Mercado Montebello tiene implicaciones que van más allá de la eficiencia operativa. Un mercado mayorista más eficiente y competitivo puede contribuir significativamente a la seguridad alimentaria urbana, la estabilidad de precios y el desarrollo económico local, subrayando la importancia estratégica de este centro de distribución.

Necesidad de investigación continua y colaboración multisectorial: Este estudio sienta las bases para futuras investigaciones sobre la gestión de mercados mayoristas en contextos urbanos latinoamericanos. Se recomienda la realización de estudios longitudinales y comparativos para profundizar en la comprensión de las dinámicas de cambio y la efectividad de las intervenciones propuestas. Además, se subraya la importancia de la colaboración entre académicos, responsables políticos, administradores de mercados y comerciantes para implementar y evaluar estrategias de mejora.

Así mismo, el Mercado Mayorista Montebello se encuentra en un punto de inflexión crucial. La modernización de sus prácticas de gestión empresarial, a través de un enfoque equilibrado que combine innovación tecnológica con el respeto a las tradiciones y fortalezas existentes, es fundamental para



asegurar su viabilidad y relevancia futura. Este proceso de transformación no solo beneficiará a los comerciantes individuales, sino que también fortalecerá el papel del mercado como pilar de la seguridad alimentaria y el desarrollo económico de Guayaquil y su región circundante.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, D., Vieira, P. A., Contini, E., Farinelli, B., y Morris, M. (2023). Agricultura y sistemas alimentarios en América Latina y el Caribe: factores impulsores y resultados. Grupo Banco Mundial.
- Cadilhon, J. J., Moustier, P., Poole, N. D., Tam, P. T. G., & Fearne, A. P. (2017). Modelos de negocio tradicionales e innovadores para mercados mayoristas de alimentos en ciudades en desarrollo. *Agronomía para el Desarrollo Sostenible*, 37(2), 1-14.
- Christopher, M. (2016). *Logística y gestión de la cadena de suministro* (5ª ed.). Pearson Educación.
- Díaz-Caro, C., Garrido-Morgado, A., y González-Benito, Ó. (2022). Adopción de tecnologías digitales en los mercados alimentarios tradicionales: barreras y oportunidades. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102867.
- Fernández-Stark, K., Couto, V., & Gereffi, G. (2018). Integración de pequeños productores en la cadena de valor agrícola: El papel de los mercados mayoristas digitales. *Revista de Agronegocios en Países en Desarrollo*, 8(1), 13-28.
- Gómez-Herrera, E. (2023). Transformación digital en mercados mayoristas: Un estudio de caso en América Latina. *Revista de Innovación en la Cadena de Suministro*, 15(3), 245-260.
- Gómez-Luciano, C. A., de Koning, W., Vriesekoop, F., & Urbano, B. (2021). Estrategias de gestión de residuos y economía circular en mercados mayoristas de alimentos. *Gestión de Residuos*, 121, 265-274.
- Hernández-Rubio, J., y García-Álvarez, M. T. (2024). Superando la resistencia al cambio en los mercados tradicionales: un enfoque de las partes interesadas. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 52(2), 156-172.
- López-Rodríguez, C. E. (2020). Eficiencia operativa en mercados mayoristas: Un análisis comparativo en América Latina. *Estudios Gerenciales*, 36(154), 100-113.



- Martínez-Salgado, H. (2022). Optimización de procesos logísticos en mercados mayoristas urbanos: El caso de Ciudad de México. *Investigaciones en Logística y Gestión de la Cadena de Suministro*, 25(2), 156-172.
- Mentzer, J. T., DeWitt, W., Keebler, J. S., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D., & Zacharia, Z. G. (2021). Definiendo la gestión de la cadena de suministro. *Revista de Gestión de Negocios*, 22(2), 1-25.
- Michelson, H., Reardon, T., y Pérez, F. (2020). Pequeños agricultores y grandes minoristas: compensaciones del abastecimiento de supermercados en Nicaragua. *World Development*, 128, 104771.
- Moreno-Zapata, L. (2022). Gobernanza y regulación en mercados mayoristas: Un estudio de caso en Ecuador. *Revista Latinoamericana de Políticas y Administración Pública*, 11(1), 45-62.
- North, D. C. (2018). Instituciones, cambio institucional y desempeño económico. Fondo de Cultura Económica.
- Ortiz-Morales, M. D., Rendón-Medel, R., y Aguilar-Gallegos, N. (2023). Desafíos y oportunidades para los sistemas alimentarios sostenibles en América Latina: una revisión sistemática. *Sustainability*, 15(4), 3291.
- Reardon, T., Bellemare, M. F., & Zilberman, D. (2019). Modernización de los sistemas alimentarios en el mundo en desarrollo. *Revisión Anual de Economía de Recursos*, 11, 435-459.
- Reardon, T., Liverpool-Tasie, L. S., y Minten, B. (2021). Transformación del sistema alimentario en regiones en desarrollo: una actualización. *ReSAKSS Annual Trends and Outlook Report 2020*. Washington, DC: Instituto Internacional de Investigación sobre Políticas Alimentarias (IFPRI).
- Valdés-Pineda, R. (2024). Prácticas sostenibles en la gestión de mercados mayoristas: Una revisión sistemática. *Sostenibilidad*, 16(2), 524-542.
- Williamson, O. E. (2019). Las instituciones económicas del capitalismo. Fondo de Cultura Económica.