



TRABAJOS FINALES DE MAESTRÍA

MAE20150225-01

***PLAN DE MARKETING PARA
INCENTIVAR EL CONSUMO DE
QUINUA EN LOS ESCOLARES DE LA
ETAPA INICIAL, DE LAS ESCUELAS
FISCALES DE LA PARROQUIA
TARIFA, SAMBORONDÓN***

**Propuesta de artículo presentado como requisito para optar al
título de:**

Magister en Marketing

Por el estudiante:

Doris María PALMA ARZUBE

Bajo la dirección de:

Ing. Ximena CARRILLO ESTRELLA M.B.A.

**Universidad Espíritu Santo
Facultad de Postgrado
Guayaquil - Ecuador
Junio de 2015**

***PLAN DE MARKETING PARA INCENTIVAR EL CONSUMO DE QUINUA EN
LOS ESCOLARES DE LA ETAPA INICIAL, DE LAS ESCUELAS FISCALES
DE LA PARROQUIA TARIFA, SAMBORONDÓN***

**Doris María PALMA ARZUBE
Ximena CARRILLO ESTRELLA**

Resumen

La quinua es un cereal con alto valor nutritivo reconocido a nivel mundial. Existen pocos países que la producen, entre ellos Ecuador, en el cual actualmente el Gobierno Nacional fomenta su producción, principalmente a pequeños productores de la Sierra ecuatoriana.

Incluir este cereal en la dieta de los niños, se hace necesario para contribuir en la disminución de la desnutrición infantil, que está presente en la sociedad, y en mayor porcentaje en zonas rurales. Así también el alto consumo de alimentos chatarras y la falta de productos que aportan a la nutrición infantil ha generado que el 29.9% de los niños entre las edades de 5 a 11 años presenten sobrepeso.

Por esta razón, se plantean estrategias que permitirán que niños de la etapa inicial de la parroquia Tarifa cambien sus hábitos de consumo a través de la concientización de las madres de familia quienes son una parte fundamental en la vida y nutrición de sus hijos.

Palabras clave:

Quinua, nutrición, Tarifa, postgrado.

Abstract

Quinoa is a cereal with high nutritional value recognized worldwide. There are few countries that produce it, including Ecuador, where the national government currently promotes its production, mainly to small producers in the Ecuadorian Sierra.

Include this cereal in the diet of children, it is necessary to contribute in reducing child malnutrition, which is present in society, and a higher percentage in rural areas. So the high consumption of junk food and lack of products that contribute to child nutrition has generated 29.9% of children between the ages of 5 to 11 years are overweight means.

For this reason, they pose strategies that allow children of the initial stage of the parish rate change their consumption habits through awareness of mothers who are a fundamental part of life and nutrition of their children.

Key words

Quinoa, nutrition, Tarifa, graduate

Clasificación JEL
JEL Classification

M12

INTRODUCCIÓN

La quinua, originaria de los Andes, en tiempos ancestrales fue el alimento de los incas, antes que los españoles llegaran a América. Es un pseudo cereal con alto valor nutricional que a nivel mundial se está convirtiendo en la solución para paliar la desnutrición infantil y mejorar la calidad de vida de quienes la producen y consumen.

Pocos conocen a la quinua como alimento, sin embargo es un cereal muy nutritivo y ofrece muchas posibilidades culinarias, por lo cual la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) han elogiado a este alimento, que es muy fácil de cultivar y con grandes propiedades nutricionales, de ahí que sea considerado uno de los alimentos más completos.

El 2013 fue declarado por la Asamblea General de las Naciones Unidas como el “Año Internacional de la Quinua” como reconocimiento a las prácticas ancestrales de los pueblos andinos, que han sabido conservar la quinua en su estado natural como alimento para las generaciones presentes y futuras. .

Este cereal conocido por los indígenas como “grano madre” tiene un alto contenido de proteína, entre un 14 y 18 %, y sobresale por poseer 16 de los 24 aminoácidos existentes, siendo comparable con la leche materna en cuanto a su valor nutricional.

En la Cumbre Mundial de la Alimentación (CMA), Roma 1996, los estados participantes definieron entre sus compromisos que existe Seguridad Alimentaria “cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos, para satisfacer sus necesidades alimentarias y sus preferencias en cuanto a los alimentos a fin de llevar una vida activa y sana”.

A pesar de esta definición y la importancia de este alimento, uno de los problemas en el combate a la desnutrición surge cuando la población de los estados no priorizan los alimentos que tienen a su alcance, para lograr una adecuada alimentación. En el caso del

Ecuador, la quinua es considerada como un alimento exclusivo de la Sierra, y que solo se consume en sopa, pero por su alto nivel de nutrientes es necesario aumentar su consumo no solo en provincias de la Sierra sino a nivel nacional.

Ante esta situación, el Gobierno ecuatoriano, ha realizado un trabajo conjunto con la FAO para impulsar proyectos de fomento de la producción de quinua en las provincias de Carchi, Cotopaxi, Bolívar, Pichincha e Imbabura, donde cuentan con las condiciones geográficas y climáticas para producir un grano de calidad con valor agregado, para el mercado nacional e internacional. (López, J. 2009)

Una vez aumentada la producción, se debe incentivar el consumo, especialmente en los menores que son los más afectados con desnutrición. Entre las presentaciones existentes en el mercado nacional están: galletas, cereal con chocolate, barras energéticas, colada, entre otros.

En Ecuador, Bolivia, Colombia y Perú hasta finales del siglo XX, se registraron 801 000 niñas y niños menores de 5 años con desnutrición global, es decir, de bajo peso en relación con su edad. La desnutrición crónica (baja talla para la edad) afectaba a 2.13 millones de menores; es decir, afectaba a 1 de cada 5 niños.

Como son diversos los factores que influyen en el rendimiento escolar, es importante investigar los hábitos alimenticios de los escolares en etapa inicial de la parroquia Tarifa en Samborondón y las costumbres culinarias de las madres de familia.

En la actualidad los menores en edad escolar acostumbran consumir comida chatarra como hamburguesas, papas fritas, submarinos, o alimentos procesados que no aportan ningún tipo de nutrientes que colaboren con su crecimiento y formación intelectual, que puede aportar la quinua.

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un Plan de Marketing para incentivar el consumo de quinua en los escolares de etapa inicial de las escuelas fiscales de la parroquia Tarifa.

Objetivos Específicos

- ✓ Elaborar el análisis situacional de la parroquia Tarifa con respecto a la industria de alimentos, específicamente con la quinua.
- ✓ Investigar y analizar el comportamiento y opinión de las madres de familia sobre la quinua.
- ✓ Elaborar estrategias y tácticas de marketing que incentiven el consumo de quinua en la parroquia Tarifa.

MARCO TEÓRICO

Gobierno Municipal del cantón Samborondón

El Ecuador se encuentra dividido por 24 provincias y 221 cantones los cuales están subdivididos en ciudades, parroquias y recintos. En el caso de la provincia del Guayas, ésta es una de las provincias con mayor población formada por 25 cantones, 56 parroquias urbanas y 29 rurales. (Prefectura del Guayas)

La provincia cuenta con gran diversidad de recursos naturales. Su economía es basada en el comercio y la agricultura, ocupando el segundo lugar en el ámbito nacional en las actividades productivas. Los cantones del Guayas mantienen mutuas relaciones comerciales con las provincias vecinas, lo que impulsa el beneficio económico y social para los habitantes de la provincia y zonas adyacentes. (Prefectura del Guayas)

Los cantones pertenecientes a la provincia son los siguientes: Guayaquil, Alfredo Baquerizo Moreno, Balao, Balzar, Colimes, Daule, Durán, El Empalme, El Triunfo, Milagro, Naranjal, Naranjito, Palestina, Pedro Carbo, Samborondón, Santa Lucía, Salitre o Urbina Jado, Yaguachi, General Villamil o también denominado Playas, Simón Bolívar, Coronel Marcelino Maridueña, Lomas de Sargentillo, Nobol, General Antonio Elizalde e Isidro Ayora.

El Municipio es la sociedad política autónoma subordinada al orden jurídico constitucional del Estado, cuya finalidad es el bien común local, y dentro de éste y en forma primordial la atención de las necesidades de la ciudad, del área urbana y la parroquia rural de la respectiva jurisdicción. Cada municipio constituye una persona jurídica de derecho público con patrimonio propio y con capacidad para realizar los actos jurídicos que fueran necesarios para el cumplimiento de sus fines, en forma y condiciones que determinan la Constitución y la Ley. Tiene la facultad de dictar Ordenanzas, Acuerdos y Resoluciones. (Gobierno Municipal de Samborondón, 2014)

El alcalde actual del cantón es el Sr. José Yúnez Parra quien se encuentra asumiendo su cargo por quinta vez, llevando un total actual de 18 años en la alcaldía. Yúnez es precedido por Fernando Hernández quien ocupa el cargo Vicealcalde.

La cultura organizacional del Gobierno Municipal del Cantón Samborondón es la siguiente:

Gráfico 1: Cultura Organizacional

VISIÓN

- Contar con una estructura municipal sólidamente organizada, ejecutiva, ágil y de absoluta credibilidad. Con un equipo humano integrado, de alto nivel profesional, positivo y en permanente actualización; innovador, ejerciendo liderazgo de calidad y generando condiciones básicas de gobernabilidad.
- Reducir significativamente los índices de pobreza, carencias de infraestructura y equipamientos, generando un ambiente más seguro y productivo, con protección a la ecología de la región



MISIÓN

- Desarrollar el liderazgo y los servicios municipales a fin de dotar al Cantón Samborondón de un Gobierno Local facilitador y gestor de procesos que promuevan el desarrollo de la comunidad de forma integral y sostenible con una orientación permanente a la Calidad Total y en un medio ambiente que proporcione la más alta productividad, con un recurso humano comprometido, capacitado y motivado



VALORES

- Respeto a los valores morales, éticos y profesionales.
- Lealtad y compromiso con los ciudadanos.
- Vocación de servicio a la comunidad.
- Honestidad en las acciones y proyectos a realizar.
- Integridad y transparencia para realizar de manera imparcial nuestras actividades.

