



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN MERCADOTECNIA**

**TEMA: INCIDENCIA DEL MARKETING SOCIAL EN LA
DISMINUCIÓN DE LA DESNUTRICIÓN INFANTIL PARA
ESCUELAS FISCALES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO**

**AUTOR: TROYA MOLINA, ANA JACQUELINE
YÁNEZ NÚÑEZ, SILVIA DANIELA**

DIRECTOR: ING. BENAVIDES, KARLA, MBA

SANGOLQUÍ

2016



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación ***“INCIDENCIA DEL MARKETING SOCIAL EN LA DISMINUCIÓN DE LA DESNUTRICIÓN INFANTIL PARA ESCUELAS FISCALES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”***, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a las señoritas Ana Jacqueline Troya Molina y Silvia Daniela Yáñez Núñez para que lo sustenten públicamente.

Sangolquí, 4 de agosto del 2016

Atentamente,



Ing. Karla Benavides. MBA

DIRECTORA



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo **ANA JACQUELINE TROYA MOLINA** con cédula de identidad No. 1722407770 y yo **SILVIA DANIELA YÁNEZ NÚÑEZ** con cédula de identidad No. 1725041998 declaramos que este trabajo de titulación "**INCIDENCIA DEL MARKETING SOCIAL EN LA DISMINUCIÓN DE LA DESNUTRICIÓN INFANTIL PARA ESCUELAS FISCALES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**", ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 5 de agosto del 2016

ANA JACQUELINE TROYA MOLINA

C.C. 1722407770

SILVIA DANIELA YÁNEZ NÚÑEZ

C.C. 1725041998



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Nosotras **ANA JACQUELINE TROYA MOLINA** y **SILVIA DANIELA YÁNEZ NÚÑEZ**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas publicar en la biblioteca virtual de la institución el presente trabajo de titulación “**INCIDENCIA DEL MARKETING SOCIAL EN LA DISMINUCIÓN DE LA DESNUTRICIÓN INFANTIL PARA ESCUELAS FISCALES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 5 de agosto del 2016

ANA JACQUELINE TROYA MOLINA

C.C. 1722407770

SILVIA DANIELA YÁNEZ NÚÑEZ

C.C. 1725041998

DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado a nuestros padres quienes han permanecido junto a nosotros a cada paso de nuestras vidas, brindándonos su incondicional amor y apoyo, guiándonos con su sabiduría y experiencia en el camino hacia la madurez y el éxito. Ellos han sido nuestra fortaleza, refugio y ejemplo a seguir.

A nuestros maestros que desde el inicio de la carrera, con esmero y abnegación han sabido transmitirnos sus conocimientos cada día hasta vernos convertidos hoy en los profesionales que tanto desearon, para que, siguiendo su ejemplo, seamos útiles a la sociedad.

Les dedicamos también a los alumnos del primer año de educación general básica de las escuelas fiscales del Distrito Metropolitano de Quito, quienes han sido el centro de nuestra investigación y que, con su característica sencillez e inocencia, nos permitieron conocer su problemática en el tema de la nutrición infantil.

Nuestra dedicatoria especial a todas las personas que han contribuido, de diferentes formas para llegar al feliz término de este trabajo.

AGRADECIMIENTO

A Dios porque ha permitido que logremos nuestros objetivos a lo largo de la vida estudiantil universitaria y nos ha guiado para culminar con éxito este trabajo que representa nuestro esfuerzo y muestra que las semillas que nuestros maestros sembraron, no han caído en suelo infértil.

A nuestros padres porque sin su apoyo no hubiera sido posible culminar esta importante tarea, porque no permitieron que desmayemos en el camino, porque nunca se cansaron de inyectarnos fuerzas para seguir adelante, porque muchas veces se desvelaron junto a nosotros, con el afán de ver este sueño cumplido.

A la ingeniera Karla Benavides, nuestra directora de tesis, por exigirnos a dar siempre más y mejores aportes a esta obra, por guiarnos con mucha paciencia, a pesar de su demandante jornada diaria.

En fin, agradecemos a todos los compañeros, amigos y demás personas que han aportado su granito de arena a nuestro trabajo de grado.

A todos y cada uno de ustedes, aquí nombrados y a quienes que, por nuestra infinita emoción hemos omitido mencionarlos, reciban nuestro infinito agradecimiento.

Que Dios con su gran sabiduría les recompense por su magnífica obra.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xviii
RESUMEN	xxii
ABSTRACT	xxiii
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Título de la investigación	1
1.2. Planteamiento del problema	1
1.3. Diagrama de Ishikawa.....	4
1.4 Objetivos.....	5
1.4.1 General	5
1.4.2 Específicos.....	5
1.5 Metodología.....	6
1.5.1 Enfoque de la investigación.....	6
1.5.2 Tipo de investigación	7
1.5.3 Método de recolección de datos cuantitativos	7
1.5.4 Técnicas para la obtención de información	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO	9
2.1. Los infantes.....	9
2.2. La desnutrición	10
2.2.1. Desnutrición infantil.....	11
2.2.2. Tipos de desnutrición infantil	11
2.2.3. Situación mundial.....	14
2.2.4 La desnutrición en el Ecuador	16

2.2.5 Plan del buen vivir (desnutrición)	17
2.2.6 Estudios relacionados	18
2.3 Marketing social.....	20
2.3.1 Definición	20
2.3.2 Tareas del marketing social	21
2.3.3. Plan del Marketing social	22
2.3.3.1 Las siete Ps del Marketing Social	23
2.3.4 Propósito del Marketing social	24
2.3.5 Principales programas de alimentación y nutrición en el Ecuador	24
2.3.5.1 Programa de Complementación Alimentaria	24
2.3.5.2 Programa Aliméntate Ecuador	26
2.3.5.3 Programa de Alimentación Escolar (PAE)	28
2.3.6. Análisis crítico	29
2.4 Conceptos teóricos de la investigación	30
2.4.1 Investigación de mercado	30
2.4.2 Proceso de Investigación de mercados	31
2.4.3 Propósito de la investigación	32
CAPÍTULO III	33
MARCO METODOLÓGICO.....	33
3.1 Introducción.....	33
3.2 Tipo de muestreo.....	33
3.3 Cálculo de la muestra	33
3.4 Operacionalización de Variables	39
3.5 Instrumentos de recopilación de datos	45
3.5.1 Encuesta dirigida a padres de Familia	45
3.5.2 Encuesta dirigida a niños	45
3.5.3 Entrevista a los expertos	46
3.5.4 Entrevista al Ministerio de Educación	46
3.5.5 Entrevistas a los docentes encargados.....	46
3.6 Plan de recopilación de datos	47
3.6.1 Reproducción de instrumentos de recopilación	47

3.6.2 Datos de ubicación de las fuentes de información.....	47
3.6.3 Calendario de recopilación	48
3.6.4 Reclutamiento y capacitación de personal.....	48
3.7 Plan de procesamiento de información	49
3.7.1 Codificación.....	49
3.7.2 Software de procesamiento de datos	49
3.7.3 Ingreso de información.....	49
3.8. Plan de análisis e interpretación de datos	50
CAPÍTULO IV.....	51
MARCO EMPÍRICO	51
4.1 Ejecución de la investigación de mercado.....	51
4.2 Análisis y síntesis de la información.....	51
Hallazgos: Entrevista – Ministerio de Educación.....	51
Hallazgos: Entrevista al experto en Salud.....	52
Hallazgos: Entrevistas a los docentes encargados	53
4.3. Análisis univariado – encuesta padres de familia	55
4.4. Análisis univariado - encuesta niños.....	82
4.5. Análisis bivariado – encuesta padres de familia	90
4.6 Cálculo del peso y la talla	140
Hallazgos	146
CAPÍTULO V	147
PROPUESTA DE LA CAMPAÑA PARA POTENCIAR EL PROGRAMA DE ALIMENTACIÓN ESCOLAR	147
5.1. Introducción.....	147
5.2. Diagnóstico	147
5.2.1 Historia	147
5.2.2.1. Estructura orgánica.....	149
5.2.2.2. Direccionamiento estratégico actual	151
Valores.....	151
Misión.....	151

Visión	152
Objetivos.....	152
Políticas	153
5.2.2.3. Área administrativa	153
5.2.2.4. Área financiera	154
5.2.2.5. Área de mercadotecnia	154
5.2.2.6. Área de recursos humanos	154
5.2.3. Análisis del Macroambiente	155
5.2.3.1. Factor demográfico.....	155
Tasa de natalidad	155
Tasa de mortalidad infantil	156
5.2.3.2. Factor económico	157
Inflación	157
Salario básico unificado.....	159
5.2.3.3. Factor tecnológico	160
Acceso a internet	160
5.2.3.4. Factor social	161
Pobreza	161
Desempleo.....	163
5.2.3.5. Factor cultural	164
Analfabetismo	164
5.2.3.6. Factor político y legal.....	165
5.2.4. Análisis del microambiente	166
5.2.4.1. Competencia	166
5.2.4.2. Complementadores.....	167
5.2.4.3. Donadores	168
5.2.4.4. Proveedores.....	169
5.2.5. Matrices FODA.....	171
Matriz FO.....	173
Matriz DO	174
Matriz FA.....	175
Matriz DA.....	176

5.2.6. Análisis de la situación actual.....	177
5.3. Planeación y formulación de estrategias	183
5.3.1. Objetivo social	183
5.3.2. Objetivo de marketing	183
5.3.3. Objetivos específicos y estrategias de marketing	183
Objetivo 1.....	183
Estrategia	183
Objetivo 2.....	183
Estrategia	183
Objetivo 3.....	183
Estrategias.....	184
Objetivo 4.....	184
Estrategias	184
Objetivo 5.....	184
Estrategias	184
5.3.4. Plan táctico.....	185
Objetivo 1	185
1.1. Manual de imagen.....	187
1.1.1. Valores de la marca	187
1.1.2. Isologotipo	187
1.1.3. Isotipo	188
1.1.4. Logotipo.....	189
1.1.5. Slogan	189
1.1.6. Tipografía	189
1.1.7. Proporciones	190
1.1.8. Colores.....	191
1.1.9. Publicidad	191
1.1.10. Uso en la web.....	193
1.1.11. Uniforme.....	194
Objetivo 2	195
Objetivo 3	197
Objetivo 4.....	204

Objetivo 5.....	211
5.3.5. Cronograma de actividades.....	215
5.3.6. Presupuesto.....	222
5.3.7. Descripción de implementación del plan	225
5.3.8. Descripción de control y evaluación del plan.....	226
CAPÍTULO VI.....	227
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	227
6.1. Conclusiones.....	227
6.2. Recomendaciones.....	228
BIBLIOGRAFÍA	229

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Niñas, niños y adolescentes por grupos de edad	10
Tabla 2 Clasificación de la desnutrición infantil	12
Tabla 3 Informe de desnutrición Infantil.....	14
Tabla 4 Ranking de la desnutrición infantil en América Latina	15
Tabla 5 Descripción de la población con desnutrición	16
Tabla 6 Comparativo de la desnutrición y sobrepeso en Ecuador 2013	17
Tabla 7 Consumo de leche materna en el Ecuador 2013	17
Tabla 8 Plan estratégico de marketing social	22
Tabla 9 Las siete Ps del Marketing Social	23
Tabla 10 Programa de Complementación Alimentaria	26
Tabla 11 Programa Aliméntate Ecuador	27
Tabla 12 Desglose presupuestario del Proyecto PANI	28
Tabla 13 Principales características del programa de alimentación escolar	29
Tabla 14 Comparativo de Procesos de la investigación de mercados	31
Tabla 15 Universo del estudio	34
Tabla 16 Escuelas seleccionadas para la prueba piloto.....	35
Tabla 17 Cálculo del número de escuelas para el estudio	37
Tabla 18 Elementos del estudio	37
Tabla 19 Operacionalización de la variable independiente marketing social	39
Tabla 20 Operacionalización de la variable dependiente desnutrición infantil.....	43
Tabla 21 Cronograma de recopilación de información.....	48
Tabla 22 Significado de nutrición.....	55
Tabla 23 Significado de alimentación nutritiva.....	56
Tabla 24 Beneficios de una buena nutrición	57
Tabla 25 Tipos de refrigerio	58
Tabla 26 Conocimiento sobre el programa de alimentación escolar	59
Tabla 27 Productos que reciben los niños de primer año.....	60
Tabla 28 Destino de los productos que no son consumidos por los niños	61
Tabla 29 Forma de contribución a la nutrición.....	62
Tabla 30 Cómo se enteró del programa de alimentación escolar	63
Tabla 31 Aspectos positivos del programa.....	64

Tabla 32	Aspectos negativos del programa.....	65
Tabla 33	Problemas presentados	66
Tabla 34	Calificación del programa de alimentación escolar	67
Tabla 35	Productos que son enviados para preparar en el hogar.....	68
Tabla 36	Destino de los productos que son enviados para preparación.....	69
Tabla 37	Motivos por los que no consume productos	70
Tabla 38	Frecuencia de consumo de productos preparados.....	71
Tabla 39	Porcentaje de consumo de los productos enviados a preparación.....	72
Tabla 40	Recomendaciones de mejora.....	73
Tabla 41	Preferencia de medios de comunicación.....	74
Tabla 42	Género del representante	75
Tabla 43	Edad del representante	76
Tabla 44	Sector de domicilio	77
Tabla 45	Nivel de estudio del representante.....	78
Tabla 46	Número de integrantes de la familia.....	79
Tabla 47	Número de hijos	80
Tabla 48	Género del infante	81
Tabla 49	Qué envían los padres de refrigerio	82
Tabla 50	Consumo de los productos entregados	83
Tabla 51	Selecciona los productos que te gusta consumir	84
Tabla 52	Sabores preferidos por los niños	85
Tabla 53	Califique el gusto que tiene por los productos.....	86
Tabla 54	Destino de los productos que recibe.....	87
Tabla 55	Género del infante	88
Tabla 56	Edad del niño	89
Tabla 57	Significado nutrición * Significado de alimentación nutritiva	90
Tabla 58	Significado nutrición * Beneficios buena nutrición	92
Tabla 59	Significado nutrición * Destino productos no consumidos	94
Tabla 60	Significado nutrición * Destino productos enviados.....	96
Tabla 61	Significado alimentación nutritiva * Beneficios buena nutrición	98
Tabla 62	Significado alimentación nutritiva * Recomendaciones de mejora	99
Tabla 63	Beneficios buena nutrición * Destino productos no consumidos	101

Tabla 64 Beneficios buena nutrición * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar.	103
Tabla 65 Beneficios buena nutrición * Destino productos enviados	105
Tabla 66 Beneficios buena nutrición * Sector domicilio	106
Tabla 67 Conocimiento productos programa de alimentación escolar * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar	107
Tabla 68 Conocimiento productos programa de alimentación escolar* Calificación del programa de alimentación escolar.....	108
Tabla 69 Destino productos no consumidos * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar	109
Tabla 70 Destino productos no consumidos * Calificación del programa de alimentación escolar.....	111
Tabla 71 Destino productos no consumidos * Frecuencia de consumo de productos preparados	112
Tabla 72 Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar * Calificación del programa de alimentación escolar	113
Tabla 73 Calificación del programa de alimentación escolar * Destino productos enviados.....	115
Tabla 74 Calificación del programa de alimentación escolar * Motivos por los que no consume productos.....	116
Tabla 75 Calificación del programa de alimentación escolar * Frecuencia de consumo de productos preparados.....	117
Tabla 76 Calificación del programa de alimentación escolar * Porcentaje de consumo	118
Tabla 77 Calificación del programa de alimentación escolar * Recomendaciones de mejora.....	119
Tabla 78 Calificación del programa de alimentación escolar * Número integrantes familia	120
Tabla 79 Calificación del programa de alimentación escolar * Número de hijos ..	121
Tabla 80 Destino productos enviados * Frecuencia de consumo de productos preparados	122
Tabla 81 Destino productos enviados * Porcentaje de consumo.....	123

