



SEDE GUAYAQUIL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ARTÍCULO ACADÉMICO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
COMERCIAL

TÍTULO:

**PRODUCTOS SIN GLUTEN: UN NUEVO MERCADO POR EXPLOTAR EN
GUAYAQUIL**

AUTORA:

ADRIANA DAYANA MORA PEÑAHERRERA

TUTOR:

ING. CHRISTIAN ENRIQUE GUERRA VILLALTA MBA.

GUAYAQUIL-ECUADOR

MARZO-2018

“Productos sin gluten: Un nuevo mercado por explotar en Guayaquil”

“Gluten-free Products: A new market to be explored in Guayaquil”

Adriana Dayana Mora Peñaherrera

Universidad Politécnica Salesiana

amorap@est.ups.edu.ec

Christian Enrique Guerra Villalta

Universidad Politécnica Salesiana

cguerra@ups.edu.ec

Resumen

En el campo de la alimentación se dan verdaderas batallas entre distintas marcas y negocios que ofertan prácticamente lo mismo con pequeñas diferenciaciones, el problema muchas veces radica en la visión tan reducida de querer entrar a competir donde ya muchos lo están haciendo y los más débiles tienen menos oportunidades, esto puede tener relación con la no consolidación de muchos proyectos en Ecuador, por ejemplo desde hace algún tiempo en Guayaquil han comenzado a surgir productos sin gluten, que con el transcurso de los días han sido más notorios en las perchas de supermercados y pocos son los negocios que se han constituido precisamente para ofrecer productos sin gluten. Lo curioso es que muchas de las marcas que le han dado notoriedad a este mercado en el Ecuador, son marcas extranjeras, como los productos Nature's heart que promueve una línea de productos sin gluten, y en nuestro país, una de las pocas marcas que ha desarrollado unos cuantos productos libres de gluten es Oriental. Es innegable el crecimiento de este mercado, lo cual representa una oportunidad de negocio ya que hasta hace un tiempo las personas intolerantes al gluten representaban un nicho de mercado desatendido y actualmente son ellos los que están dándole el éxito a estas marcas. El objetivo de esta investigación es identificar las oportunidades que brinda un mercado diferente tanto para la salud de personas que son intolerantes al gluten como para la rentabilidad que les brinda a los emprendedores que se atreven a ingresar a mercados nuevos como este. Utilizando el método de investigación analítico-sintético y la técnica de investigación serán encuestas que estarán dirigidas a personas intolerantes o alérgicas al gluten, para quienes buscan opciones saludables de alimentación y a personas que acuden a los supermercados, además de aplicar una entrevista a una emprendedora que participa en este mercado, todo esto con la finalidad de conocer, diagnosticar, determinar y recomendar el ingreso a explorar y participar en un mercado libre de gluten que permita mejorar la salud y obtener ganancias dentro de este nuevo mercado.

Abstract

In the field of food there are real battles between different brands and businesses that offer almost the same with small differentiation, the problem often lies in the narrowed vision of entering in markets to compete where there are already too many and therefore the weaker ones have fewer opportunities, this may be the cause that of the non-consolidation of many projects in Ecuador, for example for some time now, in Guayaquil have begun to emerge gluten-free products, that over the years have been more noticeable in the supermarkets shelves however there are very few businesses that have been constituted to offer these gluten free products. A curious fact is that many of the brands that have given notoriety to this market in Ecuador, are foreign brands such as nature's heart products which promotes a gluten-free product line, and in our country, one of the few brands that has developed few gluten-free products is Oriental. It is undeniable the growth of this market, which represents a business opportunity because until very recently, people who were intolerant to gluten represented an unattended market niche and currently, these people have become the key in the success of these brands. The objective of this research is to identify the opportunities offered by a different market in both aspect, the health of people who are gluten intolerant and the expected profitability to entrepreneurs who dare to enter new markets such this. The research method applied was analytical-synthetic and the research technique will be based on surveys that will be conducted to people who are intolerant or allergic to gluten and those who seek healthy food options as well as all the other people who shop at supermarkets. Additionally, an interview will be applied to an entrepreneur who participates in this market, all this in order to know, diagnose, determine and recommend the exploratory entry and participation in a gluten-free market that will improve health of consumers and, at the same time, make profits within this new market.

Palabras claves / keywords

Emprendedor, Gluten, Mercado, Negocio, Productos, Rentabilidad.

Business, Entrepreneur, Gluten, Gluten free, Market, Products, Profitability

1. Introducción

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (estudio de mayor relevancia acerca de la actividad emprendedora en el mundo) en Latinoamérica el país más emprendedor es el Ecuador, ocupando incluso el cuarto lugar como economía más emprendedora a nivel mundial al tener un 32% de índice de actividad temprana de emprendimiento (TEA). (GEM, 2014, p. 10).

El mismo estudio en el año 2016 ubica a Ecuador como el segundo país que más emprende en el mundo, con un TEA del 31,8%, pese a que existe una pequeña disminución en la actividad emprendedora en comparación con el 2015, ya que en este año el TEA fue de 33,6%. (TEA). (GEM, 2016, p. 10). Sin embargo, al analizar en detalle los resultados del estudio se puede evidenciar que el puesto obtenido por Ecuador se debe a los emprendimientos considerados nuevos, que no se han consolidado, pero el panorama cambia completamente cuando se ve las cifras de emprendimientos con varios años en el mercado y que han crecido desde su creación. Según la TEA en el 2016, la población adulta que fue emprendedor naciente representa el 22.4% y el 11% fueron emprendedores nuevos, ambos grupos no son mutuamente excluyentes y adicionalmente el TEA también informa que tan sólo el 14.2% de la población mantiene negocios establecidos con más de 3 años y 6 meses de operación. De acuerdo a estas cifras se puede decir que Ecuador tiene lo que denominaron los autores del estudio como el “Gen del comercio” por la cantidad de emprendimientos nuevos que se generan, pero al no consolidarse, el impacto en la economía del país tampoco es de gran dimensión. (Sitio web, Diario El Universo, Noticia, Ecuador es el segundo país que más emprende en el mundo)

Es común ver el surgimiento de nuevos negocios, pero así mismo es común ver negocios que se cierran después de un tiempo en que no se obtuvieron los resultados esperados. Un estudio de la revista Ekos refleja que los sectores en los que más se emprende son: reparación de vehículos, autos y motos con 50.048 emprendimientos nuevos, seguidos de 14.712 del sector de alojamiento y servicios de alimentación, 7535 nuevos emprendimientos de industrias de manufactura, 7466 emprendimientos de servicios de información y 5303 emprendimientos de comunicación. (Revista Ekos, Enero 2015)

Existen diversos conceptos o definiciones acerca del Emprendimiento, entre ellos se menciona el siguiente desde el punto de vista de crecimiento económico:

“Cualquier intento de creación de nuevos negocios o empresas, tales como el autoempleo, una nueva empresa, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, un equipo de individuos, o un negocio establecido.” (Reynolds et al., 1999, p. 3)

Según Robbins & Decenzo, 2009, ser emprendedor conlleva a “crear valor y prosperar a través de la innovación”, lo cual hace referencia a tener una respuesta positiva ante las oportunidades que se brinden en tiempos de desarrollo generando recursos innovadores y creativos en pro del emprendimiento.

En Ecuador según una encuesta realizada por GEM en el 2016, se indica que el 60% de la población encuestada, considera al emprendimiento como una buena opción de carrera, el 61% afirma que el éxito en los negocios confiere estatus y respeto, y el 69% está de acuerdo en que el rol de los medios al destacar a los emprendedores contribuye con la cultura que favorece el emprendimiento en el país.

Sin embargo, los emprendedores Guayaquileños siempre apuntan a negocios dentro de una misma línea de mercado, y no buscan oportunidad de crecimiento en otros ámbitos comerciales, como lo es, la innovación de productos pocos comunes.

La finalidad de estudio es conocer, diagnosticar, determinar y recomendar el ingreso a explorar y participar en un mercado libre de gluten que permita mejorar la salud de las personas intolerantes o alérgicas al gluten y obtener ganancias dentro de este nuevo mercado en Guayaquil.

1.1. Problema de investigación

¿Es la línea de productos sin gluten, un nuevo mercado que los emprendedores guayaquileños pueden desarrollar?

