



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LCDO EN ADMINISTRACION
DE EMPRESAS**

TEMA

**“ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA AVENAS A BASE
DE CHIA Y LINAZA EN LAS ESCUELAS DEL SECTOR NORTE DE
GUAYAQUIL”**

TUTOR

PhD, WILLIAM ROLANDO QUIMI DELGADO

AUTORES

ALLAN WLADIMIR SMITH ORTIZ

JOSE ABRAHAM TORAL GILER

GUAYAQUIL

2023



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: “ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE AVENAS A BASE DE CHIA Y LINAZA EN LAS ESCUELAS DEL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL”	
AUTOR/ES: Smith Ortiz Allan Wladimir Toral Giler José Abraham	REVISORES O TUTORES: PhD, Quimi Delgado William Rolando
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD: Facultad de Administración	CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

FECHA DE PUBLICACIÓN: 2023	N. DE PAGS: 81
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación comercial y administración	
PALABRAS CLAVE: Estrategias, comercialización, diseño, avena	
RESUMEN: <p>Ahora vivimos en un mundo digital, virtual y moderno donde incluso la comida se ha convertido en el tema de los anuncios. En las redes sociales, cuando cenamos con amigos, siempre hablamos de comida "saludable". Parece saludable, pero estamos adentro, ya que hay tan poco tiempo para alimentarnos todos los días, ¿cómo alimentamos a nuestros seres queridos y pequeños en casa que necesitan una dieta completa?, por lo que microempresas y empresas nacionales e internacionales las empresas están tratando de innovar sus productos, enfocándose en una inversión más saludable. Por eso, nos asociamos con una microempresa que buscaba ofrecer una opción innovadora y atractiva para todos los miembros de la familia, porque era más fácil para un padre que gana mil dólares al día tener snacks a la mano. Tanto para él como para su hijo. Tanto la avena como las propiedades de la chía son ricas en proteínas de rápida digestión, además de vitaminas y todos los aminoácidos, fibra en forma de avena, yogur y fruta para una merienda o desayuno completo para estudiantes o adultos. Esta es una selección de temas para abordar en un mercado que necesita productos rápidos y fáciles para promover una nutrición buena y saludable.</p>	
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			
ADJUNTO PDF:	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono:	E-mail:	
Smith Ortiz Allan Wladimir	098 076 6895	wsmitho@ulvr.edu.ec	
Toral Giler José Abraham	098 554 9672	jtorgal@ulvr.edu.ec	
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mgtr. Oscar Paul Machado Álvarez Decano Teléfono: 259 6500 Ext. 201 E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec MAE. Irma Aquino Onofre Directora de Carrera Teléfono: 259 6500 Ext. 203 E-mail: iaquino@ulvr.edu.ec		

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD ACADÉMICA

ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN PARA AVENAS A BASE DE CHIA Y LINAZA EN LAS ESCUELAS DEL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%	8%	0%	0%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	vsip.info Fuente de Internet	2%
2	cocinillas.lespanol.com Fuente de Internet	2%
3	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	2%
4	dspace.udla.edu.ec Fuente de Internet	2%
5	bibliotecaunapee.blob.core.windows.net Fuente de Internet	2%



firmado electrónicamente por:
WILLIAM ROLANDO
QUIMI DELGADO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados **ALLAN WLADIMIR SMITH ORTIZ Y JOSE ABRAHAM TORAL GILER**, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **“ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA AVENAS A BASE DE CHIA Y LINAZA EN LAS ESCUELAS DEL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL”** corresponde totalmente a los suscritos y me nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autores

Firma: 

ALLAN WLADIMIR SMITH ORTIZ

C.I. 0980766895

Firma: 

JOSE ABRAHAM TORAL GILER

C.I. 0931535686

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA AVENAS A BASE DE CHIA Y LINAZA EN LAS ESCUELAS DEL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL”, designada por el Consejo Directivo de la Facultad de Mercadotecnia de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado “ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA AVENAS A BASE DE CHIA Y LINAZA EN LAS ESCUELAS DEL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL”, presentado por las estudiantes **Allan Wladimir Smith Ortiz** y **José Abraham Toral Giler** como requisito previo, para optar al Título de Licenciatura en Administración de Empresas, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



Ph. D William Rolando Quimi Delgado

C.C.: 0907951909

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional tanto emocionalmente como económico para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos, ellos con su cariño siempre me han impulsado a cumplir mis metas.

Le doy gracias a Dios por la oportunidad de mantenerme con salud, con fuerzas y con dedicación para poder cumplir mis objetivos.

Agradezco a la universidad que tiempo me ha permitido obtener mi tan ansiado título. Agradezco a cada directivo por su trabajo y por su gestión, sin lo cual no estarían las bases ni las condiciones para aprender conocimientos.

Y también agradezco a mi compañero de Tesis José Toral ya que sin la dedicación que tuvo en el proyecto no hubiese podido lograrlo.

También quiero agradecer a mi novia Génesis. Gracias por tu paciencia, por tu comprensión, por tu empeño, por tu fuerza, por tu amor. Realmente, ella me ayuda a alcanzar el equilibrio que me permite dar todo mi potencial. Nunca dejaré de estar agradecido por esto, agradezco también la manera de insistirme, motivarme y ayudarme en toda mi carrera, si ese empujón extra no hubiese logrado este título.

Allan Wladimir Smith Ortiz

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

Le dedico el resultado de este trabajo a toda mi familia. Principalmente, a mis padres que me apoyaron tanto emocionalmente y económicamente. Gracias por enseñarme a no darme por vencido nunca y siempre seguir mis objetivos hasta cumplirlos.

Me han enseñado a ser la persona que soy hoy. Todo esto con una enorme dosis de amor y sin pedir nada a cambio. También dedicó este logro a mi hermana que nunca dejo de preocuparse en mí, sus consejos me ayudaron a obtener este título.

Allan Wladimir Smith Ortiz

AGRADECIMIENTO

Sobre todo, Dios nos da la oportunidad no solo de vivir un día más, sino también de crecer personalmente y en este caso profesionalmente, para convertirnos en la persona que siempre hemos querido y por la que hemos trabajado.

A mis padres por todo el esfuerzo y la confianza que me han brindado en este largo camino de aprendizaje, este logro no es solo mío sino de ellos.

Este logro académico es producto de un esfuerzo colectivo el cual no solo es un logro mío sino de compañero y amigo de tesis Allan Smith.

José Abraham Toral Giler

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

A mis padres José Toral y Galud Giler que fueron un pilar importante en mi vida y para lograr seguir mentalizado para lograr el objetivo que era culminar mi carrera universitaria, a mi hermano por siempre creer en mí.

Dedicales a mis compañeros que estuvieron conmigo en estos 9 semestres en la universidad, demostrándome que se puede ser un grupo unido y camina hacia el mismo objetivo. Master William Quimi por ayudarnos a cumplir paso por paso para terminar el trabajo de titulación.

A Galud María Giler Marmolejo mi hermosa madre que esta siempre conmigo en las buenas y las malas, quien me apoyo desde un principio para lograr comenzar mi carrera universitaria. Universidad en la que se graduó y estudio mi hermano como mi papa, y lo que nos une ser Laicos.

INDICE GENERAL

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD ACADEMICA	v
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	vi
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	vii
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
DEDICATORIA	xi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	2
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
1.1. Tema:.....	2
1.2. Planteamiento del problema:.....	2
1.3. Efectos	2
1.4. Causas	3
1.5. Diagnostico.....	3
1.6. Pronostico	3
1.7. Control de pronostico	3
1.8. Formulación del problema	3
1.9. Sistematización del problema.....	3
1.10. Objetivos.....	4
1.10.1. Objetivo general.....	4

1.10.2. Objetivos específicos.....	4
1.11 Idea a defender.....	4
1.12. Variables.....	4
1.12.1. Variable Independiente.....	4
1.12.2. Variable Dependiente.....	4
1.13. Delimitación geográfica.....	5
1.14. Línea de investigación.....	5
CAPITULO II.....	6
MARCO TEORICO.....	6
2.1. Antecedentes de la avena.....	6
2.1.1. El cultivo de la avena.....	8
2.1.2. Tipos de avena.....	9
2.1.3. Propiedades de la avena.....	9
2.1.4 Beneficios nutricionales de la avena.....	10
2.1.5 Propiedades nutricionales de la avena.....	10
2.1.6. Formas de uso de la avena.....	12
2.2. Chía.....	13
2.2.1 Origen de la Chía.....	13
2.2.2 Cultivo de la chía.....	14
2.2.3. Propiedades de la chía.....	15
2.2.4. Valor nutricional.....	15
2.2.5. Beneficios.....	16

2.2.6. Tipos de Chía.....	16
2.3. Yogurt.....	17
2.3.1 Origen del yogurt.....	17
2.3.2 Beneficios del yogurt.....	17
2.3.3 Valor nutricional.....	18
2.3.4 Propiedades del yogurt.....	19
2.3.5 Tipos de yogurt.....	19
2.4. Linaza.....	20
2.4.1 Origen De la Linaza.....	20
2.4.2 Cultivo de la Linaza.....	20
2.8.3 Propiedades de la Linaza.....	20
2.8.5 Tipos de Linaza.....	21
2.5. Escuelas.....	21
2.5.1. Definición.....	21
2.5.2. Formación de Zonas, Distritos y circuitos.....	21
2.5.3. Enfermedades en la etapa escolar por mala alimentación.....	22
2.6. Preparación de avenas a base de Chía y Linaza.....	23
2.7. Marco Legal.....	24
2.7.1. Normativas del registro sanitario.....	24
2.7.2. Ley Orgánica de defensa del consumidor.....	25
2.7.3. Derechos conferidos por la marca.....	25
CAPÍTULO III.....	26

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
3.1. Enfoque de la investigación:.....	26
3.2. Alcance de la investigación:.....	26
3.3. Técnica e instrumentos para obtener los datos:.....	26
3.4. Población y Muestra	29
3.5. Tamaño de la muestra.	29
3.5.1 Trabajo de campo.....	30
3.5.2. Encuestas	31
3.6. Informe de resultados	31
3.6.1. Resultados de la encuesta	31
3.6.1. Resultado de análisis.....	38
3.7. Análisis FODA.....	38
3.8. Análisis detallado de la matriz FODA	39
3.8.1. Fortalezas.....	39
3.8.2. Oportunidades.....	39
3.8.3. Debilidades.....	40
3.8.4. Amenaza	40
3.9. Empresa	40
3.9.1. Logo.....	41
3.10. Propuesta de solución	42
3.10.1. Estrategias de Producto.....	42
3.10.2. Plan estratégico del producto.....	45

3.10.3. Estrategia de Costos.....	46
3.10.4. Estrategias de distribución.....	46
3.10.5. Estrategias de Publicidad	47
Conclusiones.....	53
Recomendaciones.....	54
Bibliografía	55
Anexos.....	59