Tabla 82 Destino productos enviados * Recomendaciones de mejora	124
Tabla 83 Destino productos enviados * Sector domicilio	125
Tabla 84 Motivos por los que no consume productos * Frecuencia de consumo de productos preparados	126
Tabla 85 Motivos de no consumo de productos * Recomendaciones de mejora ...	127
Tabla 86 Motivos por los que no consume * Número integrantes familia	129
Tabla 87 Frecuencia de consumo * Porcentaje de consumo	131
Tabla 88 Porcentaje de consumo * Recomendaciones de mejora	132
Tabla 89 Porcentaje de consumo * Sector domicilio	133
Tabla 90 Porcentaje de consumo * Nivel de estudio	134
Tabla 91 Género representante * Número integrantes familia	135
Tabla 92 Edad representante * Nivel de estudio	136
Tabla 93 Edad representante * Número integrantes familia	137
Tabla 94 Edad representante * Número de hijos	138
Tabla 95 Número de hijos * Número integrantes familia	139
Tabla 96 Peso/Edad – De 5 a 7 años	140
Tabla 97 Talla/Edad – De 5 a 7 años	141
Tabla 98 Talla y peso según la edad (niños) – De 5 a 7 años.....	142
Tabla 99 Talla y peso según la edad (niñas) – De 5 a 7 años.....	143
Tabla 100 Segmentación de la encuesta.....	144
Tabla 101 Denominaciones del programa de alimentación escolar	148
Tabla 102 Tasa de natalidad Ecuador	155
Tabla 103 Tasa de mortalidad infantil Ecuador.....	156
Tabla 104 Variación de la inflación Ecuador	158
Tabla 105 Variación Salario Básico Unificado	159
Tabla 106 Crecimiento de usuarios en Facebook	160
Tabla 107 Variación del índice de pobreza	162
Tabla 108 Variación del desempleo en Ecuador	163
Tabla 109 Cantones de mayor promedio de años de escolaridad	164
Tabla 110 Presupuesto destinado al programa de alimentación escolar	169
Tabla 111 Matriz FODA – Oportunidades.....	171
Tabla 112 Matriz FODA – Amenazas	171

Tabla 113 Matriz FODA – Fortalezas.....	172
Tabla 114 Matriz FODA – Debilidades	172
Tabla 115 Matriz de Fortalezas - Oportunidades	173
Tabla 116 Matriz de Debilidades - Oportunidades	174
Tabla 117 Matriz de Fortalezas - Amenazas	175
Tabla 118 Matriz de Debilidades - Amenazas.....	176
Tabla 119 Matriz de estrategias - FODA	177
Tabla 120 Descripción de tareas - promoción.....	178
Tabla 121 Descripción de tareas - promoción.....	185
Tabla 122 Descripción de tareas - procesos	195
Tabla 123 Descripción de tareas – personal.....	197
Tabla 124 Descripción de tareas - personal.....	199
Tabla 125 Descripción de tareas - promoción.....	200
Tabla 126 Descripción de tareas - promoción.....	201
Tabla 127 Descripción de tareas - promoción.....	202
Tabla 128 Descripción de tareas - promoción.....	203
Tabla 129 Descripción de tareas – Personal	204
Tabla 130 Descripción de tareas – Personal	205
Tabla 131 Descripción de tareas – Personal	207
Tabla 132 Descripción de tareas – Plaza	209
Tabla 133 Descripción de tareas – Personal.....	211
Tabla 134 Descripción de tareas – Producto	213
Tabla 135 Descripción de tareas – Producto	214
Tabla 136 Cronograma de actividades	215
Tabla 137 Presupuesto	222

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diagrama de Ishikawa del programa de alimentación escolar	4
Figura 2: Proceso cuantitativo.	6
Figura 3: GAP: Análisis de brechas, Control y Evaluación.....	23
Figura 4: Resultados de la pregunta filtro en la encuesta piloto.	35
Figura 5: Posición para toma de talla y peso	46
Figura 6: Significado de nutrición.	55
Figura 7: Significado de alimentación nutritiva.....	56
Figura 8: Beneficios de una buena nutrición	57
Figura 9: Tipos de refrigerio	58
Figura 10: Conocimiento sobre el programa de alimentación escolar	59
Figura 11: Productos que reciben los niños de primer año	60
Figura 12: Destino de los productos que no son consumidos.	61
Figura 13: Forma de contribución a la nutrición.	62
Figura 14: Cómo se enteró del programa de alimentación escolar.	63
Figura 15: Aspectos positivos del programa.....	64
Figura 16: Aspectos negativos del programa.	65
Figura 17: Problemas presentados.....	66
Figura 18: Calificación del programa de alimentación escolar.....	67
Figura 19: Productos que son enviados para preparar en el hogar.....	68
Figura 20: Destino de los productos que son enviados para preparación.....	69
Figura 21: Motivos por los que no consume productos.....	70
Figura 22: Frecuencia de consumo de productos preparados	71
Figura 23: Porcentaje de consumo de los productos de preparación.....	72
Figura 24: Recomendaciones de mejora.....	73
Figura 25: Preferencia de medios de comunicación.....	74
Figura 26: Género del representante.....	75
Figura 27: Edad del representante	76
Figura 28: Sector de domicilio.	77
Figura 29: Nivel de estudio del representante.....	78
Figura 30: Número de integrantes de la familia.....	79
Figura 31: Número de hijos	80

Figura 32: Género del infante.	81
Figura 33: Qué envían los padres de refrigerio.	82
Figura 34: Consumo de los productos entregados.....	83
Figura 35: Selecciona los productos que te gusta consumir	84
Figura 36: ¿Qué sabores de los productos prefieres?	85
Figura 37: Califique el gusto que tiene por los productos	86
Figura 38: Que hace con los productos que recibe.....	87
Figura 39: Género del infante	88
Figura 40: Edad del niño.....	89
Figura 41: Significado nutrición * Significado de alimentación nutritiva.....	91
Figura 42: Significado nutrición * Beneficios buena nutrición	93
Figura 43: Significado nutrición * Destino productos no consumidos	95
Figura 44: Significado nutrición * Destino productos enviados	96
Figura 45: Significado alimentación nutritiva * Beneficios buena nutrición	98
Figura 46: Significado alimentación nutritiva * Recomendaciones de mejora.....	99
Figura 47: Beneficios buena nutrición * Destino productos no consumidos.....	101
Figura 48: Beneficios buena nutrición * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar.	103
Figura 49: Beneficios buena nutrición * Destino productos enviados	105
Figura 50: Beneficios buena nutrición * Sector domicilio	106
Figura 51: Conocimiento productos programa de alimentación escolar * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar.	107
Figura 52: Conocimiento productos programa de alimentación escolar* Calificación del programa de alimentación escolar.....	108
Figura 53: Destino productos no consumidos * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar.	109
Figura 54: Destino productos no consumidos * Calificación del programa de alimentación escolar.....	111
Figura 55: Destino productos no consumidos * Frecuencia de consumo de productos preparados	112
Figura 56: Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar * Calificación del programa de alimentación escolar.	113

Figura 57: Calificación del programa de alimentación escolar * Destino productos enviados.....	115
Figura 58: Calificación del programa de alimentación escolar * Motivos por los que no consume productos.....	116
Figura 59: Calificación del programa de alimentación escolar * Frecuencia de consumo de productos preparados.....	117
Figura 60: Calificación del programa * Porcentaje de consumo	118
Figura 61: Calificación del programa * Recomendaciones de mejora	119
Figura 62: Calificación del programa * Número integrantes familia	120
Figura 63: Calificación del programa * Número de hijos	121
Figura 64: Destino productos enviados * Frecuencia de consumo de productos preparados	122
Figura 65: Destino productos enviados * Porcentaje de consumo	123
Figura 66: Destino productos enviados * Recomendaciones de mejora	124
Figura 67: Destino productos enviados * Sector domicilio	125
Figura 68: Motivos por los que no consume productos * Frecuencia de consumo de productos preparados.	126
Figura 69: Motivos por los que no consume productos * Recomendaciones de mejora.....	128
Figura 70: Motivos por los que no consume * Número integrantes familia.....	129
Figura 71: Frecuencia de consumo * Porcentaje de consumo	131
Figura 72: Porcentaje de consumo * Recomendaciones de mejora	132
Figura 73: Porcentaje de consumo * Sector domicilio	133
Figura 74: Porcentaje de consumo * Nivel de estudio	134
Figura 75: Género representante * Número integrantes familia	135
Figura 76: Edad representante * Nivel de estudio.....	136
Figura 77: Edad representante * Número integrantes familia.....	137
Figura 78: Edad representante * Número de hijos	138
Figura 79: Número de hijos * Número integrantes familia	139
Figura 80: Peso/Edad – De 5 a 7 años.	140
Figura 81: Talla/Edad – De 5 a 7 años	141
Figura 82: Talla y peso según la edad (niños) – De 5 a 7 años.....	142

Figura 83: Talla y peso según la edad (niñas) – De 5 a 7 años	143
Figura 84: Resumen histórico del programa	148
Figura 85: Evolución del menú del desayuno 1987 – 2012.	149
Figura 86: Estructura Orgánica (2016).	149
Figura 87: Tasa de natalidad (2011-2014).	156
Figura 88: Tasa de mortalidad infantil Ecuador (2011-2014).	157
Figura 89: Variación de la inflación (2011-2015).	158
Figura 90: Variación del salario básico unificado en Ecuador.	159
Figura 91: Crecimiento de usuarios en Facebook en Ecuador.	161
Figura 92: Variación del índice de la pobreza.	162
Figura 93: Variación del desempleo en Ecuador (2011-2015)	163
Figura 94: Analfabetismo en el Ecuador (2011).	164
Figura 95: Red de comercialización Proalimentos	182
Figura 96: Imagen final de la campaña.	187
Figura 97: Isologo.	188
Figura 99: Logotipo.	189
Figura 100: Tipografía.	190
Figura 101: Proporciones de la imagen.	191
Figura 101: Colores de la campaña.	191
Figura 102: Ejemplo afiche publicitario.	192
Figura 103: Ejemplo roll up.	193
Figura 104: Ejemplo gigantografía.	192
Figura 105: Uso de la imagen en la web.	194
Figura 106: Diseño de gorras.	194
Figura 107: Diseño de camisetas.	194

RESUMEN

Este estudio se ha realizado con el objetivo de proponer una mejora al actual programa de alimentación escolar que logre un verdadero alcance en la población objetivo que son los niños y de esta manera cubrir las necesidades alimenticias básicas para la edad escolar. La propuesta plantea una serie de estrategias, que tienen como principales actores a las autoridades de las escuelas fiscales, los docentes y padres de familia, ya que son los primeros contactos con los infantes y la parte operativa que logra el funcionamiento del programa. Para llegar a dicha propuesta se ha realizado un análisis situacional del programa, con lo cual se identificó las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, así mismo puesto que el programa no maneja una gestión de mercadotecnia se realizó un análisis desde el enfoque de las 7 ps del marketing social. La investigación de mercado se efectuó mediante entrevistas directas para docentes, y dos tipos de encuestas, la primera dirigida a los padres de familia y la segunda hacia los infantes de primer año de educación escolar, estas herramientas permitieron evaluar el programa con mayor detalle en base a la perspectivas de los entrevistados y encuestados. Finalmente se estructuró un plan de marketing social enfocado a incentivar el consumo de los productos entregados por el programa de alimentación escolar a través de la ejecución de actividades que contribuyan a la difusión de la importancia y los beneficios de los mismos en la alimentación escolar.

Palabras clave:

- **MARKETING SOCIAL**
- **DESNUTRICIÓN INFANTIL**
- **PROGRAMA SOCIAL**
- **ALIMENTACIÓN ESCOLAR**

ABSTRACT

This study was conducted with the objective of proposing an improvement to the current school feeding program that achieves a true scope in the target population they are children and thus meet the basic food needs for school age. The proposal raises a number of strategies that have as main actors to the authorities of public schools, teachers and parents, as they are the first contacts with infants and operational part that manages the operation of the program. To reach such a proposal has been made a situational analysis of the program, which the strengths, weaknesses, opportunities and threats were identified, also since the program does not handle management marketing analysis was performed from the perspective of the 7 ps of social marketing. Market research was conducted through direct interviews for teachers, and two types of surveys, the first aimed at parents and the second to infants first year of schooling, these tools allowed evaluating the program in more detail based the perspectives of those interviewed and surveyed. Finally, a social marketing plan aimed at encouraging the consumption of products delivered by the school feeding program through the implementation of activities that contribute to the spread of the importance and benefits of school feeding them was structured.

Keywords:

- **SOCIAL MARKETING**
- **CHILD MALNUTRITION**
- **SOCIAL PROGRAM**
- **SCHOOL FEEDING**

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Título de la investigación

Incidencia del marketing social en la disminución de la desnutrición infantil para escuelas fiscales del Distrito Metropolitano de Quito.

1.2. Planteamiento del problema

La desnutrición infantil es un problema social que desde hace varios años se ha intentado resolver a través de campañas y programas de alimentación que han ejecutado diferentes instituciones como el Ministerio de Inclusión Social, el Ministerio de Salud, el Ministerio de Educación, entre otros organismos nacionales e internacionales, y que gracias a su gestión han logrado reducir el índice de desnutrición infantil. Sin embargo aún se mantiene un nivel considerable. Según el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 2013), a través de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición realizada entre el 2011 y 2013, se evidencia una desnutrición crónica en menores de 5 años de 25.3%; porcentaje que en los indígenas sube al 42.3%. Esta misma fuente, muestra que en el quintil económico más pobre la desnutrición crónica alcanza el 36.5%, mientras que en el más rico llega al 13.8%.

La Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos (ACNUDH, 2015) indica que según el acuerdo firmado en 1989 por la Asamblea General de las Naciones Unidas junto con los gobiernos del mundo, se reconoce que los niños tienen derecho a un nivel de vida adecuado para su desarrollo físico, mental, espiritual, moral y social, además de su derecho a la vida y a la supervivencia.

En el Ecuador la Constitución del año 2008 en el artículo 66 del Capítulo sexto sobre derechos de libertad establece “el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios”.

(Gordón, 2013) “Entre los derechos para mejorar la calidad de vida se incluyen el acceso al agua y a la alimentación (art. 12), a vivir en un ambiente sano (art. 14), a un hábitat seguro y saludable, a una vivienda digna con independencia de la situación social y económica (art. 30), al ejercicio del derecho a la ciudad (art. 31) y a la salud (art. 32).”

Una adecuada nutrición incide directamente en el crecimiento, fortalecimiento del sistema inmunológico y mejoramiento de la capacidad cognitiva de los estudiantes. Ésta permite que durante la edad escolar el rendimiento académico sea óptimo lo cual tiene una gran influencia en la edad adulta, para que los miembros de la sociedad sean activos y productivos. Es por ello que con el fin de cubrir esta necesidad vital y cumplir con los derechos para mejorar la calidad de vida el Plan del Buen Vivir (2013) plantea en el objetivo 3 “Mejorar la Calidad de Vida de la Población”, y establece que este objetivo es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.

En referencia al tema de salud se determina como política promover entre la población y en la sociedad hábitos de alimentación nutritiva y saludable que permitan gozar de un nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual acorde con su edad y condiciones físicas.

Actualmente el Ministerio de Educación es el ente responsable del programa de alimentación escolar en el Distrito Metropolitano de Quito. Esta gestión social, básicamente consiste en, una cadena de distribución que permite llegar a las escuelas fiscales, fiscomisionales y municipales, con un refrigerio acorde a la etapa de los infantes. Se reconoce que estas actividades han contribuido en la disminución de la desnutrición infantil, pero no existe un control cuantitativo sobre dicha incidencia, es por ello que este estudio busca conocer la relación que tiene la gestión de marketing social en la disminución de la desnutrición infantil, a través de una investigación de campo que a la vez permita identificar oportunidades de mejora para los programas que buscan la erradicación de este problema social. Con el estudio se podrá

identificar las principales causas de la desnutrición, información sobre el comportamiento en cuanto al consumo de alimentos de estudiantes fiscales de educación básica en la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito, y la efectividad del programa de alimentación escolar ejecutado por el Ministerio de Educación durante el periodo académico 2015-2016 y sobre esta base, se elaborará un plan estratégico de marketing social.