La presente investigación se establece por la oportunidad de que existan nuevas propuestas de negocio de emprendedores guayaquileños, en donde se desarrollen productos alimenticios dirigidos

a personas que, por problemas de salud son intolerantes o alérgicos al gluten, ya que actualmente existen pocos negocios con esta perspectiva. Si bien es cierto, en nuestro país aún no existe un censo que determine el número de personas que sean intolerantes o alérgicas al gluten, existen grupos de personas que se reúnen para compartir información, intercambiar datos o generar discusión alrededor de la celiacía. Es importante destacar el hecho de que en lo que respecta a los estudios del espectro autista, hay médicos de distintas partes del mundo que se han enfocado en determinar la incidencia del gluten en esta condición. En Guayaquil ya existen grupos de padres y doctores que recomiendan y se basan en una alimentación “gluten free”, tanto para sus hijos como pacientes, respectivamente. En función de lo mencionado, han surgido en Guayaquil, ya desde hace algunos años atrás, negocios orientados hacia la elaboración de productos libres de Gluten (Gluten Free), quienes les brindan a estas personas la facilidad de conseguir este tipo de productos, ubicados al norte de la ciudad, pero los mismos están dirigidos a una clase social media- alta, dejando de lado las clases sociales que no disponen de suficientes recursos económicos, siendo este un nicho de mercado desatendido por los emprendedores. Adicionalmente se debe tomar en consideración que en las perchas de los supermercados como: Supermaxi y Mi Comisariato, se pueden visualizar pocos productos libre de gluten, como los de las marcas nacionales de ECOPACIFIC con su línea de yogurt vegano y fideos oriental, o de marcas extranjeras como Nature's heart, AMATI, Andean chips, entre otros, quienes ya vieron la oportunidad de negocio que representa este segmento de mercado.

La mayoría de personas emprendedoras desconocen el motivo por el cual una persona puede ser intolerante o alérgico al gluten, e incluso desconocen ¿qué es el gluten?, ¿cómo puede afectar el gluten?, ¿qué es una enfermedad celiaca o intolerancia al gluten?, ¿a quién le puede afectar?, ¿qué es la alergia o sensibilidad al gluten?, ¿qué alimentos pueden consumir las personas que tienen este tipo de problemas de salud?, en fin un sin número de información que es desconocida por personas emprendedoras, por lo cual no ven la oportunidad de negocio que genera este nicho de mercado.

El pronto desarrollo de esta investigación permitirá conocer, diagnosticar, determinar ventajas y desventajas, y recomendar el ingreso a explorar y participar en un mercado libre de gluten que permita mejorar la salud de las personas intolerantes o alérgicas al gluten y obtener ganancias dentro de este nuevo mercado en Guayaquil.

1.2 Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar las ventajas y desventajas acerca de la participación y el desarrollo de este segmento de mercado, que permita al emprendedor guayaquileño conocer y generar no solo la rentabilidad, sino la disponibilidad de alimentos saludables libres de gluten.

1.2.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar el escenario actual del mercado de negocios de emprendedores en Guayaquil
- Determinar la oferta actual del mercado de productos sin gluten, así como la lista de alimentos que son aptos para personas que son intolerantes y alérgicos al gluten.
- Analizar y recomendar la oportunidad de negocio de participar en un mercado

2. Fundamentación teórica

2.2. Marco conceptual

• Gluten

“El gluten es una proteína de bajo valor nutritivo, cuyo uso se masificó debido a su capacidad de retener aire en la matriz proteica facilitando que la masa se adhiera mejor, fenómeno que favorece la elaboración del pan. Las gliadinas son la fracción soluble en alcohol del gluten y contienen la mayor parte de los componentes tóxicos para los celíacos; son ricas en glutamina y prolina, cuya digestión en el tracto gastrointestinal es más difícil que el de otros péptidos” (Alejandra Parada et al, 2010, p.4)

• Beneficios del gluten

El gluten es rico en proteínas, posee un alto contenido de hierro, aunque esto varía dependiendo de cómo se está consumiendo el gluten, proporciona muchos nutrientes como vitaminas y minerales, y además es libre de sodio. Las únicas personas que deberían restringir el consumo de gluten son las

personas celiacas, es decir, las intolerantes al gluten, ya que es peligroso que esas personas consuman esta proteína si no son capaces de digerirla correctamente.

- **Enfermedad celiaca**

“La enfermedad celíaca (EC) es una intolerancia permanente al gluten del trigo, cebada, centeno y probablemente avena que se presenta en individuos genéticamente predispuestos, caracterizada por una reacción inflamatoria, de base inmune, en la mucosa del intestino delgado que dificulta la absorción de macro y micronutrientes” (Federación de Asociaciones de Celiacos de España - FACE).

El sistema inmunológico del cuerpo produce anticuerpos para poder degenerar las sustancias consideradas peligrosas. Con respecto a las alergias y sensibilidades a las moléculas del conjunto proteico gluten, producen una respuesta exagerada en el sistema inmunológico, ya que se las consideran riesgosas. Cuando el sistema inmunológico ataca al propio organismo debido a que confunde la proteína propia con un agente extraño se produce una enfermedad autoinmune.

- **Alergia al gluten**

La alergia al gluten afecta a una proporción muy baja de la población y puede desarrollarse a cualquier edad: desde el lactante hasta el adulto. Se produce por una respuesta inmunológica de hipersensibilidad inmediata. A diferencia de otras afecciones relacionadas con el gluten, los síntomas de una alergia al gluten son de inicio brusco, a los pocos minutos de tomar el alimento, pudiendo desencadenar una situación clínica grave de forma rápida, conocida como enfermedad celiaca.

Esta enfermedad es un trastorno autoinmune del intestino delgado la cual sufren personas que tienen una predisposición genética. Dentro de los principales síntomas se tienen dolores y molestias en el tracto digestivo, estreñimiento crónico o fuerte diarreas, problemas de crecimiento, disnea y cansancio crónico.

En un estudio reciente de la Universidad de Columbia - Nueva York, el cual fue publicado en PLOS [Public Library of Science] se ha analizado el posible vínculo entre los siguientes trastornos: autismo, sensibilidad al gluten y enfermedad celiaca.

En el estudio se devela que los problemas gástricos son comunes en niños con autismo, por ende, las dietas libres de gluten se han convertido en una alimentación muy importante dentro las familias con niños autistas, a pesar del coste y la dificultad de llevarlas a cabo. Para este estudio se tomó como muestra 37 niños con autismo (con y sin síntomas de problemas intestinales), 27 hermanos sin autismo y 76 controles de la misma edad.

Los resultados muestran que los niños con autismo tienen mayores niveles de anticuerpos (IgG) contra el gluten en comparación con los niños que no tienen autismo. Los hermanos sanos tenían niveles intermedios y la diferencia con sus hermanos con autismo no era estadísticamente significativa. La respuesta de los anticuerpos anti-gliadina era más intensa en los niños con autismo que mostraban síntomas de problemas gastrointestinales. Los niveles de los marcadores en el suero de enfermedad celíaca (anticuerpos a gliadina transformada con pérdida de amidas y a TG2) eran iguales en pacientes y en controles. Tampoco se pudo evidenciar un aumento de IgA entre los tres grupos de análisis.

- **Alimentos donde se encuentra el gluten**

El gluten es una proteína que se encuentra en los cereales como el trigo la avena, centeno y cebada, y que, por consiguiente, está presente en panes, pastas, pasteles y todos aquellos alimentos derivados de las harinas de trigo, avena, centeno o cebada. También hay ciertos colorantes, jaleas, condimentos o espesantes que contienen gluten, ante los cuales cualquier celíaco debe prestar importante atención.

- **Alimentos gluten Free**

La Federación de Asociaciones de Celiacos de España, ha realizado una clasificación de los alimentos, misma que se puede visualizar en su página web, dentro de esta clasificación podemos encontrar: alimentos sin gluten genérico que son los que se encuentran en estado natural, alimentos infantiles, frutas y derivados, hortalizas y verduras, aperitivos, azúcares y edulcorantes, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, cereales y pseudocereales, cacao y chocolates, entre otros, una lista de alimentos que son aptos para personas intolerantes y alérgicos al gluten, con la cual buscan brindar información al

consumidor para que se conozca de manera fácil y estén seguros de los alimentos que estas personas pueden consumir. (Federación de Asociaciones de Celiacos de España - FACE).