Fuente: Gobierno Municipal de Samborondón (2014)

Elaborado por: Autora, 2015.

Estructura Organizacional

Su estructura organizacional está basada en el Recurso Humano en donde se encuentran los Gobernantes, Habilitantes de Asesoría, Habilitantes de Apoyo y Agregadores de valor.

Parroquia Rural Tarifa

La parroquia rural Tarifa, perteneciente al cantón Samborondón, provincia del Guayas, fue creada el 10 de agosto de 1957. Tarifa tiene alrededor de 15.956 habitantes y 137,52 km² de extensión. Se beneficia de la carretera de primer orden que va desde la Puntilla a una distancia de 29 Km., atraviesa el Puente Tarifa y continúa hasta El Cantón Samborondón.

Su economía está basada en la producción agrícola arroceras, y en menor grado en la producción ganadera debido a las características de sus suelos aluviales.

Relieve

La parroquia Tarifa es de origen tectónico erosivo, en sus unidades morfológicas posee un relieve colinado bajo, colinado medio, colinado alto y coluvión reciente, la morfología es de pendiente dominante de 12-25% La Loma de la fortuna y pendiente dominante 25-40%, Cerro General Gómez, pendiente dominante 40-70% del Cerro Madope. Las características del suelo en el área colinada es de material arcilloso, poco profundo, pedregoso, bajo contenido de materia orgánica y de fertilidad mediana.

Suelo

En el área colinada, Tarifa cuenta con suelos arcillosos, poco profundo, pedregoso y rocoso, bajo contenido de materia orgánica y de fertilidad mediana.

Tabla 1: Suelos de Tarifa

CARACTERÍSTICAS DE LOS SUELOS	DESCRIPCIÓN
Suelos francos arcillosos	Poco profundo, pedregoso y rocoso, PH alcalino, bajo contenido de materia orgánica y de fertilidad mediana.
Suelos francos	Buen drenaje En superficie y a profundidad Poco profundos PH ligeramente ácido Fertilidad mediana.
Suelos arcillosos a franco arcillosos	Mal drenados Poco profundo a moderadamente profundos PH neutro a muy ácido Materia orgánica medio a alto Fertilidad media a alta

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Tarifa (2015)

Clima

Tarifa tiene un clima tropical, cálido húmedo, que oscila entre los 24 y 25° C. Cuenta con dos estaciones definidas las cuales son invierno y verano, la humedad en invierno es del 70% por la presencia de las lluvias y altas temperaturas. En el verano tiene un promedio alrededor del 10% convirtiéndolo en un clima seco.

Tabla 2: Clima de Tarifa

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Precipitación	500 - 200 mm promedio anual
Temperatura	24 - 25 grados centígrados promedio anual
Piso climático	Humedades y bosques secos húmedos
Humedad	Semi humedad - humedad promedio de 70%

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Tarifa (2015)

Demografía

La parroquia Tarifa cuenta con altos niveles de pobreza como púnica parroquia rural de Samborondón. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010, el 51.72% son hombres y el 48.28% son mujeres. Las mujeres en su mayoría solo cuenta con un nivel de instrucción primaria.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Tarifa, 2015, estima que a la actualidad existen 19.989 habitantes, 9.950 hombres y 10.030 mujeres. En lo que respecta al estado conyugal, el 32.99% de la población son solteros, 16.20% casados, 39.06% en unión libre, 7.18% separados y 4.18% viudos.

Las enfermedades más comunes de la parroquia son afecciones respiratorias y estomacales, estas últimas guardan relación con la falta de agua potable para el consumo humano.

La tasa de Fecundidad es del 2.06 y el porcentaje de fertilidad es del 50.66%, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010.

Análisis del Macroentorno

Entorno Político/Legal

Matriz Productiva

El Gobierno del Ecuador es liderado por el Eco. Rafael Correa quien se encuentra ejecutando el proyecto del Cambio de la Matriz Productiva, un proyecto que se enfoca en 4 ejes: Diversificación de la producción, aumento del valor agregado en la producción existente, sustitución de importaciones y fomentar las exportaciones de nuevos productos (El Telégrafo, 2014).

El proyecto pretende incrementar las exportaciones generando mayores ingresos para el país y generar un cambio de cultura en los ecuatorianos para que valoren la producción nacional. En el caso de la quinua, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) en conjunto con la Unidad Nacional de Almacenamiento (UNAEP) se encuentran ejecutando un plan para incrementar el consumo de quinua a nivel nacional, exportar y fomentar su producción en las 10 provincias de la Sierra.

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la superficie sembrada de quinua en Ecuador, en el 2013, llegaba a 1.200 hectáreas. Con la ejecución de la estrategia “Fomento a la Producción de Quinua en la Sierra Ecuatoriana”, implementada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), se aumentó a 7.230 ha.

Como parte de apoyar la industria nacional y cuidar la salud de los ciudadanos mediante Decreto Ejecutivo No. 129 publicado en Suplemento del Registro Oficial No. 106 del 22 de Octubre de 2013 se creó El Instituto de Provisión de Alimentos (PROALIMENTOS) cuyo objetivo es el de realizar la provisión de alimentos, complementos y suplementos alimenticios a todas las instituciones del sector público, así como prestar bienes y servicios relacionados con la provisión de alimentos y gestionar proyectos relacionados con su objeto

principal. (Instituto de Provisión de Alimentos, 2015)

Así también la institución provee de alimentos a escuelas públicas, fiscomisionales y del Milenio, todo de acuerdo a una dieta estructurada que permite la correcta nutrición de los estudiantes ya sea en edad inicial o básica. Dentro de la dieta se encuentra la colada de quinua pero para escuelas de la Sierra.

Los principios en los que se basa el Instituto de Provisión de Alimentos (Proalimentos) se edifican sobre el objetivo de satisfacer las necesidades básicas de la población, siguiendo los parámetros establecidos en la constitución sobre el Buen Vivir, que ordena políticas de interés colectivo, de responsabilidad social y participación ciudadana. (Instituto de Provisión de Alimentos, 2015)

A través del Comité del Comercio Exterior, el Gobierno creó Resoluciones en las que se especifica los tipos de productos que cuentan con impuestos para importar. Hace unos meses a la Resolución N° 116 del COMEX, se le añadió productos agrícolas que son cultivados en el Ecuador, como es el caso de frutas y algunos vegetales (Ministerio de Comercio Exterior, 2015). Es así que a través de dicha Resolución los agricultores ecuatorianos podrán tener la oportunidad de vender y satisfacer la demanda actual de mercado pero a precios accesibles.

Este no será el único reto que tendrán los agricultores ecuatorianos, si no también que mediante la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria, el Gobierno pretende declarar al Ecuador, un país libre de cultivos y semillas transgénicas, apuntando a los alimentos orgánicos que también son parte del Buen Vivir.

Para una empresa ecuatoriana, los alimentos orgánicos son escasos y en la mayoría de los casos tienen un precio elevado. En el caso de las empresas de alimentos, estas deben procurar que la materia prima cuente con certificados que avalen la calidad del producto, no sólo por su estado, sino también lo referente en transgénicos y el uso de agroquímicos en los mismos.

Unidades Educativas del Milenio

El Ecuador junto a 147 países suscribieron en el 2005 la Declaración del Milenio dentro de la cual contempla el asegurar que todos los niños y niñas del mundo terminen su educación primaria, que tengan un acceso igualitario en todos los niveles de educación y así poder eliminar la desigualdad. (Ministerio de Educación, 2015)

En base a esta Declaración el Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Educación se encuentra ejecutando el proyecto de construcción de Unidades Educativas del Milenio (UEM), para mejorar las condiciones de escolaridad, acceso y cobertura de la educación en zonas de influencia. (Ministerio de Educación, 2015)

La Declaración indica que hasta el 2015 se debe ejecutar lo acordado por lo que hasta el momento se encuentran 55 UEM en funcionamiento, 34 UEM en construcción, 212 UEM a construirse y 226 Repotenciaciones. (Ministerio de Educación, 2015)

Entorno Económico

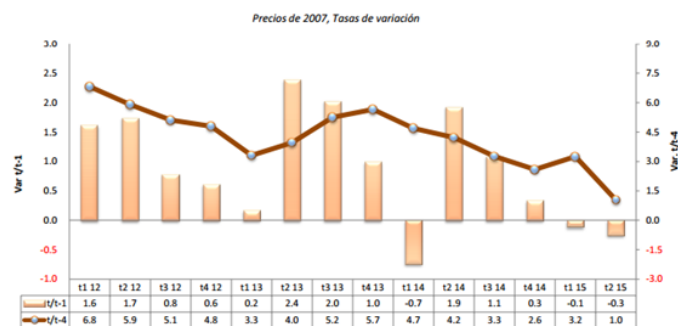
Se podría decir que en años anteriores, el Ecuador gozaba de una economía relativamente estable, pero debido a la caída del precio del petróleo en el 2014, siendo este uno de los principales productos de exportación del Ecuador, la economía ecuatoriana se ha visto afectada en lo que va del año.

Esto ha provocado que el Gobierno actual se vea afectado a causa de los endeudamientos adquiridos en los últimos tiempos.

PIB

En el segundo trimestre del 2015, el Producto Interno Bruto presentó un crecimiento interanual de 1.0% comparándolo con el segundo trimestre de 2014 (t/t-4) y tuvo una variación trimestral de -0.3%, respecto al primer trimestre de 2015 (t/t-1). Según el Gerente del Banco Central del Ecuador, prevé que para este año exista un crecimiento del 0.4%, frente al 3.7% del año anterior, esto se debe a la caída del precio del crudo (Banco Central del Ecuador, 2015).

Gráfico 2: PIB 2012-2015



Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

Inflación

En el siguiente gráfico se observa que a octubre de 2015 existe una deflación de 0.50% en comparación con el mismo mes en el 2014. Sin embargo este fenómeno se dio en los meses de septiembre y octubre, ya que en meses anteriores si hubo inflación con respecto a los meses del año anterior.