1.3. Diagrama de Ishikawa

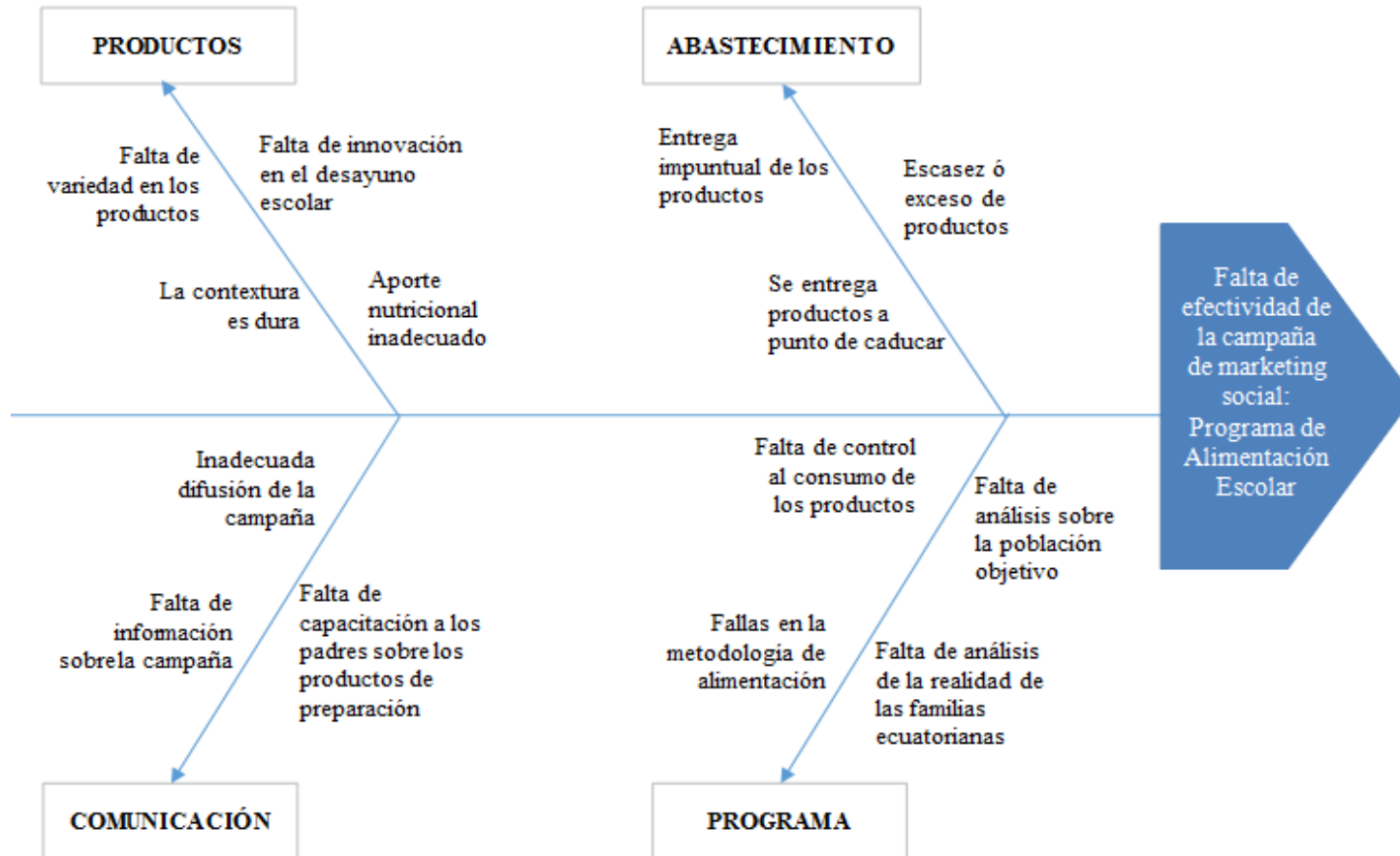


Figura 1: Diagrama de Ishikawa del programa de alimentación escolar

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Identificar la incidencia del marketing social en la disminución de la desnutrición infantil en estudiantes fiscales de primero año de educación general básica del Distrito Metropolitano de Quito mediante una investigación de campo, que permita obtener información para establecer una propuesta de marketing social para la prevención de la desnutrición infantil.

1.4.2 Específicos

1. Identificar el marco teórico que sustenta la gestión de marketing para el Programa de Alimentación Escolar dirigido a niños de 5 años en escuelas fiscales del Distrito Metropolitano de Quito.
2. Establecer el grado de conocimiento e impacto del Programa de Alimentación Escolar a través de una investigación de mercados en la que se evalúe las perspectivas de los padres de familia, niños y docentes.
3. Diseñar un plan de marketing social para potenciar el cumplimiento de los objetivos del Programa de Alimentación Escolar.

Nota: Debido a que la desnutrición infantil es un tema delicado se requerirá el respaldo de especialistas en el área de salud para completar el segundo y tercer objetivo de la propuesta, por esta razón se utilizará la asesoría del Dr. Ramiro Montalvo (pediatra) y la Lda. Gabriela Chela (enfermera).

1.5 Metodología

1.5.1 Enfoque de la investigación

El proceso cuantitativo parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas con frecuencia utilizando métodos estadísticos, y se establece una serie de conclusiones respecto de las hipótesis. (Sampieri, Hernández, 2010)

En el proceso puede verse porque en la investigación cuantitativa se aplica la lógica deductiva, que va de la teoría generada por investigaciones antecedentes (marco teórico) a la recolección de los datos en casos particulares de una muestra. A continuación se muestra el proceso a seguir para la investigación cuantitativa:

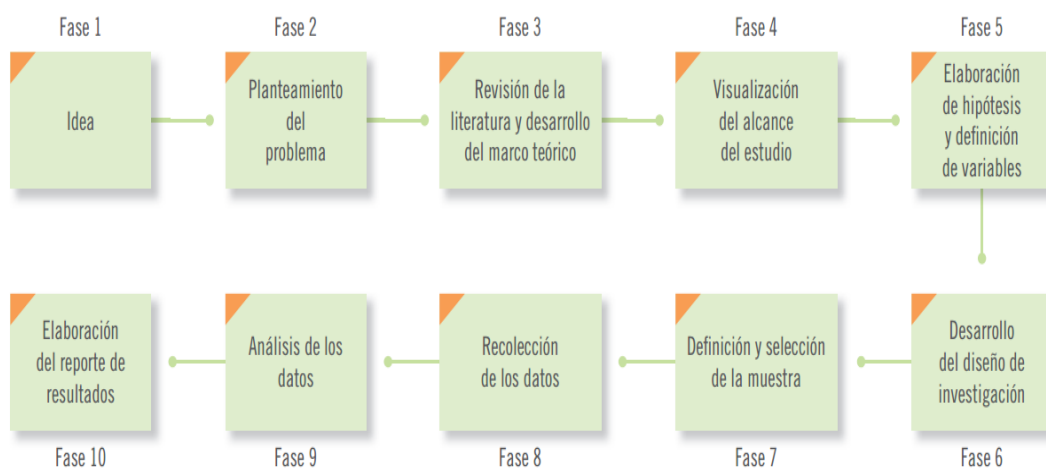


Figura 2: Proceso cuantitativo.
Fuente: (Hernández Sampieri, 2010).

Para la realización del estudio se ejecutará el método deductivo:

El método deductivo es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etc., de la aplicación universal

y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (Bernal, 2006, p.3)

Es un proceso de conocimiento que se inicia con la observación de fenómenos generales para determinar verdades particulares. Cuando a través del análisis de conclusiones generales, obtenemos las particularidades de un fenómeno. (Méndez, 2001, p.20).

1.5.2 Tipo de investigación

Investigación no experimental transversal

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Hernández Sampieri, 2010, p.208)

Para realizar el estudio de mercado se aplicará la investigación transversal ya que se recolectará información tanto de padres de familia y niños de primer año de educación general básica en un solo momento y posteriormente se analizará la incidencia entre las variables.

1.5.3 Método de recolección de datos cuantitativos

La investigación cuantitativa es una metodología de investigación que busca cuantificar los datos y por lo general, aplica algún tipo de análisis estadístico (Malhotra, Investigación de Mercados, 2008, p. 143).

Para la recolección de datos del mercado se utilizará la encuesta, esta herramienta de obtención de información, está basada en los cuestionarios aplicados a los encuestados. Se realizará una variedad de preguntas concernientes al programa de alimentación, hábitos alimenticios, conocimiento y percepciones; estos cuestionarios se plasmarán de forma escrita y las respuestas se obtendrán de manera personal.

1.5.4 Técnicas para la obtención de información

- **Encuesta personal:** Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Comenzaremos con las preguntas, luego sobre las características deseables de este tipo de instrumento, así como los contextos en los cuales se pueden administrar los cuestionarios. (Hernández Sampieri, 2010, p.184)

Para el estudio se diseñará una encuesta dirigida a los padres de familia de los estudiantes de educación básica para conocer el nivel de desnutrición que tienen actualmente.

- **Entrevista personal:** Las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial, es una especie de filtro. (Hernández Sampieri, 2010, p.188)

Se realizará entrevistas a expertos en el tema de nutrición infantil para obtener un diagnóstico a profundidad del tema en cuestión.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Los infantes

De acuerdo a La Real Academia Española, infante se define a niños que aún no han llegado a los siete años de edad.

Según el artículo 21 del Código Civil (2013) del Ecuador un infante se define como:

El que no ha cumplido siete años; impúber, el varón, que no ha cumplido catorce años y la mujer que no ha cumplido doce; adulto, el que ha dejado de ser impúber; mayor de edad, o simplemente mayor, el que ha cumplido dieciocho años; y menor de edad, o simplemente menor, el que no ha llegado a cumplirlos.

Una de las mayores prioridades que tiene el Ecuador son los niños, niñas y adolescentes, es por esta razón que en la Constitución Ecuatoriana (2008) en el artículo 45 se garantiza que:

Las niñas, niños y adolescentes gozarán de los derechos comunes del ser humano, además de los específicos de su edad. El Estado reconocerá y garantizará la vida, incluido el cuidado y protección desde la concepción. Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la integridad física y psíquica; a su identidad, nombre y ciudadanía; a la salud integral y nutrición; a la educación y cultura, al deporte y recreación; a la seguridad social; a tener una familia y disfrutar de la convivencia familiar y comunitaria; a la participación social; al respeto de su libertad y dignidad; a ser consultados en los asuntos que les afecten; a educarse de manera prioritaria en su idioma y en los contextos culturales propios de sus pueblos y nacionalidades; y a recibir información acerca de sus progenitores o familiares ausentes, salvo que fuera perjudicial para su bienestar.

Según el informe del Censo Poblacional (INEC, 2010) acerca de la distribución de la población infantil indica que existe más de cinco millones de niños, niñas y adolescentes, lo cual equivale al 37,265 de la población ecuatoriana. El 59% de niños corresponde al área urbana mientras que el 41% vive en el área rural. En la Tabla 1 se detalla la distribución de niños, niñas y adolescentes de acuerdo a su rango de edad:

Tabla 1

Niñas, niños y adolescentes por grupos de edad

Grupos de edad	% en relación a la población total
0 a 4 años	10,10%
5 a 11 años	15,06%
12 a 17 años	12,11%
Total NNA	37%
Total población	100%

Fuente: INEC, Censo de población, 2010.

Las oportunidades de desarrollo que tienen los niños/as y jóvenes ecuatorianos dependen, entre otros factores, de su herencia cultural a continuación se describe la composición étnica de la niñez ecuatoriana (UNICEF, 2010).

La UNICEF (2010) hace una división de la población infantil ecuatoriana: a) El 83% de la población infantil son blanco/mestizos, ésta población infantil se concentra en zonas rurales especialmente, sin embargo el 89% vive en las urbes y el 88% en la región Costa. b) El 16% pertenece a hogares indígenas o afro ecuatorianos que generalmente se concentra en las ciudades, de los cuales el 10% vive en hogares donde se habla lenguas nativas y el 6% restante vive en hogares donde se identifican como negros. La región Sierra y la Amazonía abarcan mayor porcentaje de población indígena con un 35% y 17% respectivamente.

2.2. La desnutrición

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 2015) “La desnutrición no significa solo que una persona no es capaz de adquirir alimento suficiente para satisfacer sus necesidades dietéticas mínimas diarias en un periodo de un año.”

El Programa Mundial de Alimentos (PMA, 2015) como la organización de ayuda humanitaria más grande del mundo que lucha contra el hambre en el planeta afirma que:

Para una persona que no recibe suficientes alimentos o suficientes alimentos adecuados, la desnutrición está a la vuelta de la esquina. Por más de que la persona coma suficiente, va a estar desnutrido si los alimentos que come no proporcionan la cantidad de micronutrientes (vitaminas y minerales) apropiada para cumplir con las necesidades nutricionales diarias.

La desnutrición y las enfermedades están estrechamente relacionadas. A veces, una enfermedad se da por desnutrición, otras veces es una causa contribuyente. De hecho, la desnutrición es el mayor contribuyente a enfermedades en el mundo, según el Comité de Coordinación sobre Nutrición de la ONU (SCN, por sus siglas en inglés).

2.2.1. Desnutrición infantil

“La desnutrición es el resultado físico del hambre, una enfermedad devastadora de dimensiones epidémicas, que padecen 50 millones de niños y niñas menores de cinco años en todo el mundo. Es el resultado de la escasez de alimentos o de una dieta inadecuada”. (Acción Contra el Hambre [ACF por sus siglas en inglés], 2016)

“La desnutrición infantil es consecuencia de la poca ingesta de alimentos en la infancia. Durante la niñez es la etapa en la que más se necesitan de nutrientes para poder desarrollarse en forma adecuada.” (Cancela, 2011)

De acuerdo a los conceptos analizados se concluye que la desnutrición infantil es una enfermedad provocada por una serie de causas como la falta de hábitos alimenticios saludables, higiene en el consumo de alimentos, educación e información sobre una adecuada alimentación, falta de suplementos vitamínicos, y en muchos casos se da por el nivel socioeconómico que impide cubrir los costos de alimentos saludables. En el estudio la desnutrición infantil es el eje principal, pues es un objetivo nacional el combatirlo. La propuesta de éste trabajo es identificar en qué medida el programa de alimentación escolar han contribuido a reducir en el país este problema.

2.2.2. Tipos de desnutrición infantil

“El índice de desnutrición se determina mediante la observación directa, que permite identificar niños demasiado delgados o con las piernas hinchadas; y midiendo la talla, el peso, el perímetro del brazo y conociendo la edad del niño, que se comparan con unos estándares de referencia.” (UNICEF, 2011)

Existen diferentes métodos para valorar el estado nutricional de unos niños tanto cualitativos como cuantitativos. Desde el punto de vista cualitativo se puede asociar

la desnutrición de acuerdo a la apariencia física del niño o niña, es decir reconociendo su estado de ánimo, la imagen corporal, el desempeño estudiantil, entre otros. Dentro de un método cuantitativo se considera la talla, peso y edad para obtener indicadores que determinan el nivel de desnutrición del infante.

(Red de Malnutrición en Iberoamérica, 2010) De acuerdo al suplemento de Nutrición Hospitalaria hay cuatro tipos de estados que se muestran en la Tabla 2:

Tabla 2

Clasificación de la desnutrición infantil

Estado	Indicador
Normal	(Peso/Peso ideal) >90% del normal
Desnutrición leve	(Peso/Peso ideal) 80% - 90% del normal
Desnutrición moderada	(Peso/Peso ideal) 60% - 79% del normal
Desnutrición grave	(Peso/Peso ideal) <60% del normal

Fuente: Blanco de la desnutrición en Iberoamérica (2010).

Esta clasificación se basa en la división del peso para un peso ideal del infante. El estado es normal cuando es mayor del 90%, cuando el resultado se encuentra en un intervalo de 80% - 90% se clasifica como desnutrición leve, entre 60% - 79% se clasifica como desnutrición moderada, y cuando es menor al 60% del peso normal se considera desnutrición grave.

Otro tipo de método cuantitativo se basa en el cálculo de índices antropométricos. De acuerdo a Segura, Monte, Hilario, & Asenjo (2002) hay tres índices antropométricos principales que se utilizan para establecer el estado nutricional

- **Déficit de peso para la talla:** Es decir la comparación entre el peso y la estatura del niño. Cuando existe un déficit se determina que existe una desnutrición aguda, lo cual indica que la masa corporal es baja.
- **Déficit de talla para la edad:** Es la comparación entre la estatura que debería tener un niño o niña para la edad en la que se encuentra. En este caso se

denomina desnutrición crónica si existe un déficit ya que se encuentra relacionado con el desarrollo de los huesos lo cual es un escenario más complejo de tratar y en ciertos casos irreversible.

- **Déficit de peso para la edad:** Es la comparación entre el peso ideal para la edad del infante, también se denomina desnutrición global. Este tipo de déficit es una combinación entre la desnutrición aguda y la desnutrición crónica.