- **Mercado de productos**

El concepto de mercado es muy extenso, por lo cual se puede decir que, “El mercado de los productos abarca todo mecanismo a través del cual se produce el intercambio de un bien o un servicio a cambio de dinero -precio- entre un comprador y un vendedor.” (Plataforma educativa Aragonesa, El Mercado de productos, Sitio Web)

- **Oportunidad de negocio**

El Ing. Rodrigo Valera indica que “La oportunidad de negocio se da cuando la idea de negocio está basada en las necesidades de los clientes, en ventajas comparativas, en la identificación del lugar adecuado, del momento oportuno y de la forma apropiada; cuando se visualizan los recursos humanos, físicos y materiales necesarios, y cuando se cuenta con el impulso vital de empresarios que la hagan realidad.” (Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la creación de empresas, 2001, 2da. Edición)

- **Emprendedor**

La palabra emprendedor proviene del vocablo francés entrepreneur, y fue introducido en la economía por el Eco. Richard Cantillon, quien lo define como el “Agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combinan de forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Existen diversos conceptos a cerca de esta palabra, en el libro Emprendimiento Exitoso escrito por Alejandro Schnarch indica que “Un emprendedor no es más que un empresario en potencia; ambos persiguen lo mismo: generar empleo y desarrollo económico. Los dos son gestores, pero el emprendedor puede tener una pasión por lo que hace, que al empresario le puede faltar”. (Emprendimiento exitoso, 2014, capítulo I)

- **Tasa de emprendimiento en Ecuador**

Según un estudio realizado por GEM la Actividad Emprendedora Temprana (TEA), en Ecuador existen personas entre los 18 y 64 años de edad que son o bien emprendedores o bien dueños de un nuevo negocio, dando un equivalente en tasas correspondientes al 24.5% de emprendimientos nacientes, 9.9% emprendimientos nuevos, 32.6% actividad emprendedora temprana, 17.7% negocios establecidos, 34.9% emprendimiento por oportunidad de mejora. (GEM, 2014, p. 24).

En el año 2016 el estudio del Índice de Actividad Temprana varió un poco y brindó nuevos indicadores, mismos que establecieron que el 22,4% de la población adulta fueron emprendedores nacientes y el 11% emprendedores nuevos, siendo estos, mutuamente excluyentes. De estos dos porcentajes obtenidos también se proporcionó tan sólo el 20.8% de la población realizaron emprendimientos aprovechando una oportunidad de negocio, de los cuales el 22,5% lo hizo para mejorar los ingresos actuales, el 35,2% para obtener independencia y el 42,3% por ambas razones; mientras que el 8.9% de la población lo realizó por necesidad. (GEM, 2016, p. 10)

- **Rentabilidad**

Desde el punto de vista de la Administración Financiera, Gitman Lawrence definía la rentabilidad como “una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños. La importancia de ésta medida radica en que para que una empresa sobreviva es necesario producir utilidades. (...)” (Administración Financiera, 1992, p.62 y 171)

2.3. Marco teórico

2.3.1. Teorías generales

Realizando una revisión en los mercados de productos libres de gluten, se puede establecer que la venta de estos productos ha ido en ascenso, en países como Estados Unidos, Chile, Argentina, Ecuador, Colombia, España, Canadá, entre otros, tanto así que en Estados Unidos desde el 2012 existe un incremento del 63%, lo cual ha generado que las perchas de los supermercados estén al tope de productos de esta naturaleza. Las personas ya sea por diagnósticos médicos o por tener una

alimentación sana libre de gluten, cada día están consumiendo más estos productos, para beneficiar y evitar cualquier quebranto en su salud, como: la fatiga, dolores articulares, pesadez estomacal que producen la semilla, la cebada o cualquiera de sus variedades e híbridos. Además evita que se dificulte la absorción de nutrientes, existen más productos dentro de esta competencia, los precios tienden a disminuir, y aumentan la variedad y la calidad de los productos, según la consultora de mercado Euromonitor. Actualmente, las ventas de productos sin gluten en todo el mundo ascienden a unos 3.200 millones de dólares, esa cantidad podría elevarse hasta los 4.400 millones de dólares en el 2020.

Según los expertos, los productos gluten free han conseguido consolidarse como una categoría diferenciada en los puntos de venta. A su vez, han atraído a más consumidores, además de aquéllos con enfermedades celiacas, personas sin la enfermedad, personas que consideran que una dieta gluten-free es más sana; o aquéllos que consideran que estos productos les ayudarán a perder o mantener el peso. (FACE 2016)

2.3.2. Referentes empíricos

Existen diversas investigaciones donde el eje principal es el gluten como parte del mercado, a continuación se citará algunas de ellas. Un estudio realizado por la Sra. Amanda Topper, Analista de la Agencia de Inteligencia de Mercado Líder en el Mundo (Mintel) indica que: “En general, el mercado de alimentos sin gluten sigue creciendo, además de por aquellos que deben mantener una dieta libre de gluten por razones médicas, también por los que perciben los alimentos sin gluten como más saludables (...) A pesar del fuerte crecimiento en los últimos años, todavía hay oportunidad de innovación, especialmente en los segmentos de alimentos que normalmente contienen gluten.” Incluso Mintel realizó una segmentación de los productos que han tenido mayor crecimiento desde el 2012, entre ellos están; snack sin gluten en un 163%, carnes sin gluten en un 14%, pan y cereales sin gluten en un 43%. En nuestro país aún no existe un censo que determine el número de celiacos, sin embargo, existen grupos de personas que se reúnen para compartir información, intercambiar datos o generar discusión alrededor de la celiaquía. Tanto así que existe una página en Facebook denominada “Celiacos Ecuador”, donde se comparten consejos, datos relevantes de alimentos o adelantos relacionados con la enfermedad. (Sitio web, Ecuavisa).

Una exposición realizada por Joana Sokolnik, Analista Senior de Euromonitor International, en Free From Functional Food Expo, indica que: “El mercado de los productos sin gluten ha sufrido un gran crecimiento debido a varias razones, y además el público objetivo se extiende más allá de los celiacos. Se ha extendido la creencia de que las dietas sin gluten son más saludables, y ayudan a sentirse más enérgico y a controlar el peso, (...). Todo ello conlleva que cada vez más marcas vendan productos sin gluten, para llegar así a más consumidores”, lo cual podría originar además de la venta de productos gluten free, la venta de productos orgánicos y ecológicos mayormente saludables, dando apertura a nuevos canales de ventas y distribución. (Industria Alimentaria Interempresas, 2017).

Por otra parte, cabe indicar que, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), el gluten afecta de forma negativa al 1% de la población en el mundo que nace con enfermedad celiaca. (Diario el telégrafo, junio, 2015), pero sin embargo, es importante mencionar que una dieta gluten free no significa que, dentro de la alimentación no se contenga gluten, sino, que la cantidad de gluten en los alimentos se encuentre por debajo de un determinado punto, por lo cual, la OMS considera que un alimento libre de gluten es todo aquel que contenga un máximo de 20 miligramos por kilo de producto. (Cultura Biotec, Sitio Web)

Con respecto a la población dentro del espectro autista, se estima que unos 180 mil niños padecen autismo en el país, sin duda alguna, el mercado de alimentos sin gluten es una buena oportunidad comercial para emprendedores, ya que hasta el momento en nuestro país no se realizan ventas masivas, y en Guayaquil existen negocios como: Free Life Café, Gourmet Market, Dr. Juice entre otros, que elaboran productos libres de gluten pero limitados a un target, lo que dificulta el acceso al consumo a diferentes clases sociales, en las cadenas de supermercados como Supermaxi y Mi Comisariato, poseen en sus perchas una sección pequeña, de productos libres de gluten en los cuales se puede encontrar galletas, maíz, pasta, mermelada, aliños, entre otros, y las marcas que lideran este mercado son extranjeras quienes se presentan con fuerza y energía visual captando la atención de los consumidores, también es visible notar que en redes sociales, existen emprendedores que promocionan productos libres de gluten, como Campher Gluten Free.

Uno de los principales sitios en donde se ha visto un claro brote de esta ideología “gluten free” es en Sweet&Coffee, el cual, dentro de su gama de postres y bocadillos de sal, está incluyendo productos para personas que buscan alimentos libres de gluten.

Es evidente que este mercado en Guayaquil cada día va en ascenso, ofreciendo productos distintos y saludables, con la participación de personas que optan por comer saludable y personas que por problemas en su salud deben ingerir este tipo de productos, creando una tendencia de alimentación diferente.

2.4. Hipótesis

La incursión de productos libres de gluten en el mercado guayaquileño es una oportunidad de negocio rentable para los emprendedores.

3. Metodología

El presente artículo se realizará a través del método de investigación analítico-sintético y la técnica de investigación a aplicar será la encuesta que estará dirigida a personas intolerantes o alérgicas al gluten y a personas que por decisión propia siguen la ideología “gluten free” por considerarla más saludable para su diario vivir, puesto que, la recolección de datos tendrá una evaluación cuantitativa que permitirá conocer opiniones, diagnosticar el mercado, determinar ventajas y desventajas, y recomendar el ingreso a explorar y participar en un mercado libre de gluten que permita mejorar la salud de las personas intolerantes o alérgicas al gluten y obtener ganancias dentro de este nuevo mercado en Guayaquil.