Gráfico 3: Inflación octubre 2014-2015

FECHA	VALOR
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %

Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

Según datos del INEC, en el mes de enero del presente año el sector de alimentos y bebidas no alcohólicas obtuvo un primer lugar con un 0.0475%, y Educación obtuvo un octavo lugar con un 0.0022%. El sector de la educación no aportó significativamente en la inflación, a diferencia del sector de alimentos que ocupó el primer lugar.

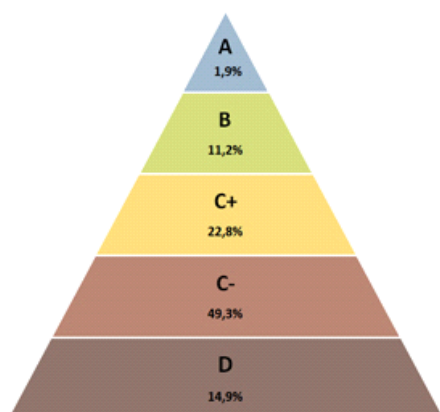
La inflación del sector alimenticio puede ser beneficiosa como no, dependiendo de la perspectiva de los consumidores, ya que el incremento en los precios dependerá en gran parte de la economía de los comensales. En este caso el Ecuador al atravesar por una situación económica difícil, es probable que los consumidores no estén de acuerdo con los precios elevados.

Entorno Social

De acuerdo a la estratificación del Nivel Socioeconómico del Ecuador, realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) en la clase A, se encuentra el 1.9% de la población, en la clase B el 11.2%, clase C+ 22.8%, C- 49.3% y D 14.9%.

En el caso del presente proyecto, los Niveles Socioeconómicos a los cuales apunta son el C- y D, considerando las características como educación, vivienda, economía, entre otros que fueron estimadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Gráfico 4: Estratificación del Nivel Socioeconómico



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010)

De acuerdo a la Encuesta de Ingresos y Gastos presentada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2012) el área rural cuenta con un ingreso de 567,1 dólares y con un gasto de 526,2 dólares. Estos hogares destinan el 32% de sus gastos a alimentos y bebidas no alcohólicas frente al 22,6% que destinan los hogares urbanos.

Esto se debe a la riqueza gastronómica que posee el Ecuador ya que cada una de sus regiones tiene platos típicos que las representan:

Región Costa e Insular

La Región Costa e Insular son conocidas por sus platos con mariscos, algunos de los platos típicos que se pueden encontrar son: El Ceviche, arroz con mariscos, pescado frito, encocado, cangrejos, el encebollado, el bollo, entre otros. Además se pueden encontrar especialidades a base de verde como bolones, también existen otros platos típicos como el seco de pollo, caldo de gallina criolla, carne frita con menestra, entre otros.

Ilustración 1: Encebollado



Fuente: Revista Exitosa (2014)

Ilustración 2: Ceviche de camarón



Fuente: (Gastronomía del Ecuador)

Región Interandina

La Región Interandina o Región Sierra cuenta con platos típicos como el mote pillo, el cuy, los llapingachos, el yaguarlocro, locro de papa, la fritada, el hornado, entre otros.

Ilustración 3: Hornado



Fuente: Club El Universo (2014)

Ilustración 4: Motepillo



Fuente: (LAYLITA.COM)

Región Amazónica

La Amazonía ecuatoriana cuenta con platos típicos que no son tan conocidos en el extranjero, sin embargo son las especialidades de los nativos. Cuenta con frutas exóticas como arazá, cocona, borjón, chonta, entre otras. Los animales más consumidos son mono, tortuga, guanta, chontacuro (gusano de chonta), hormigas culonas, serpientes, las cuales se combinan con yuca o plátano. También podemos encontrar el maito y ceviche volquetero. (QUITO ADVENTURE)

Ilustración 5: Maito de pescado



Fuente: (PERIODISMO ITINERANTE)

Por otra parte el ecuatoriano es conocido por el alto consumo de arroz en sus comidas. Cada plato que este consuma debe tener una porción de arroz considerable como parte de su alimentación diaria, esto se confirma con el consumo per cápita de arroz en el Ecuador al 2009 era de 112 kg. Anuales.

Sin embargo, a pesar de dicha tradición al Ecuador está llegando una nueva cultura, en la que las personas buscan mantener su figura, ir a gimnasios y mantenerse en forma cuidando sus comidas, esto se debe a la diversidad gastronómica a la que los ecuatorianos tienen acceso.

El 29.9% de los niños entre las edades de 5 a 11 años sufren de sobrepeso y en la edad

prescolar la cifra es de 8.5%, esto según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2014.

De acuerdo a la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición realizada entre los años 2010 y 2013 el INEC publica el siguiente gráfico en el que se observa la mala nutrición de los niños en la etapa de infancia y niñez (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013).

Tabla 3: Nutrición en el ciclo de vida



Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

Además según cifras de la misma institución, el 81.5% de la población entre 10 a 19 años consumen bebidas gaseosas, 50.5% comida rápida y 64% snacks, siendo estos alimentos perjudiciales para la salud de los ecuatorianos y ecuatorianas. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014)

Quinua

La quinua es un cereal que es consumido muy poco a nivel local, pero a nivel nacional su consumo está incrementando. Los países con mayor producción y exportación del producto son Perú, Bolivia y Ecuador.

Las provincias del Ecuador donde se encuentra mayormente la producción de quinua son: Chimborazo, Cotopaxi e Imbabura, pero también se encuentran en provincias como Pichincha y Tungurahua. (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2009)

Dentro de las propiedades que el cereal contiene se puede destacar la fibra con propiedades digestivas, el magnesio, Omega 3

y 6, entre otras. La quinua es utilizada en dietas por la fibra que contiene. (El Diario, 2014)

A lo largo de los años la producción del cereal ha ido desapareciendo, por lo que el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), se encuentra ejecutando acciones para fomentar la producción de dicho cultivo, mientras que la Unidad Nacional de Almacenamiento (UNAEP) actualmente se encuentra fomentando su consumo para que la producción sea comercializada a nivel local.

Dentro de los objetivos de la campaña de UNAEP es demostrar que la quinua puede ser consumida en variedades de platos, ya que actualmente las personas solo conocen la quinua por su utilización en sopas. Sin embargo esta puede ser mezclada y utilizada en galletas, helados, hamburguesas, puede sustituir incluso el arroz, sin alterar su sabor beneficiando además con sus propiedades nutricionales.

Ilustración 6: Postre de quinua con frutas



Fuente: (Cuchareando)

Ilustración 7: Base para pizza con quinua



Fuente: (Vegetarianos Chile, 2014)

Ilustración 8: Hamburguesa de quinua



Fuente: (Quinoa.pe, 2013)

Según datos del MAGAP el crecimiento per cápita del consumo de quinua es mínimo. Esto demostrado en el siguiente cuadro.

Ilustración 9: Consumo de Quinua

AÑO	CONSUMO NACIONAL APARENTE KG.	CONSUMO PER CÁPITA APARENTE y KG.
2012	1.272.407	0,086
2013	1.367.603	0,092
2014	1.463.799	0,097
2015	1.559.996	0,102

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)

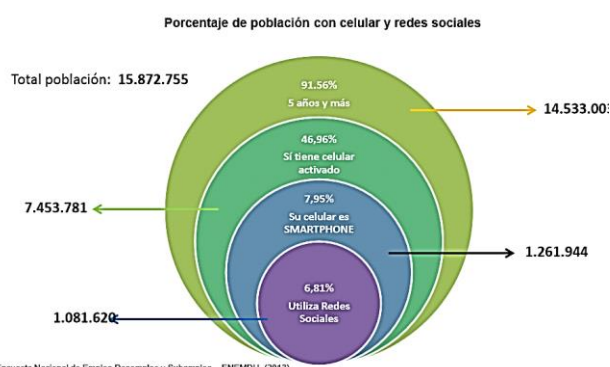
Entorno Tecnológico

La tecnología y su uso han dado grandes cambios, llegando a formar parte de la vida cotidiana de un individuo, es así como las ventas de celulares inteligentes, smartphones, o planes de internet incrementan a medida que pasan los años.

Al 2013, el 28.3% de los hogares ecuatorianos cuentan con acceso a internet, siendo la mayor provincia en su uso Pichincha con 53.1%, seguido por Azuay con 52.1%. Los jóvenes entre 16 a 24 años utilizan en mayor parte las computadoras (67.8%), seguido de las edades entre 5 a 15 años con un 58.3%. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

El 6.81% de la población cuenta con por lo menos una red social, las cuales empiezan a ser utilizadas desde la edad de 5 años en adelante, dentro de las cuales las más utilizadas son Facebook, twitter e Instagram. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

Gráfico 5: Porcentaje de población con celular y redes sociales



Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

De acuerdo a la estratificación del NSE, y tomando en cuenta que Tarifa es una parroquia rural, la mayoría de los hogares no cuentan con internet ni con un teléfono inteligente, por lo que se infiere que una estrategia digital no sería la más adecuada.

Entorno Ambiental

Productos Orgánicos

En la actualidad existen personas que buscan alimentos orgánicos debido a las crecientes denuncias de personas que se encuentran enfermas y afectadas por los químicos que contienen los alimentos.

Las características de los alimentos orgánicos es que su proceso de cultivo es totalmente natural, sin químicos, pesticidas, fertilizantes, hormonas o transgénicos. En el Ecuador tan sólo un 10% de personas siembran orgánicamente, esto se debe a que el suelo en el cual son cultivadas las legumbres debe ser virgen, sólo así se garantiza que estos puedan ser orgánicos. (Revista Hogar)

Por lo general, el producto orgánico ecuatoriano se exporta, pues pocos son los agricultores que manejan una producción calificada bajo los estándares orgánicos... Es difícil porque deben crear sus propios abonos, sin fertilizantes, para eliminar las plagas. Deben producir en menor cantidad porque necesitan tener un mayor control de sus cultivos. Deben realizar el trámite para certificar que sus productos son orgánicos y deben ofertarlos en un costo más elevado. Por ejemplo, la caja de banano convencional cuesta 5 dólares; en

cambio, la caja de banano orgánico cuesta 15 dólares, 3 veces más que su valor normal, y esto solo se paga al exportar”, destaca el tecnólogo en alimentos, Marcelo Uscocovich.