UNICEF (2011) también hace una clasificación similar, así mismo determinando tres niveles que se encuentran resumidos en los siguientes ítems:

- **Desnutrición crónica:** Cuando el infante tiene retraso en el crecimiento. Para determinar lo hay que comparar la talla del niño con una talla estándar recomendado para su edad. Este tipo de desnutrición indica que el niño no ha consumido los nutrientes necesarios y que por tanto se encuentra vulnerable frente a enfermedades, además de presentar un bajo desarrollo físico y desempeño académico.
- **Desnutrición aguda moderada:** Cuando el infante pesa menos de lo que debería para su altura. Este tipo de desnutrición requiere medidas preventivas para evitar que el estado del niño empeore, por tanto se deberá aplicar un tratamiento médico.
- **Desnutrición aguda grave o severa:** El infante tiene bajo peso extremadamente bajo para su altura; por debajo del estándar. Se considera la desnutrición más grave, ya que afecta todo el funcionamiento del individuo, por tanto riesgo de mortalidad.

Para el estudio se utilizará los índices antropométricos, debido a que es el método recomendado y generalmente utilizado por el médico asesor. Por tal razón se obtendrá tres variables de la población objetivo:

- talla
- peso
- edad.

Estas variables serán recopiladas y analizadas de acuerdo a tablas de referencia que se utilizan a nivel nacional para obtener la valoración nutricional de los niños de primer grado en las escuelas fiscales en el Distrito Metropolitano de Quito.

2.2.3. Situación mundial

La UNICEF (2011) en su informe sobre la desnutrición infantil indica que existen aproximadamente 200 millones de niños menores que 5 años con desnutrición crónica. De estos niños el 36% corresponde a África y el 40% se concentra en Asia en países como Bangladesh, China, Filipinas, India, Indonesia y Pakistán.

El 50% de niños menores de cinco años tiene desnutrición crónica, distribuidos en 9 países, uno de ellos es Guatemala que se asemeja en los resultados de África y Asia con un 54%.

En cuando a desnutrición aguda, la UNICEF (2011) determina que el 13% de niños menores a 5 años sufren este estado y que el 5% tienen desnutrición aguda grave. El 60% de los casos de desnutrición aguda se registran en 10 países, mientras que 32 países tienen un cerca de un 10% de niños con desnutrición aguda grave. La Tabla 3 muestra un resumen de la distribución de la población infantil con desnutrición:

Tabla 3
Informe de desnutrición Infantil

Tipos de desnutrición	Porcentaje	Edad	Países donde se sitúan
Crónica	El 90% sufren desnutrición crónica y se registran en 24 países.	Menores de 5 años	Viven en Asia (Bangladesh, China, Filipinas, India, Indonesia y Pakistán), África, Afganistán, Yemen, Guatemala, Timor-Leste, Burundi, Madagascar, Malawi, Etiopía y Rwanda.
Aguda	El 60% de los casos de desnutrición aguda se registra en sólo 10 países.		
Aguda grave	Un total de 32 países tienen un 10% de niños con desnutrición aguda grave.		

Fuente: UNICEF (2011).

El diario El Universo (2013), en su artículo sobre la desnutrición infantil en América Latina y el Caribe muestra que también existen índices alarmantes y nuevamente se nombra a Guatemala como uno de los casos de prioridad ya que tiene una prevalencia del 48% de desnutrición en menores de 5 años es una de las mayores del mundo, a pesar de haber disminuido a comparación del año 2011. Sin embargo el informe también muestra que hay países como Perú que con éxito importante en la mejora de la situación nutricional. Perú ha logrado pasar de un 30% aproximado de niños con desnutrición crónica en el 2004 a un 20% en el 2011. Haití también logró disminuir su índice de 29% en 2006 al 22% en 2012.

Del 2011 al 2013 se muestra un cambio en la nutrición adecuada en menores de cinco años, como es el caso de Asia y África donde el 75% de niños tienen desnutrición crónica, lo cual evidencia una baja en el índice que en el 2011 registraba 76%. A continuación la Tabla 4 describe un ranking de los principales países latinoamericanos donde persiste la desnutrición infantil:

Tabla 4
Ranking de la desnutrición infantil en América Latina

Nota	Puestos	Países
El 12 % de los menores de cinco años de Latinoamérica y el Caribe sufre desnutrición crónica, la tasa más baja del mundo en desarrollo.	Puesto 25	Guatemala
	Puesto 37	Colombia
	Puesto 38	Perú
	Puesto 43	Venezuela
	Puesto 47	Bolivia
	Puesto 52	Nicaragua
	Puesto 53	El Salvador
	Puesto 57	República Dominicana
	Puesto 62	Panamá
	Puesto 74	Costa Rica

Fuente: El diario El Universo (2013).

El Programa Mundial de Alimentos (WFP, por sus siglas en inglés, 2013) en su publicación sobre el hambre señala que un aproximado de 146 millones de niños en países en vías de desarrollo en el 2009 sufrían bajo peso para su talla que generalmente era resultado de una nutrición inadecuada antes y después del

embarazo, es decir que el problema era heredado de la madre. La Tabla 5 muestra una descripción de la población mundial por porcentaje:

Tabla 5

Descripción de la población con desnutrición

Porcentaje	Descripción
El 75%	Viven en zonas rurales, especialmente en Asia y África.
El 20%	La conforman familias de agricultores sin tierras.
El 10%	Viven en comunidades que dependen de la pesca, la ganadería o recursos del bosque.
El 20%	Viven en barrios marginales.

Fuente: El Diario El universo (2013).

Generalmente se relaciona la desnutrición con el nivel económico o nivel de desarrollo en los países, por tanto se considera que existe desnutrición crónica en los países que viven hambre. En el mundo la situación de la desnutrición es alarmante sobre todo en los países en vías desarrollo dentro de los cuales se encuentra Ecuador. Otro aspecto a recalcar es que la desnutrición puede ser un factor heredado, de aquí la importancia de tratar este problema social no solamente en los niños sino también en los padres que son la fuente económica para tener una alimentación adecuada.

2.2.4 La desnutrición en el Ecuador

El 18 de diciembre del 2013, el Ministerio de Salud y el Instituto Nacional de Estadística y Censos presentaron el primer capítulo del estudio sobre la salud nutricional. La Tabla 6 indica los siguientes resultados de la población escolar entre 5 y 11 años de edad según el diario El Comercio (2013):

Tabla 6

Comparativo de la desnutrición y sobrepeso en Ecuador 2013

Características	Desnutrición	Sobrepeso
Porcentaje	La prevalencia de retardo en talla están alrededor del 15%	Mientras que el sobrepeso llega al 32%.
Población	Uno de cada cuatro niños padece desnutrición crónica	De cada 100 niños, el 8,6% tiene sobrepeso y obesidad.
Indicador	Se redujo en 15 puntos en 26 años	Se duplicó en 26 años

Fuente: (El Comercio, 2013).

En cuanto al consumo de leche materna el Diario El Comercio (2013) muestra que de acuerdo a los resultados de la ENSANUT (2013) se puede clasificar de acuerdo a como se detalla en la Tabla 7:

Tabla 7

Consumo de leche materna en el Ecuador 2013

Población	Acceso a leche materna
360 mil niños	Acceden a la leche materna en la primera hora después del parto.
201 mil niños	Acceden a la lecha materna entre una y 24 horas.
91 mil niños	Acceden a la leche materna después de un día de nacidos.
Otros	Desde muy temprana edad consumen otros líquidos diferentes a la leche materna entre los que predomina la leche de fórmula.

Fuente: (El Comercio, 2013).

2.2.5 Plan del buen vivir (desnutrición)

En el plan del buen vivir (2013) se evidencia la importancia de la alimentación puesto que en el objetivo 3 se establece que:

La vida digna requiere acceso universal y permanente a bienes superiores, así como la promoción del ambiente adecuado para alcanzar las metas personales y colectivas. La calidad de vida empieza por el ejercicio pleno de los derechos del Buen Vivir: agua, alimentación, salud, educación y vivienda, como prerrequisito para lograr las condiciones y el fortalecimiento de capacidades y potencialidades individuales y sociales.

Además la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2015) muestra en su mapa de metas relativas al hambre del primer Objetivo de Desarrollo del Milenio y de la Cumbre Mundial sobre la Alimentación que el Ecuador se encuentra en una categoría de meta no alcanzada pero lentos progresos.

“Primer Objetivo de Desarrollo del Milenio, meta 1.C: reducir a la mitad, entre 1990-92 y 2015, la proporción de personas subalimentadas, o reducir esta proporción a menos del 5 %. El indicador mide la proporción de la población por debajo del nivel mínimo de consumo de energía alimentaria (subalimentación). La evaluación no se realiza para las regiones desarrolladas.” (FAO, 2015)

Se puede evidenciar que en nuestro país la desnutrición infantil aún persiste, así lo demuestra la ENSANUT (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, 2013) al verificar que uno de cada cuatro niños menores de 5 años tiene retardo en talla. Una situación que cabe destacar es que la misma fuente indica que la lactancia materna es una de las etapas claves para la prevención de este problema, por tanto las campañas o programas de marketing social relacionados a la nutrición deben no solamente dirigirse a la población infantil sino que debe abarcar desde la gestación.

2.2.6 Estudios relacionados

- **Medidas educativas para la prevención de la desnutrición en los niños menores de 5 años atendidos en el dispensario médico parroquial y la guardería Días Felices del Cantón Yaguachi.**

El estudio de Aguayo (2012) indica que el principal factor que contribuye a la desnutrición de menores de 5 años del dispensario parroquial y la guardería Días Felices de Yaguacho fue la falta de conocimiento de las madres sobre los principales nutrientes en las comidas de los niños. Así mismo muestra que una de las consecuencias de la mala nutrición es la baja de defensas, además de otros problemas como la dermatitis y anemia, con 21% y 20% respectivamente.

En el estudio el autor establece una propuesta educativa denominada “Niños Saludables”, para sensibilizar sobre estilos saludables de vida y prácticas

alimentarias y nutricionales correctas. En la propuesta se planea dar a conocer los nutrientes y las formas de alimentación de acuerdo a la edad y aplicación práctica para mejorar la nutrición infantil y garantizar el crecimiento y desarrollo adecuados.

- **Salud pública. Entre la desnutrición crónica infantil y la comida chatarra**

Rodríguez (2014) en su publicación sobre la desnutrición indica que la desnutrición en la niñez de menos de cinco años sigue siendo alto, sobre el 25%, y como se sabe, la desnutrición crónica inhibe el desarrollo cognitivo y afecta el estado de salud de por vida.

El autor indica que entre 0 y 5 años existe un periodo de riesgo, ya que si la desnutrición crónica se da en esta etapa los tejidos neuronales afectan al desarrollo cognitivo y se incrementa la probabilidad en enfermedades crónico degenerativas.

Rodríguez (2014) hace una comparación entre las cifras de la ENSANUT sobre desnutrición y las cifras del informe de la UNICEF 2006-2007, y las define como equivalentes, por tanto se puede decir que al parecer el país mantiene los mismos indicadores de desnutrición crónica infantil desde 2007.

- **Evaluación del programa desnutrición cero en niños menores de 1 año de edad atendidos en el Subcentro de Salud de la Parroquia Picaihua del Cantón Ambato en el período comprendido entre mayo del 2012 a mayo del 2013**

Nivelo Erazo (2014) en su estudio indica que el Programa Desnutrición Cero ayudó en la mejora del estado de los menores de un año que fueron atendidos en el subcentro, es estudio abarcó 147 pacientes distribuidos de la siguiente manera:

- 80 pacientes para control de menores de un año
- 55 mujeres embarazadas para control prenatal
- 12 mujeres como parto institucional

Después de evaluar el estado de los niños menores de un año a través de indicadores antropométricos Rodríguez (2014) concluye que de 80 pacientes, 55

pacientes equivalente a 68,75% se encuentran entre 2 y 0 , en un nivel adecuado del canal de crecimiento y buen estado nutricional, 12 pacientes equivalente a 15% se encuentran en - 2, por debajo con baja talla/bajo peso, 8 pacientes se encuentran en - 3 y por debajo con baja talla severa/bajo peso con el 10% y 5 pacientes en las cuales las historias clínicas se encuentran extraviadas con el 6.25%. Sin embargo el autor aclara que los niños que se encuentran con desnutrición forman parte del grupo que no acudió de forma regular al Programa.

Por tanto se confirma que en este caso la aplicación de marketing social mediante el Programa Desnutrición Cero si fue efectivo, pero es importante tomar en cuenta que este tipo de programa necesita regularidad para mejores resultados. A pesar de ello gran porcentaje de encuentra en un estado nutricional adecuado.

2.3 Marketing social

2.3.1 Definición

En la actualidad se considera al marketing social como aplicaciones de las técnicas que influyen en el comportamiento voluntario de las personas con ideas sociales que les permiten mejorar su bienestar personal. Además nos permite cambiar una situación o factor negativo y convertirlo en actitudes positivas para lograr un cambio de conducta favorable para la sociedad. Las empresas también cumplen un rol importante, desarrollando marketing social a través de actividades que tienen el fin de crear un cambio de comportamiento que sea en beneficio de la sociedad.

Kotler (2003) plantea que “el marketing es una disciplina que excede el ámbito comercial para detectar y satisfacer necesidades de consumo y uso de bienes y servicios, ya que también es útil para divisar y compensar carestías de tipo social, humanitarias y espirituales”.

Por tanto el campo de aplicación del marketing social no solo se da en el aspecto empresarial ya que las asociaciones sin fines de lucro, fundaciones, instituciones gubernamentales u otro tipo de entidades también necesitan de marketing social lo cual se traduce como acciones sociales y humanitarias desarrolladas con el fin de que un público objetivo los asocie a la preocupación por una problemática social.

Kotler & Armstrong(2013) afirman que:

El marketing social se refiere al uso de los principios y técnicas del marketing para hacer progresar una idea o conducta sociales. Por lo cual el marketing social ha llegado a significar una tecnología de gestión del cambio social que incluye el diseño, la puesta en práctica y el control de programas orientados a aumentar la aceptabilidad de una idea o práctica social en uno o más grupos de adoptantes en la planificación integrada y un marco de acción. Utiliza los avances en las tecnologías objetivo. Se apoya de las comunicaciones y las habilidades del marketing.

La organización debe establecer las necesidades, deseos e intereses de los mercados meta para que de este modo pueda proporcionar un valor superior a sus clientes de tal forma que se mantengan o mejoren el bienestar del consumidor y la sociedad.

Es necesario conocer los fundamentos del marketing social ya que en el estudio se lo analizará en dos momentos, en primer lugar para conocer la efectividad de los programas sociales de nutrición o alimentación dirigidas a los niños menores de cinco años, y segundo lugar para el desarrollo de un plan estratégico de marketing social.

2.3.2 Tareas del marketing social

Según Pérez las principales tareas del marketing social son (Luis Alfonso Pérez Romero, 2004):

- **Identificar la necesidad social:** es la identificación de la problemática social en un grupo de individuos, familias o comunidades, para después, mediante técnicas de investigación cualitativa o cuantitativa, determinar la necesidad social y el grupo de personas que requieren de una oferta social.
- **Segmentar la demanda y los donadores:** perfilar y segmentar la demanda social o grupo de personas que presentan la necesidad social definida, así como clasificar y segmentar al grupo de donadores. Las variables para esta segmentación pueden ser demográficas, psicográficas, conductuales y geográficas.
- **Definir perfil y comportamiento de la población objetivo o mercado meta y donadores:** significa identificar la totalidad de variables propias de la población objetivo o mercado meta, como:
 - Perfil de la población objetivo o mercado meta

- Perfil psicográfico
- Motivaciones
- Preferencias
- Ideas
- Creencias
- Actitudes
- Valores
- Culturales
- Ubicación geográfica

2.3.3. Plan del Marketing social

Para el plan estratégico de marketing social se propone un esquema de seguimiento, conformado de tres apartados que se muestran en la Tabla 8:

Tabla 8

Plan estratégico de marketing social

Parte I: Diagnóstica	Parte II: Planeación y formulación de estrategias	Parte III: Ejecución
<p>Está conformada por: Filosofía de la empresa (misión, visión y objetivos). Estudio de las necesidades presentes y futuras del mercado meta. Análisis de la organización. Análisis FODA. Análisis del macro y micro entorno.</p>	<p>En esta fase se dota de una dimensión de tiempo y espacio a la planeación para formular de manera natural las estrategias y tácticas. Una vez formuladas las estrategias, se procede a la definición de las metas que culminará en un plan táctico, plan de contingencia, presupuesto y programa del plan de marketing social.</p>	<p>Se describe la estructura de la organización y la implementación de los programas sociales, acompañados de sus respectivas medidas de evaluación, control y retroalimentación.</p>

Fuente: (Pérez Romero, Marketing Social, 2004).