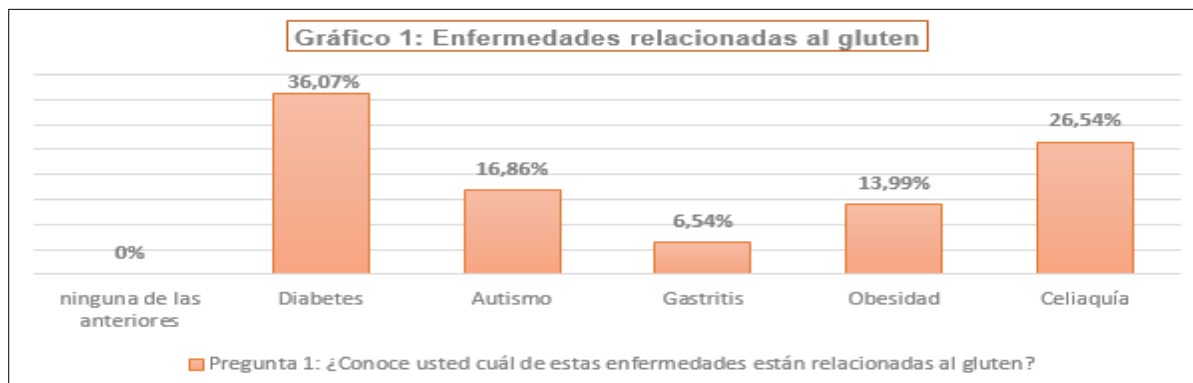
Es importante destacar que, a nivel general, el estudio engloba el análisis de los negocios y productos disponibles en el mercado encaminados a “gluten free”. En la ciudad de Guayaquil existen varios negocios, que, si bien es cierto, no son tan reconocidos por sus marcas, están teniendo un impacto considerable en la población fitness.

En Ecuador aún no existe un censo que determine el número de celíacos existentes en nuestro país, personas que padezcan intolerancia al gluten, o de personas que por otras necesidades de salud les beneficie reemplazar algunos productos de su alimentación por los “gluten free”, sin embargo, existen muchas personas que se reúnen para compartir información, intercambiar datos o generar discusión alrededor de los productos libres de gluten o adelantos relacionados con la intolerancia, sensibilidad y alergia al gluten a causa de enfermedades, aparte brindan información sobre lugares donde venden comidas, bocaditos, golosinas aptas para el consumo de este grupo de personas. Por esta razón se hará un cálculo de la muestra de población infinita, para realizar encuestas que estarán dirigidos a personas intolerantes o alérgicas al gluten, emprendedores que han y no han explorado este mercado en la ciudad de Guayaquil y a personas en general que acuden a los supermercados por la compra de alimentos saludables.

4. Resultados

4.1. Análisis de las encuestas

Las encuestas entre físicas y digitales se realizaron a 384 personas mediante las cuales se obtuvieron los resultados mostrados a continuación, se analizarán las principales preguntas de la encuesta llevada a cabo. (Ver Anexo 1)

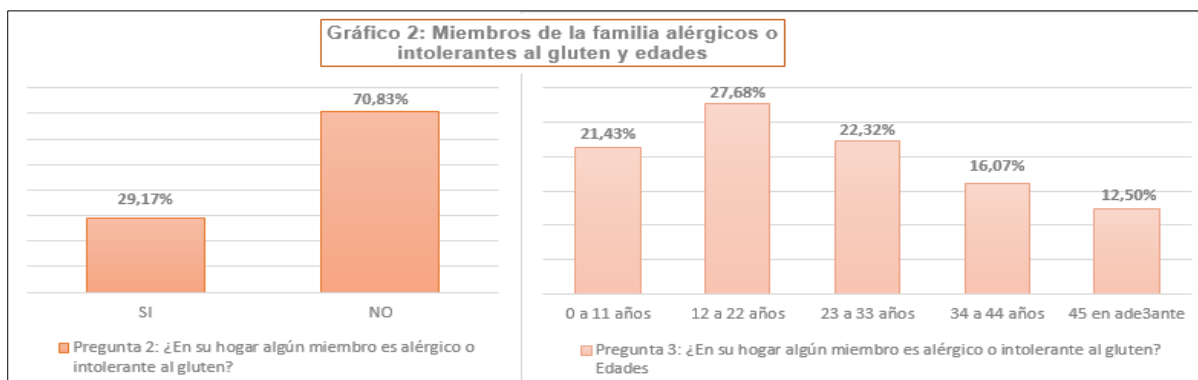


Elaborado por la autora

Análisis:

De las 384 personas encuestadas se obtuvo como resultado que un 36.07% de respuestas adjudican que la diabetes tiene relación con el gluten, así como también se obtuvo que el 26.54% para la celiakía, 16.86% al autismo, 13.99% a la obesidad y un 6.54% asociado a la gastritis. Lo cual indica que el pensar de las personas es que las principales enfermedades que tienen relación con el gluten son la diabetes y la celiakía, aunque también existe un porcentaje menor que indica que puede ser causa de autismo, obesidad y gastritis, hay que tener en cuenta que todas estas enfermedades también tienen relación con el gluten.

Para conocer si dentro de las familias de las personas encuestadas existe algún miembro que es alérgico o intolerante al gluten y sus edades, se desarrolló la segunda pregunta, teniendo como resultado lo siguiente:

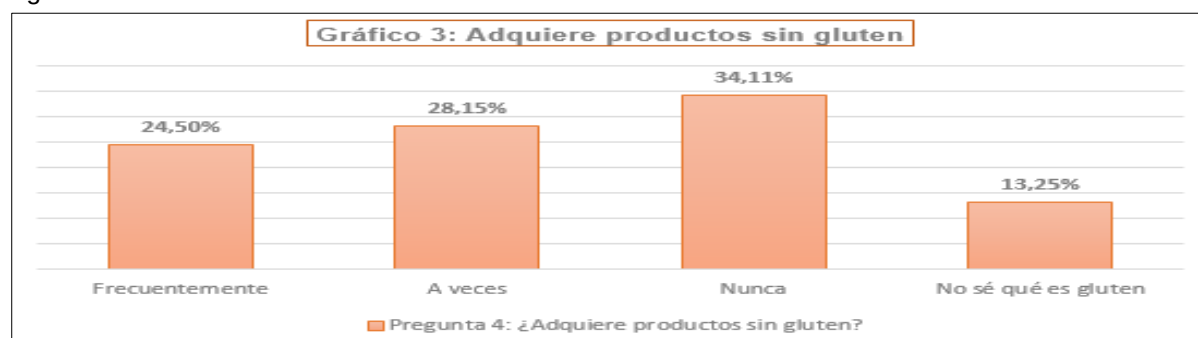


Elaborado por la autora

Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas, el 29.17% de los encuestados, manifiesta tener en la familia algún miembro con alergia o intolerancia al gluten. De las cuales el 27.68% de las personas con intolerancia al gluten tienen entre 11 a 22 años, esto no quiere decir que son las únicas edades pero si las más significativas. Por otro lado se registró la incidencia del género de las personas que sufren esta enfermedad y se pudo observar que existen más personas de género masculino que femenino con estas enfermedades.

Con respecto a si las personas adquieren productos libres de gluten, se pudo recopilar la siguiente información.



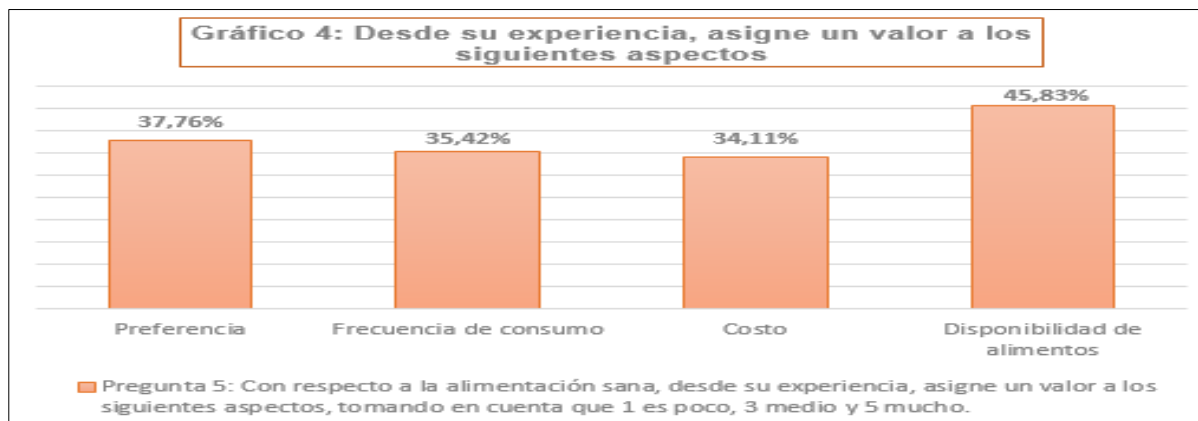
Elaborado por la autora

Análisis:

En base a la pregunta realizada se registró un 34.11% de personas que mencionan que nunca adquieren productos libres de gluten, mientras que se tiene un 28.15% que mencionan que a veces compran productos gluten free. Por otra parte, se obtuvo un 24.50% de personas que frecuentemente adquieren productos libres de gluten y finalmente un 13.25% de encuestados que ni siquiera sabían que es gluten. De acuerdo a las respuestas obtenidas se podría indicar que la mayoría de personas no adquieren productos libres de gluten, ya sea porque no tienen la necesidad de consumirlos, no tienen ninguna repercusión en su salud si no los consumen, no los han probado o no les gusta su sabor; pero

existen otro grupo de personas que si adquieren este tipo de productos, ya sea por mejorar su alimentación, por tener una vida más saludable o por necesidad, ya que mantienen algún tipo de problema en su salud que les afecte si no los consumen.