El artículo demuestra por qué los productos orgánicos suelen ser caros, y esto se debe al trabajo de mano de obra que implica cultivar dichos productos.

Análisis P.E.S.T.A.

Dentro del análisis realizado del Macro Entorno, se puede destacar algunos puntos como el apoyo del Gobierno Nacional por incentivar la producción y consumo del cereal, así como también el consumo nacional y las exportaciones.

Actualmente la cultura de los ecuatorianos está enfocada en el lado “fitness” sin embargo esto está dirigido más a estratos como A y B, y no para el target del proyecto, por lo que no aplicaría una estrategia enfocada en su uso dietético.

Como un punto negativo está la percepción de las personas al creer que la quinua sólo se utiliza en las sopas y su falta de conocimiento acerca de sus propiedades nutricionales.

Es por ello que es de suma importancia que las personas del target se informen sobre los beneficios de la quinua para su familia y las diferentes recetas que se pueden elaborar con el cereal.

Análisis del Micro Entorno

5 fuerzas de Porter

Las cinco fuerzas de Porter serán analizadas en base a la industria en general, debido a que el proyecto no está enfocado en comercializar un producto de una empresa específica, si no incentivar su consumo sin fines de lucro.

Rivalidad entre los Competidores

Tabla 4: Rivalidad entre los competidores

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	IMPACTO	ATRACTIVO
Los productos de los miembros de la industria tienen poca diferenciación en	2	4

cuanto a ingredientes o precio.		
Crecimiento de la industria	3	3
Competidores que participan en la industria	2	4
TOTAL	2.33	3.67

Fuente: Autora, 2015.

La fuerza Rivalidad entre los competidores, se atañe a directamente a la competencia, en este caso se enfoca a la situación actual de las diferentes empresas que comercializan la quinua. El atractivo de esta fuerza es de 3.67, es decir un atractivo medio alto debido a que la industria no presenta actualmente una cantidad de empresas considerables que comercialicen el cereal, por lo que no existe rivalidad.

Amenaza de Nuevos Competidores

Tabla 5: Amenaza de nuevos competidores

AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES	IMPACTO	ATRACTIVO
Barreras Gubernamentales	2	4
Inversión en capital	4	2
Acceso a materia prima	2	4
TOTAL	2.67	3.33

Fuente: Autores, 2015.

En el caso de Amenazas de nuevos competidores, esta fuerza explica las barreras que existen o tienen nuevas empresas que quieran incursionar en este mercado. En este caso el atractivo es de 3.33, es decir un atractivo neutral ya que a pesar que no existen barreras Gubernamentales considerables, más bien el Gobierno apoya este rubro, la inversión en capital si es alta debido a la compra de maquinaria, terreno, agroquímicos, entre otros productos que se requieren para entrar al mercado.

Productos Sustitutos

Tabla 6: Productos sustitutos

PRODUCTOS SUSTITUTOS	IMPACTO	ATRACTIVO
Precios atractivos.	5	1

Productos con mayor disponibilidad	5	1
Mayor beneficio de los productos en cuanto a salud	3	3
TOTAL	4.33	1.67

Fuente: Autora, 2015.

En el caso de Productos Sustitutos, se analizan los posibles productos que podrían satisfacer la misma necesidad. En este caso se encuentran diferentes productos que por un lado satisfacen la necesidad de alimentación, pero por otro lado se encuentran los productos que satisfacen la necesidad de los nutrientes que la quinua contiene.

Para el caso de esta fuerza el impacto es de 1.67 (negativo) debido a que si existen productos sustitutos que reemplazan la quinua en cuanto alimentación, y más que nada en el target del proyecto el precio es un elemento importante, y estos productos cuentan con precios bajos como por ejemplo el arroz, si lo comparamos con la quinua.

Por otro lado los productos que cuentan con valores nutricionales, también son accesibles y a precios bajos para el target del plan.

Poder de Negociación de los Proveedores

Tabla 7: Poder de Negociación de los proveedores

PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES	IMPACTO	ATRACTIVO
Cantidad de proveedores	3	3
Costo de cambio de proveedores	2	4
Amenaza de Integración hacia delante de los proveedores	4	2
TOTAL	3	3

Fuente: Autores, 2015.

La fuerza Poder de Negociación de los Proveedores, se refiere a la concentración que tienen los proveedores con la empresa. El atractivo de esta fuerza es de 3, es decir neutral debido a que los proveedores básicamente son los agricultores, quienes por un lado son

apoyados por el Gobierno Nacional, y este busca que ellos se independicen poco a poco, llegando a ser microempresarios.

Existe una cantidad considerable de agricultores, pero en el caso de la quinua están concentrados en algunas provincias de la Sierra ecuatoriana y el Gobierno Nacional cuenta con un proyecto de fomento a la producción de quinua que inició hace poco, por lo que no hay una cantidad considerable de agricultores todavía que retomen este rubro.

Poder de Negociación de los Compradores

Tabla 8: Poder de Negociación de los Compradores

PODER DE NEGOCIACIÓN DE COMPRADORES	IMPACTO	ATRACTIVO
Identificación del producto	4	2
Percepción del producto	5	1
Sensibilidad del comprador al precio	4	2
Frecuencia de compra de los clientes	5	1
TOTAL	4.50	1.50

Fuente: Autora, 2015.

El Poder de Negociación de los Compradores, se refiere a la concentración de compradores que tiene la industria o empresa. Esta última fuerza tiene como atractivo 1.50, es decir negativo, ya que los compradores, específicamente el target es sensible al precio y tiene una mala percepción de lo que es la quinua, no conocen sus beneficios y creen que su sabor es desagradable.

Además actualmente en el sector de Tarifa no se ha consumido quinua antes por lo que no se puede medir la frecuencia de compra ya que no se vende en el sector.

Conclusiones del Micro entorno

De acuerdo al análisis realizado de las cinco fuerzas de Porter se concluye que actualmente la industria alimenticia enfocada en la quinua no está siendo explotada en su totalidad, aun teniendo oportunidad de mercado en el Ecuador. En el caso de la parroquia Tarifa, la quinua no es comercializada en este lugar, por

lo que se infiere que sus habitantes desconocen del producto y de sus beneficios. Sin embargo al ser una parroquia rural existe oportunidad de mercado ya que por los escasos recursos de sus habitantes no cuentan con alimentos que les proporcione nutrientes a los niños.

Uno de los inconvenientes es la sensibilidad de precio de los habitantes por su situación económica, así como también los productos sustitutos que como el arroz, tienen un precio bajo pero no aportan los nutrientes necesarios a los infantes y sus familias.

El Gobierno Nacional a través de sus programas busca incrementar la demanda de la quinua a nivel nacional, así como su oferta. Es por ello que la oferta estaría asegurada por el incremento de las cosechas que existe actualmente.

Ciclo de vida del producto

Según datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), el consumo per cápita del cereal ha incrementado en porcentajes mínimos, por lo que se concluye que aún se encuentra en una etapa de introducción, ya que la demanda no ha tenido un crecimiento considerable en los últimos años.

Tabla 9: Consumo per cápita de quinua

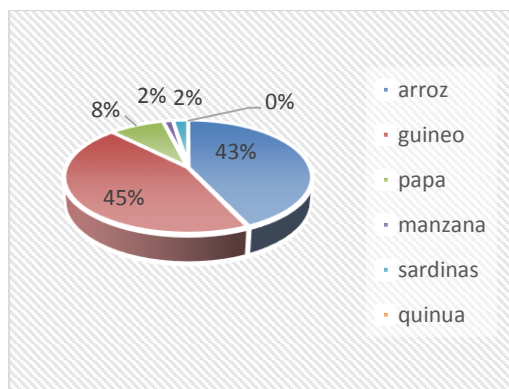
AÑO	CONSUMO NACIONAL APARENTE KG.	CONSUMO PER CÁPITA APARENTE y KG.
2012	1.272.407	0,086
2013	1.367.603	0,092
2014	1.463.799	0,097
2015	1.559.996	0,102

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)

Participación del mercado

La participación de mercado se la elaboró en base al consumo per cápita de los diferentes productos que pueden sustituir a la quinua, ya sea como alimento diario o por los beneficios que el cereal contiene.

Tabla 10: Participación de Mercado de la quinua



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y Pro Ecuador.

Elaborado por: Autora, 2015.

Los datos fueron tomados de los últimos informes que dichas instituciones han realizado con respecto a estos productos, y, como se puede observar el guineo y el arroz, cuentan con un 45 y 43% de participación en el consumo de los ecuatorianos respectivamente, mientras que la quinua tiene una participación del 0.04%.

FODA

Fortalezas

- Organismos públicos fomentan la producción de la quinua a nivel nacional, así como el consumo de la misma.
- La quinua posee un alto contenido de fibra y omega 3 y 6, que aportan al aprendizaje en la etapa inicial.
- Puede ser utilizada para preparar platos fuertes, coladas, postres, y otros.

Oportunidades

- Creación de organismo regulador de alimentación y nutrición en instituciones públicas (Proalimentos)
- Plan de Escuelas Educativas del Milenio
- Crecimiento del consumo Per cápita de quinua desde el año 2012
- Puede sustituir al arroz en la alimentación diaria
- Tendencia al consumo de alimentos orgánicos.

Debilidades

- Existe desconocimiento de las propiedades nutritivas de la quinua.

- Sabor de la quinua no es considerado agradable.
- Falta de accesibilidad de la quinua.

Amenazas

- Se alude su consumo solo en provincias de la sierra
- Sensibilidad a los precios en alimentos
- Gran variedad de sustitutos en lo que respecta a la alimentación diaria.
- El producto no cuenta con una amplia e intensiva distribución.

Conclusiones del capítulo

La quinua es un producto que actualmente no tiene acogida en el Ecuador, su consumo y demanda es muy baja a pesar de los grandes beneficios que esta posee. Se considera que su principal problema son los productos sustitutos que esta tiene, como por ejemplo el arroz, que a pesar de que no cuenta con los beneficios del cereal, este forma parte de la alimentación diaria de un ecuatoriano.