La Figura 3 resume los pasos a seguir para el desarrollo de un plan de marketing social:

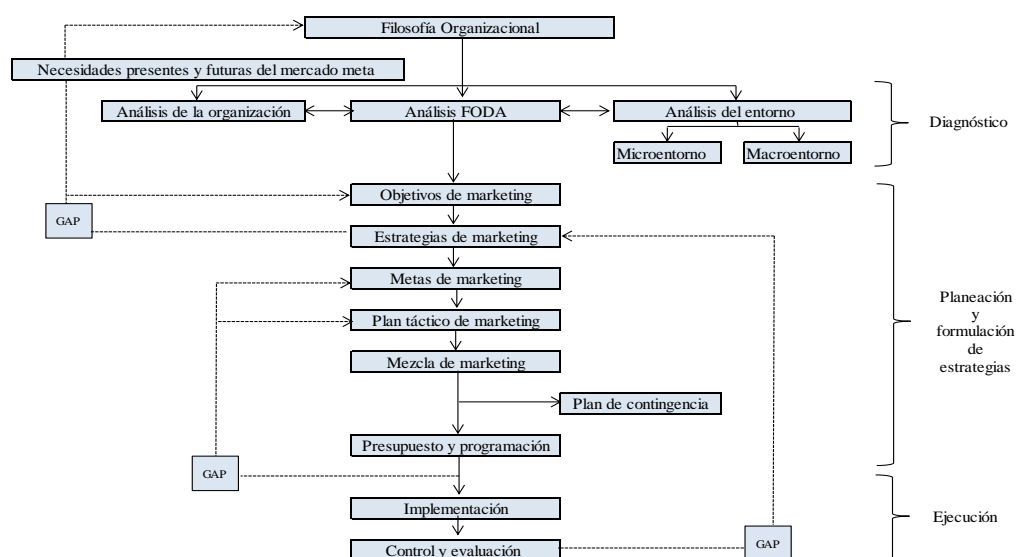


Figura 3: GAP: Análisis de brechas, Control y Evaluación
Fuente: (Luis Alfonso Pérez Romero, 2004).

2.3.3.1 Las siete Ps del Marketing Social

En todo plan estratégico de marketing social se deben integrar las siete Ps, lo que facilita la integración entre objetivos, estrategias, metas y tácticas. La Tabla 9 describe cada elemento de la mezcla de marketing social:

Tabla 9
Las siete Ps del Marketing Social

Elemento	Características
Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las estrategias: “Desarrollar y hacer tangible los productos sociales”. • Hacer que más personas en la comunidad conozcan y prueben el producto social. • Diversificar los productos sociales con base en los micro segmentos.
Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Se conoce varias estrategias de fijación de precios, como precio solidario para permitir la adquisición del producto según los niveles socioeconómicos de la población adoptante objetivo.
Plaza	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicar instalaciones apropiadas y accesibles para ofrecer el producto social. • Mejorar los procesos de la prestación de los servicios o de la adquisición del producto social.

Continúa

Elemento	Características
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Está relacionada directamente con el ciclo de vida del producto. • La adecuación de la promoción se debe basar en las variables del factor demográfico, como edad, género, escolaridad, ocupación. • Es preciso contemplar las variables geográficas, culturales, sociales, y etnográficas para el diseño de la promoción.
Personal	<ul style="list-style-type: none"> • El personal debe cumplir con las expectativas de la población objetivo. • Las variables demográficas, sociales, económicas y culturales de la población objetivo son básicas para seleccionar y capacitar el tipo de personal.
Presentación	<ul style="list-style-type: none"> • Las instalaciones de la organización que ofrece el producto social deben ser las adecuadas desde la perspectiva de la población adoptante. • Debe existir la señalización externa e interna necesaria para que los usuarios acudan con el menor esfuerzo posible a solicitar el producto social.
Proceso	<ul style="list-style-type: none"> • El proceso de la presentación del servicio debe estar basado en la comodidad y facilidad para la población adoptante.

Fuente: (Pérez Romero, Marketing Social, 2004)

2.3.4 Propósito del Marketing social

Conocer el impacto del programa de alimentación escolar en las escuelas del Distrito Metropolitano de Quito en el año lectivo 2014 – 2015.

2.3.5 Principales programas de alimentación y nutrición en el Ecuador

En el Ecuador se han desarrollado varios programas y campañas de alimentación con el fin de reducir los niveles de desnutrición en los niños. Viera Andrade (2011, p. 38-47) en su análisis de los programas sociales de alimentación y nutrición del estado ecuatoriano y la forma en que abordan el problema de la desnutrición en el Ecuador detalla los siguientes programas:

2.3.5.1 Programa de Complementación Alimentaria del Ministerio de Salud Pública

Según la investigación de Viera Andrade (2011) el programa inicia su aplicación en el año 2000, y se enfoca en los infantes, las madres gestantes y madres que se

encuentran en etapa de lactancia. El principal objetivo del diseño de este programa según el autor es:

Mejorar el estado nutricional, prevenir el retraso en el crecimiento y la deficiencia de micronutrientes en lactantes y niños pequeños, mediante buenas prácticas de lactancia materna y alimentación complementaria y acceso a un alimento complementario con adecuada densidad de nutrientes.

La ficha metodológica del Programa de Alimentación Complementaria publicada por el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE, 2010) muestra que se construyó una serie histórica del total de beneficiarios desde el año 2003 hasta el año 2010 cuando se suspendió el programa, y se han identificado dos tipos de beneficiarios:

- Madres: embarazadas y en período de lactancia
- Niños y niñas de 0 a 24 meses de edad

El SIISE (2010) señala que había dos productos que se entregaba “Mi Papilla” que se entregaba a niños menores de 1 año y a niños de 1 a 5 años; y “Mi Bebida” que se entregaba a las madres lactantes y embarazadas.

El diario El Universo (2010) en su artículo informa que en el año 2010 se suspende estos productos ya que después de un estudio realizado por el Ministerio de Salud se concluyó que los productos no contribuían con la disminución de anemia y desnutrición debido a falencias como que el consumo de estos complementos lo realizaba la familia cuando el producto específicamente era dirigido a los niños.

En el 2011 se introduce el suplemento chispas. Según El Diario (2011) la responsable del Programa de Nutrición de la Dirección Provincial de Salud en ese entonces Irlanda Chávez, manifestó que el nuevo suplemento sería entregado a los niños de seis meses a cinco años de edad, en dosis individuales para evitar que éste sea administrado a más miembros de la familia.

Fuera de estos productos, Viera Andrade (2011) indica que el Ministerio de Salud Pública también trabajó en el proyecto “Desnutrición Cero”, el mismo que buscaba eliminar la desnutrición y mejorar los niveles de atención prenatal. El Programa Desnutrición Cero según Jumbo Salazar (2015) tiene como población

objetivo a las mujeres embarazadas y niños con edad menor a un año, y busca de reducir la desnutrición y la anemia. Como parte del programa se entrega un incentivo económico para garantizar el acceso de las mujeres a la atención médica, control prenatal, atención en el parto y asistencia a los controles médicos hasta que el niño cumpla un año de edad.

En la Tabla 10 se muestra el presupuesto devengado, y las raciones entregadas por el programa de complementación alimentaria.

Tabla 10

Programa de Complementación Alimentaria

Año	2008	2009	2010	2011
Presupuesto devengado	12.374.218,02	5.440.945,95	2.763.208,78	2.705.216,32
Raciones entregadas	6.512.746,33	2.863.655,76	1.454.320,41	1.423.798,06

Fuente: Andrade Viera (2011).

2.3.5.2 Programa Aliméntate Ecuador del Ministerio de Inclusión Económica y Social

Estadísticas Andinas (2010) indica que el programa surgió a inicios de los 90, como un proyecto de comedores y mingas comunitarias, con el objetivo de enfrentar los problemas alimentarios de la población; durante esa década operó como tal; fue en 2002 que se convierte en el Programa para el Desarrollo Comunitario (PRADEC) sin mayores cambios en su objetivo, ni mecanismo de operación. A partir del 2004, cambia su denominación a “Programa Aliméntate Ecuador”, focalizando su población objetivo prioritariamente hacia los niños entre dos y cinco años de edad.

La ficha metodológica del Programa de Alimentación Complementaria (SIISE, 2010) muestra que tres tipos de beneficiarios:

- Niñas y niños de 2 a 5 años
- Adultos mayores
- Personas con discapacidad

“El programa Aliméntate Ecuador tenía varios componentes. Primero, se iba a educar a las personas sobre educación saludable, a través de ferias y talleres.

También se propuso entregar raciones alimenticias de manera periódica” (La Hora, 2012)

El programa presentó un gran inconveniente, Viera Andrade (2011) detalla que la utilización de la base de focalización SELBEN generó problemas operativos puesto que el número de beneficiarios disminuía debido a que la base actualizaba automáticamente la edad de los beneficiarios por tanto se eliminaba a los niños que sobrepasaban la edad de la población objetivo, sin incorporar a los niños que nacieron después de la realización de las encuestas. En noviembre del 2008 se facultó al Ministerio de Inclusión Económica y Social para establecer los sistemas que serían utilizados para seleccionar la población objetivo del Programa Aliméntate Ecuador y continuó su aplicación hasta diciembre del 2010, ya que un estudio de inversión demostró que no era la forma más eficiente de eliminar la desnutrición infantil. La Tabla 11 muestra la inversión realizada en el programa:

Tabla 11

Programa Aliméntate Ecuador

Año	2008	2009	2010	2011
Presupuesto devengado	16.869.088,76	22.713.126,50	27.301.169,50	5.104.375,87

Fuente: Andrade Viera (2011).

El Programa Aliméntate Ecuador desarrolló varios proyectos dirigidos a la desnutrición infantil, entre los cuales se reconoce a:

- Proyecto de Promoción de Alimentación Saludable
- Proyecto Alimentario Nutricional Integral (PANI)

La Tabla 12 indica el desglose presupuestario programado por año para el proyecto PANI.

Tabla 12

Desglose presupuestario del Proyecto PANI

Año	Monto en USD
2010	3.074.424,00
2011	6.315.900,00
2012	16.989.693,00
2013	18.564.000,00
2014	22.064.640,00

Fuente: Andrade Viera (2011).

2.3.5.3 Programa de Alimentación Escolar (PAE)

Generalidades.

Actualmente el gobierno ecuatoriano busca combatir la desnutrición, mediante el programa de alimentación escolar (PAE) a cargo del Ministerio de Educación que la administra a través de la Subsecretaría de Administración Escolar con el propósito de llevar adelante el programa.

El Ministerio de Educación (2015), brinda los siguientes datos en referencia al programa de alimentación escolar:

El Programa de Alimentación Escolar atiende los 200 días del período escolar con alimentación para niñas y niños de 3 a 4 años de edad de Educación Inicial; y niñas, niños y adolescentes entre 5 y 14 años de edad de Educación General Básica (EGB) de instituciones educativas públicas, fiscomisionales y municipales de las zonas rurales y urbanas.

El propósito del Programa es brindar de manera gratuita servicios de alimentación escolar, en respuesta a una política de Estado que contribuye a la reducción de la brecha en el acceso a la universalización de la educación y al mejoramiento de su calidad y eficiencia y que a la vez, mejore el estado nutricional de los estudiantes de instituciones públicas, fiscomisionales y municipales de Educación Inicial y Educación General Básica del país.

El desayuno escolar, que en muchos de los casos es la primera comida del día, brinda a los estudiantes el 90% de las necesidades energéticas y cubre al 85% el requerimiento de proteína requerida para esa hora del día.

Principales características

Tabla 13

Principales características del programa de alimentación escolar

Focalización	Hasta diciembre de 2011 el PAE atendió las escuelas fiscales, fisco-misionales y municipales rurales y urbano marginales con un desayuno escolar dirigido a niños de primero a séptimo de básica. A partir del año 2011 se incluyeron por primera vez los niños de educación inicial (de tres a cuatro años). El PAE también atendió desde el año 2000 a establecimientos urbanos.
Implementación	<ul style="list-style-type: none"> • En la década de los ochenta, los recursos se entregaban a las escuelas directamente para que éstas a su vez compraran alimentos locales y prepararan un refrigerio. • Entre los años 90 y 93 los insumos alimenticios donados por el PMA eran enviados a panificadoras, centrales lecheras o escuelas para que éstas fabriquen pan, galletas y leche reconstituida. • A partir de 1994 el nivel central del gobierno compra y entrega los alimentos a las escuelas.
Modalidad	Desayuno para educación inicial (niños de entre tres y cinco años). Desayuno para educación general básica de primero a décimo año de educación básica (niños de entre cinco y 14 años) Refrigerio escolar (en general para escuelas urbanas que no reciben el desayuno).
Cobertura	Hasta diciembre de 2011, el PAE atendió a 1.788.414 niños y niñas que representa el 89% de los niños matriculados para ese año (2010-2011) desde educación inicial hasta 10mo año de educación general básica de las escuelas fiscales, fisco-misionales y municipales, rurales y urbano marginales.

Fuente: (La Alimentación Escolar En Ecuador, 2012).

2.3.6. Análisis crítico

Con estos antecedentes se puede indicar que la desnutrición es un problema de suma importancia, y que afecta el desempeño en todo sentido de niños y niñas en edad escolar, por esta razón es necesario contribuir al cumplimiento del derecho a una alimentación adecuada que permita un desarrollo pleno de los estudiantes.

Las principales causas de la desnutrición son: la falta de acceso a los alimentos adecuados, la escases de recursos económicos, la incorrecta alimentación que puede ser la ausencia o exceso de ciertos alimentos, o bien el desconocimiento acerca del significado de nutrición.

La nutrición no es elevar la cantidad de comida, sino que implica una evaluación a detalle del estado físico, la etapa de crecimiento, el estado general del cuerpo, entre otros para definir la tabla nutricional que permita una alimentación sana y acorde a las necesidades del individuo.

Si bien es cierto actualmente existen campañas para disminuir el número de niños con desnutrición, sin embargo las estadísticas aún siguen siendo alarmantes y muestran que dichas campañas no han sido efectivas, y que se debe analizar a profundidad el tema de desnutrición infantil para enfrentarla.

2.4 Conceptos teóricos de la investigación

2.4.1 Investigación de mercado

La investigación de mercados es una herramienta que permite conocer las necesidades de las personas o empresas al obtener información orientada a la toma de decisiones adecuadas de acuerdo a los problemas identificados.

"La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia". (Malhotra, Investigación de Mercados, 2008, p.7)

Por otra parte según Czinkota & Ronkainen (2007) explican que:

La investigación de Mercados es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; como también para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; monitorear el desempeño del marketing; y mejorar la comprensión del marketing como un proceso. La investigación de mercados especifica la información requerida para abordar estos problemas; diseña el método para recolectar la información; dirige e implementa el proceso de recolección de datos; analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones.

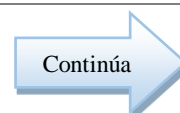
2.4.2 Proceso de Investigación de mercados

En la Tabla 14 se describe dos procesos de investigación de mercado según Malhotra y Kotler:

Tabla 14

Comparativo de Procesos de la investigación de mercados

Según Malhotra	Según Kotler y Armstrong
Es un conjunto de seis pasos	Es un conjunto de cinco pasos
Paso 1.- Definición del problema: El investigador debe considerar el propósito del estudio, la información antecedente pertinente, la información que se necesita y la forma en que se utilizará para la toma de decisiones.	Paso 1.- Definición del Problema: Se deberá tomar en cuenta el propósito del estudio, los antecedentes de información relevante, la información que es necesaria y cómo se utilizará en la toma de decisiones.
Paso 2.- Desarrollo el enfoque del problema: incluye la formulación de un marco de referencia objetivo o teórico, modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis, e identificación de la información que se necesita.	Paso 2.- Diseño del Plan de Investigación de Mercados: Detalla los enfoques específicos de la investigación, los métodos de contacto, planes de muestreo e instrumentos que los investigadores usarán para obtener y procesar los datos. Además, se establecen los plazos en los que se deberá empezar y finalizar el trabajo de investigación.
Paso 3.- Formulación del diseño de investigación: Expone con detalle los procedimientos necesarios para obtener la información requerida, y su propósito es diseñar un estudio que proponga a prueba las hipótesis de interés, determine las posibles respuestas a las preguntas de investigación y proporcione la información que se necesita para tomar una decisión.	Paso 3.- Recopilación de Datos: Según Peter Chisnall, existen dos tipos de recolección de datos <ul style="list-style-type: none"> • Datos Primarios: por; a) observación, b) experimentación y c) cuestionarios (el más popular). • Datos Secundarios: También conocida como investigación documental, se refieren a la información existente, útil para la encuesta específica.