Se muestran a continuación los aspectos con su nivel de incidencia en la población encuestada, separadas en sus 4 categorías:

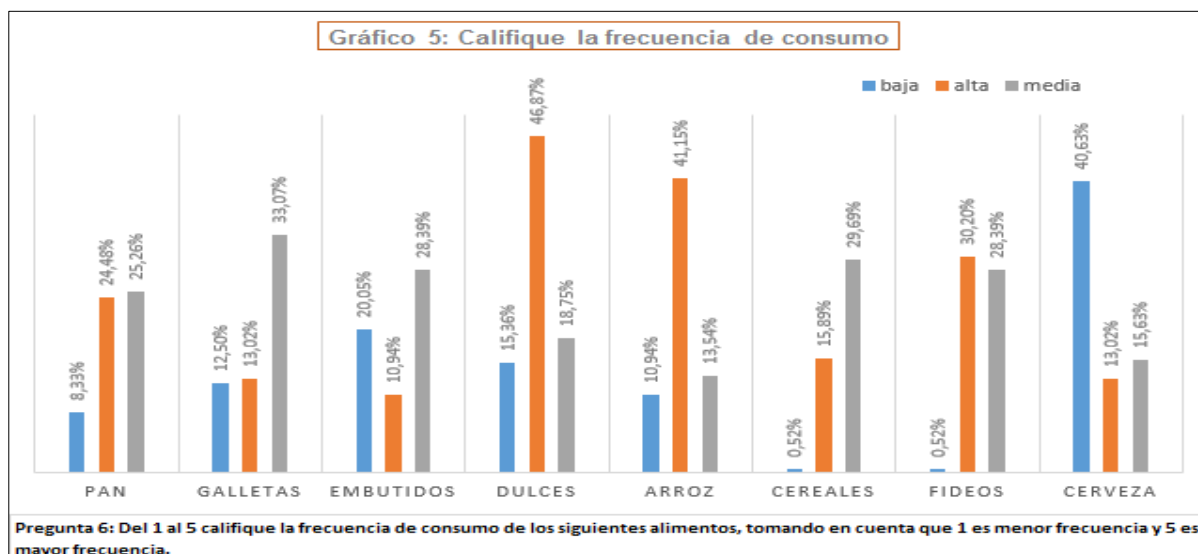


Elaborado por la autora

Análisis:

Esta pregunta fue realizada para las 384 personas de las cuales se observa que para la preferencia de consumo de productos sanos en la alimentación de la población encuestada se obtuvo un 37.76% que destacan una preferencia media de aceptación de alimentación sana. En base a estas respuestas se puede evidenciar que las personas hoy en día están optando por una alimentación más sana. La frecuencia de consumo representa el 35.42% de la población encuestada, por lo cual se puede identificar que sí existen en su mayoría personas que frecuentemente consumen este tipo de alimentación saludable. El costo es un parámetro con una consideración media del 34.11% de la población encuestada, como análisis de esta respuesta se puede evidenciar que el factor costo influye mucho al momento en que las personas deciden tener una alimentación sana, ya que todos poseemos niveles económicos diferentes. Y adicionalmente también se pudo identificar que la disponibilidad de alimentos es de alta prioridad con un 45.83%, lo cual quiere decir que para las personas, es realmente importante poder disponer de este tipo de alimentos de manera rápida al momento de mantener o considerar tener una alimentación sana.

De acuerdo a la frecuencia de consumo se mostrarán a continuación los diferentes alimentos considerados los más consumidos dentro de la alimentación de la población ecuatoriana.

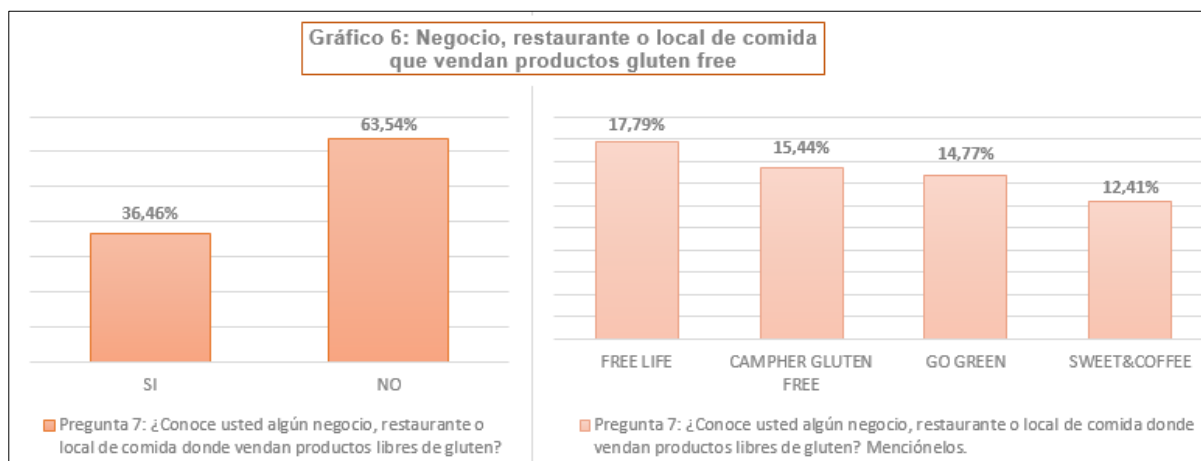


Elaborado por la autora

Análisis:

En base a las respuestas de estas preguntas se puede indicar que las personas tienen una mayor afinidad por el consumo de galletas, dulces, arroz, cereales y fideos, por lo cual se podría decir que si existiesen una mayor cantidad de productos gluten free ligados a estas líneas de productos, el consumo de dichos productos aumentarían y las personas pudiesen tener una alimentación más saludable.

A continuación, de acuerdo a la población encuestada, se mostrará si se tiene o no conocimiento de los locales de comida saludable libres de gluten en la ciudad de Guayaquil, lo cual se detalla lo siguiente:

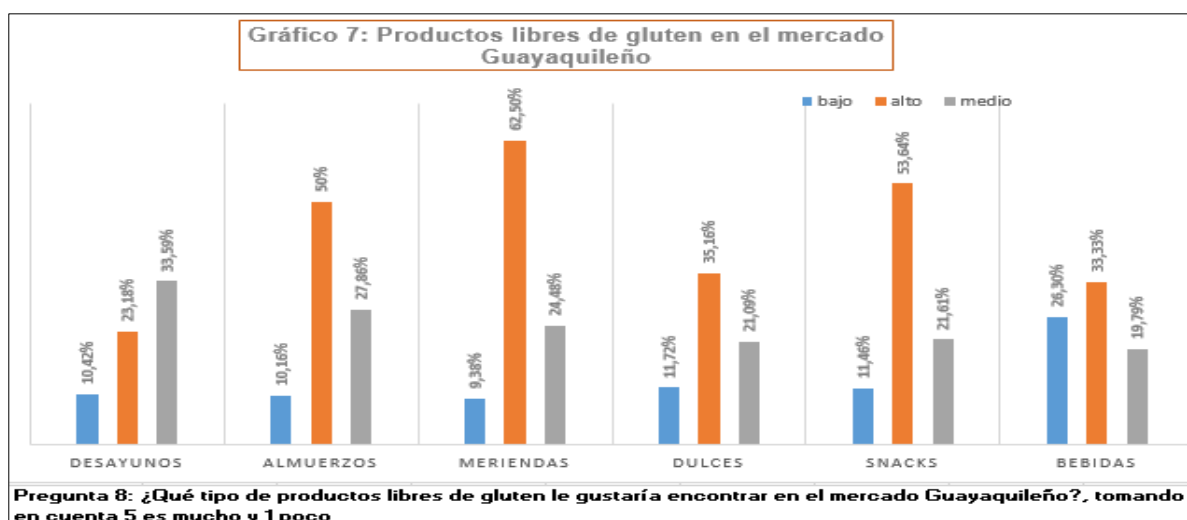


Elaborado por la autora

Análisis:

Se observa que el 63.54% de la población encuestada no tiene conocimiento de locales de comida en donde se vendan productos libres de gluten, incluso algunos pese a que deban consumirlos. Por otra parte, tan solo el 36.46% conoce al menos 3 lugares en donde poder adquirir esta clase de alimentos, de los locales mencionados por los encuestados se destacan los siguientes: Free Life, Go Green, Sweet & Coffee y Campher Gluten Free con un 17.79%, 14.77%, 12.41% y 15.44% respectivamente. La mayoría de estos locales se encuentran ubicados en vía a Samborondón o en Urdesa. Solo los locales de Sweet & Coffee se encuentran prácticamente en todos los centros comerciales, gasolineras y zonas concurridas de la ciudad, haciendo más oportuno el acceso a este tipo de alimentos.