Sin embargo se puede destacar que con el apoyo actual del Gobierno Nacional, la quinua podrá pasar en algunos años de la etapa de introducción a una etapa de crecimiento en el mercado ecuatoriano, esto sostenido con el cambio de cultura que se vive continuamente con respecto a una vida saludable.

Es importante que el Gobierno no solo fomente la oferta, sino también la demanda y buscar mecanismos que permitan que la quinua este cada vez más cerca del ecuatoriano, es decir en tiendas de barrios o supermercados, facilitando la accesibilidad para los ciudadanos.

En el caso de la parroquia Tarifa, y el mercado al cual va dirigido el presente proyecto, es de suma importancia que las madres de familia puedan tener a la mano información sobre la quinua para que conozcan de sus beneficios y puedan razonar con respecto a la alimentación de sus hijos desde muy temprana edad, esto puede ser con apoyo del Gobierno Nacional, tomando en cuenta que Proalimentos entrega refrigerios a las escuelas fiscales, fiscomisionales y del milenio.

METODOLOGÍA

Objetivos

Objetivo General

Conocer la percepción y aceptación de las madres de familia de niños de la etapa de educación inicial entre las edades de 3 a 5 años, sobre la alimentación con quinua en la parroquia Tarifa.

Objetivos Específicos

- ✓ Conocer los gustos y preferencias de comidas de los alumnos de la etapa inicial de escuelas fiscales.
- ✓ Conocer la aceptación y aprobación de las madres de familia de los alumnos de la etapa inicial de las escuelas fiscales sobre la alimentación con quinua.
- ✓ Identificar las posibles brechas que no permiten que la quinua sea consumida en grandes cantidades por los alumnos y sus familias.
- ✓ Conocer la opinión de los maestros de la etapa inicial sobre el consumo de quinua.

Tipo de Investigación

Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria es necesaria cuando se conoce poco del problema y se necesita definir con mayor precisión, es así que se utilizan datos secundarios para la investigación (Malhotra, 2008).

Investigación Descriptiva

Por su parte la Investigación Descriptiva es un tipo de investigación concluyente que especifica y describe las características o funciones del mercado, de esta forma se recoge información primaria para su desarrollo (Malhotra, 2008).

La investigación que se realizará para el presente plan es de tipo Exploratoria/Descriptiva, puesto que se recopilará información secundaria y primaria que permitirá obtener mejores resultados acerca de las opiniones de los grupos objetivos.

Fuentes de Información

Dos tipos de fuentes serán utilizadas en el presente plan las cuales son:

Primaria

Las fuentes primarias a utilizar serán las encuestas, y entrevistas que se realizarán en el presente proyecto para obtener información de primera mano.

Secundaria

Por su parte las fuentes de información secundaria serán recopiladas de informes, censos o información de internet de fuentes de información oficiales como las páginas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), Banco Central del Ecuador (BCE), Ministerio de Educación, entre otras.

Tipos de Datos

Los datos a utilizar en el presente plan son de tipo Cualitativo y Cuantitativo. Los datos cualitativos son aquellos que describen básicamente información que no se puede contar como las opiniones de las personas; para este tipo de datos se debe utilizar entrevistas y focus group.

En el caso de los datos cuantitativos, son datos que pueden ser medidos como es el caso de las encuestas.

Herramientas Investigativas

Cuantitativas

Las herramientas cuantitativas a utilizar son las encuestas para las madres de familia de los niños de etapa de educación inicial entre los 3 a 5 años de edad de las escuelas fiscales de la parroquia Tarifa, las cuales servirán para obtener datos más claros de ellas y su familia y poder identificar sus preferencias de manera más exacta.

Cualitativas

Las herramientas cualitativas a utilizar serán entrevistas a profesores de las escuelas fiscales de la etapa inicial y técnicas proyectivos a los niños de la etapa inicial de las escuelas fiscales de la parroquia Tarifa.

PROCEDIMIENTO

Población

De acuerdo a la información proporcionada por el Ministerio de Educación, la población se definirá con el total de alumnos y madres de familia de cada escuela fiscal de Educación

Inicial de la parroquia Tarifa.

Tabla 11: Escuelas Fiscales de Educación Inicial - Parroquia Tarifa

N°	Nombre
1	Centro de Educación Inicial Gabriela Mistral
2	Escuela de Educación General Básica Osvaldo Guayasamin
3	Escuela de Educación General Básica Eloy Alfaro
4	Escuela de Educación General Básica Eduardo Kingman
5	Escuela de Educación General Básica 27 de Agosto
6	Escuela de Educación General Básica Federico Gonzales Suarez
7	Escuela de Educación General Básica 24 de Mayo
8	Escuela de Educación General Básica Emilio Gómez Vargas

Fuente: Ministerio de Educación, 2015

Adaptado por: Autora, 2015.

Muestra

Para calcular la muestra se utilizará la fórmula de muestra finita, debido a que la población es de 468 alumnos y madres de familia.

Ecuación 1: Fórmula de la muestra

$$\frac{(1,96)^2 * 468 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 (468 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

Elaborado por: Autora, 2015

El total de la muestra es de 211.177438 es decir 211 personas.

Tipo de muestreo

Muestreo estratificado: técnica de muestreo probabilístico que usa un proceso de dos pasos para dividir a la población en subpoblaciones o estratos. Los elementos se seleccionan de cada estrato mediante un procedimiento aleatorio. (Naresh Malohtra, 2008)

El tipo de muestreo a utilizar es de tipo probabilístico, estratificado. Este método consiste en seleccionar los elementos de la muestra; puede ser de forma aleatoria; en los diferentes estratos existentes. Para el procedimiento se tomar el valor de la muestra

$n=211$, y se divide para la cantidad de estratos (8), dando como resultado 26 personas por cada escuela. Es decir se realizarán encuestas a 26 madres de familia por escuela.

Tabla 12: Estratos para investigación cuantitativa

Nombre (Estratos)	Cantidad
Centro de Educación Inicial Gabriela Mistral	26
Escuela de Educación General Básica Osvaldo Guayasamin	26
Escuela de Educación General Básica Eloy Alfaro	26
Escuela de Educación General Básica Eduardo Kingman	26
Escuela de Educación General Básica 27 de Agosto	26
Escuela de Educación General Básica Federico Gonzales Suarez	26
Escuela de Educación General Básica 24 de Mayo	26
Escuela de Educación General Básica Emilio Gómez Vargas	26

Fuente: Ministerio de Educación, 2015

Adaptado por: Autora, 2015.

Las madres de familia serán encuestadas en el establecimiento educativo cuando recojan a sus hijos, y al contar con las mismas características demográficas y psicográficas se utilizará este tipo de muestreo.

Perfil de los entrevistados

El perfil de aplicación para las entrevistas a profundidad fue el siguiente:

- ✓ Profesión: Profesor/a de la Unidad Educativa Gabriela Mistral
- ✓ Género: Indistinto
- ✓ NSE: C- o D
- ✓ Estado Civil: Indistinto
- ✓ Estudios: Tercer Nivel

En el caso de la o el nutricionista el perfil de aplicación es el siguiente:

- ✓ Profesión: Nutricionista
- ✓ Género: Indistinto
- ✓ NSE: Indistinto
- ✓ Estado Civil: Indistinto

✓ Estudios: Tercer Nivel

RESULTADOS

Los resultados de la investigación cuantitativa fueron los siguientes:

Edades	39% de las madres tienen edades entre 27 a 34 años 23% son madres de 19 a 26 años de edad	24% son madres de 35 a 42 años. Las madres entre 43 a 58 años representan el 14%.
Estado civil	56% de las madres se encuentran en unión libre 29% son madres solteras	12% de las madres son casadas y apenas un 3% son madres divorciadas.
Cantidad de Hijos	63% de las madres tienen de 2 a 4 hijos. En su mayoría mujeres entre 27 y 34 años de edad.	35% de las madres tienen un solo hijo, de ellas el 23% son madres de 19 a 26 años.
Nivel de ingresos	El nivel promedio de ingresos es de \$354.	

Sobre la alimentación de sus hijos

- El 87% de las madres complacen a sus hijos en las comidas y siendo el 41% las madres jóvenes entre 19 a 26 años.
- De las madres que complacen a sus hijos en las comidas, el 65% lo hace una a tres veces por semana.
- Las comidas preferidas de sus hijos son platos típicos acompañados de arroz, como arroz con menestra y carne o pollo frito, arroz con pollo frito, sopas, cremas, entre los mariscos de preferencia están pescado frito y sopas o sango camarón.
- Las frutas y legumbres son reconocidas como los alimentos con mayores

beneficios nutritivos con 38% y 32% respectivamente

- El 66% madres indican que de tener la oportunidad de alimentar a sus hijos con quinua lo harían, especialmente madres de 19 a 34 años.

Conocimiento de la quinua

- El 82% de las madres dicen conocer la quinua, siendo las mujeres entre 19 y 34 años que representan el 63% de las encuestadas y consideran que es un alimento rico en vitaminas y proteínas.
- El 75% de las madres encuestadas indica que prefieren cocinar ellas mismas los alimentos con quinua en y el 27% prefiere cocinar ellas y que en la escuela también se les provea alimentos con quinua.
- Los lugares de preferencia para comprar quinua serian tiendas de barrio y supermercados como Tía.
- El 93% de las madres estarían dispuesta a pagar de 0,75 a \$1,50 por una libra de quinua.
- El 50% de las madres preferiría conocer más sobre la quinua y como preparar alimentos mediante charlas, 41% prefiere folletos informativos y el 9% de las encuestadas prefiere encontrar esta información en internet.
- Las madres indican que desearían charlas en la mañana en horario de 07h00 a 10h00 (65%) y tarde de 12h00 a 15h00 (35%). Y el día de preferencia para charlas en las mañanas es miércoles.

Entrevistas a maestros.