Según Malhotra	Según Kotler y Armstrong
Paso 4. Trabajo de campo o recopilación de datos: La recopilación de datos implica contar con personal o un equipo que opere ya sea en el campo o electrónicamente, debidamente capacitados para evitar errores.	Paso 4.- Preparación y Análisis de Datos: Luego de obtenidos los datos, se los procesa y analiza para aislar la información y los hallazgos importantes. Es necesario verificar que los datos de los cuestionarios sean exactos y estén completos, y codificarlos para su análisis.
Paso 5. Preparación y análisis de datos: La preparación de los datos incluye su revisión, codificación, transcripción y verificación.	Paso 5.- Interpretación, Preparación y Presentación del Informe con los Resultados: el investigador de mercados interpreta los resultados, saca conclusiones e informa a la dirección.
Paso 6. Elaboración y presentación del informe: Todo el proyecto debe documentarse en un informe escrito donde se presenten las preguntas de investigación específicas que se identificaron; donde se describan el enfoque, el diseño de investigación y los procedimientos utilizados para la recopilación y análisis de datos; y donde se incluyan los resultados y los principales resultados.	No aplica

Fuente: (Malhotra, 2008)& (Kloter, Armstrong, 2003)

2.4.3 Propósito de la investigación

El gobierno ecuatoriano ha invertido en programas para combatir la desnutrición infantil, sin embargo, hasta la actualidad no se ha podido erradicar completamente este problema, es por esta razón que utilizando las herramientas de investigación de mercados queremos conocer como los padres de familia perciben el programa de alimentación escolar en la nutrición de sus hijos y así determinar la percepción sobre el programa implementado en el año lectivo 2014 – 2015 en niños y niñas de inicial en las escuelas fiscales del Distrito Metropolitano de Quito. Una vez obtenido resultados de la investigación se realizará una propuesta de plan de marketing social enfocado a contribuir en la solución a dicho problema.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Introducción

La investigación presenta dos tipos de modalidades, por un parte se encuentra la investigación cualitativa que se ha realizado mediante entrevistas directas y búsqueda de información en fuentes secundarias. La segunda investigación es cuantitativa que se realizará utilizando dos diseños de encuestas, una dirigida a obtener información de los padres de familia y otra dirigida hacia los niños de primer año de educación general básica.

Las herramientas se han desarrollado en base a los objetivos del estudio, definiendo formatos y técnicas específicas para la recolección de datos.

3.2 Tipo de muestreo

El estudio realizará un muestreo probabilístico aleatorio simple, de manera que todos los elementos tienen la probabilidad de ser elegidos. El marco de muestreo corresponde a las escuelas fiscales en el Distrito Metropolitano de Quito, las mismas que se les asigna un número único de identificación. Luego mediante la fórmula ALEATORIO.ENTRE se genera números aleatorios para obtener las escuelas que serán parte de la muestra.

3.3 Cálculo de la muestra

Paso 1: Selección de la población

Para la selección de la población del estudio se considera inicialmente el número de participantes del programa de alimentación escolar que reciben el desayuno de EGB (Educación General Básica) es decir 24.432 niños y niñas de primer año de educación básica.

De esa población, se selecciona las escuelas con número de estudiantes mayor o igual a 95 que es el promedio de estudiantes por escuela, esto se realiza con el fin de

escoger las instituciones donde existe mayor concentración de estudiantes y por tanto mayor representatividad. Esto se realiza en la Tabla 15.

Tabla 15

Universo del estudio

Denominación	Número de escuelas	Número de estudiantes
Total escuelas fiscales del D.M.Q	408	24.432
Total escuelas fiscales del D.M.Q con número de estudiantes ≥ 95	87	13.435

Nota: En el distrito Noroccidente no existe escuelas con estudiantes ≥ 95 ; por tanto se tomará en cuenta dos escuelas más representativas ≥ 25 que es el promedio de estudiantes por aula según el Ministerio de educación (2016). Fuente: Ministerio de Educación (2016).

Paso 2: Cálculo de p y q

El cálculo de la muestra se realiza mediante la fórmula para universo finito.

“La aplicación de la fórmula del tamaño de la muestra depende del tipo de población que se dispone. Se trata de una población infinita cuando no se sabe el número exacto de unidades del que está compuesta una población, en cambio sí se conoce cuantos elementos tiene una población, se trata de una población finita.” (Mantilla, 2015)

Por tanto se utilizará la fórmula para población finita ya que conocemos los elementos de la población, donde es necesario determinar el valor de p (probabilidad de éxito) y q (probabilidad de fracaso) para obtener la muestra. Estos valores se establecerán a través de una prueba piloto que consiste en la aplicación de 10 encuestas en 4 escuelas seleccionadas al azar y distribuidas en 4 zonas (Norte, Centro, Sur y Valle). La Tabla 16 detalla las escuelas seleccionadas:

Tabla 16

Escuelas seleccionadas para la prueba piloto

Distrito	Fórmula	Número aleatorio	Nombre de la escuela	Encuesta planeadas	Encuesta exitosas
Norte	aleatorio.entre(1;6)	1	José Luis Román	10	10
Centro	aleatorio.entre(1;22)	4	10 de Agosto	10	8
Sur	aleatorio.entre(1;3)	10	Efrén Reyes	10	7
Valles	aleatorio.entre(1;3)	3	Abelardo Flores	10	8
Total				40	33

Fuente: Ministerio de Educación (2016).

El número de encuestas planificadas fue 40, sin embargo en la aplicación de las mismas se logró 33 encuestas exitosas. Mediante la pregunta filtro se establecerá el valor de p y q.

Pregunta filtro: **¿Conoce sobre los productos que entrega el programa de alimentación escolar?**

Sí No

Los resultados obtenidos se muestran en la Figura 15. Por tanto el valor de p es igual a 90,90% equivalente a 30 encuestas y el valor de q es igual a 9,10% equivalente a 3 encuestas.

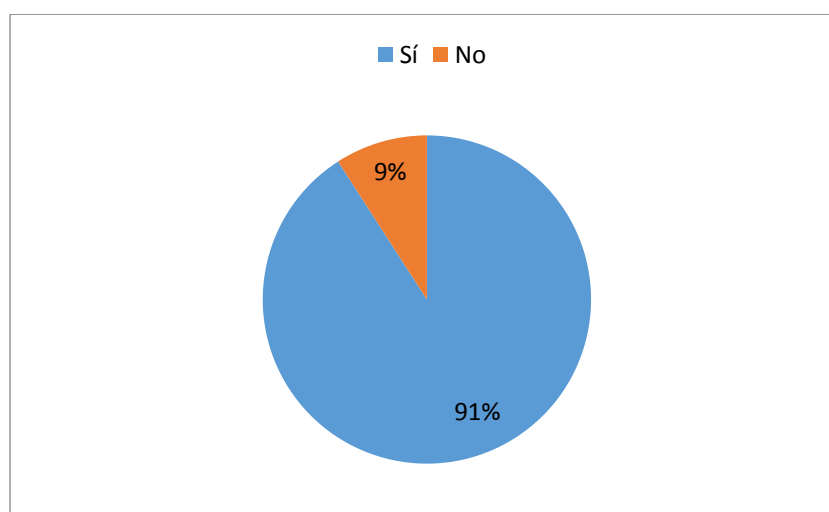


Figura 4: Resultados de la pregunta filtro en la encuesta piloto.

Paso 3: Cálculo de la muestra

Una vez conocidos p y q, se aplica la fórmula para población finita:

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2(N - 1) + pqZ^2}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Valor según el nivel de confianza → 1.96² (95% nivel de confianza)

P= Probabilidad de éxito → 90,9%

q= Probabilidad de fracaso → 9,10

N= Población objetivo → 13.435 estudiantes

E= Error admisible de la muestra → 3%

$$n = \frac{3,8416(0,909)(0,091)13435}{0,0009(13435 - 1) + (0,909)(0,091)3,8416}$$

n =344 encuestas

Paso 4: Cálculo del número de escuelas por distrito

El Distrito Metropolitano de Quito se encuentra conformado a su vez por 9 distritos, cada uno con diferente representatividad de acuerdo al número de escuelas que abarcan. Por tanto las 12 escuelas calculadas en el paso 4 se dividirán para cada distrito según su porcentaje de representatividad, como se muestra en la Tabla 17.

Tabla 17
Cálculo del número de escuelas para el estudio

Distrito	Código del distrito	Total estudiantes	% No. de estudiantes	Elementos de la muestra	
				No. estudiantes (Decimales)	No. escuelas (Enteros)
Noroccidente	17D01	52	0,39%	1,33	1
Calderón	17D02	1211	9,01%	31,00	1
La Delicia	17D03	2282	16,99%	58,43	2
Centro	17D04	381	2,84%	9,76	1
Norte	17D05	821	6,11%	21,02	1
Eloy Alfaro	17D06	3896	29,00%	99,76	4
Quitumbe	17D07	3299	24,56%	84,47	3
Los Chillos	17D08	425	3,16%	10,88	1
Tumbaco	17D09	1068	7,95%	27,35	1
TOTAL		13435	100,00%	344	15

Nota: Escuelas del distrito metropolitano de Quito seleccionadas aleatoriamente para la aplicación de la encuesta del presente estudio.

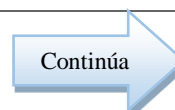
De acuerdo al porcentaje de representatividad se obtienen valores con decimales, pero al tratarse de instituciones educativas se transforma a valores enteros, llegando a 15 el número de escuelas para el estudio.

Paso 5: Selección aleatoria de las escuelas para el estudio

La selección de las escuelas en cada distrito se realizará mediante la fórmula aleatorio.entre de Microsoft Excel, debido a que se utiliza un muestreo probabilístico aleatorio simple. A continuación la Tabla 18 detalla las 15 escuelas seleccionadas de esa muestra.

Tabla 18
Elementos del estudio

Distrito	Fórmula	Número aleatorio	Nombre de la escuela
Noroccidente	aleatorio.entre(1;2)	2	Nanegalito
Calderón	aleatorio.entre(1;7)	4	Capitán Edmundo Chiriboga
La Delicia	aleatorio.entre(1;14)	10	Tomás Abel Rivadeneira
		6	Manuel Abad
Centro	aleatorio.entre(1;3)	1	10 De Agosto
Norte	aleatorio.entre(1;6)	1	José Luis Román



Distrito	Fórmula	Número aleatorio	Nombre de la escuela
Eloy Alfaro	aleatorio.entre(1;22)	10	Humberto Mata Martínez
		16	Virginia Larenas
		15	Oscar Efrén Reyes
		21	Nicolás Guillen
Quitumbe	aleatorio.entre(1;21)	16	Luis Enrique Raza
		8	Antonio Nariño
		18	Nueva Aurora
Los Chillos	aleatorio.entre(1;3)	3	Abelardo Flores
Tumbaco	aleatorio.entre(1;9)	6	Tumbaco

Nota: Detalle de la selección de las escuelas aleatoriamente para el presente estudio.

3.4 Operacionalización de Variables

Tabla 19

Operacionalización de la variable independiente marketing social

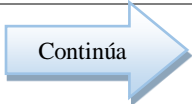
Variable	Propósito del Instrumento	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Instrumento	Ítem
Marketing social	Diagnosticar la efectividad de las campañas de gestión de marketing social realizado por las instituciones públicas para la disminución de la desnutrición infantil en escuelas fiscales del Distrito Metropolitano de Quito.	Campañas ejecutadas	Número de campañas en el 2014	Ministerio de Educación	Entrevista	¿Cuántas campañas se han realizado desde que inició el programa?
		Promoción	Formas de promoción	Ministerio de Educación		¿Cómo se difundió el programa de alimentación escolar?
		Inversión	Presupuesto ejercido	Ministerio de Educación		¿Cuál fue el presupuesto ejercido en los últimos tres años?
		Objetivos	% de disminución de la desnutrición infantil	Ministerio de Educación		¿En qué porcentaje se cumplió la disminución de la desnutrición infantil?
		Beneficio social	Número de personas beneficiadas	Ministerio de Educación		¿Cuántas personas se beneficiaron con la campaña?
		Distribución	Forma de distribución	Ministerio de Educación		¿Cómo es la distribución de los productos del PAE?
		Control	Ministerio de Educación			¿Cómo aseguran que la población objetivo reciba los productos?

Continúa 

Variable	Propósito del Instrumento	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Instrumento	Ítem
Marketing social	Diagnosticar la efectividad de las campañas de gestión de marketing social realizado por las instituciones públicas para la disminución de la desnutrición infantil en escuelas fiscales del Distrito Metropolitano de Quito.	Conocimiento del PAE	Porcentaje de personas que conocen el PAE	Padres de familia	Encuesta	¿Conoce sobre el PAE?
		Envío de productos	Productos que reciben (porcentajes)	Padres de familia	Entrevista	¿Qué productos recibe su hijo/a del PAE?
		Calificación PAE	Calificación promedio	Padres de familia		De acuerdo a su percepción, califique al PAE (muy bueno, bueno, regular, malo, muy malo)
		Difusión de la campaña	Formas de difusión	Padres de familia	¿Cómo se enteró del PAE?	
		Medios de comunicación	Porcentaje de preferencia de medios de comunicación	Padres de familia	¿Qué medios recomendaría para recibir información sobre nutrición?	
		Destino del producto	Destinos de los productos entregados (porcentajes)	Padres de familia	¿Qué destino tienen los productos del PAE que son enviados a su hijo/a?	
		Recomendación	Recomendaciones (porcentaje)	Padres de familia	¿Qué recomendaría mejorar en el programa de alimentación escolar?	
		Positivos (padres)	Aspectos positivos	Padres de familia	¿Cuáles son los aspectos positivos del PAE?	


 Continúa

Variable	Propósito del Instrumento	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Instrumento	Ítem
Marketing social	Diagnosticar la efectividad de las campañas de gestión de marketing social realizado por las instituciones públicas para la disminución de la desnutrición infantil en escuelas fiscales del Distrito Metropolitano de Quito.	Negativo (padres)	Aspectos negativos	Padres de familia		¿Cuáles son los aspectos negativos del PAE?
		Horario	Horario promedio	Profesores		¿A qué hora comen los niños?
		Desayuno	Promedio de productos que conforman en desayuno	Profesores		¿En qué consiste el desayuno escolar?
		Comportamiento	Comportamiento de consumo	Profesores		¿Qué hacen los niños con la comida?
		Distribución final	Cantidad de productos que se entrega a los niños	Profesores		¿Cómo se distribuye los productos del PAE entre los niños?
		Percepción del PAE	Opiniones (porcentajes)	Profesores		¿Qué opina sobre los productos del PAE?
		Positivo (profesores)	Aspectos positivos	Profesores		¿Cuáles son los aspectos positivos del PAE?
		Negativo (profesores)	Aspectos negativos	Profesores		¿Cuáles son los aspectos negativos del PAE?
		Inventario	% de escuelas donde existe problemas de inventario	Profesores		¿Existe exceso o escasez de productos del PAE?
Entrega	Motivos de problemas de inventario	Profesores		¿A qué se debe estos problemas de abastecimiento?		


 Continúa

Variable	Propósito del Instrumento	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Instrumento	Ítem
			Forma de control	Profesores		¿Cómo se aseguran de que el niño consuma los productos enviados?
		Recepción de productos	Forma de recepción	Profesores		¿Cuál es la forma en que el PAE entrega los productos?
			Cantidad recibida	Profesores		¿Qué cantidad de productos entrega el PAE?
			Frecuencia	Profesores		¿Con qué frecuencia se entrega los productos PAE?

Tabla 20

Operacionalización de la variable dependiente desnutrición infantil

Variable	Propósito del Instrumento	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Instrumento	Ítem
Desnutrición infantil	Diagnosticar el nivel de desnutrición en estudiantes de escuelas fiscales de quinto a séptimo año de educación básica en escuelas fiscales del Distrito Metropolitano de Quito.	Datos básicos	Nombre de la escuela	Niños	Encuesta	Nombre de su escuela
			Género	Niños		Masculino, femenino
			Edad	Niños		¿Cuál es su edad?
			Año que cursa	Niños		¿Qué año de educación básica cursa?
			Talla	Niños		¿Cuál es su talla?
		Comportamiento	Peso	Niños		¿Cuánto pesa?
			Consumo	Niños		Seleccionar los productos que les gusta consumir
			Preferencia de sabores	Niños		¿Qué sabores de los productos prefiere?
			Refrigerio	Padres de familia		¿Qué suele enviar sus padres como refrigerio?
			Conceptos básicos	Nutrición		Padres de familia
Alimentación nutritiva	Padres de familia	¿En qué consiste una alimentación nutritiva?				