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Composición del grano de avena	11
Tabla 2 Composición de la avena verde.....	11
Tabla 3 Composición de la paja de avena	12
Tabla 4 Enfermedades por mala alimentación	22
Tabla 5 Asociación de nutricionista del Guayas.....	28
Tabla 6 Técnicas e instrumentos.....	29
Tabla 7 Tamaño de la muestra	30
Tabla 8 Frecuencia de snack nutritivo.....	31
Tabla 9 Tipo de snack que considera es más aceptado por sus hijos	32
Tabla 10 ¿Por qué usted consume avena?	33
Tabla 11 ¿En qué puntos de venta usted compra avenas?.....	34
Tabla 12 ¿Alguna vez ha probado las avenas a base de chía y linaza?	35
Tabla 13 ¿Conoce usted los beneficios que tiene la avena, la linaza y la chía?	36
Tabla 14 ¿Si le dijera a usted que las avenas de chía y linaza tiene beneficios tales como minerales, calcio, ¿vitaminas y que es un producto que no contiene lactosa, lo consumiría?	37
Tabla 15 Costo por degustaciones	43
Tabla 16 Plan estratégico para el producto	45
Tabla 17 Estrategia de Costos.....	46
Tabla 18 Plan operativo estratégico para el producto (Marketing)	48
Tabla 19 Plan estratégico para el producto	49
Tabla 20 Plan operativo estratégico para el producto.....	50
Tabla 21 Tabla de recursos.....	51
Tabla 22 Plan financiero.....	52

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación de escuela fiscal Carmen Wilter	5
Figura 2 Cultivo de avena	7
Figura 3 Formas de uso de la avena.....	13
Figura 4 Origen de la chía	14
Figura 5 Cultivo de la chía	14
Figura 6 Valor nutricional de la chía	15
Figura 7 Tipos de chía	16
Figura 8 Propiedades del yogurt	19
Figura 9 Cultivo de la linaza	20
Figura 10 Formación de zonas, distritos y circuitos.....	22
Figura 11 ¿Con qué frecuencia usted les aporta a sus hijos en el lunch un snack nutritivo?	31
Figura 12 Qué tipo de snack usted considera que es más aceptado por sus hijos?.....	32
Figura 13 ¿Por qué usted consume avena?.....	33
Figura 14 ¿En qué puntos de venta usted compra avenas?	34
Figura 15 ¿Alguna vez ha probado las avenas a base de chía y linaza?.....	35
Figura 16 ¿Conoce usted los beneficios que tiene la avena, la linaza y la chía?.....	36
Figura 17 ¿Si le dijera a usted que las avenas de chía y linaza tiene beneficios tales como minerales, calcio, ¿vitaminas y que es un producto que no contiene lactosa, lo consumiría?	37
Figura 18 Ubicación de “La Pradera”	41
Figura 19 Logo.....	41
Figura 20 Diseño del empaque del producto.....	42
Figura 21 Degustación del producto.....	43

Figura 22 Souvenir de AVEIA.....	44
Figura 23 Pagina de Instagram de AVEIA.....	47

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1	59
Anexo 2	61

INTRODUCCIÓN

Actualmente, vivimos en mundo tan digital, tan virtual, tan de modas que hasta la alimentación es un tema de propagandas, en redes sociales, en cenas con amigos, siempre se habla de una alimentación “Healthy”, lo que nos asemeja a saludable pero que tan bien nos estamos alimentando con tan poco tiempo en nuestro día a día, que tan bien alimentamos a nuestros seres queridos como lo son los más pequeños del hogar que son quienes necesitan una alimentación completa, por tal motivo microempresa como empresas nacionales e internacionales buscan innovar sus productos apostando por un aporte más sano.

Por eso, buscamos en conjunto a una microempresa otorgar una opción, innovadora y llamativa para todos los miembros de una familia, ya que tanto para un padre con un día a mil por hora, es más factible contar con un snack al alcance de su mano tanto para el como para su hijo.

Tanto las propiedades de la avena como la chía son tan ricas en proteínas de rápida digestión, además de contar con vitaminas y todos los aminoácidos, de fibra que en su presentación de avena bitcher, yogurt y fruta, aportan un snack o desayuno completo para un estudiante o adulto, y en eso radica la elección del tema de abordar en un mercado donde se necesitan productos rápidos y sencillos que aporten a una buena y completa alimentación.

CAPITULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.Tema:

“ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA AVENAS A BASE DE CHIA Y LINAZA EN LAS ESCUELAS DEL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL”

1.2.Planteamiento del problema:

“La Pradera” es una microempresa dedicada a diferentes productos a base de avena con su nuevo lanzamiento de avenas a base de chía, linaza, y yogurt, endulzada con Stevia le otorgan al consumidor muchos nutrientes, que el consumidor necesita sobre todo en niños, adolescentes, que buscan un alimento completo, un snack que pueda completar en una sola porción todo lo que el niño o adolescente necesita, y más aún un snack que ayude a los profesores en sus diferentes actividades, a tener un bocadillo a la mano. Constantemente se puede observar que la alimentación adecuada es uno de los temas centrales para gozar de una buena salud y es que estos dos factores están directamente relacionados en cualquier aspecto. Una persona alimentada adecuadamente, tiene más oportunidades de estar protegido de enfermedades, desarrollarse plenamente, vivir con salud y aprender y trabajar mejor. Actualmente, en la ciudad de Guayaquil, debido al agitado ritmo de vida que existe en la sociedad, se observa que existe poco tiempo para la preparación de comidas nutritivas comenzando desde el hogar. Ciertamente el estilo de vida que se lleva hoy en día no es el mismo que se llevaba años atrás. Antes, se podía esperar tener un alimento nutritivo preparado en casa a la hora de almorzar, en la actualidad este escenario ha cambiado al punto de que ambos padres siendo pilares de la familia, trabajen juntos para poder sustentar los gastos del hogar.

1.3. Efectos

En que las avenas con chía y linaza es un producto nuevo que busca explotarse, por ende, aún no tiene mucha acogida en el mercado, además de que la mayoría de posibles consumidores tienden a relacionarlo como “malo”, sin pensar en su alto valor nutricional, pero poco a poco la comida saludable, o la vida healthy se está abriendo paso en el mercado,

y es ahí como se busca ingresar este nuevo producto empezando por los alumnos, profesores de los diferentes colegios.

1.4. Causas

La falta de tiempo en la preparación de alimentos altamente nutritivos, las personas actualmente buscan satisfacerse con comidas rápidas y las cuales no les aporta un valor nutricional.

1.5. Diagnostico

En la ciudad de Guayaquil tenemos una inadecuada alimentación en nuestros niños, jóvenes y hasta adultos. Nosotros buscamos que las personas tengan un snack que los ayude con las proporciones necesarias para una adecuada alimentación.

1.6. Pronostico

Las causas principales de la mala alimentación pueden radicar en un alto consumo de comida basura que tiene demasiada grasa, así como productos con un alto contenido de azúcar. Esto puede llevar a personas a tener problemas de salud graves como diabetes, hipertensión y obesidad.

1.7. Control de pronostico

La alimentación correcta puede ayudar que muchas personas logren tener una buena salud y bajar los márgenes de enfermedades graves que pueden provocar la muerte. Para eso buscamos productos que ayuden a las personas.

1.8. Formulación del problema

¿De qué manera las estrategias de comercialización de avenas a base de chía y linaza permitirá introducirlas en las escuelas del sector norte de Guayaquil?

1.9. Sistematización del problema

- ¿Cuáles son las bases teóricas que sustentan las estrategias de comercialización para el producto investigado?

- ¿Cómo son las necesidades de los consumidores de la avena avenas a base de chía y linaza en el sector norte de Guayaquil?
- ¿Qué costos tendrá el desarrollo de las estrategias?
- ¿Cuáles serán las estrategias de comercialización más apropiadas para introducir la avena avenas a base de chía y linaza en el sector norte de Guayaquil?

1.10. Objetivos

1.10.1. Objetivo general.

Desarrollar las estrategias de comercialización de avenas a base de chía y linaza para introducirlas en las escuelas del sector norte de Guayaquil.

1.10.2. Objetivos específicos.

- Identificar las bases teóricas y metodológicas que fundamenten el diseño de estrategias, de ventas de avenas a base de chía y linaza en escuelas del sector norte de Guayaquil.
- Determinar las necesidades de los consumidores del producto.
- Seleccionar las estrategias de comercialización más apropiada.
- Definir el presupuesto adecuado para el desarrollo de las estrategias.

1.11 Idea a defender

El Desarrollo de las estrategias de comercialización de avenas a base de chía y linaza permitirá introducirlas en las escuelas del sector norte de Guayaquil.

1.12. Variables

1.12.1. Variable Independiente

Desarrollo de estrategias de comercialización.

1.12.2. Variable Dependiente

Avenas a base de chía y linaza en las escuelas del sector norte de Guayaquil.

1.13. Delimitación geográfica

Esta investigación se desarrolló en el mes de abril del 2022, hasta julio del 2022 en la escuela fiscal Carmen Wither Navarro, ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, Sauces 3, en donde nos enfocamos en los niños y padres como punto de investigación del cuarto de básica.



Figura 1 Ubicación de escuela fiscal Carmen Wilter

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

1.14. Línea de investigación

Dominio 1: Emprendimientos sustentables y sostenibles con atención a sectores tradicionalmente excluidos de la economía social y solidaria.

Línea Institucional: Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

Líneas de Facultad: Marketing, comercio y negocios locales.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

En el presente capítulo se conocerá todas las bases teóricas que corresponden a cada elemento importante que se llevarán a cabo para el diseño de estrategia de comercialización de avenas a base de chíá y linaza.

2.1. Antecedentes de la avena

Las avenas cultivadas tienen su origen en Asia Central, la historia de su cultivo es más bien desconocida, aunque parece confirmarse que este cereal no llegó a tener importancia en épocas tan tempranas como el trigo o la cebada, ya que antes de ser cultivada la avena fue una mala hierba de estos cereales (INFOAGRO , s.f.).

Los primeros restos arqueológicos se hallaron en Egipto, y se supone que eran semillas de malas hierbas, ya que no existen evidencias de que la avena fuese cultivada por los antiguos egipcios. Los restos más antiguos encontrados de cultivos de avena se localizan en Europa Central, y están datadas de la Edad del Bronce (INFOAGRO , s.f.).

La avena es una planta herbácea, pertenece a la familia de las gramíneas, su cultivo en Chile para la alimentación humana se desarrolló especialmente desde el año 1919, cuando inmigrantes ingleses comenzaron a procesarlo en Chile. En ese tiempo se conocieron localmente las virtudes de sus propiedades para la población chilena (antes se utilizaba sobre todo como forraje para ganado) (indalac, 2014).

La avena se produce principalmente solo en ciertos países, tales como Canadá, Rusia y Alemania y en el hemisferio sur, solamente en Australia, Argentina y Chile.

La avena es una gramínea de sistema radicular pseudofasciculado, más desarrollado que el del trigo y cebada. El tallo es grueso, pero con poca resistencia al vuelco; tiene, en cambio, un buen valor forrajero. Las hojas son planas y alargadas. En la unión del limbo y el tallo tienen una lígula, pero no existen estípulas. El color de la hoja de avena es verde

azulado. La inflorescencia es en panícula. Es un racimo de espiguillas de dos o tres flores, situadas sobre largos pedúnculos (abc AGRO , s.f.).