Se consultó por los tipos de alimentos o productos que se desearía encontrar en el mercado guayaquileño para las personas que deban o quieran tener una alimentación sana libre de gluten. En base a esto se obtuvieron los siguientes resultados:

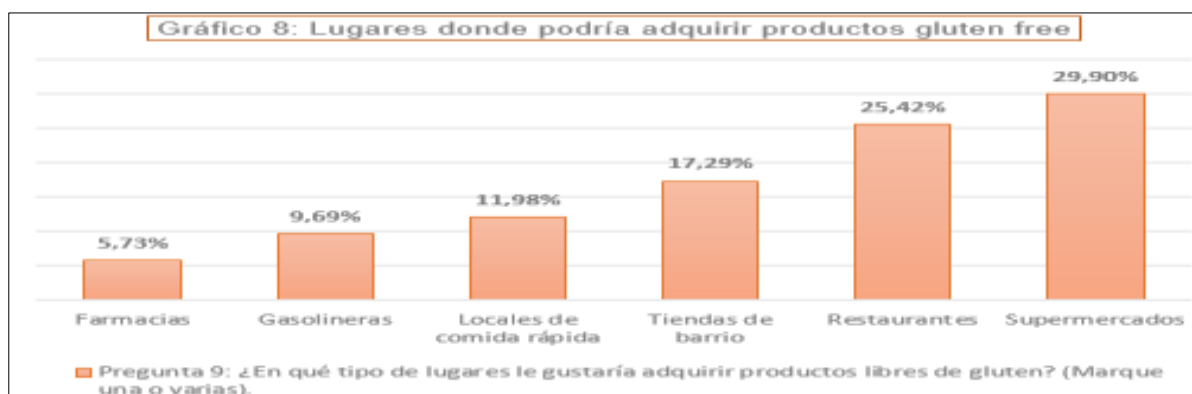


Elaborado por la autora

Análisis:

En base a las respuestas obtenidas se puede indicar que a las personas más les gustaría tener un lugar donde almorzar y cenar en los cuales se les provea de alimentos libres de gluten que favorezcan su alimentación ya que estos obtuvieron un resultado del 50% y 62.50%. En cuanto a los dulces, snack y bebidas se obtuvo un resultado del 35.16%, 53.64% y 33.33% respectivamente, en base a esto se observa que a la mayoría de personas si incluirían dentro de su lunch diario este tipo de alimentos y bebidas libres de gluten que les permita complementar su alimentación saludable.

Se detallarán a continuación las afinidades hacia el tipo de establecimientos en donde la población encuestada desearía tener acceso a productos gluten free, obteniendo los siguientes resultados:

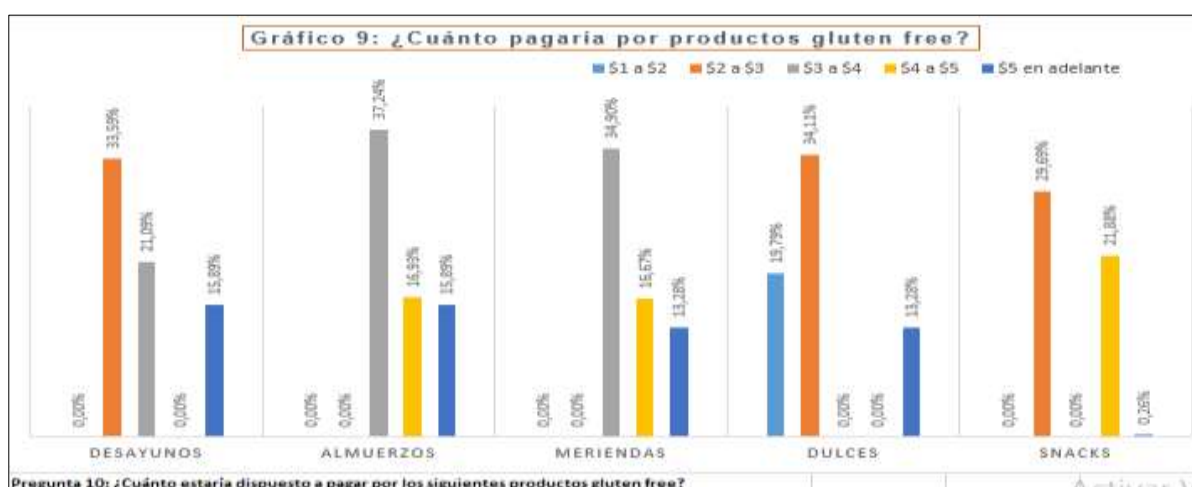


Elaborado por la autora

Análisis:

De los resultados obtenidos se observa que el 29.90% de la población prefiere adquirir productos libres de gluten en supermercados, mientras que el 25.42% desea también encontrar esta clase de alimentos en restaurantes. Por otra parte, en tiendas de barrio se registra un 17.29% de afinidad, en locales de comida rápida se tiene un nivel del 11.98% de afinidad, en gasolineras un 9.69% espera poder encontrar productos libres de gluten y tan solo el 5.73% espera poder encontrar esta clase de productos en farmacias. En su mayoría las personas prefieren tener más disponibilidad de encontrar los productos libres de gluten en los supermercados o restaurantes, ya sea porque acuden más a este tipo de lugares o les quede más cercano a sus hogares, pero cabe indicar que existen otro grupo de personas que prefieren tener más acceso y disponibilidad en tiendas de barrio, locales de comida rápida y un grupo menor que prefiere conseguir este tipo de productos en gasolineras y farmacias.

Se realizó una frecuencia para representar los rangos de valores que la población encuestada está dispuesta a pagar por diferentes tipos de comidas, en base a esto se tiene lo siguiente:

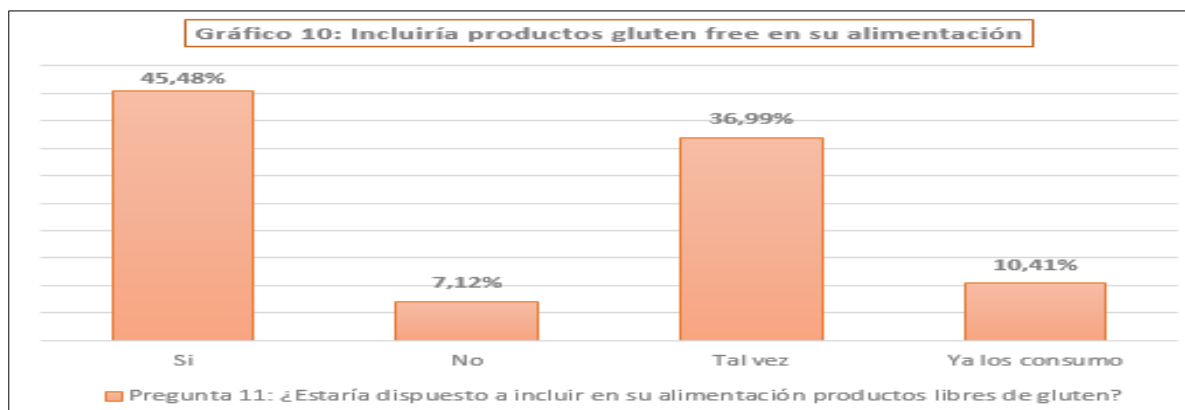


Elaborado por la autora

Análisis:

Se puede indicar que en cuanto a los costos de los productos las personas estarían dispuestas a cancelar entre \$3 a \$4 dólares por desayuno, almuerzo o merienda, que serían precios aceptables para productos y comidas libres de gluten, de acuerdo a cada nivel socioeconómico de las personas. Y se podría decir que tanto para los snack como los dulces, un precio módico para pagar por estos productos estaría entre \$2 a \$3, quizás para muchas personas sean precios muy elevados, pero basándonos en las 384 personas que fueron encuestadas aleatoriamente, este sería un precio conveniente para los productos que les ayudará a mejorar su salud.