- El porcentaje de asistencia de padres a las reuniones escolares oscila entre 60 y 70%.
- Los profesores y directivos de las escuelas mantienen constante comunicación con los padres de familia ya sea por reuniones, entrega de libretas o cuando ellos acuden a recoger a sus hijos a la escuela.

- A pesar de los esfuerzos de las maestras por orientar a los niños a una nutrición saludable muchas veces encuentran que los mismos padres les envían en las loncheras algún tipo de comida chatarra como papita fritas y otros snacks similares.

Entrevista a nutricionista.

- La quinua es considerada una de los “súper alimentos” por su alto contenido de nutrientes, vitaminas, grasas buenas, proteínas, potasio, magnesio solo en una pequeña porción.
- Posee un contenido de grasas Omega 3 y 6, carbohidrato completo que brinda mucha más energía durante el día.
- Consumir quinua carbohidrato complejo que puede brindar mayor energía durante el día eliminando los picos de insulina que producen los carbohidratos refinados como arroz.
- Se recomienda en diabéticos y a personas que tienen problemas de estreñimiento, vegetarianos, leucemia.

Alimentos que se pueden preparar

Desayunos

- Harina de quinua para elaborar galletas, pizzas pequeñas

Almuerzos

- Puede reemplazar al arroz, y servirse con pollo, carne, servirse en ensaladas.
- Mezclar arroz con quinua para platos tradicionales
- Sopas de quinua

Merienda

- Como no es un carbohidrato pesado se puede consumir de noche también en reemplazo de arroz.
- Existe un desconocimiento sobre el uso de la quinua y la cantidad de alimentos que se pueden preparar.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

La dieta de los ecuatorianos está basada en el consumo de a carbohidratos especialmente en

arroz y fideos. En el caso de los niños en los platos que más consumen están compuestos con arroz, tallarines y se acompañan de carne y pollo frito. De igual manera las grasas priman en la dieta de adultos y de niños. El principal problema de la quinua se aluda a su poca presencia en las provincias de la costa, ya que su cultivo se da en la sierra ecuatoriana y es mayormente consumida en estas provincias. Pese a esto se considera que no ha sido explotada como un superalimento, por contener los nutrientes necesarios para el organismos. Entre ellos están el alto contenido de carbohidrato, grasas, vitamina B1, Magnesio, Potasio, Zinc, entre otros.

Para los niños de la etapa inicial es importante que su alimentación se evite el exceso de carbohidratos procesados y grasas, para esto Pro alimentos se implementó un plan de alimentación para los escolares a nivel nacional promoviendo una correcta nutrición. Diariamente a los escolares se les sirve un desayuno en la escuela y consta de colada, de frutas elaborada por los mismo padres en la escuela, leche, una barra integral y un banano fresco. Existe un plan de alimentación saludable que se cumple día a día en las escuelas pero en los hogares muchos padres no han tomado conciencia sobre que darles a sus hijos y comúnmente las maestras parvularias encuentran comida chatarra en sus loncheras, pese a que comunican a los padres que se prohíbe enviar esos alimento que crean malos hábitos en los niños y perjudican su salud con problemas como obesidad infantil.

Las madres de familia mencionan darles a sus hijos frutas y legumbres que resultan beneficiosas para la salud pero también tienen un alto consumo de arroz y fideos, porque es lo que más le gusta a los niños. Pero la quinua puede sustituir al arroz en las comidas diarias o mezclarse con este con el fin de reducir el arroz por un alimento que aporte una mayor cantidad de carbohidratos con una porción menor. Su preparación puede ser compleja ya que no existe un producto que se venda ya preparada con quinua aparte de harina con la cual es posible preparar alimentos que resulten más agradables a los niños como masa para elaborar pizzas pequeñas. Galletas o pan además de las sopas o ensaladas. Existe

conocimiento sobre la quinua y su preparación, pero generalmente se atribuye que su uso es para sopas. En cuanto al sabor puede no resultar agradable para todos por el poco conocimiento que existe para usarla en otros platos.

PLAN DE MARKETING

Objetivos

Objetivo General

Incentivar el consumo de quinua en el 60% de los escolares de la etapa inicial de la parroquia Tarifa al término del 2016.

Objetivos Específicos

- ✓ Introducir la quinua en al menos una de las comidas de los escolares durante el año 2016.
- ✓ Dar a conocer de los beneficios de la quinua al 80% de las madres de familia de los escolares de la etapa inicial de la parroquia Tarifa.
- ✓ Crear una imagen publicitaria que permita captar la atención y compromiso de las madres de familias y los escolares para consumir quinua.

Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento a utilizar en el presente proyecto es la basada en los BENEFICIOS, puesto que el plan se enfocará en los diferentes atributos de la quinua para captar al público objetivo, ya sea madres de familia o alumnos. Los beneficios principales en los que se enfocará serán los beneficios nutricionales y en la facilidad de poder combinarse con cualquier comida.

Matriz de Roles y Motivos

Mediante la matriz de roles y motivos se explicará quienes intervienen en el proceso de compra del producto, en este caso de Quinua, en los diferentes roles y con las siguientes interrogantes.

Madres de Familia

Tabla 13: Matriz de Roles y Motivos de Madres de Familia

	¿Quién?	¿Por qué?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Dónde?
--	---------	-----------	----------	--------	---------

El que inicia	Referencia de terceras personas.	Opinan sobre los beneficios del producto	En cualquier momento	Por medio de recomendaciones	En cualquier lugar
El que influye	Familiares, médicos, conocidos, medios de comunicación	Opinan sobre los beneficios del producto	En cualquier momento	Por medio de conversaciones o recomendaciones.	Redes sociales, medios de comunicación, hogares, reuniones, supermercados, tiendas.
El que decide	Madres o padres de familia	Por recomendaciones	Cuando está en los puntos de venta	Escogiendo el producto.	Puntos de ventas de quinua.
El que compra	Mujeres, madres o padres de familia	Hay una decisión previa.	En el momento de pagar los productos	Pagando el producto	Puntos de venta de la quinua
El que usa	Mujeres, madres de familia cuando cocinan	Quieren consumir el producto por beneficios	Al cocinar	Al momento de cocinar lo combinan con cualquier tipo de comida	Cocina, hogares.

Elaborado por: Autora, 2015.

En la matriz de Roles y motivos del primer segmento que son las madres de familia de niños en etapa de educación inicial en edades comprendidas de 3 a 5 años de la parroquia Tarifa, se puede observar que las personas principales que influyen para la toma de decisiones del producto son terceras personas como familiares, maestros e inclusive doctores puesto que les hablan del beneficio de la quinua y las madres acogen estos consejos en beneficio de sus hijos. La comunicación también es un punto clave para que ellas conozcan del producto.

Se observa también que el padre de familia o esposo también cumple un rol importante en la toma de decisiones, puesto que en la mayoría de los casos es él el que cuenta con el poder adquisitivo y el que da el dinero para la compra de los alimentos. Cabe mencionar que las madres de familia también cocinan en base a lo que los esposos les gusta.

Niños y niñas de la etapa de educación inicial de 3 a 5 años

Tabla 14: Matriz de Roles y Motivos de niños

	¿Quién?	¿Por qué?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Dónde?
El que inicia	Familiares, maestros, compañeros de la escuela	Consumen el producto o hablan de él	En cualquier momento	Observan que prueban el producto	En cualquier lugar
El que influye	Familiares, maestros, compañeros de la escuela	Consumen el producto o hablan de él	En cualquier momento	Observan que prueban el producto	En cualquier lugar
El que decide	Madres de Familia, maestros o niños	Por recomendaciones	En cualquier lugar	Escogiendo el producto.	En cualquier lugar
El que compra	Madres o Padres de familia, familiares	Hay una decisión previa.	En el momento de pagar los productos	Pagando el producto	Puntos de venta de la quinua
El que usa	Niños de 3 a 5 años de la etapa escolar	Por que los padres o maestros les dan	En el Recreo o en la hora de la comida	Ingiriendo el producto	En cualquier lugar

Elaborado por: Autora, 2015.

En el caso de los niños las principales personas que influyen son las madres de familia, maestros y los mismos compañeros o amigos de los niños que observan que consumen el producto o les hablan de este. Es así que se puede inferir que los niños actúan de acuerdo a lo que ven y lo que sus autoridades les dicen que coman o no.

Cabe mencionar además, que en el proceso de decisión también se encuentran los padres y maestros ya que por un lado los padres deben comprar el producto y los maestros les dan en la hora del recreo cumpliendo un papel muy importante en el consumo del producto.

4 P's del Marketing

Producto

“Súper Quinua” es una campaña destinada a escolares de la etapa inicial de la parroquia Tarifa y a sus madres para incentivar el consumo de quinua. La campaña será ejecutada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Tarifa con su actual presidenta, Yilda Rivera de Banchón.

Eslogan

El posicionamiento publicitario o eslogan será: “Muy Rica y Nutritiva”

Tiempo: Periodo escolar 2016 – 2017 Región Costa

Geografía: 8 instituciones con nivel inicial de la parroquia Tarifa, cantón Samborondón, provincia del Guayas.

Tabla 15: Tipos de Target

Target Principal	Target Secundario
Demografía: Mujeres	Demografía: Niños y niñas entre 3 a 5 años
Psicográfica: Madres de Familia con hijos en la etapa inicial	Psicográfica: Escolares de la etapa inicial.
Conductual: Encargadas de la alimentación de sus hijos.	

Elaborado por: Autora, 2015.

Precio

El GAD Parroquial Rural de Tarifa no comercializará el producto, es decir la quinua, sin embargo se realizarán estrategias en conjunto con la Unidad Nacional de Almacenamiento para que realice activaciones en las escuelas y comercialicen directamente a las madres de familia en presentaciones de 1 libra, ya que debido a los resultados que arrojó la investigación de mercados las madres

estarían dispuestas a pagar entre USD 0.75 y USD 1.50, considerando un precio económico, por lo que se encuentra más factible la venta directa que a través de supermercados.

El precio en la presentación de 1 libra es de USD 1.50

Plaza

Las actividades a realizar serán en las instalaciones de las ocho escuelas que forman parte de la Parroquia Tarifa, puesto que es el lugar de encuentro de las madres de familia y sus hijos.