Es planta autógama. La dehiscencia de las anteras se produce al tiempo de abrirse las flores. Sin embargo, existe cierta proporción de flores que abren sus glumas y glumillas antes de la maduración de estambres y pistilos, por lo cual se producen degeneraciones de las variedades seleccionadas, y el fruto es en cariósipide, con las glumillas adheridas (abc AGRO , s.f.).

La avena es el cereal con más proteína y también aporta un gran porcentaje de la cantidad diaria recomendada de fósforo, magnesio, hierro, manganeso y vitaminas.

La FEN recomienda su consumo especialmente a personas con diabetes, obesidad y síndrome metabólico, enfermedades cardiovasculares o del tracto gastrointestinal, así como celíacos y los pacientes oncológicos (EL UNIVERSO , 2020).

La avena es fuente de carbohidratos de absorción lenta, es decir, que logra saciar tu hambre. Además, es un cereal aconsejado para personas con estreñimiento debido a su alto contenido en fibra soluble, que facilita el tránsito intestinal. Ayuda a digerir los alimentos y regula nuestro sistema digestivo llegando incluso a mejorarlo (EL UNIVERSO , 2020).



Figura 2 Cultivo de avena

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

2.1.1. El cultivo de la avena

Preparación del terreno:

Es frecuente que la avena sea un cultivo muy poco cuidado, tanto en labores preparatorias como en abonado. Sin embargo, si se abonara y preparara el terreno con más esmero, la avena sería capaz de producciones relativamente altas, sobre todo en los años de primaveras lluviosas.

Siembra:

Se trata de una planta poco resistente al frío, por tanto, en muchas zonas se suele sembrar en primavera (desde el mes de enero en las tierras de secano hasta el mes de marzo en las tierras de regadío), excepto en zonas con clima cálido que se suele sembrar en otoño.

La cantidad de semilla empleada suele ser muy variable. Consideramos una dosis corriente de 100 a 150 kg/ha. La densidad de siembra óptima en avena de invierno es de 250 plantas /ha. En siembras de primavera la densidad es de 300-350 plantas/m².

Abonado:

Debido a que el sistema radicular de la avena es más profundo y desarrollado que el del Trigo y la cebada, le permite aprovechar mejor los nutrientes del suelo, por tanto, requiere menos aportes de fertilizantes. La avena responde muy bien al abonado nitrogenado, aunque es sensible al encamado cuando se aplica a altas dosis.

La extracción media de avena por hectárea y tonelada es de 27,5 kg de N, 12,5 kg de P₂O₅ y 30 kg de K₂O.

Para una producción de 3.000 kg por hectárea habría que pensar en un abonado de unas 100 unidades de N, 50 unidades de P₂O₅ y 90 unidades de K₂O. (INFOAGRO , s.f.)

2.1.2. Tipos de avena

Los criterios a seguir en la elección de variedades son: color y calidad del grano, productividad, resistencia al encamado, enfermedades y frío. La temperatura es el principal factor ambiental que determina el tipo de variedad (INFOAGRO , s.f.).

Previsión:

Es una variedad obtenida por selección de una variedad argentina. Es bastante precoz y con buena resistencia a la sequía. Tiene buena productividad, siendo el grano de color rojo.

Blancanieves:

Es variedad de avena blanca de invierno, obtenida en el INIA de Francia, siendo muy clásica en Europa. Es bastante precoz. Es sensible al frío, resistente al encamado y con producción bastante regular y alta. Es sensible a roya y resistente al carbón. El grano es de color blanco y con un alto peso específico.

Cóndor:

Es avena de primavera. Fue obtenida en Holanda y es adecuada para siembras de primavera en tierras fértiles. Resiste el encamado, aunque es sensible al frío y muy sensible a la roya amarilla. El grano es de color blanco.

Moyencourt:

Avena de primavera, con grano de color negro y elevado peso específico; fue obtenida en Francia, siendo bastante precoz. Es poco resistente al frío y sensible a roya. Es también sensible al desgrane. Su tallo es de longitud media (INFOAGRO , s.f.).

2.1.3. Propiedades de la avena

La avena es un cereal rico en carbohidratos complejos, proteínas, betaglucanos, grasas saludables y fibra. Con altas propiedades nutricionales, es rica en hierro, magnesio, zinc, fósforo y potasio, además de aportar folatos y vitaminas B1, B6 y E.

Es muy saludable para el corazón y las arterias. Al ser un alimento rico en fibra y omega-6 ayuda a reducir el colesterol malo y a aumentar el bueno, además de facilitar y mejorar el tránsito intestinal. Contiene lignanos y fitoestrógenos, dos sustancias que ayudan a

disminuir aquellos cánceres relacionados con las hormonas. Su alto contenido en hidratos de carbono complejos o de absorción lenta, crea un efecto saciante, es decir, ayudan en la disminución del apetito, al tiempo que son útiles para controlar los niveles de azúcar en sangre. Gracias a su contenido en proteínas, la avena favorece el desarrollo de tejidos nuevos.

2.1.4 Beneficios nutricionales de la avena

La avena, un grano con muchas virtudes. Las cualidades de la Avena son numerosas y a menudo muy poco conocidas. Además de servir de alimento de base para animales, es un cereal peculiarmente adaptado para la salud alimenticia humana. Contiene en primer instancia lípidos no saturados (grasa vegetal, 65%), proteínas y fibras que, al no digerirse, ayudan mucho a la buena y sana digestión.

También posee zinc, hierro, calcio, fosfato, fósforo, magnesio y varias vitaminas (B1, B2, B3, B6, E) (indalac, 2014).

Estos potentes componentes, hacen de la avena un alimento ideal para acompañar dietas (sus fibras ayudan a absorber ácidos grasos que producen las úlceras intestinales) y para prevenir cotidianamente la diabetes y reducir el exceso de colesterol. Tiene además un alto valor energético y propiedades antioxidantes. Su consumo, es particularmente bueno para el funcionamiento intestinal, puede incorporarse a todo tipo de comidas y a varios tipos de preparaciones, dulces y saladas (indalac, 2014).

2.1.5 Propiedades nutricionales de la avena

El valor nutricional del grano de avena es superior al de otros cereales, al ser la avena más rica en aminoácidos esenciales, especialmente en lisina. El contenido en proteínas digeribles del grano de avena es mayor que en maíz y también tiene una mayor riqueza en materia grasa que la cebada y el trigo. En la siguiente tabla se muestra la composición del grano de avena: (INFOAGRO , s.f.).

Tabla 1 Composición del grano de avena

Composición del grano de avena en 100 g de sustancia	
Hidratos de carbono	58.2
Agua	13.3
Celulosa	10.3
Proteínas	10.0
Materia grasa	4.8
Materias minerales	3.1

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

A continuación, se muestra la composición de la avena verde durante la época de floración:

Tabla 2 Composición de la avena verde

Composición de la avena verde en 100 g de sustancia	
Agua	77
Materia no nitrogenada	10
Celulosa	8
Materias minerales	2.5
Proteínas	1.9
Materia grasa	0.6

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

En la siguiente tabla se muestra la composición de la paja de avena:

Tabla 3 Composición de la paja de avena

Composición de la paja de avena en 100 g de sustancia	
Celulosa	41.2
Materia no nitrogenada	35.6
Agua	14.3
Materias minerales	4.4
Proteínas	2.5
Materia grasa	2

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

2.1.6. Formas de uso de la avena

Grano: A partir del grano puedes obtener tus copos de avena. Se hierven los granos con 3 veces su volumen de agua durante unos 45 minutos para que se hinchen. Después de poner sobre una superficie dura y se aplastan con un rodillo y, cuando se sequen, quedarán copos de avena.

Salvado: aporta mucha cantidad de fibra y minerales. Se puede añadir a mezclas de desayuno, repostería, panadería... Se debe tomar siempre con mucha agua para no producir una obstrucción intestinal.

Copos: es la forma más cómoda de usar la avena. Se pueden hacer galletas, tartas, panes, muesli, ensaladas, salsas, cremas, papillas, gachas o porridge, batido, los copos de avena también pueden cocerse para su consumo reduciéndose mucho su tiempo de cocción a 5-10 minutos.

Leche o bebida de avena: se obtiene al cocer los granos de avena limpios y triturados. Se usa como sustitutivo de la leche y es apto para intolerantes a la lactosa y alérgicos a la proteína de la leche de vaca.

Harina: se usa para elaborar galletas, panes bizcochos... Se considera una harina semi-panificable. Se aconseja mezclar con otras harinas panificables (FARMACIABIO, s.f.).



Figura 3 Formas de uso de la avena

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

2.2. Chía

2.2.1 Origen de la Chía

Perteneciente a la familia de la menta, la chía denominada científicamente *Salvia hispánica*, es nativa de México y Guatemala y ha sido cultivada desde tiempos precolombinos por los aztecas, aunque desgraciadamente cayó en el olvido durante siglos (Clemente, 2013).

Recientemente ha sido redescubierta como un superalimento, no en vano la leyenda decía que los guerreros aztecas podían sostenerse todo el día alimentado con una cucharada de chía, y hoy sus virtudes dietéticas seducen al mundo occidental. Y es que esta semilla, que no es un cereal sino una herbácea, tiene multitud de propiedades beneficiosas para nuestro organismo, destacando en ella que está ausente de gluten, por lo que puede ser empleada por los celíacos para incorporarla a su dieta (Clemente, 2013).

Dentro de las propiedades nutricionales que presenta esta pequeña semilla de tan solo un milímetro de longitud, destacar su elevada concentración junto con las semillas de lino, en ácidos omega 3 tan necesarios en nuestra dieta, además de multitud de antioxidantes

involucrados en la prevención de enfermedades degenerativas, así como minerales tales como el hierro, selenio, magnesio, calcio y fósforo e incluyendo también proteínas de alta calidad (Clemente, 2013).



Figura 4 Origen de la chía

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

2.2.2 Cultivo de la chía

El cultivo de chía se debe establecer en zonas que al menos presenten una lluvia por semana o un promedio de 800 a 900 mm por año bien distribuida, temperaturas no mayores de los 33°C, para evitar afectación de la polinización por la resequedad del polen vientos menores de los 20 km por horas, para evitar la caída de la planta (Gutierrez, 2014).



Figura 5 Cultivo de la chía

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

2.2.3. Propiedades de la chía

- A la semilla de chía se le atribuye:
- veces más proteína que cualquier otra semilla.
- veces más calcio que la leche entera y 8 veces más fósforo.
- veces más fibra que cualquier cereal en hojas.
- veces más magnesio que el brócoli.
- veces más hierro que las espinacas.
- veces más potasio que los plátanos.
- veces más selenio que el lino.
- veces más antioxidantes que los arándanos.
- veces más hierro que las espinacas.
- 7 veces más omega 3 que el salmón (Estevez, 2014).