Como pregunta final se realizó una consulta sobre la disponibilidad de la población encuestada a incluir alimentos gluten free en su alimentación, en base a lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

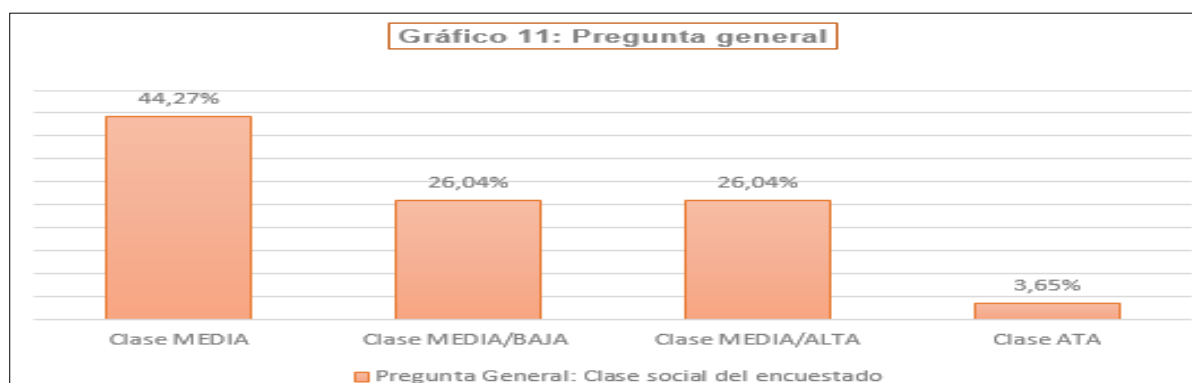


Elaborado por la autora

Análisis:

Se refleja que de la población encuestada el 45.48% estarían dispuestos a incluir alimentos de esta naturaleza en su alimentación. Por otra parte, se refleja un 36.99% que indicaron que tal vez incluirían esta clase de alimentos en su alimentación diaria, mientras que el 7.12% indica que no incluirían alimentos gluten free a su alimentación y tan solo el 10.41% menciona que ya consume productos Gluten Free. En base a estas respuestas se puede evidenciar que existen muchas personas que están dispuestos a tener una alimentación más saludable incluyendo los productos y alimentos gluten free en las mesas de sus hogares, ya sea por mejorar su salud, por tener una vida fitness, o por reducir problemas de salud.

De forma general en las encuestas realizadas se solicitó indicar a los encuestados su clase social en donde se tuvo la siguiente clasificación:



Elaborado por la autora

Análisis:

En base a estos resultados se observa que la mayoría de la población encuestada 44.27% se considera de clase social MEDIA, mientras que en igual proporción 26.04% se consideraron clase social

MEDIA/ALTA y MEDIA/BAJA, mientras que, tan solo el 3.65% se consideró de clase social ALTA. Lo cual quiere decir que la mayoría de encuestados son de un nivel socioeconómico medio, con las posibilidades de adquirir productos libres de gluten que favorezcan su salud.

4.2. Análisis de la entrevista

De acuerdo a la entrevista mantenida con la Emprendedora Nelly Moreno, Ingeniera en alimentos y creadora de la marca AMATI del grupo AMARANTO GRAMOLINO, cuya empresa es un negocio familiar que nació desde hace 19 años en el país, a través de la cual, se puede encontrar productos 100% ecuatorianos, saludables y nutritivos; nos indica que AMATI es una bebida 100% natural elaborada a base de amaranto, maracuyá y uvilla que no contiene químicos, conservantes o saborizantes. AMATI nace por un tema de salud personal, y es en ese momento en el cual observan que esta bebida está dirigida a un mercado que se encuentra en crecimiento, y deciden lanzarlo al medio, en sus inicios lo realizaron en la ciudad de Quito, pero hace 7 meses lo lanzaron en Guayaquil y han tenido una gran aceptación por parte de un nicho de mercado y día a día su número de clientes va incrementando, a pesar de que no se han realizado grandes campañas publicitarias. Sus clientes aproximadamente se encuentran en un rango entre 4 a 70 años de edad, según la creadora de la marca AMATI hay personas que están cambiando su forma de alimentarse, se preocupan más por tener una adecuada nutrición y otras que consumen alimentos saludables porque tienen problemas de salud, a más de generar una competencia con los negocios tradicionales, la emprendedora piensa que a través de sus productos se está creando una conciencia en cuanto al desarrollo de productos saludables y los beneficios que estos te brindan en la salud, lo cual ha dado cabida para que exista un nicho de mercado que consuma sus productos, esto a su vez ha generado que tanto la creadora del producto como el Grupo Amaranto Gramolino, incrementen las expectativas de su negocio y se proyecte en un futuro a exportar sus productos y convertirse en la marca líder en Ecuador de productos saludables a base de Amaranto que es un pseudo cereal que contiene un alto nivel de proteínas, vitaminas y minerales. AMATI es una bebida natural que puede ser consumida por cualquier persona, debido a que no contiene Gluten, lácteos, ni derivados de animales, adicional a esto aporta de manera beneficiosa al organismo, regulan niveles de colesterol, bajan los niveles de azúcar en la sangre, protege al hígado y los riñones, ayuda a prevenir enfermedades cardiovasculares, degenerativas, síntomas de asma, fortalece los huesos y prevé el estreñimiento. AMATI es comercializado a través de Supermaxi, Fybecca, y tiendas especializadas en superfoods.

5. Conclusiones

Mediante las encuestas realizadas se pudo concluir previo al análisis estadístico que la mayoría de las personas encuestadas tiene conocimiento de lo que es gluten, pero pese a eso no consideran una alimentación sana (gluten free) no por desconocimiento sino por falta de interés, disponibilidad de productos y locales.

Durante el estudio realizado en el presente documento se pudo concluir que del 29.17% de la población que indicó tener familiares o conocidos con intolerancia al gluten, el 27.68% correspondía a personas de entre 11 a 22 años.

En base a los resultados de las preguntas correspondientes a alimentación libre de gluten y los locales en donde se expende este tipo de alimentos se puede concluir que las personas que actualmente consumen o conocen de lugares donde conseguir alimentos Gluten Free son de NSE medio-alto. Esto se pudo corroborar ya que en base a lo investigado la mayoría de locales presenta variedad de comidas sanas pero con un costo de hasta \$7 por un almuerzo o merienda, sin tomar en cuenta que gran parte de estos comercios se ubican en zonas como Samborondón o vía a la costa lo que hace que muchos comensales por cuestión de distancia o transporte desistan de adquirir esta clase de productos.

Por otra parte, se pudo concluir que la mayoría de estos locales de comida gluten free son pequeños emprendimientos que nacieron solo siendo iniciativas de hogares para amigos de la familia hasta convertirse en locales bien posicionados y concurridos por gran parte de esta comunidad que consume productos libres de gluten por enfermedad o por cuidar su alimentación. Es importante destacar el hecho de que, en base a lo descrito anteriormente, muchos de los locales tales como Free Life, Go Green, Clean Food o Hello Foodie han optado por incluir dentro de sus servicios la entrega a domicilio en toda la ciudad, esto con la finalidad de mejorar considerablemente su aceptación en el mercado guayaquileño y poder llegar a más personas con su mensaje de alimentación sana.

Consecuentemente se puede concluir que este tipo de negocios Gluten Free está teniendo más cabida en Guayaquil con una oferta y mercado que se expande de a poco entre todos los niveles socioeconómicos de los guayaquileños, y no va dirigido solamente a un público pudiente ya que, sin importar la clase social o el status económico, consideran importante este tipo de alimentación, esto en base a que el 45.48% de las personas encuestadas estarían totalmente dispuestos a incluir productos Gluten Free en su alimentación diaria si estos estuvieran más disponibles alrededor de la ciudad, tanto en restaurantes como en supermercados, que fueron las opciones más solicitadas con un 55.32% del total de personas encuestadas.

Por lo tanto, de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se puede determinar que existe un desabastecimiento de productos en esta gama, el poco mercado actual existente en Guayaquil solo se encuentra asequible para la clase social alta y media alta, es decir, que los pocos productos que existen en el mercado tienden a tener precios muy elevados a los cuales no pueden acceder todos los consumidores que abarcan esta problemática. Con los datos de este estudio se puede concluir que la línea de productos sin gluten definitivamente es un mercado que los emprendedores guayaquileños pueden desarrollar, enfocándose en ampliar el target y no solo fragmentarlo en la clase social alta y media alta, sino, también a las demás clases sociales, haciendo énfasis en el impacto positivo que esta línea de productos sin gluten está teniendo en la salud de cada uno de los consumidores, queda claro que el emprendedor que decida explotar este mercado potencial tendrá la oportunidad de desarrollar un mercado sustentable en el tiempo y con rentabilidad acorde a las estrategias de marketing y ventas que utilice.