Variable	Propósito del Instrumento	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Instrumento	Ítem
Desnutrición infantil	Diagnosticar el nivel de desnutrición en estudiantes de escuelas fiscales de quinto a séptimo año de educación básica en escuelas fiscales del Distrito Metropolitano de Quito.		Beneficios	Padres de familia	Encuesta	¿Cuáles son los beneficios de una buena nutrición?
		Nutrición	Porcentaje de personas que consideran que el PAE contribuye a la nutrición	Padres de familia		¿Cómo piensan que los productos del PAE contribuyen a la nutrición?
		Frecuencia	Promedio de consumo	Padres de familia		¿Qué productos son enviados para preparar?
		Destino de productos enviados	Destino de los productos (porcentajes)	Padres de familia		¿Qué suele hacer con los productos que son enviados para preparación?
		Productos de preparación	Porcentaje de personas que consumen los productos	Padres de familia		¿En su hogar se consume los productos de preparación?
		Motivos de no consumo	Motivos por los que no consume los productos de preparación (porcentajes)	Padres de familia		¿Cuáles son los motivos por los que no consume los productos de preparación?

3.5 Instrumentos de recopilación de datos

A continuación se detalla cada instrumento que se utilizará para la recolección de datos de acuerdo a la matriz de operacionalización de variables.

3.5.1 Encuesta dirigida a padres de Familia

Para conocer los conocimientos sobre nutrición así como la percepción, gustos y preferencias de los padres de familia respecto al programa de alimentación escolar se diseñó una encuesta conformada de 28 preguntas (ver anexo 1). La encuesta será enviada a cada hogar de 30 niños por cada escuela de acuerdo al muestreo realizado. Debido a que el bajo control que se puede tener sobre estas encuestas, las mismas cuentan con direccionamiento y preguntas de respuesta cerrada obtenidas en los resultados de la prueba piloto.

3.5.2 Encuesta dirigida a niños

Para conocer la percepción, así como tipos de refrigerio, gustos y preferencias de los niños de primer año sobre el desayuno escolar se ha diseñado un cuestionario conformado por 12 preguntas (ver anexo 2). Del total de preguntas, las últimas dos (11 y 12) corresponden a la talla y peso que se ha obtenido directamente utilizando una balanza y un estadímetro mediante las siguientes técnicas:

- **Técnica de medición de peso:** El primer paso es preparar al niño verificando que haya realizado la evacuación y que no tenga vestimenta que influya en la medición tal como sacos, abrigos, zapatos, entre otros. Posteriormente se solicitará al niño ubicarse sobre la balanza en posición erguida, brazos a los lados, y las piernas estiradas en forma semiabierta tal como se muestra en la Figura 5. Una vez sobre la balanza se toma el dato generado en la ventana de la misma que refleja el peso en kilos.

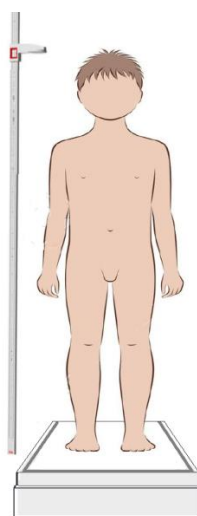


Figura 5: Posición para toma de talla y peso

- **Técnica de medición de estatura:** Durante la posición de la Figura 16, el niño es medido en estatura cuidando la postura erguida y vista al frente colocando previamente la cinta en una superficie plana. Posteriormente se desliza la escuadra hasta llegar al tope de la cabeza, y se procede a la toma de la estatura en centímetros cuidando que la escuadra permanezca recta y evitando peinados, diademas, gorras, adornos u otro tipo de obstáculos.

3.5.3 Entrevista a los expertos

Para conocer la opinión desde el punto de vista médico sobre el programa de alimentación escolar se realizará una entrevista al Dr. Ramiro Montalvo, especialista en pediatría.

3.5.4 Entrevista al Ministerio de Educación

Para conocer la gestión del programa de alimentación escolar se ha establecido una entrevista con la Especialista de Operaciones y Logística del programa, la Ing. Mónica Paulina Ubidia Proaño.

3.5.5 Entrevistas a los docentes encargados

Para conocer la percepción de los docentes encargados de primer año de educación general básica se ha establecido una entrevista a cada docente de las aulas

donde fueron entregadas las encuestas dirigidas a los padres de familia. La entrevista consta de 7 preguntas sobre la gestión logística de la campaña de marketing social correspondiente al programa de alimentación escolar.

3.6 Plan de recopilación de datos

3.6.1 Reproducción de instrumentos de recopilación

Encuestas

La reproducción de las encuestas dirigidas a los padres de familia, así como las encuestas dirigidas a los niños serán mediante una imprenta quien toma el modelo de cada encuesta y lo ajusta a una hoja de papel bond tamaño estándar a color.

La encuesta dirigida a los padres de familia por la extensión será impresa en anverso y reverso, mientras que la encuesta para los niños de primer año de educación general básica se imprimen en el anverso a color.

Fichas para entrevistas

Las entrevistas serán manejadas con fichas que contienen las preguntas base, sin embargo es abierta, de manera que se realiza las preguntas que se plasman en la ficha y las que surjan durante el diálogo. Por tanto es necesaria la impresión de fichas de entrevistas tanto para obtener información del Ministerio de Educación, de los docentes encargados y el experto que asesora el proyecto en el ámbito médico.

Se procurará obtener los respectivos audios de las entrevistas a la medida de lo posible, ya que por motivos particulares, los entrevistados tienen la potestad de autorizar el uso de la grabación.

3.6.2 Datos de ubicación de las fuentes de información

En el muestreo se ha seleccionará 15 escuelas de forma aleatoria de una base de instituciones fiscales obtenida a través del Ing. José Ignacio Coral Jiménez, analista de estadística educativa de la Dirección Nacional de Análisis e Información Educativa. Para la localización de las escuelas es necesario obtener los números telefónicos con el fin de informar sobre el tema de la investigación y actividades a

realizar en caso de haber autorización por parte de los directores o rectores respectivos. Una vez contactados se procederá a la presentación de una solicitud (ver anexo 3) para acceder a la institución, y posteriormente se ejecuta las herramientas de recolección de información.

En caso de que una escuela no conceda autorización, se procede a tomar otra escuela de la base de datos de manera aleatoria.

3.6.3 Calendario de recopilación

La Tabla 21 detalla las 15 escuelas seleccionadas junto con las fechas para la recopilación de datos.

Tabla 21

Cronograma de recopilación de información en el Distrito Metropolitano de Quito

Distrito	Número aleatorio	Nombre de la escuela	Fecha
Noroccidente	2	Nanegalito	30/03/2016
Calderón	4	Capitán Edmundo Chiriboga	08/03/2016
La Delicia	10	Tomás Abel Rivadeneira	22/03/2016
	6	Manuel Abad	24/03/2016
Centro	1	10 De Agosto	10/03/2016
Norte	1	José Luis Román	15/03/2016
	10	Humberto Mata Martínez	08/03/2016
	16	Virginia Larenas	10/03/2016
	15	Oscar Efrén Reyes	15/03/2016
Eloy Alfaro	21	Nicolás Guillen	17/03/2016
	16	Luis Enrique Raza	22/03/2016
	8	Antonio Nariño	24/03/2016
Quitumbe	18	Nueva Aurora	25/03/2016
	3	Abelardo Flores	17/03/2016
Los Chillos	3	Abelardo Flores	17/03/2016
Tumbaco	6	Tumbaco	25/03/2016

Nota: Fechas del levantamiento de las encuestas en las escuelas del Distrito Metropolitano de Quito.

3.6.4 Reclutamiento y capacitación de personal que participa en el levantamiento de la información.

La recopilación de información se realiza con dos personas en cada escuela, una autora de proyecto y un asistente, para realizar las siguientes actividades:

- Envío de 30 encuestas a los padres de familia de niños de primer año de educación básica general.
- Aplicación de 30 encuestas a los niños de primer año de educación básica general.
- Toma de talla y peso.

Las actividades serán ejecutadas previa capacitación de la Lca. Gabriela Chela, en cuanto a la toma de talla y peso tanto para las autoras del proyecto como para los asistentes que las acompañan. En cuanto a la aplicación de encuestas, esta será aplicada por parte de las autoras por lo cual no requiere otro tipo de capacitación.

3.7 Plan de procesamiento de información

3.7.1 Codificación

La codificación para el ingreso de las encuestas a una base de datos es alfanumérica de acuerdo a las respuestas, por tanto no se manejarán otro tipo de códigos.

3.7.2 Software de procesamiento de datos

Se utilizará dos tipos de software en el procesamiento:

- **Microsoft Excel:** El procesamiento de la información se realizará utilizando Microsoft Excel para el ingreso de las encuestas. En la hoja de cálculo se procede a la depuración de datos a través de la aplicación de filtros y otras herramientas del programa.
- **SPSS (Statistical Package for the Social Sciences):** Una vez establecida la base de datos se utilizará el programa estadístico SPSS, mediante el cual se realizará análisis univariado, cruce de variables y obtención de anovas.

3.7.3 Ingreso de información

La información que se obtiene del software utilizado se detalla a continuación:

- **Cuadros de salida:** Consisten en tablas de frecuencias de acuerdo al análisis univariado.

- **Gráficos:** Se obtendrán dos tipos de gráficos, para las preguntas con menos de tres respuestas se aplicará gráfico de pastel, mientras que las preguntas con más de tres respuestas se aplicará gráfico de barras.
- **Índices estadísticos:** Se obtendrá el chi cuadrado para la aprobación de hipótesis en el cruce de variables.

3.8. Plan de análisis e interpretación de datos

Una vez obtenidas las tablas de frecuencias, estadísticos, y gráficos se pasa la información a un archivo de Word donde se procede al análisis de las frecuencias de acuerdo a su tabla y gráfico, el análisis del cruce de variables de acuerdo al Chi cuadrado obtenido.

CAPÍTULO IV

MARCO EMPÍRICO

4.1 Ejecución de la investigación de mercado

La ejecución de la investigación de campo a través de las herramientas previamente establecidas, se ha realizado buscando el cumplimiento de la planificación, sin embargo por factores externos tales como la autorización de las instituciones educativas y la disposición de tiempo, se realizó la recolección de datos modificando aunque no en su totalidad las fechas determinadas. El anexo 4 describe la ejecución real de la investigación.

4.2 Análisis y síntesis de la información

Objetivo1: Analizar la campaña de marketing social utilizado para el Programa de Alimentación Escolar dirigido a niños de 5 años en escuelas fiscales del Distrito Metropolitano de Quito.

Hallazgos: Entrevista – Ministerio de Educación

- Se considera que el programa de alimentación escolar no requiere ser difundido ya que se ejecuta como una política de estado.
- Las escuela deben inscribirse para formar parte del programa, esto se realiza mediante un director distrital, quien se encarga de reunirse con la comunidad educativa les explica los beneficios que tiene la alimentación escolar para que accedan al servicio.
- Se capacita a las instituciones educativas únicamente en temas de almacenamiento y manipulación de los productos recibidos.
- Desde el año 2015 el programa contempla un valor nutricional en sus productos.
- Desde que inició el programa se ha hecho variaciones en los tipos de galleta, actualmente hay cuatro tipos de galletas, la colada de sabores, la leche fortificada de sabores principalmente.

- Se entrega fruta como parte del desayuno escolar de manera sectorizada, sobre en la parte agro.
- Los productos se han determinado con estudios que se va haciendo dependiendo de lo que necesita el niño en el desayuno.
- Todas las escuelas deberían recibir los mismos productos a excepción de las instituciones que reciben fruta.
- El exceso o escasez se debe principalmente a la falta de actualización de la matriz de beneficiarios a cargo de los directores de cada institución.
- Una comisión de administración escolar conformada por el director o el maestro responsable y siete padres de familia son los encargados de distribuir los productos.
- En la entrega el producto a la institución educativa se genera una nota de entrega donde consta los datos generales de la escuela y se detalla los productos que se entrega en detalle y cantidad.

Objetivo 2: Establecer el grado de conocimiento e impacto del Programa de Alimentación Escolar a través de una investigación de mercados en la que se evalúe las perspectivas de los padres de familia, niños y docentes.

Hallazgos: Entrevista al experto en Salud

- La desnutrición es un estado patológico ocasionado por la falta de digestión o absorción de nutrientes y de acuerdo a la gravedad se lo divide en primero, segundo y hasta tercer grado.
- Cuando un niño tiene bajo peso, posteriormente va tener muchos problemas de rendimiento académico y de salud, por lo que se recomienda el niño se realice controles mensuales por lo menos hasta los 5 años
- Las personas más propensas a la desnutrición son los niños de 0 a 5 años, pero a los que más afecta son a niños de 0 a 2 años.
- La causa de la desnutrición en los niños es la dieta inadecuada, mal balanceada, o mal consumo de alimentos.
- Los productos cubren los requerimientos mínimos necesarios para una nutrición infantil ya que contiene proteínas, minerales, carbohidratos y

vitaminas sin embargo hace falta un aporte básico de hierro, importante para la oxigenación de la sangre.

- Se recomienda sustituir los productos por un batido multivitamínico que contengan proteínas, carbohidratos, vitaminas y minerales o adherir un suplemento nutricional.
- Los suplementos que recomienda el doctor son: PediaSure, Ensure, Promise, Ensoy
- Para la desnutrición infantil se recomienda el consumo de: Proteínas que se encuentra en la leche, la carne, los huevos; carbohidratos en las papas, el arroz, el fideo, cebolla blanca; y vitaminas y minerales en frutas y verduras.
- Es necesario dotar de un desayuno adecuado para los niños para tener la suficiente captación, un desayuno adecuado podría ser leche, pan, huevos y fruta, en la leche da proteínas, la fruta vitaminas y minerales, y en el pan los carbohidratos.
- Hay falta de educación a las madres de familia, se tiene un mal concepto de alimentación nutritiva.
- Un buen refrigerio se forma con un carbohidrato y una vitamina por ejemplo; una fruta, chochos con tostado, jugos naturales de naranja, tomate de árbol, entre otros, además se debería evitar los preservantes y frituras para evitar enfermedades posteriores y alergias.
- El método más utilizado y recomendado para calcular si un niño está bien nutrido, es la curva de crecimiento avalada por la organización mundial de la salud que la utilizan todos los países.

Hallazgos: Entrevistas a los docentes encargados

- No se respeta la hora en que debe consumirse el desayuno, lo docentes entregan los productos en la hora de recreo junto con la colación enviada por los padres de familia.
- El desayuno escolar generalmente consiste en un paquete de galletas y una leche.

- Los niños suelen consumir los productos con agrado hasta mitad de semana, luego el producto puede ser enviado al domicilio o simplemente no se entrega a los niños que no desean.
- Los docentes tienen gran aceptación hacia los productos ya que ayudan a la alimentación sin embargo reconocen que hay fallas tales como falta de variedad y caducidad.
- El principal aspecto positivo del programa es que ayuda a los niños que por su situación económica no tienen acceso a un desayuno adecuado o no disponen de un refrigerio enviado por sus padres.
- Los aspectos negativos son: el tiempo que toma a los niños servirse el desayuno, el nuevo empaque en la leche, falta de variedad, la entrega de productos caducados.
- Se ha presentado problemas de escasez, en este se da preferencia a los grados inferiores, se comunica a los padres para evitar la falta de desayuno, o se entrega únicamente a los niños que deseen. El tiempo de falta de producto ha llegado hasta 2 meses.
- La escasez según los docentes se debe a errores en los datos del número de estudiantes.
- El consumo de los productos se asegura mediante una constante comunicación con los padres de familia.
- Los productos llegan a las instituciones en camiones donde se entregan en cartones sellados. La recepción se encuentra a cargo de la comisión de alimentación escolar.
- La entrega del desayuno escolar es diaria.
- Se organiza con los padres de familia la preparación de productos como la colada, esto se puede realizar por turnos o contratando una tercera persona quien es retribuida económicamente por cuotas pagadas por los padres.
- Existe un excesivo envío de comida chatarra.