2.2.4. Valor nutricional

Información nutricional			
Salvia hispanica			
Ración 100 gramos			
Calorías 486			
Lípido 31 g			
Ácido graso saturado 3,3 g			
Ácido graso poliinsaturado 24 g			
Ácido graso monoinsaturado 2,3 g			
Ácido graso trans 0,1 g			
Colesterol 0 mg			
Sodio 16 mg			
Potasio 407 mg			
Glúcido 42 g			
Fibra alimentaria 34 g			
Proteína 17 g			
Vitamina A	54 IU	Vitamina C	1,6 mg
Calcio	631 mg	Hierro	7,7 mg
Cianocobalamina	0 µg	Magnesio	335 mg

Figura 6 Valor nutricional de la chía

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

2.2.5. Beneficios

- Proporciona un alto porcentaje energético, aumentando la fuerza y resistencia.
- Regula los niveles de azúcar en sangre debido a que ralentiza el proceso de transformación de los carbohidratos en azúcares simples.
- Ayuda a perder peso ya que su consumición produce sensación de saciado durante horas.
- Favorece la regulación intestinal por su alto contenido en fibra soluble.
- Son beneficiosas en tratamientos antiinflamatorios y padecimientos cardiovasculares por su alto contenido en omega 3. El omega 3 ayuda a controlar los niveles de colesterol, así como la presión arterial.
- Tiene efectos anti cancerígenos (Estevez, 2014).

2.2.6. Tipos de Chía

Existen semillas de chía blancas y negras. Ambas son una variedad de la salvia hispánica. Nutricionalmente son prácticamente idénticas y solo se diferencian por el color.



Figura 7 Tipos de chía

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

2.3. Yogurt

2.3.1 Origen del yogurt

El origen del yogur se sitúa en Turquía, aunque también hay quien lo ubica en los Balcanes, Bulgaria o Asia Central. Se cree que su consumo es anterior al comienzo de la agricultura. Los pueblos nómadas transportaban la leche fresca que obtenían de los animales en sacos generalmente de piel de cabra. El calor y el contacto de la leche con la piel de cabra propiciaban la multiplicación de las bacterias ácidas que fermentaban la leche convirtiéndola en una masa semisólida y coagulada.

Se cree que la palabra "yogur" tiene su origen en el vocablo turco "yoğurt", un término que pudo entrar en el castellano a través del equivalente francés 'yaourt', ya registrado en la edición del Petit Larousse de 1925 (EXCELENCIAS GOURMET , 2004).

2.3.2 Beneficios del yogurt

- El yogur es un alimento muy nutritivo porque es una de las mejores fuentes de calcio, un nutriente clave para mantener una buena salud en los huesos y los dientes. También tiene un alto contenido en vitamina B12, clave en la prevención de enfermedades cardíacas. Además, ofrece un gran aporte de fósforo y potasio, que son sustancias que afectan directamente al sistema inmunológico reforzándolo.
- Otro de los beneficios del yogur es su gran contenido en proteínas, proporcionando un gran aporte de energía para el organismo. Asimismo, las proteínas son agentes activos en la regulación del apetito, ya que aumentan la producción de hormonas que indican plenitud. Por supuesto, las proteínas son una de las bases de la alimentación y el principal carburante para nuestros músculos.
- Proporciona una mejora de la salud digestiva. Esto se debe principalmente a los probióticos que contienen, ya que son muy útiles para el bienestar del sistema digestivo, mejorando el viaje del bolo alimenticio. También, por ello, son muy útiles como protectores de la descomposición.
- El yogur fortalece el sistema inmunológico, esto se debe también a su contenido de probióticos, ya que fortalecen el sistema inmunológico y reducen la probabilidad de contraer una enfermedad. Además, cuenta también con propiedades antiinflamatorias.

- También es un beneficio la protección que ofrece contra la osteoporosis. Esto es consecuencia directa de su alto contenido en calcio, pero también, aunque en menor medida, de la existencia de vitamina D en su composición.
- Mejora la salud cardiovascular debido a su alta concentración de grasas monoinsaturadas que aportan una dosis considerable de colesterol “bueno” (HDL) y colabora en la reducción de la presión arterial.
- La recuperación del desgaste físico causado por el ejercicio también se encuentra entre los beneficios del yogur, ya que tiene proteínas y carbohidratos en abundancia.
- El yogur natural también puede ser bueno para la piel, ya que no interfiere en la creación y producción de elastina y colágeno, dos componentes muy importantes para una buena salud dermal.
- Es yogur es bueno para los dientes, por no contener azúcares que puedan promover la aparición de caries dentales que, a la larga, puedan suponer la pérdida de alguna pieza. Además del ya mencionado calcio.
- Por último, los yogures son una fuente de omega 3 nada desdeñable. Aunque no tengan la concentración que el pescado azul u otros alimentos, supone una gran opción para aquellos que hayan decidido seguir una dieta vegetariana (Robles, 2019).

2.3.3 Valor nutricional

Calorías: 97 kcal

Hidratos de carbono: 3,98 gr

Grasas: 5 gr

Proteínas: 3,47 gr

Calcio: 100 mg

Magnesio: 11 mg

Fósforo: 135 mg

También contiene vitamina B6 y B12 (Escalante, 2014).

2.3.4 Propiedades del yogurt

Una de las principales propiedades del yogurt es su cualidad para mantener en buen estado la flora bacteriana, es decir, para el buen funcionamiento del intestino. Así, es una ayuda para superar dolencias estomacales y regular el tránsito intestinal.

Asimismo, aunque la leche es en ocasiones un alimento de digestión más pesada, este alimento es más fácil de digerir puesto que la lactosa ya ha sido transformada. Esto permite que pueda ser consumido por personas intolerantes a la lactosa.

Por otra parte, el yogurt contiene un alto número de proteínas de valor biológico, lo que se traduce en sensación de saciedad del apetito. Esto es beneficioso a la hora de combatir problemas de obesidad (Escalante, 2014).



Figura 8 Propiedades del yogurt

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

2.3.5 Tipos de yogurt

- Yogurt afluado: la leche pasteurizada es envasada inmediatamente después de la inoculación.
- Yogurt batido: la inoculación de la leche pasteurizada se realiza en tanques de incubación.
- Yogurt líquido: es mezclado con una mayor parte de leche líquida.
- Yogurt frutado: se le agregan frutas procesadas en trozos.
- Yogurt natural: solo se adicionan estabilizantes y conservantes.
- Yogurt saborizado: contiene saborizantes naturales y/o artificiales (QUIMINET , 2011).

2.4. Linaza

2.4.1 Origen De la Linaza

La semilla de lino, mejor conocida como linaza, es una oleaginosa de origen mediterráneo, considerada hasta hace poco como una “oleaginosa industrial” por sus múltiples usos diferentes al de la alimentación. (Zoitza Ostojich Cuevas, 2012)

La linaza es una pequeña semilla proveniente de la planta de lino con sorprendentes propiedades benéficas para la salud. Estas propiedades se deben a su gran cantidad de fibra dietética, ácidos grasos poliinsaturados y fitoquímicos como los lignanos (Rodríguez, 2013).

2.4.2 Cultivo de la Linaza

Lino (Planta). Su nombre científico es *Linum usitatissimum*. La planta del lino se cultiva en toda Europa, y es conocida mundialmente por sus semillas, las cuales tienen múltiples usos, destacándose el de consumo humano. La planta de lino puede alcanzar los 60 centímetros de altura, sin embargo, lo más común en cuanto al tamaño, son alturas entre los 35 y 45 centímetros. La semilla de lino, posee múltiples beneficios nutritivos, además de propiedades medicinales (Esplugues M. , 2019).



Figura 9 Cultivo de la linaza

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

2.8.3 Propiedades de la Linaza

La linaza posee un elevado contenido de grasa, fibra y proteínas, así como un aceite, rico en ácidos grasos omega 3 y un considerable contenido de lignanos con efectos beneficiosos sobre la regulación hormonal y en la prevención de enfermedades como el cáncer y la diabetes.

Además, la linaza contiene compuestos polifenólicos, que le confieren una alta capacidad antioxidante. Sin embargo, también se ha contemplado la posibilidad de que durante el procesamiento de la linaza se generen compuestos tóxicos como glucósidos cianogénicos (Zoitza Ostojich Cuevas, 2012).

2.8.5 Tipos de Linaza

Linaza marrón: Es la variedad más común y consumida, y las puedes encontrar en almacenes naturistas en o en tiendas comerciales, ya sea en semillas, harinas o aceites. Las semillas también se venden enteras o trituradas, y poseen un sabor muy suave, casi imperceptible.

Linaza dorada: Al ser una variedad menos consumida, la linaza dorada es más difícil de conseguir en tiendas comerciales, y su costo es bastante más elevado que el de las variantes marrones. Las semillas de lino doradas normalmente se venden sólo enteras y poseen un sabor más intenso que las oscuras (REVIEWBOX, 2020).

2.5. Escuelas

2.5.1. Definición

La palabra escuela proviene de raíces latinas, de la voz “schola” que quiere decir “lección” o “escuela” y está de la entrada griega “σχολή” que le da la significación de “ocio”, “estudio” o “tiempo libre”. (Definición de Escuela, 2014) La educación es el proceso que permite al hombre tomar conciencia de la existencia de otra realidad, y más plena, a la que está llamado, de la que procede y hacia la que dirige. Por tanto “La educación es la desalineación, la ciencia es liberación y la filosofía es alumbramiento” (Yuridia Robles, 2016).

2.5.2. Formación de Zonas, Distritos y circuitos

La implementación del Nuevo Modelo de Gestión Educativa está en desarrollo progresivo en todo el territorio ecuatoriano, incluye las 9 Zonas Educativas (Subsecretarías de Quito y Guayaquil), los 140 distritos educativos y 1.117 circuitos educativos. Y todas las áreas, secciones y direcciones del Ministerio de Educación (Educación, 2018).

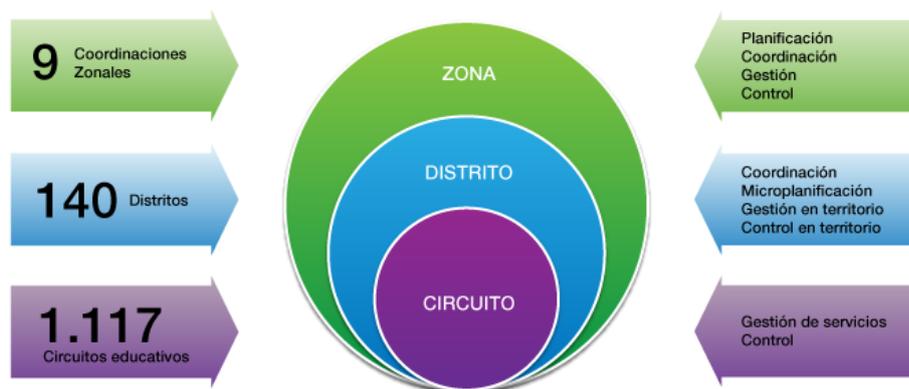


Figura 10 Formación de zonas, distritos y circuitos

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

2.5.3. Enfermedades en la etapa escolar por mala alimentación

La buena alimentación desde la gestación y en el nacimiento dan un buen resultado en cuanto a la buena formación del niño, pero también existe la contraparte lo que es la mala alimentación, lo que da la malnutrición donde existe: un exceso, obesidad, o un déficit, desnutrición, aumentan el riesgo de sufrir enfermedades crónicas desde temprana edad.

Tabla 4 Enfermedades por mala alimentación

Enfermedades por mala alimentación

Anemia	Bajos niveles de glóbulos rojos en el cuerpo, se da por bajo consumo de alimentos que contengan hierro
Diabetes	La obesidad es uno de los factores de riesgo de mayor incidencia, como resultado se produce un mal funcionamiento en el organismo.