Tabla 16: Instituciones de Educación Básica de la parroquia Tarifa

Nº	RECINTO	INSTITUCIONES
1	PARROQUIA TARIFA	CENTRO DE EDUCACIÓN INICIAL GABRIELA MISTRAL
2	CDLA. MIRAFLORES	ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA OSVALDO GUAYASAMIN
3	BOCA DE CAÑA	ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA ELOY ALFARO
4	EL CARMEN	ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA EDUARDO KINGMAN
5	RIO SECO	ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA 27 DE AGOSTO
6	GRAMINEA SELECTA	ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA FEDERICO GONZALES SUAREZ
7	BELLAVISTA CARRETERO	ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA 24 DE MAYO
8	BELLAVISTA	ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA EMILIO GÓMEZ VARGAS

Fuente: Ministerio de Educación (2015)

Promoción

ATL

El GAD Parroquial Rural de Tarifa cuenta con un periódico de la parroquia llamado El informante Tarifeño, que se distribuye de forma mensual y publican los acontecimientos más importantes de la misma. Se aprovechará la elaboración del periódico para publicar un afiche con información sobre los beneficios de la quinua en menores de 3 a 5 años. El tiraje es

de 3000 ejemplares y se distribuye de manera gratuita en los puntos de información de la parroquia.

Ilustración 10: Afiches



Elaborado por: Autora, 2015.

BTL

Se realizarán activaciones en las escuelas de la parroquia Tarifa con la colaboración de la Unidad Nacional de Almacenamiento, que permitan a madres, maestros y niñas tener mayor conocimiento sobre este alimento y los beneficios que brinda, así como podrá degustar de diferentes productos hechos a base de quinua y comprarla.

Las activaciones se realizarán de manera mensual en conjunto con charlas informativas donde se entregarán bolsos, cuadernos, abanicos y lápices con el personaje de la campaña “Súperquinito”, un niño pequeño que muestra vitalidad y alegría, en su mano sostiene una rama de quinua mostrándola en alto.

Ilustración 11: Súperquinito



Elaborado por: Autora, 2015.

Charlas en escuelas

Objetivo

Informar y explicar a las madres de familia sobre los beneficios de la quinua y recetas de los platos que pueden prepararse.

En las escuelas se realizarán charlas durante el año lectivo 2016 – 2017 en las ocho escuelas de la parroquia Tarifa y serán dictadas por una nutricionista. Las charlas se realizarán en el horario de la mañana y de manera mensual, puesto que las madres acuden a dejar a sus hijos en las escuelas, así como también se aprovechará los días de entrega de libretas que son los que cuentan con mayor asistencia de padres de familia, donde no sólo se les proporcionará información sobre los beneficios si no también diferentes recetas para que intenten en casa.

Folletos

Objetivo

Guiar a las madres en la preparación de alimentos en sus hogares

Dar información fácil y entretenida a los niños escolares

Se entregará material informativo para madres y niños que explique brevemente los beneficios de la quinua y alimentos que pueden prepararse con este cereal. Para ellas se incluirán diferentes recetas que se entregarán en las reuniones.

Afiches

Objetivo

Dar a conocer a la parroquia Tarifa sobre esta campaña e incentivar el consumo de quinua en niños escolares.

Se colocará afiches en las zonas de mayor circulación de habitantes, en especial de madres y niños como en la carretera principal de la parroquia, en la parada de los buses y en el malecón. Así como también en los puntos de información de la parroquia, centros de salud y carteleras de las 8 escuelas.

Ilustración 12: Afiches



Elaborado por: Autora, 2015.

Conclusiones del Capítulo

A través del plan de marketing se pretende incrementar el consumo del cereal en un 60% tomando en cuenta que el consumo del grupo objetivo es bajo, de esta forma los estudiantes podrán beneficiarse a través de los nutrientes que el cereal posee.

Para poder incentivar el consumo de quinua lo principal es asegurarse que el público objetivo pueda adquirirla de manera fácil, es por ello que se plantea ir directamente donde este se encuentre y que la Empresa Pública Unidad Nacional de Almacenamiento sea quien provea el cereal para que el precio no se vea afectado y los padres de familia puedan adquirirla.

Las estrategias y acciones que se plantean están enfocadas en el grupo objetivo, es por ello que no se utilizan medios masivos para su promoción ya que se considera que sería una inversión innecesaria puesto que el público objetivo es pequeño y se encuentra en lugares específicos como son las escuelas, por esta razón las actividades se realizarán en las ocho instituciones propuestas y en contacto directo con el público.

PRESUPUESTACIÓN

Las actividades se realizarán en el transcurso del año lectivo 2016 – 2017, considerando que inicien en abril y culminen en el mes de enero.

Tabla 17: Descripción de Valores

DESCRIPCION	CANT.	PRECIO MENSUAL	PERIODO
AFICHES	50	\$ 37,50	MENSUAL
NUTRICIONISTA	1	\$ 250,00	MENSUAL
DISFRAZ	1	\$ 1.500,00	ANUAL
CUADERNILLOS	2000	\$ 3.340,00	ANUAL
BOLSOS	2000	\$ 6.400,00	ANUAL
LÁPICES	2000	\$ 900,00	ANUAL
LOGÍSTICA DE ACTIVACIONES	1	\$ 2.350,00	MENSUAL
ABANICOS	5000	\$ 600,00	ANUAL
PAUTA EN INFORMATIVO TARIFEÑO	1	GRATIS	MENSUAL
PRODUCTOS ELABORADOS A BASE DE QUINUA	1	PROPORCIONADO POR UNAEP	MENSUAL

Elaborado por: Autora, 2015.

La inversión por los 10 meses es de USD 41.115,00, al ser una institución pública no se medirá en dólares el retorno de la inversión, sin embargo este se podrá evidenciar con la salud nutricional de los escolares comprendidos entre las edades de 3 a 5 años de las escuelas fiscales de la parroquia Tarifa.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A través de la investigación de mercados se pudo observar el compromiso de las madres de familia para mejorar la nutrición de sus hijos.

La campaña debe tener un monitoreo constante para medir su éxito y pueda ser replicada en estudiantes de diferentes edades.

No hay que descartar la posibilidad de realizar estrategias digitales en un futuro, ya que la tecnología está llegando cada vez más rápido a sitios rurales.

Es importante que madres y padres de familia se involucren en la nutrición de sus hijos para que los padres puedan ser parte de esta alimentación e iniciativa.

A futuro se puede capacitar a las maestras para que ellas a su vez brinden capacitación a las madres de familia sobre la nutrición de sus

hijos ya que ellas forman parte importante del desarrollo de los niños.

Es importante que entidades Gubernamentales se unan para incentivar el consumo de este cereal que beneficia directamente a la sociedad en su nutrición.

Bibliografía

- AGENCIA DE NOTICIAS ANDES. (2015).
Obtenido de
<http://www.andes.info.ec/es/etiquetas/pib>
- Banco Central del Ecuador. (Octubre de 2015). *Estadísticas*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2015, de
<http://www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-economicas>
- Banco Central del Ecuador. (junio de 2015).
<http://www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-economicas>. Obtenido de
<http://www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-economicas>
- Banco Central del Ecuador. (ENERO de 2015). *www.bce.fin.ec*. Obtenido de
<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro012015.pdf>
- CLASEV.NET. (s.f.). Obtenido de
http://clasev.net/v2/pluginfile.php/719/17/mod_resource/content/11/COMIDAS%20T%C3%8DPLICAS%20DE%20LA%20SIERRA%20ECUATORIANA.pdf
- Club El Universo. (31 de julio de 2014).
clubeluniverso.com. Obtenido de
<http://clubeluniverso.com/recetas/18>
- Cuchareando. (s.f.).
<http://www.cuchareando.cl/content/ receta-postre-de-quinoa-con-frutas>.
Obtenido de
<http://www.cuchareando.cl/content/ receta-postre-de-quinoa-con-frutas>
- ECUATORIANOS EN EL MUNDO. (s.f.).
Obtenido de
<https://ecuatorianosenelmundo.wordpress.com/ecuador-y-su-historia/gastronomia/189-2/>
- El Diario. (12 de DICIEMBRE de 2014).
<http://www.eldiario.ec/noticias->

- manabi-ecuador/340036-la-quinua-es-aporte-de-6-beneficios-al-cuerpo/*. Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/340036-la-quinua-es-aporte-de-6-beneficios-al-cuerpo/>
- El Telégrafo. (ENERO de 2014). Obtenido de www.telegrafo.com.ec/opinion/columnistas/item/nuevas-actividades-y-cambio-de-la-matriz-productiva.html
- El Universo. (07 de abril de 2015). www.eluniverso.com. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/04/07/nota/4743906/inflacion-marzo-ecuador-es-041>
- Gastronomía del Ecuador. (s.f.). Obtenido de <https://gastronomiadelecuador.wordpress.com/region-costa/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Tarifa. (2015). *Diagnóstico Tarifa*. Tarifa.
- Gobierno Municipal de Samborondón. (mayo de 2014). www.samborondon.gob.ec. Obtenido de <http://www.samborondon.gob.ec/index.php/bonus-pages-2/vision-de-la-institucion>
- INEC. (2010). Obtenido de <http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-comerciante/item/en-guayaquil-inec-dio-resultados-del-censo.html>
- Instituto de Provisión de Alimentos. (2015). www.proalimentos.gob.ec. Obtenido de http://www.proalimentos.gob.ec/?page_id=394
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Encuesta de Ingresos y Gastos*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=591%3Ainec-presenta-resultados-de-la-encuesta-de-ingresos-y-gastos&catid=56%3Adestacados&Itemid=3&lang=es
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). Obtenido de http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). *ENSANUT*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20resultados%20ENSANUT.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). Obtenido de <http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/varios/ENSANUT.pdf>
- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. (2009). <http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/ESTADO%20DEL%20ARTE%20QUINUA%202.pdf>. Obtenido de <http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/ESTADO%20DEL%20ARTE%20QUINUA%202.pdf>
- LAYLITA.COM. (s.f.). Obtenido de <http://laylita.com/recetas/2008/03/23/mote-pillo/>
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (Vol. Quinta Edición). (M. E. Salinas, Trad.) México: Pearson. Recuperado el 01 de noviembre de 2015
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). Obtenido de <http://comercioexterior.gob.ec/comex/>
- Ministerio de Educación. (27 de julio de 2015). Listado de instituciones fiscales con nivel inicial en Tarifa. Samborondón, Guayas, Ecuador.
- Ministerio de Educación. (2015). www.educacion.gob.ec. Recuperado el SEPTIEMBRE de 2015, de <http://educacion.gob.ec/unidades-educativas-del-milenio/>
- Naresh Malohtra. (2008). *Investigación de Mercados*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- PERIODISMO ITINERANTE. (s.f.). Obtenido de <http://periodismoitinerante.com/categoria-gastronomia/page/2/>
- Prefectura del Guayas. (s.f.). www.guayas.gob.ec. Recuperado el 11 de agosto de 2015, de <http://www.guayas.gob.ec/demografia>
- Quinua.pe. (2013). <http://quinua.pe/hamburguesa-vegetal/>. Obtenido de <http://quinua.pe/hamburguesa-vegetal/>