Bibliografía

- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR ECUADOR (GEM) 2014 (consultado en: <http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/gemecuador2014.pdf>)
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR ECUADOR (GEM) 2016 (consultado en: <http://www.espae.espol.edu.ec/gem/>)
- Diario El Universo - Noticia - Ecuador es el segundo país que más emprende en el mundo (consultado en: <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/06/01/nota/5611422/ecuador-es-segundo-pais-que-mas-emprende-mundo-negocios-no-se>)
- Revista Ekos – Artículo - Emprendimiento en Ecuador (consultado en: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=5093>)
- Rodrigo Varela– Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la creación de empresas– Pearson Educación – 2da. Edición 2001
- Gitman Lawrence J. - Fundamentos de Administración Financiera -editorial Harla S.A., México, 1992, p. 62 y 171.
- Plataforma educativa Aragonesa – El Mercado de productos - Sitio Web Demo E-Ducativa CATEDU (consultado en: http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/1000/1029/html/2_el_mercado_de_productos.html)
- Blog de la Federación de Asociaciones de Celiacos de España (FACE) – Enfermedad Celiaca (consultado en: <http://www.celiacos.org/enfermedad-celiaca.html>)
- Blog de la Federación de Asociaciones de Celiacos de España (FACE) – El mercado mundial sin gluten sigue creciendo - marzo 2016 (consultado en: <https://www.celiacos.org/blog/item/939-mercado-mundial-sin-gluten.html>)
- Primera página Web, Blog y App de Coaching-Asesoramiento Nutricional en España - El Nutricionista en Casa – Artículo - La intolerancia y sensibilidad al Gluten: Celíacos (consultado en: <http://nutricionistaencasa.com/?p=299>)
- A. Parada et al - Artículo de Revisión 2010 – El gluten. Su historia y efectos en la enfermedad celíaca (p.4)
- Shan L, Molberg O, Parrot I, Hausch F, Filiz F, Gray GM, et al. Structural basis for gluten intolerance in celiac sprue. Science 2002; 297: 2275-9
- Alejandro Schnarch Kirberg - ECOE Ediciones 2014 - Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión – Capítulo I.
- Ecuavisa –Noticias 2014/05/05 - Gluten Free, ¿una moda o una verdadera enfermedad? (consultado en página web <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/60371-gluten-free-moda-o-verdadera-enfermedad>)
- Revista Mi Herbolario – Sección Nutrición – Una Vida Libre de Gluten – Publicación N° 77 (consultado en: <http://www.miherbolario.com/articulos/nutricion/126/una-vida-libre-de-gluten>)
- Blog Sin Gluten – Celiacos – Sensibilidad al gluten por sugestión – Publicado el 15/06/2015 (consultado en: <http://www.singluten.es/sensibilidad-al-gluten-por-sugestion/>)
- Blog – BioEco Actual – La venta de productos sin gluten – Publicado el 12/05/2015 (consultado en: <http://www.bioecoactual.com/es/bio-actualidad/actualidad/3774-la-venta-de-productos-sin-gluten-sube-casi-un-70-por-ciento-desde-2012>)

Food&Drug Administration – Artículo en Español - Si dice 'Sin gluten' significa ahora que no tiene gluten – Publicado el 05/08/2014 (consultado en: <http://www.fda.gov/ForConsumers/ConsumerUpdates/ConsumerUpdatesEnEspanol/ucm363531.htm>)

Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud – La diabetes, un problema prioritario de salud pública en el Ecuador y la región de las Américas (consultado en: http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_content&view=article&id=1400:la-diabetes-un-problema-prioritario-de-salud-publica-en-el-ecuador-y-la-region-de-las-americas&Itemid=360)

Blog – Cultura Biotec – Trigo transgénico apto para celíacos – Publicado el 12/04/2011 (consultado en: <http://www.culturabiotec.com/etiqueta/oms/>)

Ecuavisa – Artículo - Se estima que unos 180 mil niños padecen autismo en Ecuador – Publicado el 02/04/2014 (consultado en: <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/57224-se-estima-que-unos-180-mil-ninos-padecen-autismo-ecuador>)

Diario El Telégrafo – Artículo – Dieta sin gluten cuesta hasta \$300 al mes – Publicado el 06/06/2015 (consultado en: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/dieta-sin-gluten-cuesta-hasta-300-al-mes>)

Industria Alimentaria Interempresas – Tendencias, retos y oportunidades del mercado sin gluten – Publicado el 07/09/2017 (consultado en: <https://www.interempresas.net/Alimentaria/Articulos/195074-Tendencias-retos-y-oportunidades-del-mercado-sin-gluten.html>)

ANEXOS

ANEXO 1



Encuesta dirigida a clientes potenciales de productos sin gluten

Objetivo General: Determinar las ventajas y desventajas acerca de la participación y el desarrollo de este segmento de mercado, para que le permita al emprendedor guayaquileño conocer y generar no solo rentabilidad, sino la disponibilidad de alimentos saludables libres de gluten.

1. ¿Conoce usted cuál de estas enfermedades están relacionadas al gluten?

Diabetes		Gastritis		Obesidad	
Autismo		Celiaquía		Ninguna de las anteriores	

2. ¿En su hogar algún miembro es alérgico o intolerante al gluten?

Si	
No	

Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 4

3. ¿Quién (es)? (especifique edad(es))

4. ¿Adquiere productos sin gluten?

1	Frecuentemente	
2	A veces	
3	Nunca	
4	No sé qué es el gluten	

5. Con respecto a la alimentación sana, desde su experiencia, asigne un valor a los siguientes aspectos, tomando en cuenta que 1 es poco, 3 medio, 5 mucho.

	1	2	3	4	5
Preferencia					
Frecuencia de consumo					
Costo					
Disponibilidad de alimentos					

6. Del 1 al 5 califique la frecuencia de consumo de los siguientes alimentos, tomando en cuenta que 1 es menor frecuencia y 5 es mayor frecuencia

	1	2	3	4	5
Pan					
Galletas					
Embutidos					
Dulces					
Arroz					
Cereales					
Fideos					
Cerveza					

7. ¿Conoce usted algún negocio, restaurante o local de comida donde vendan productos libres de gluten? Menciónelos:

8. ¿Qué tipo de productos libres de gluten le gustaría encontrar en el mercado Guayaquileño?, tomando en cuenta que 5 es mucho y 1 poco.

	1	2	3	4	5
Desayunos					
Almuerzos					
Meriendas					
Dulces					
Snacks					
Bebidas					
Otros (¿Cuáles?)					

9. ¿En qué tipo de lugares le gustaría adquirir productos libres de gluten? (marque una o varias)

Restaurantes		Supermercados		Locales de comida rápida	
Farmacias		Gasolineras		Tiendas de barrio	

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes productos gluten free?

	\$1 - \$2	\$2 - \$3	\$3 - \$4	\$4 - \$5	\$5 – en adelante
Desayuno					
Almuerzo					
Merienda					
Dulces					
Snacks					

11. ¿Estaría dispuesto a incluir en su alimentación productos sin gluten?

Si	
No	
Tal vez	
Ya los consumo	

Edad: _____

Sexo: _____

NSE: _____

ANEXO 2

Entrevista dirigida a emprendedores en la ciudad de Guayaquil

Objetivo General: Determinar las ventajas y desventajas acerca de la participación y el desarrollo de este segmento de mercado, para que le permita al emprendedor guayaquileño conocer y generar no solo rentabilidad, sino la disponibilidad de alimentos saludables libres de gluten.

1. ¿Qué lo motivó a usted a incursionar dentro del mercado de productos libres de gluten?
2. ¿Qué expectativa tenía usted al inicio de su negocio?
3. ¿Qué tiempo lleva su negocio en el mercado guayaquileño?
4. ¿Considera usted que su negocio es rentable? ¿Por qué?
5. ¿Desde su inicio hasta la actualidad se han mantenido bajo un mismo número de clientes o este número va en aumento?
6. Dentro de un rango, puede usted indicar de qué edad son sus clientes más frecuentes.
7. ¿Cree usted que las personas están optando por una alimentación más saludable, o consumen este tipo de productos por problemas de salud? ¿Por qué?
8. Dentro de un rango porcentual, ¿cree usted que ha podido cumplir sus expectativas con el negocio? ¿Por qué?
9. ¿Cuáles son sus expectativas a futuro del negocio?
10. ¿Considera usted que este tipo de negocio, genera una gran competencia a los negocios tradicionales? ¿Por qué?

Nombre del emprendedor entrevistado: NELLY MORENO

Nombre de negocio: AMARANTO GRAMOLINO