Hipertensión arterial	Los niños con sobrepeso son propensos a sufrir de presión arterial alta, el resultado de la hipertensión otorga enfermedad renal o cardiovascular.
Gastritis	La inadecuada alimentación también puede desencadenar esta enfermedad, se presenta en una inflamación de la mucosa gástrica
Enfermedades odontológicas	Los niños que tienen una alimentación con alto consumo de bebidas envasadas, alimentos procesados y dulces son propensos a tener una deficiente salud oral y en especial desarrollar caries y manchas en los dientes.

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

2.6.Preparación de avenas a base de Chía y Linaza.

La preparación de las avenas de Chía y Linaza a es muy rápida y fácil de realizar, sus ingredientes se encuentran al alcance de todos.

Ingredientes:

1/2 taza de avena
 2 cucharadas de Chía
 1 cucharada de linaza
 1/2 cucharada de canela
 1 tazas de yogurt
 Fruta al gusto.

Preparación:

- Mezcla la avena, Chía, linaza, miel y canela en un tazón.
- Se agrega el yogurt y se mezcla muy bien. Ya que todo está bien mezclado, lo ponemos en un frasco con tapa y refrigeramos por un par de horas o toda la noche.
- Se agrega las frutas que al gusto.

2.7.Marco Legal

2.7.1. Normativas del registro sanitario

En el marco legal buscaremos establecer porque es necesario contar con un registro sanitario para la comercialización de un producto según nos establece la ley, y como esto contribuye al control de alimentos que son para el consumo humano.

Art. 2.- Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, en adelante "productos alimenticios", que se expendan directamente al consumidor en envases definidos y bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario, mismo que será expedido conforme a lo establecido en el presente Reglamento. (MPS, Ministerio de Salud Publica, 2013).

Art. 10.- Para obtener el Registro Sanitario por producto, para productos alimenticios nacionales, el interesado ingresará el formulario de solicitud a través del sistema automatizado. Al formulario de solicitud señalado se anexarán los siguientes documentos:

1. Declaración de la norma técnica nacional o internacional específica que aplica al producto y bajo la cual está sujeto de cumplimiento, con nombre y firma del responsable técnico.

2. Descripción del proceso de elaboración del producto, con nombre y firma del responsable técnico.

3. Diseño de etiqueta o rótulo del producto, ajustado a los requisitos que exige el "Reglamento de Alimentos" y el "Reglamento Técnico Ecuatoriano (RTE INEN 022) sobre Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano" y normativa relacionada (un solo diseño por nombre, marca y contenido).

4. Especificaciones técnicas del material de envase, emitida por el proveedor, a nombre de la empresa fabricante del producto. En el caso de fabricantes que tienen contratos con personas naturales o jurídicas para la elaboración de un determinado producto y/o convenio de uso de marcas, se requiere una copia notariada del documento.

5. Ficha de estabilidad del producto.

6. Descripción del código del lote, suscrito por el técnico responsable.

7. Notificación del pago por el valor correspondiente al derecho de servicios por obtención del Registro Sanitario (MPS, Ministerio de Salud Publica, 2013).

Art. 11.- Cuando se trate de los siguientes productos: nueces sin cáscara, almendras, avellanas, pasas, ciruelas pasas, piñones de consumo humano, entre otros, no sometidos a procesos de transformación, se adjuntará una copia notariada del Certificado Fitosanitario otorgado por la autoridad competente (MPS, Ministerio de Salud Pública, 2013).

2.7.2. Ley Orgánica de defensa del consumidor

Las leyes de defensa del consumidor buscan establecer y mantener la protección de la salud de los consumidores.

Art. 1.- **Ámbito y objeto.** -Las disposiciones de la presente Ley son de orden público de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor. El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores, promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en dichas relaciones entre las partes (Defensoría del pueblo, 2021).

Art. 4.- **Derechos del Consumidor.** - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil (Defensoría del pueblo, 2021).

2.7.3. Derechos conferidos por la marca

En el art 216 nos describe. El derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por su registro ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial.

La marca debe utilizarse tal cual fue registrada. Sólo se admitirán variaciones que signifiquen modificaciones o alteraciones secundarias del signo registrado (LEGISLACION NACIONAL, 2021).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque de la investigación:

En la presente investigación inicia con un enfoque exploratorio al no gozar con la información relevante acerca de una empresa que se dedique a la comercialización de avena a base de chíá y linaza en las escuelas de la ciudad de Guayaquil. Según Sampieri se “manifiestan que usan la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Sampieri, 2016). En el presente proyecto se realizó un enfoque cualitativo debido a la aplicación de una entrevista grupal a expertos de nutrición para saber que tan importante es consumir nuestro producto para obtención de beneficios nutricionales y encuestas para lograr entender las necesidades del consumidor.

3.2. Alcance de la investigación:

Se puede determinar que en el mercado actual el producto a estudiar no es del total desconocimiento por varios consumidores, sobre todo del pequeño grupo de vida “healthy”, que hoy en día está constituida, pero la realidad es totalmente diferente entre padres y niños, jóvenes que desconocen sobre este snack nutritivo, por lo que, al existir esta falta de información en cuanto a nutrientes, se determinó desarrollar un estudio de mercado. Este estudio de mercado nos ayudará a definir las diferentes estrategias idóneas que aportaran éxito para alcanzar el objetivo principal del presente proyecto.

3.3. Técnica e instrumentos para obtener los datos:

En relación a esto los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades de personas, grupos, o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Dankhe, 1986).

No obstante, la información y los datos que recojamos del mercado objetivo se obtendrá principalmente de la investigación cualitativa con el cual se busca obtener información al ser un producto a introducir al mercado. Esto nos permite explicar los resultados con la aplicación de los métodos de investigación. La encuesta será enfocada en un determinado grupo de

personas, para posterior a eso realizar un grupo focal obteniendo información aún más detallada acerca de los gustos y preferencias de clientes potenciales.

Las técnicas a realizar son encuesta y grupo focal, estas dos técnicas se complementan en cuanto a su alcance. En cuanto las encuestas nos ayudaran al estudio de una gran parte de la población al ser una técnica cuantitativa esto permite claramente ver clientes potenciales, y el grupo focal al ser una técnica cualitativa busca interiorizar datos del mercado meta.

GRUPO FOCAL

Se realizado un grupo focal a la asociación de nutricionistas del Guayas a los cuales se les pregunto lo siguiente:

Preguntas

1. ¿Cuántos años de experiencia tienen el cargo de nutricionista?
2. ¿Considera que existe un crecimiento en la venta de productos con alto valor nutricional?
3. ¿Qué experiencia a tenido los consumidores de avena, chía y linaza?
4. ¿Le gustaría una avena a base de chía y linaza?
5. ¿Considera de su agrado un producto de avena a base de chía y linaza?
6. ¿Qué propiedades o beneficios les gustaría que tenga este producto?

Análisis

En el grupo focal llegamos a obtener la siguiente información que nos ayudara a obtener información más eficaz.

Tabla 5 Asociación de nutricionista del Guayas

<i>Nombres</i>	<i>Forma de trabajo</i>	<i>Años de experiencia</i>	<i>Especialidad</i>
<i>Viviana Zambrano</i>	Consultas	4 años	Nutricionista
<i>Daneshá Yáñez</i>	Nutrición hospitalaria	3 años	Nutrición a todas las áreas
<i>Rosa Jaramillo</i>	Consultas	7 años	Guía nutricional para pacientes con diabetes y sobrepeso
<i>Ornella Vargas</i>	Consultas	5 años	Nutrición deportiva

Elaborado por: Smith, A. & Toral, J. (2023)

- Nos afirmaron que en sus años de experiencia ven cada vez más productos que aportan a las personas o consumidores un alto valor nutricional, también ven que las personas estas considerando una alimentación saludable aun cada vez más.
- Han tenido una experiencia favorable las personas al consumo de estos productos tanto así que la avena ellos consideran es un benefactor en el proceso de la digestión, mientras que la chía ellos han visto como el mercado cada vez más crece por sus diferentes beneficios nutricionales para personas con diabetes y la linaza más de lo mismo.
- Le agradecería una avena a base de chía y linaza al considerar ellos que los aportes nutricionales que aportarían a los consumidores serían muy altos y ven con buenos ojos el consumo de este producto.

Tabla 6 Técnicas e instrumentos

Técnica	Instrumentos	
Encuesta	Cuestionario	X
Observación	Guía de Obs.	
Entrevista	Cuestionario	
Pruebas Pedagógicas	Cuestionario	
Grupos focales	Guía de trabajo	X

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

3.4. Población y Muestra

El producto se encuentra direccionado a ese grupo de padres de familias que buscan el bienestar en sus hijos, a esos adolescentes, que realmente buscan alimentarse de manera adecuada, por ende, se determinó:

Como población objetiva de nuestro estudio tenemos a madres de familia del 5to curso de básica de la escuela fiscal Carmen Wither Navarro, para poder obtener la información necesaria sobre el consumo de un snack sano y nutritivo, teniendo en cuenta que de un total de 450 alumnos. Realizaremos la muestra entre alumnos del primer año de básica hasta el séptimo año de básica.

3.5. Tamaño de la muestra.

En la siguiente tabla, tabla 2, se demostrarán los componentes que se utilizarán para calcular la muestra a estudiar, siendo su fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * (1 - P)}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * P * (1 - P)}$$

Tabla 7 Tamaño de la muestra

n	Tamaño de la muestra	
=		
Z	Nivel de confianza	1,95
=		
P	Probabilidad de ocurrencia	0,5
=		
Q=	Probabilidad de no ocurrencia	0,5
E	Error de muestreo	0,05
=		
N=	Población	450

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

$$n = \frac{450 * 1.95^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}{(450 - 1) * 0.05^2 + 1.95^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{428}{2.08}$$

$$n = 205$$

Mediante el análisis de muestreo se determinó que el error de muestra es del 5%, que existe un nivel de confianza del 95% lo que da como resultado una muestra de 205 personas.

3.5.1 Trabajo de campo

Se utilizará las encuestas, para determinar diferentes resultados a cada variante que queremos determinar.

3.5.2. Encuestas

Se realizará las siguientes preguntas para obtener información sobre los gustos, preferencias y que tanto saben sobre los beneficios nutricionales del producto. (véase anexo 1).

3.6. Informe de resultados

3.6.1. Resultados de la encuesta

Pregunta 1. ¿Con qué frecuencia usted les aporta a sus hijos en el lunch un snack nutritivo?

Tabla 8 Frecuencia de snack nutritivo

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Diario	70	38,10%
Semanal	80	39,68%
Mensual	55	22,22%
Total	205	100,00%

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

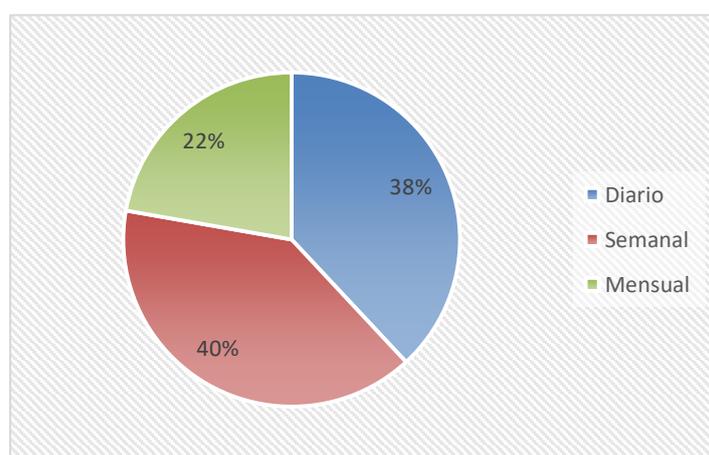


Figura 11 ¿Con qué frecuencia usted les aporta a sus hijos en el lunch un snack nutritivo?