QUITO ADVENTURE. (s.f.). Obtenido de
<http://www.quitoadventure.com/espanol/cultura-gente-ecuador/comida-ecuador/comida-ecuador-andes.html>

Revista Exitosa. (2 de marzo de 2014).
<http://www.revistaexitosa.com/el-poder-de-la-comida-tipica-ecuatoriano-es-lo-nuestro/>. Obtenido de <http://www.revistaexitosa.com/el-poder-de-la-comida-tipica-ecuatoriano-es-lo-nuestro/>

Revista Hogar. (s.f.). Obtenido de
<http://www.revistahogar.com/impresaportada.php?edicion=562>

SOUTHERN PARADISE TOURS. (2009).
Obtenido de
<http://www.southernparadisetours.com/coast/gastronomia.html>

Vegetarianos Chile. (20 de JULIO de 2014).
<http://www.vegetarianoschile.cl/recetas-base-para-pizza-de-quinoa-sg/>.
Obtenido de
<http://www.vegetarianoschile.cl/recetas-base-para-pizza-de-quinoa-sg/>

APÉNDICES

Formato de Encuesta

EDAD								
ESTADO CIVIL	SOLTERA		CASADA		UNION LIBRE		VIUDA	
	DIVORCIADA							
NIVEL DE INGRESO	\$0 - \$354		\$354-\$500		\$500-\$650		\$650 o más	
N° DE HIJOS	0 - 1		2 - 4		MÁS DE 4			
1. ¿USTED COCINA PARA SU FAMILIA ESPECIFICAMENTE PARA SU HIJO/A?								
SI		NO						
2. ¿CUÁL ES EL PLATO PREFERIDO DE SU HIJO/A?								
3. ¿USTED LO/A COMPLACE CON REGULARIDAD AL HACERLE SU COMIDA PREFERIDA O COMPRARLE?								
SI		NO						
4. ¿CON QUÉ FRECUENCIA?								
1 A 3 VECES A LA SEMANA			MÁS DE 3 VECES A LA SEMANA				QUINCENAL MENTE	
MENSUALMENTE								
5. ¿REGULARMENTE LE DA A SU HIJO/A ALIMENTOS QUE BENEFICIEN SU SALUD?								
SI		NO						
6. ¿QUÉ TIPO DE ALIMENTOS CON BENEFICIOS NUTRICIONALES LE DA A SU HIJO/A? ESCRIBA DOS								
7. ¿CONOCE USTED QUÉ ES LA QUINUA Y SUS BONDADAES? SI LA RESPUESTA ES NO, LEER LA NOTA.								
SI		NO						
<p>NOTA: LA QUINUA ES UN CEREAL QUE SE CULTIVA PRINCIPALMENTE EN PROVINCIAS DE LA SIERRA. DENTRO DE SUS BENEFICIOS SE ENCUENTRA LA FIBRA QUE AYUDA AL SISTEMA DIGESTIVO, EL MAGNESIO PARA LOS HUESOS Y OMEGA 3 Y 6 PARA PREVENIR ENFERMEDADES CARDIACAS, DIABETES E INCLUSIVE EL CANCER. LA QUINUA PUEDE SER UTILIZADA EN DIFERENTES TIPOS DE COMIDA PUESTO QUE SE LA PUEDE MEZCLAR COMO HAMBURGUESAS, PIZZA, UN ALMUERZO NORMAL E INCLUSIVE PUEDE REEMPLAZAR AL ARROZ.</p>								
8. SI SU RESPUESTA ES SI ¿QUÉ OPINA DE LA QUINUA?								
MAL SABOR		SOLO SE USA EN SOPAS			RICA EN VITAMINAS Y PROTEINAS			
SOLO LA COMEN EN LA SIERRA								
9. ESTARÍA DISPUESTO A INCLUIR LA QUINUA EN LA ALIMENTACIÓN DE SU FAMILIA?								
SI		NO						
10. QUE PREFERIRÍA PARA SUS HIJOS/AS								
COCINARLE USTED MISMO CON QUINUA					QUE LA ESCUELA LE DE LOS ALIMENTOS			
AMBAS								
11. SI SU RESPUESTA ES COCINARLE O AMBAS ¿DÓNDE COMPRARÍA LA QUINUA?								
TIENDAS DE BARRIO			TÍA		OTRO:			

12. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTA A PAGAR POR LA LIBRA DE QUINUA?					
DE 0,75 CTVS A \$1,50		HASTA \$2,00		HASTA \$3,00	
13. ¿CÓMO PREFERE CONOCER DE RECETAS O NOVEDADES DE LA QUINUA?					
CHARLAS DE LA ESCUELA		FOLLETOS		OTRO:	
14. SI ESCOGIO CHARLAS INDIQUE EN QUE HORARIOS LAS DESEARIA					
ENTRE LAS 7:00 Y 10:00 AM		ENTRE LAS 12:00 Y 15:00		DÍA:	

Formato de Entrevista

Se realizarán dos entrevistas una a un maestro/a de la escuela fiscal Gabriela Mistral que esté a cargo de la etapa inicial, y otra a un profesional nutricionista. El tipo de entrevista a realizar será: No estructurada, la cual está estructurada de la siguiente manera.

Maestro/a

Inicio: Buenos días/tardes, soy estudiante de postgrado de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo de la Maestría de Marketing, y me encuentro realizando un Plan de Marketing para incentivar el consumo de quinua en escolares de la etapa inicial de las escuelas fiscales de Tarifa, es por ello que solicité una cita con usted para realizarle una entrevista con fines académicos.

Tema 1: Datos personales

Nombre y Apellido

Edad

Estado Civil

Nombre de la escuela en donde trabaja

Tiempo en el que se encuentra trabajando en la escuela

Tema 2: Sobre los padres de familia

¿Asisten regularmente los padres de familia a las reuniones convocadas por la escuela?

¿Cuál es el porcentaje de inasistencia a estas reuniones?

¿Cómo es la relación con usted y las madres o padres de familia?

Tema 3: Sobre los alumnos

¿Cuántos alumnos tiene a su cargo?

¿Cuántos niños y cuántas niñas son?

¿Cómo es el rendimiento de sus alumnos en cuanto a notas?

Tema 4: Sobre la alimentación de los alumnos

¿Los alumnos reciben alimentos por parte del Gobierno?

¿Cree usted que esta alimentación escolar es la más aconsejable para su rendimiento?

¿Cómo cree que influye la alimentación escolar y la de los hogares?

¿Cree usted que los padres deberían recibir charlas sobre la alimentación de sus niños?

Tema 5: Sobre la quinua

¿Conoce usted qué es la quinua y cuáles son sus bondades?

¿Cree usted que sería importante que los escolares incluyeron este alimento en sus comidas diarias? ¿Por qué?

¿Cómo maestra/o colaboraría para incentivar su consumo en los niños?

¿Cuáles cree que son las vías más adecuadas y efectivas para que los niños consuman dicho cereal?

‘Fin: Hemos terminado. Muchas gracias por su gentil colaboración.

Nutricionista

Inicio: Buenos días/tardes, soy estudiante de postgrado de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo de la Maestría de Marketing, y me encuentro realizando un Plan de Marketing para incentivar el consumo de quinua en escolares de la etapa inicial de las escuelas fiscales de Tarifa, es por ello que solicité una cita con usted para realizarle una entrevista con fines académicos.

Tema 1: Datos Personales

Nombres y Apellidos

Edad y Estado Civil

Profesión

Tiempo ejerciendo la profesión

Tema 2: Sobre la Desnutrición y Obesidad

Qué opina sobre la forma de alimentarse de los ecuatorianos.

Considera que la desnutrición, específicamente desnutrición infantil a aumentado o disminuido, y la obesidad?

Cuáles son las proteínas o nutrientes que se debe consumir en el desayuno, almuerzo y merienda y cuántas comidas es lo recomendable consumir en el día?

Tema 3: Sobre su trabajo

Dónde trabaja?

Es propio o no?

Qué servicios ofrece?

Cuál es su valor agregado?

Cuál fue su motivación para poner su empresa?

A qué target va dirigido?

Realiza dietas para niños?

Indique algunos vegetales o cereales que utiliza con regularidad en las dietas e indique por qué?

Tema 4: Sobre la quinua

Cuáles son los beneficios de la quinua para un adulto y para niños?

Cree usted que el sabor de la quinua es bueno o malo?

En qué momentos del día la quinua puede ser consumida y cuántas veces al día se la puede consumir?

Considera que la quinoa es conocida en el Ecuador y específicamente en la Costa?

De acuerdo a datos del Ministerio de Agricultura hay poco consumo de este cereal. Por qué cree que sucede esto?

Explique cómo debe cocinarse la quinoa

Indique cómo y en qué alimentos se puede incentivar a niños de la educación inicial a consumir la quinoa.

‘Fin: Hemos terminado. Muchas gracias por su gentil colaboración.