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

De acuerdo a las respuestas obtenidas por las madres de familia, se demuestra que un 40% de los encuestados consumen un snack nutritivo semanalmente, y que un 22 % mensualmente.

Pregunta 2. ¿Qué tipo de snack usted considera que es más aceptado por sus hijos?

Tabla 9 Tipo de snack que considera es más aceptado por sus hijos

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Avenas	85	41,27%
Galletas	40	15,87%
Quaker	20	3,17%
Yogurt	60	39,68%
Total	205	100,00%

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

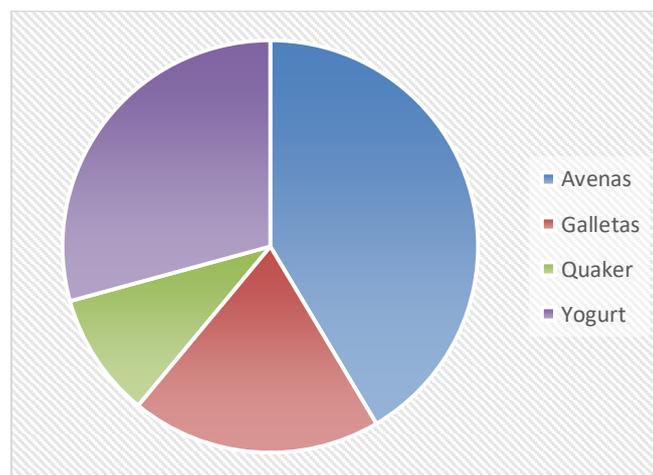


Figura 12 Qué tipo de snack usted considera que es más aceptado por sus hijos?

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

En esta pregunta se determinan resultados como que la marca más comprada por los padres son la avena estudiante con 50%, por otro lado, las menor consumidas con un 5% el Quaker.

Pregunta 3: ¿Por qué usted consume avena?

Tabla 10 ¿Por qué usted consume avena?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Por preferencia	50	21,16%
Por sabor	80	40,21%
Por salud	5	6,61%
Por beneficios	60	19,84%
Por precio	10	12,17%
Total	205	100,00%

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

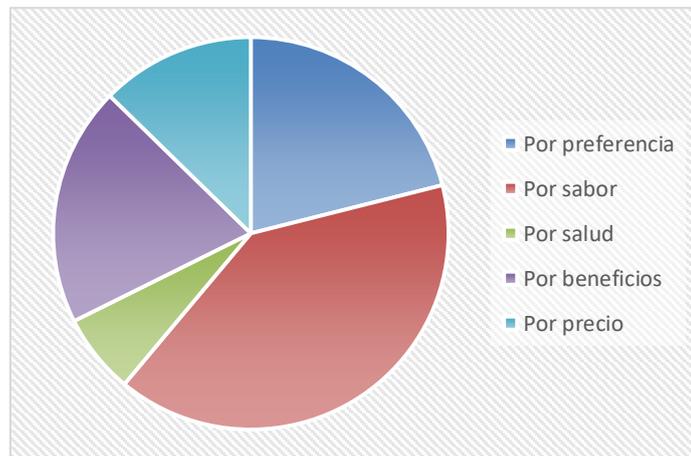


Figura 13 ¿Por qué usted consume avena?

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

Según las respuestas obtenidas se demostró que el 40% del total de encuestados consumen galletas por su sabor y que el 7% lo hace por buscar alimentos para su salud.

Pregunta 4: ¿En qué puntos de venta usted compra avenas?

Tabla 11 ¿En qué puntos de venta usted compra avenas?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mercados	30	17,20%
Supermercados	115	50,26%
Tiendas de barrio	60	32,54%
Total	205	100,00%

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

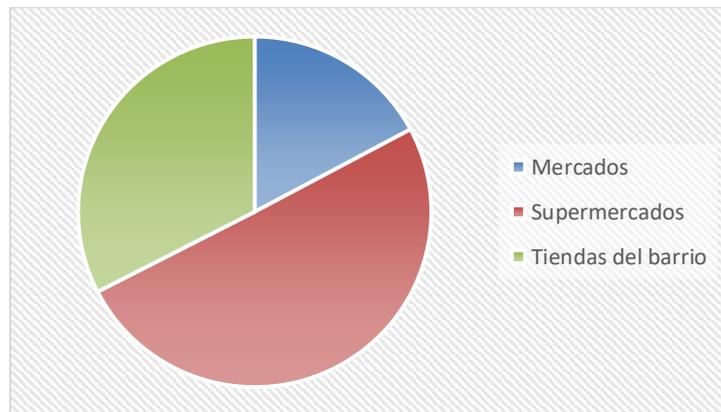


Figura 14 ¿En qué puntos de venta usted compra avenas?

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

Al observar la respuesta se determina que el lugar más requerido para la compra de avenas es en los supermercados con un 50%, y que en los mercados con un 17% es el menos buscado.

Pregunta 5: ¿Alguna vez ha probado las avenas a base de chía y linaza?

Tabla 12 ¿Alguna vez ha probado las avenas a base de chía y linaza?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	5	1,06%
No	200	98,94%
Total	205	100,00%

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

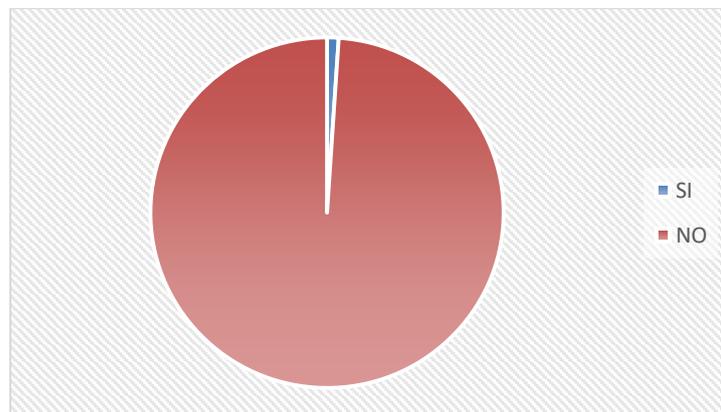


Figura 15 ¿Alguna vez ha probado las avenas a base de chía y linaza?

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

Con los resultados obtenidos se llegó a la conclusión de que el 99% del total de encuestados no conocen las avenas a base de chía y linaza, y que el 1% lo conocen.

Pregunta 6: ¿Conoce usted los beneficios que tiene la avena, la linaza y la chía?

Tabla 13 ¿Conoce usted los beneficios que tiene la avena, la linaza y la chía?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	95	25,13%
No	283	74,87%
Total	378	100,00%

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

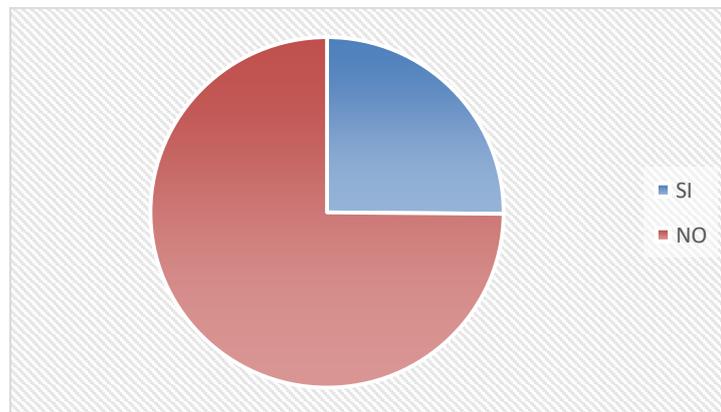


Figura 16 ¿Conoce usted los beneficios que tiene la avena, la linaza y la chía?

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

Se determinó que solo el 25% de los encuestados saben de los beneficios que aportan la avena, la linaza y la chía y el 75% no conocen dichos beneficios.

Pregunta 7: ¿Si le dijera a usted que las avenas de chía y linaza tiene beneficios tales como minerales, calcio, ¿vitaminas y que es un producto que no contiene lactosa, lo consumiría?

Tabla 14 ¿Si le dijera a usted que las avenas de chía y linaza tiene beneficios tales como minerales, calcio, ¿vitaminas y que es un producto que no contiene lactosa, lo consumiría?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	135	47,09%
No	45	28,57%
Tal vez	25	24,34%
Total	205	100,00%

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

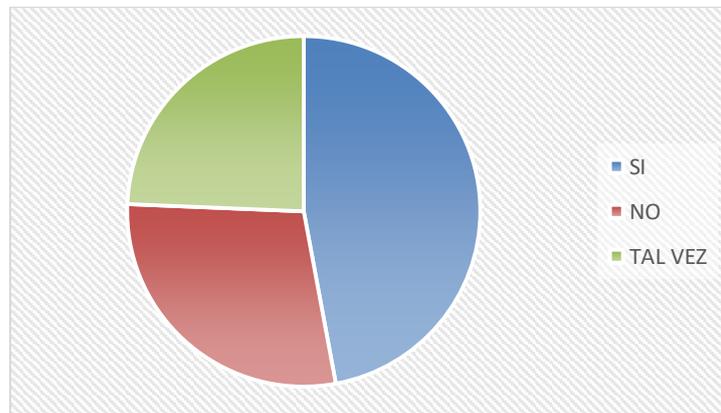


Figura 17 ¿Si le dijera a usted que las avenas de chía y linaza tiene beneficios tales como minerales, calcio, ¿vitaminas y que es un producto que no contiene lactosa, lo consumiría?

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

De acuerdo con los encuestados, se determinó que un 47%, si estaría dispuesto a consumir las avenas a base de chía y linaza, y que un 24% posiblemente lo haría, y un 29% no lo haría.

3.6.1. Resultado de análisis

Se logró evidenciar tras realizar la tabulación de las respuestas obtenidas por el total de encuestados siendo estos de 205 personas, que existe un total desconocimiento de los beneficios que tienen la avena, la chía, y la linaza, lo que aporta en una dieta saludable y en costumbres de buena alimentación.

Esto indica la importancia de diseñar un plan estratégico de comercialización para que el producto sea conocido y sea uno de los snacks nutritivos más consumido en el mercado.

3.7. Análisis FODA

Según el autor el análisis FODA, es un método que nos permite tanto el entorno como también la organización observar que tan bien está capacitada para desempeñarse.

Fortaleza

- Presentación del producto atractiva para los consumidores.
- Producto innovador con ingredientes naturales.
- Materia prima fácil de obtener.

Oportunidades

- Beneficios medicinales.
- Mercado muy poco aprovechado y sin explotar.
- Ampliación del mercado según su demanda.

Debilidades

- Desconocimiento de los consumidores acerca del producto y de sus propiedades.
- Tiempo de cultivo de la materia prima es muy variado.
- Poca publicidad del producto en el mercado.

Amenaza

- Desinterés por parte de los consumidores por conocer los benéficos del producto.
- Alta competencia de empresas que se dedican a la elaboración de avena.
- Presencia de desastres naturales como: plagas, inundaciones, sequías.

3.8. Análisis detallado de la matriz FODA

3.8.1. Fortalezas

- **Presentación del producto atractiva para los consumidores.**

El producto tendrá una presentación llamativa para los consumidores y didáctica para los niños, para que a primera vista el producto se vea nutritivo.

- **Producto innovador con ingredientes naturales.**

El producto es innovador, al obtener el beneficio nutritivo de la avena, chía y linaza.

- **Materia prima fácil de obtener.**

La empresa “La Pradera” elabora cerca de 50 productos con materias primas de cultivo propio y entre ellos convenios de siembra.

3.8.2. Oportunidades

- **Producto rico en minerales y vitaminas.**

Es un producto lleno de nutrientes que ayuda a la buena alimentación.

- **Beneficios medicinales.**

El producto aporta diferentes beneficios medicinales tales como: en sus nutrientes, ayuda a personas de hipertensión, con diabetes, entre otros.

- **Mercado muy poco aprovechado y sin explotar**

En la actualidad el mercado aun no explota todos los beneficios tanto de la avena, chía y linaza.

- **Ampliación del mercado según su demanda.**

Nuestro producto puede ser llevado a diferentes mercados, se puede también innovar realizando alguna derivación del mismo.

3.8.3. Debilidades

- **Desconocimiento de los consumidores acerca del producto y de sus propiedades.**

Como producto nuevo en el mercado los consumidores desconocen los beneficios de la avena a base de chíá y linaza, lo cual es una debilidad a la hora de comercializarla.

- **Tiempo de cultivo de la materia prima es muy variado.**

Por distintas circunstancias puede darse la situación de desastres naturales que afecten el cultivo, también el cultivo de la materia prima no tiene un promedio fijo, por lo que al momento de tener pedidos nos retrasaríamos.

- **Poca publicidad del producto en el mercado.**

El producto al ser nuevo en el mercado no tiene publicidad alguna es por tal motivo se implementará una estrategia de publicidad.

3.8.4. Amenaza

- **Desinterés por parte de los consumidores por conocer los benéficos del producto.**

Al momento de realizar comprar las personas siempre se deciden por buscar los mismos, sin saber los diferentes productos con grandes beneficios que tendrán.

- **Alta competencia de empresas que se dedican a la elaboración de avena.**

En un momento en el que hay mucha competencia en el mercado, puede perjudicar el producto por la alta aceptación que tenga nuestra competencia.

- **Presencia de desastres naturales como: plagas, inundaciones, sequias.**

Sabemos que no estamos a expensas de los desastres naturales, los cuales pueden afectarnos en nuestro cronograma como en los procesos de producción.

3.9. Empresa

Cereales “La Pradera” es una empresa que se ocupa de la compra de materias primas que se transforman en productos terminados antes de su puesta en el mercado, por lo que debe intentar abrazar la industria cerealera y satisfacer las expectativas, necesidades y deseos de

los consumidores de forma eficaz, cumpliendo con sus requerimientos y así ganar su lealtad, esforzándose así por obtener una mejor ventaja competitiva y resaltar el valor distintivo de la empresa. Con una infraestructura de 3.500 metros cuadrados, La Pradera produce cerca de 50 productos, cuyas materias primas se obtienen principalmente de cultivos propios, contratos de cultivo y otros importados de Chile, Argentina, Canadá y Tailandia. Se encuentra ubicado en la Parroquia, Calle Belisario Quevedo, Latacunga 050105.

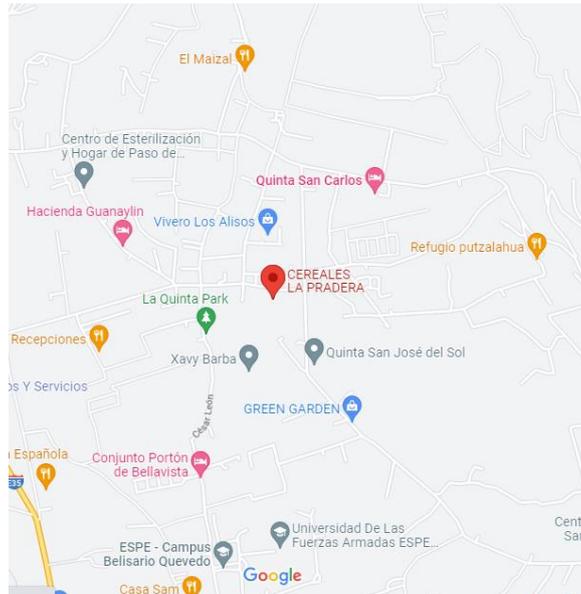


Figura 18 Ubicación de “La Pradera”

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

3.9.1. Logo

El logo representativo de nuestro producto será la avena, para lograr conseguir que el consumidor referencie a primera vista el producto a vender. Llevará el nombre “AVEIA”.



Figura 19 Logo

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

3.10. Propuesta de solución

Introducción de la Propuesta

En este capítulo se procede a dar la presentación de la propuesta de investigación el cual está enfocado en las diferentes estrategias de comercialización de avenas a base de chía y linaza.

Objetivo de la Propuesta

- Desarrollar las estrategias de comercialización de avenas a base de chía y linaza en las escuelas del sector norte de Guayaquil.

3.10.1. Estrategias de Producto.

Al ser un producto nuevo en el mercado la empresa “La Pradera”, determino las siguientes estrategias para dar a conocer el producto.

- **Diseño del empaque del producto**

El producto viene en un vaso plástico completamente cerrado para poder ser transportado para degustaciones y ventas, junto con el logotipo, por el momento se estima que el tamaño del producto es 295 ml, se mezcla la avena y la chía con yogurt, se le añade endulzante Stevia y por encima unos trozos de fruta, cada vaso cuenta 240 gramos.



Figura 20 Diseño del empaque del producto

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

- El día del lanzamiento del producto, se ofrecerán degustaciones del producto.



Figura 21 Degustación del producto

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

Tabla 15 Costo por degustaciones

CUADRO DE COSTOS POR DEGUSTACIONES

<i>Objetivo General</i>	Materiales	Costos	Responsable	Total
<i>Diseñar estrategias de comercialización para avenas a base de Chía y Linaza</i>	Degustaciones pequeñas 250/7 días =36 por día	250*0. 57= 142.50	Jefe de Ventas (\$650)	Jefe de Ventas (\$650) 142.50+650= 792.50

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

- Se realizarán campañas donde se presentarán y explicarán los beneficios tanto de la Avena como de la Chía.

- Por cada venta de un six pack productos de la empresa “La Pradera”, se obsequiarán souvenir de AVEIA.



Figura 22 Souvenir de AVEIA

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

3.10.2. Plan estratégico del producto

Tabla 16 Plan estratégico para el producto

PLAN ESTRATEGICO PARA EL PRODUCTO

<i>Objetivo General</i>	Estrategias	Actividades	Análisis
<i>Identificar y desarrollar las estrategias de comercialización de avenas a base de chía y linaza</i>	Brindar degustaciones gratuitas para dar a conocer el producto	Brindar degustaciones gratuitas para dar a conocer el producto Total: 250; 36 degustaciones por día.	Esta muestra se realizó en un promedio de 7 días
		Dar a conocer por medio de folletos donde se explique los beneficios tanto de la Avena como de la Chía.	Esta muestra se realizó en un promedio de 7 días
		Por cada venta de productos de la empresa “La Pradera”, de obsequiaran muestras gratis.	Esta muestra se realizó en un promedio de 7 días

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

3.10.3. Estrategia de Costos

La estrategia que determinamos, es amigable tanto para el consumidor como para nuestra obtención de utilidades, además de tener siempre en cuenta nuestra posible competencia.

Para Lamb, Hair y McDaniel, el precio es aquello que es entregado a cambio para adquirir un bien o servicio. También puede ser el tiempo perdido mientras se espera para adquirirlos (Lamb, 2008).

Tabla 17 Estrategia de Costos

Porciones: 100 Unidades

<i>Producto</i>	Costo	Cantidad	Total
<i>Yogurt natural</i>	2.79	5	13.95
<i>Avena</i>	1.2	3	3.6
<i>Chía</i>	2.12	8	16.96
<i>Stevia</i>	2.29	1	2.29
<i>Fresa</i>	2.29	9	20.61
<i>Total</i>	10.69	26	57.41
<i>Costo Unitario</i>	0.57		

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

De acuerdo a los ingredientes que fueron seleccionados para poder realizar nuestro producto, se determinó que el precio unitario es de 0.57 ctvs., lo cual para la venta del producto al mercado que será de \$1.20, nos dará una rentabilidad de \$0.63.

3.10.4. Estrategias de distribución

Para la estrategia de distribución el producto como matriz de su venta se hará en Latacunga (Dir., Parroquia Belisario Quevedo, donde está ubicada la empresa, desde Latacunga el producto en Guayaquil será vendido en un anexo de la empresa ubicada en la alborada.

La segunda estrategia es estar al tanto de los diferentes stands dados por las ferias o en eventos de gastronomía y así como objetivo principal enfocarse en dar muestras en los diferentes colegios del norte de Guayaquil, hasta extenderse en el mercado.

3.10.5. Estrategias de Publicidad

En cuanto a publicidad, buscamos desarrollar estrategias en las cuales se utilicen las redes sociales que tienen más volumen de personas tales como: Facebook e Instagram, incentivas el logotipo del producto para que las personas se familiaricen con él y también adicionar los beneficios. La empresa también ha diseñado diferentes estrategias tales como: descuentos de hasta el 5% en días festivos, 2*1 en cumpleaños y en fechas especiales (Día de la Madre, Día del Padre y Navidad).



Figura 23 Pagina de Instagram de AVEIA

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

Tabla 18 Plan operativo estratégico para el producto (Marketing)

PLAN OPERATIVO ESTRATÉGICO PARA EL PRODUCTO (MARKETING)

<i>Objetivo General</i>	Estrategia	Actividades	Responsable
<i>Diseñar estrategias de comercialización para avenas a base de Chía y Linaza</i>	Implementar publicidad en diferentes medios	Implementar en las redes sociales como: Facebook, Instagram, entre otras redes sociales.	Jefe de Ventas
	Entrega de volantes y crípticos	Un día específico entregar volantes en diferentes escuelas.	
	2*1 en fechas específicas	En días festivos tales como: Día de las madres, del Padre y Navidad realizar la promoción del 2*1	

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

Tabla 19 Plan estratégico para el producto

PLAN ESTRATEGICO PARA EL PRODUCTO

<i>Objetivo General</i>	Estrategias	Actividades
<i>Identificar y desarrollar las estrategias de comercialización de avenas a base de chía y linaza</i>	Implementar publicidad en diferentes medios	Crear reels y anuncios publicitarios que llamen la atención de las personas
	Descuentos del 5% en días festivos	Se notificará a los clientes que los días festivos se realizará el descuento
	2*1 en fechas especiales	En Fechas especiales como: Día de la madre, día del padre, navidad

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

Tabla 20 Plan operativo estratégico para el producto

PLAN OPERATIVO ESTRATÉGICO PARA EL PRODUCTO

<i>Objetivo General</i>	Estrategia	Actividades	Responsable
<i>Diseñar estrategias de comercialización para avenas a base de Chía y Linaza</i>	<p>Brindar el servicio desde la matriz, hasta su anexo en Guayaquil, alborada.</p> <p>Participar en las diferentes ferias, de gastronomías de la ciudad.</p>	<p>Transportar el producto desde su matriz hasta su anexo.</p> <p>Informarnos sobre las ferias de gastronomía para participar de forma activa en dichos eventos.</p>	<p>Jefe de Ventas</p>

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

Tabla 21 Tabla de recursos

TABLA DE RECURSOS

<i>Objetivo General</i>	Materiales	Costos	Responsable	Total
<i>Diseñar estrategias de comercialización para avenas a base de Chía y Linaza</i>	Transporte, arriendo de camión	\$120	Jefe de Ventas (\$650)	Jefe de Ventas (\$650)
				Valor del transporte \$120

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

Tabla 22 Plan financiero

PLAN FINANCIERO

Costos por 100 Unidades				MARZO (350 Unidades)	ABRIL (450 Unidades)	MAYO (550 Unidades)	JUNIO (650 Unidades)	JULIO (750 Unidades)	AGOSTO (900 Unidades)	
Costo Materia Prima										
Porciones: 100 Unidades										
Producto	Costo	Cantidad	Total							
Yogurt natural	2.79	5	13.95	27.9	41.85	55.8	69.75	83.7	111.6	
Avena	1.2	3	3.6	7.2	10.8	14.4	18	21.6	28.8	
Chía	2.12	8	16.96	33.92	50.88	67.84	84.8	101.76	135.68	
Stevia	2.29	1	2.29	4.58	6.87	9.16	11.45	13.74	18.32	
Fresa	2.29	9	20.61	41.22	61.83	82.44	103.05	123.66	164.88	
Total	10.69	26	57.41	114.82	172.23	229.64	287.05	344.46	459.28	
Costo Unitario	0.57			0.3	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	
Costo P.V. P	1.2									
Ganancia de Ventas				420	540	660	780	900	1080	
Gastos:										
Gastos de Transportación:				120	120	120	120	120	120	
Gastos de Publicidad:										
Gastos de Imprenta (Por hoja 0.20 ctvs.)				50		60		80		
Utilidad después de Gatos				250	420	480	660	700	960	

Elaboración: Smith, A. & Toral, J. (2023)

Conclusiones

La información que obtuvimos para cumplir con los objetivos de la investigación da un impulso para cumplir con los objetivos dispuestos.

- Identificar las bases teóricas y metodológicas que fundamenten el diseño de estrategias, de ventas de avenas a base de chía y linaza en escuelas del sector norte de Guayaquil.

Se procedió a identificar en libros y revistas las bases teóricas y metodológicas acerca de los beneficios de la avena a base de chía y linaza, y como es importante en la nutrición.

- Determinar las necesidades de los consumidores del producto.

Se logro determinar las necesidades de los consumidores en base a los datos que nos arrojaron las encuestas y lo que piensan los consumidores sobre los beneficios nutricionales del producto.

- Seleccionar las estrategias de comercialización más apropiada.

Se realizaron las siguientes estrategias para la comercialización:

- Estrategia de producto
 - Estrategia de costos
 - Estrategia de publicidad
 - Estrategia de distribución
-
- Definir el presupuesto adecuado para el desarrollo de las estrategias.

Se realizó un estudio adecuado mediante un plan financieras y estudio de costos para el desarrollo de cada una de las estrategias señaladas para lograr alcanzar los objetivos.

Recomendaciones

- Que la empresa “La Pradera”, realice el plan estratégico de acuerdo a lo establecido en cuanto a publicidad y promociones.
- Realizar diversos estudios de productos, para siempre estar en constante innovación de mercado.
- Seguir en constantes campañas informativas sobre los beneficios de los productos a base de Chía y Linaza.

Bibliografía

- (2022). Obtenido de GOB.EC: <https://www.gob.ec/index.php/gadmc-mocha/tramites/tramite-requisitos-obtener-permiso-funcionamiento>
- abc AGRO . (s.f.). *ABCAGRO* . Obtenido de <http://www.abcagro.com/herbaceos/cereales/avena.asp>
- Adolfo Rafael Rodríguez* . (2014). Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1364/estrategia.html>
- Asamblea Nacional. (Junio de 13 de 2013). Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Asamblea Nacional. (2013). Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Clemente, E. (22 de 05 de 2013). *DAP*. Obtenido de <https://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/descubriendo-la-semilla-de-chia-origen-y-propiedades>
- Crespillo, E. (2010). *LA ESCUELA COMO INSTITUCIÓN EDUCATIVA*. Obtenido de [file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaEscuelaComoInstitucionEducativa-3391527%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaEscuelaComoInstitucionEducativa-3391527%20(1).pdf)
- Dankhe. (1986). *Metodologia de la investigacion*. Obtenido de <https://www.academia.edu/download/56759454/21063639-HERNANDEZ-SAMPIERI.pdf>
- Defensoria del pueblo. (2021). *Ley Organica de Defensa del Consumidor*.
- Definición de Escuela*. (2014). Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/escuela/>
- Educación, M. d. (2018). Obtenido de <https://educacion.gob.ec/distritos-educativos-zona-8/>
- EL UNIVERSO . (2020). Avena: propiedades, beneficios y valor nutricional de 'la reina' de los cereales. *LA REVISTA* .
- Escalante, J. L. (2014). *La Vanguardia* . Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20181113/452820048965/yogur-vaca-propiedades-beneficios-valor-nutricional-alimentos.html>
- ESCUELAS, I. (s.f.). Obtenido de <https://www.infoescuelas.com/ecuador/guayas/unidad-educativa-particular-liceo-cristiano-de-guayaquil-en-guayaquil/>

Esplugues, M. (2019). *LINAZA ORIGEN, Y PROPIEDADES* . Obtenido de <https://prezi.com/9iyjbg7mib1m/la-linaza-origen-propiedades-calorias-beneficios-y-much/>

Esplugues, M. (2019). *LINAZA, ORIGEN Y PROPIEDADES* . Obtenido de <https://prezi.com/9iyjbg7mib1m/la-linaza-origen-propiedades-calorias-beneficios-y-much/>

Estevez, C. (2014). *El español* . Obtenido de Cocinillas : https://www.elespanol.com/cocinillas/actualidad-gastronomica/20140514/semillas-chia-usos-beneficios/15498458_0.html

EXCELENCIAS GOURMET . (2004). Obtenido de El yougurt y su origen : <https://www.excelenciasgourmet.com/es/tradiciones/el-yogur-y-su-origen>

Fano, F. J. (2015). *¿Qué es estrategia? El pensamiento de Michael E. Porter*. Obtenido de <https://www.mejoracompetitiva.es/2015/09/que-es-estrategia/>

FARMACIABIO. (s.f.). Obtenido de FARMACIA BIO: <https://www.farmacia.bio/avena/>

GAD Municipal de Guayaquil. (2021). Obtenido de <http://www.guayaquil.gob.ec/c%20C3%B3mo-obtengo-una-solicitud-para-registro-de-patente>

GOB.EC. (2022). Obtenido de <https://www.gob.ec/index.php/gadmc-mocha/tramites/tramite-requisitos-obtener-patente-municipal>

GOB.EC. (2022). Obtenido de <https://www.gob.ec/index.php/gadgae/tramites/permiso-funcionamiento-cuerpo-bomberos-gobierno-autonomo-descentralizado-municipal-general-antonio-elizalde-bucay>

GOB.EC. (2022). Obtenido de <https://www.gob.ec/gadmc-baba/tramites/certificado-permiso-uso-suelo#:~:text=Requisitos%20Obligatorios%3A&text=Copia%20de%20c%20C3%A9dula%20y%20certificado,traer%20contrato%20de%20arrendamiento%20notariado>.

GOBIERNO DEL ENCUENTRO . (2022). Obtenido de <http://www.calidadsalud.gob.ec/acess-app-servicio-ciudadano/public/permisoFuncionamiento/informacion.jsf>

Gutierrez, N. (09 de 09 de 2014). *AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL* . Recuperado el 07 de 2022, de MANEJO TÉCNICO PARA EL CULTIVO DE LA CHÍA: [ader.jalisco.gob.mx/fomento-agricola-hortofruticola-e-](http://www.ader.jalisco.gob.mx/fomento-agricola-hortofruticola-e-)

- Robles, L. (2019). *Muy saludable* . Obtenido de <https://muysaludable.sanitas.es/nutricion/alimentos/10-beneficios-del-yogur-natural-debes-conocer/>
- Rodriguez, O. (2013). *HISTORIA DE LA LINAZA* . Obtenido de <https://rodriguezomar.wordpress.com/2013/01/08/historia-de-la-linaza/>
- Sampieri, R. H. (2016). *Metodología de la investigación*.
- Servicios de Rentas Internas*. (2019). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Somos Emprendedores*. (2021). Obtenido de <https://sosomeprendedores.byclaro.com.ec/como-obtener-la-calificacion-de-artesano/>
- Stanton. (2004). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/329639849/Comercializacion-Citas-Segun-Autores>
- Yuridia Robles*. (2016). Obtenido de <https://es.slideshare.net/YuridiaRoblesCruz/definicion-de-educacion-por-diferentes-autores>
- Zoitzá Ostojich Cuevas, E. S. (2012). *ALAN ARCHIVOS LATINOAMERICANOS DE NUTRICION* . Obtenido de <https://www.alanrevista.org/ediciones/2012/2/art-14/#:~:text=La%20semilla%20de%20lino%2C%20mejor,diferentes%20al%20de%20la%20alimentaci%C3%B3n.>

Anexos

Anexo 1

Cuestionario de encuesta para los consumidores

Pregunta 1. ¿Con qué frecuencia usted les aporta a sus hijos en el lunch un snack nutritivo?

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Mensual

Pregunta 2. ¿Qué tipo de snack usted considera que es más aceptado por sus hijos?

- a) Avena
- b) Galleta
- c) Quaker
- d) Yogurt

Pregunta 3: ¿Por qué usted consume avena?

- a) Por preferencia
- b) Por sabor
- c) Por salud
- d) Por beneficios
- e) Por precio

Pregunta 4: ¿En qué puntos de venta usted compra avenas?

- a) Mercados
- b) Supermercados
- c) Tiendas del barrio

Pregunta 5: ¿Alguna vez ha probado las avenas a base de chía y linaza?

- a) Si
- b) No

Pregunta 6: ¿Conoce usted los beneficios que tiene la avena, la linaza y la chía?

- a) Si
- b) No

Pregunta 7: ¿Si le dijera a usted que las avenas de chía y linaza tiene beneficios tales como minerales, calcio, ¿vitaminas y que es un producto que no contiene lactosa, lo consumiría?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

Anexo 2

Ley Orgánica de comunicación

Art. 2.- Contenidos en internet. - Están excluidos del ámbito de regulación y control administrativos los contenidos que formulen los ciudadanos y las personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales (Asamblea Nacional, 2013).