4.3. Análisis univariado – encuesta padres de familia

Pregunta 1

Tabla 22
Significado de Nutrición

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Combinación equilibrada distintos grupos alimenticios	228	63,33%
Comer en grandes cantidades	1	0,28%
Consumir únicamente frutas y vegetales	26	7,22%
Hábitos alimenticios saludables	61	16,94%
Proporcionar los elementos necesarios para funcionamiento del organismo	42	11,67%
No contestan	2	0,56%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje del significado de Nutrición de la encuesta aplicada a los padres de familia.

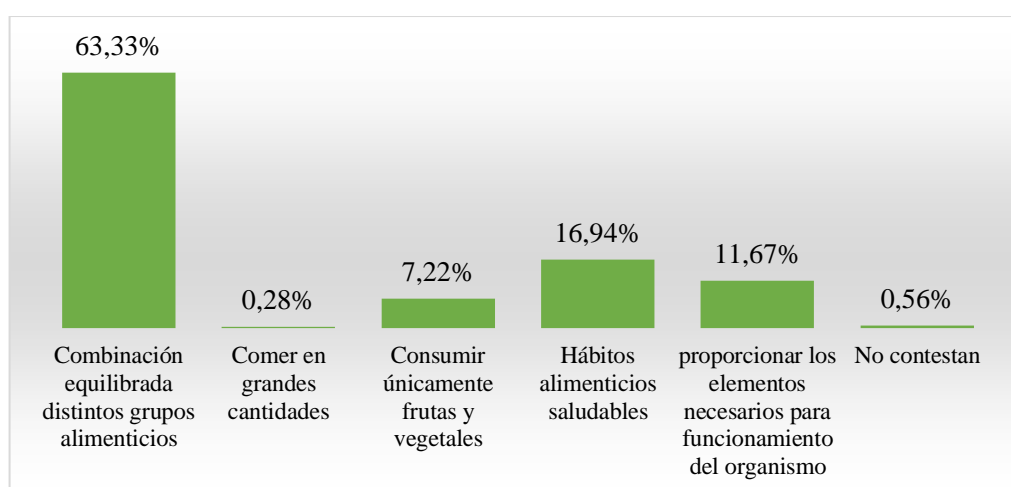


Figura 6: Significado de nutrición.

Análisis

Los resultados evidencian un cambio en la mentalidad de la población, pues antes se creía que la nutrición es sinónimo de comer en grandes cantidades, y que por tanto mientras más se ingería, mayor era la salud. Para el 63,33% el significado de nutrición es la combinación equilibrada de distintos grupos alimenticios.

Pregunta 2

Tabla 23

Significado de Alimentación Nutritiva

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Comer frutas, carnes, lácteos, vegetales, carbohidratos, granos, cereal	250	69,44%
Comer nutrientes en cantidades adecuadas	43	11,94%
Comer tres veces al día	37	10,28%
Tener conciencia de lo que se ingiere a diario	29	8,06%
No contestan	1	0,28%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje del significado de Alimentación Nutritiva de la encuesta aplicada a los padres de familia.

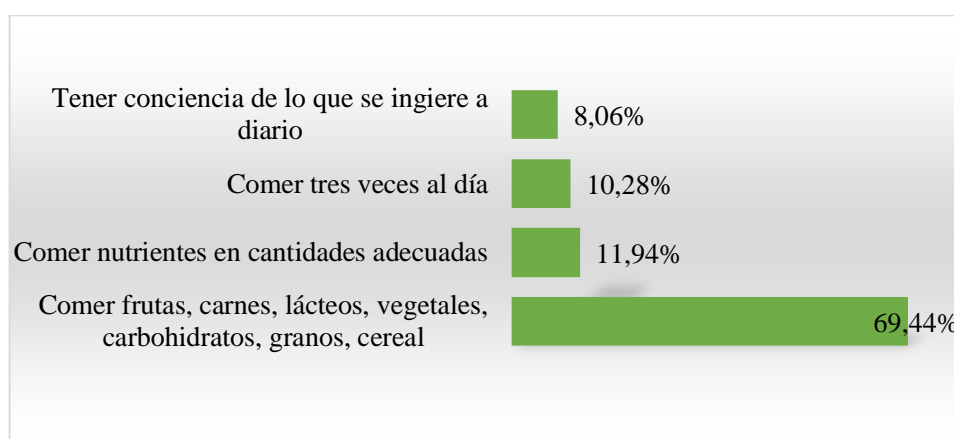


Figura 7: Significado de alimentación nutritiva

Análisis

El 69,44% de los padres de familia tienen conocimiento de que una alimentación nutritiva es más que comer tres veces al día, se trata de comer de manera equilibrada cada grupo de alimentos y en cantidades adecuadas.

Pregunta 3

Tabla 24

Beneficios de una buena nutrición

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Buen desempeño académico	47	13,06%
Crecimiento sano y fuerte	106	29,44%
Mantener una buena salud	147	40,83%
Mejorar la calidad de vida	44	12,22%
Tener energía	8	2,22%
Otros	1	0,28%
No contestan	7	1,94%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje del significado de beneficios de una buena nutrición de la encuesta aplicada a los padres de familia.

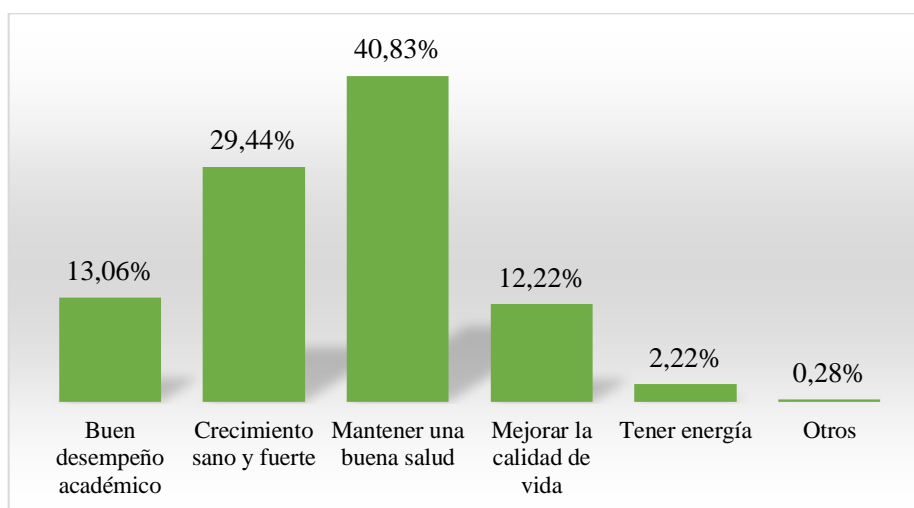


Figura 8: Beneficios de una buena nutrición

Análisis

El 40,83% de los padres de familia establecen que el principal beneficio de una buena nutrición es la salud, mientras que el 29,44% piensa que es el crecimiento sano y fuerte, si bien las respuestas se encuentran relacionadas el objetivo es conocer hacia donde se alinean los padres es decir, salud, desempeño académico o energía. Por tanto se puede evidenciar que la mayoría relaciona la buena nutrición con la salud.

Pregunta 4

Tabla 25

Tipos de refrigerio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Frutas	267	74,17%
Cereal	153	42,50%
Lácteos	191	53,06%
Dulces	11	3,06%
Snacks	39	10,83%
Vegetales y hortalizas	105	29,17%
Otros	7	1,94%

Nota: Porcentaje de los tipos de refrigerio de la encuesta dirigida a los padres de familia.

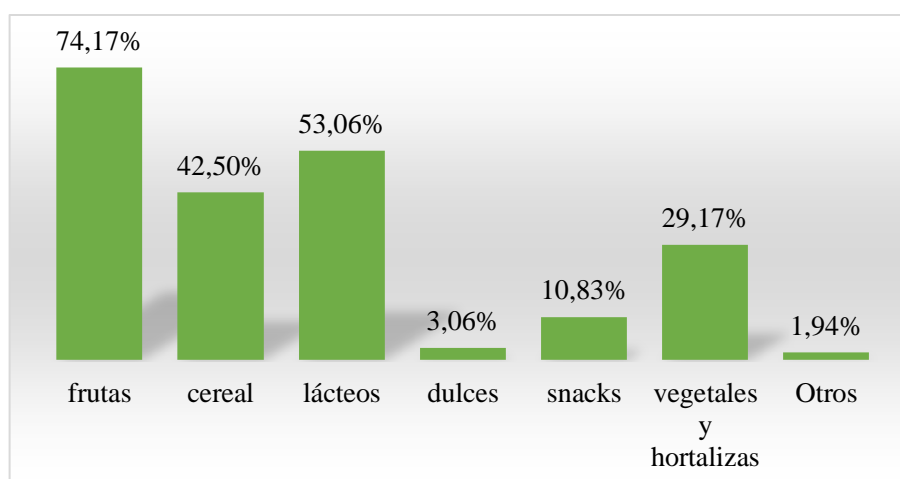


Figura 9: Tipos de refrigerio

Análisis

El 74,17% de padres de familia envía frutas a sus hijos, así como lácteos con 53,06%, cereal con 42,50%, y vegetales y hortalizas con 29,17%. El alto porcentaje respecto al envío de frutas se debe principalmente a las charlas brindadas por las instituciones educativas acerca de un adecuado refrigerio escolar y las restricciones de las docentes en cuanto a ciertos alimentos.

Pregunta 5

Tabla 26

Conocimiento sobre los productos del programa de alimentación escolar

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	341	94,72%
No	19	5,28%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje de conocimiento sobre los productos del programa de alimentación escolar de la encuesta dirigida a los padres de familia.

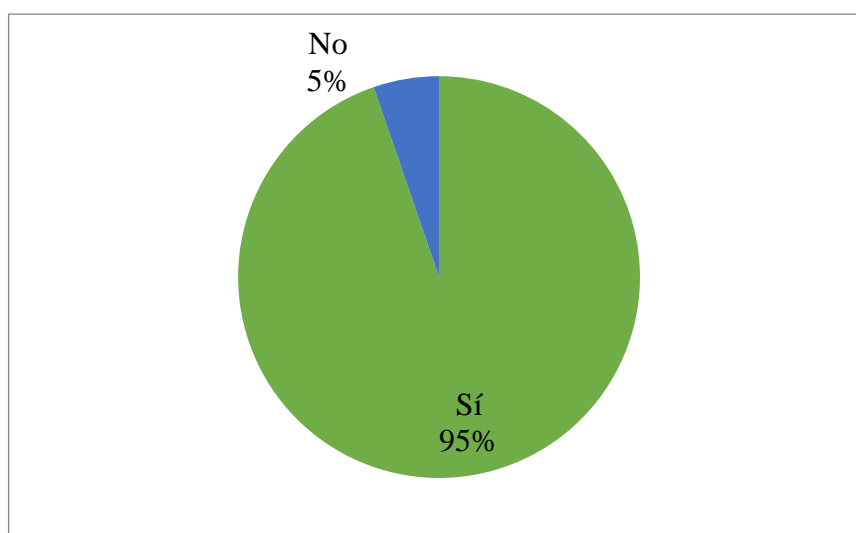


Figura 10: Conocimiento sobre los productos del programa de alimentación escolar

Análisis

El 95% conoce sobre los productos del programa de alimentación escolar, es decir que el programa ha tenido una gran acogida entre los padres quienes lo han conocido por diferentes medios.

Pregunta 6

Tabla 27

Productos que reciben los niños de primer año de educación básica

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sanducas	195	54,17%
Granola	166	46,11%
Colada	107	29,72%
Galletas de arroz	220	61,11%
Leche	302	83,89%
Granola de cebada	75	20,83%
Galletas Multicereal	145	40,28%
Galleta Chokoa	92	25,56%

Nota: Porcentaje de los productos que los niños reciben de la encuesta dirigida a los padres de familia.

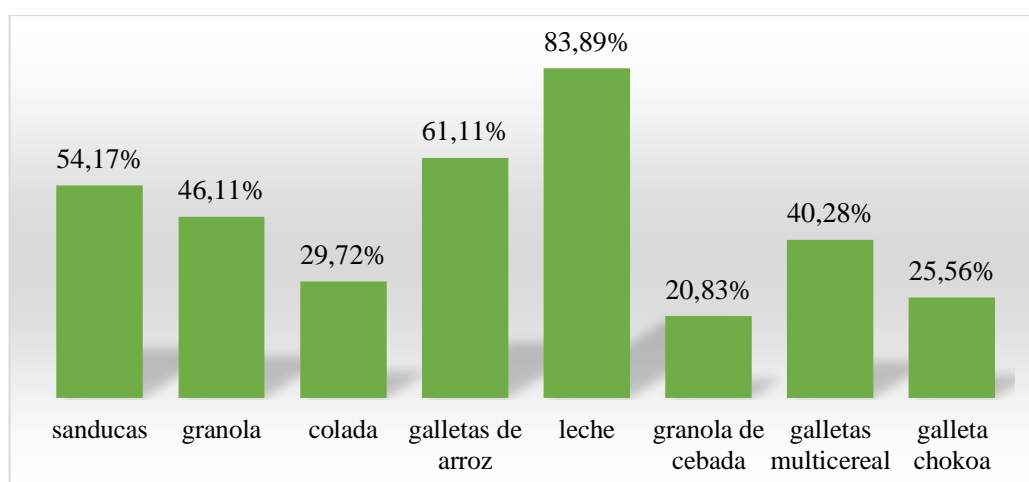


Figura 11: Productos que reciben los niños de primer año de educación básica

Análisis

El producto que generalmente reciben los niños según el 83,89% de los padres es la leche actualmente en su nuevo empaque plástico, así como las galletas de arroz y galletas sanducas con 61,11% y 54,17% respectivamente. Mientras que los productos como la granola, galleta multicereal, galleta chokoa y colada suelen enviarse con menor frecuencia.

Pregunta 7

Tabla 28

Destino de los productos que no son consumidos por los niños.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Los comparte con la familia	121	33,61%
Los consume después	90	25,00%
Los desecha	5	1,39%
Los regala	5	1,39%
Los trae a casa	111	30,83%
No contestan	28	7,78%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje del destino de los productos no consumido por los niños, de la encuesta dirigida a los padres de familia.

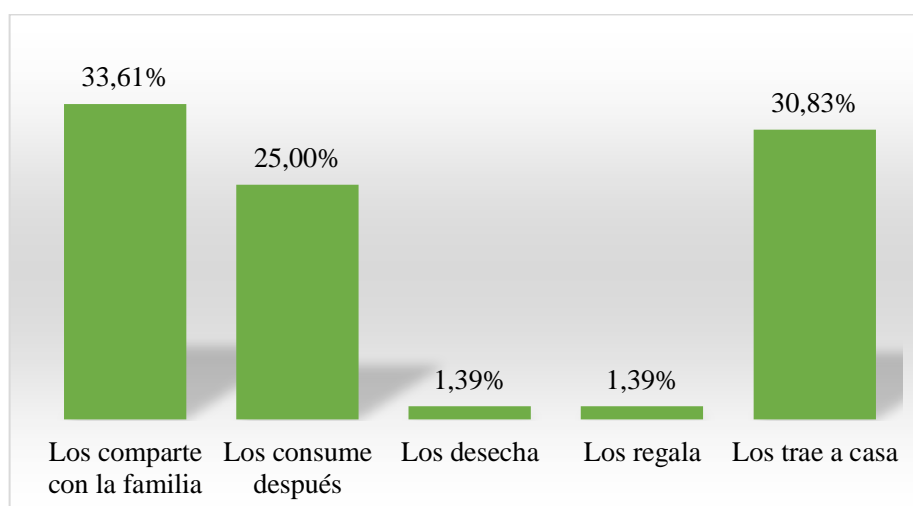


Figura 12: Destino de los productos que no son consumidos por los niños.

Análisis

Los productos que no son consumidos en la escuela, los niños suelen llevarlos a casa en un 30,83%, compartirlos con su familia en 33,61%, o consumirlo después en 25%. El destino de dichos productos se decide en el hogar del infante, la respuesta “los trae a casa” indica que los productos llegan pero no son consumidos ni por sus familiares ni por sus infantes, por tanto se desconoce el destino final, mientras que las respuestas restantes especifican de manera clara lo que se realiza con los productos que llegan al hogar.

Pregunta 8

Tabla 29

Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Colación adicional a la enviada por los padres	1	0,28%
Contribuyen al desempeño escolar	52	14,44%
Los productos ayudan al crecimiento	27	7,50%
Los productos tienen vitaminas, hierro y minerales	128	35,56%
Mediante una alimentación sana y nutritiva	125	34,72%
No contribuyen porque no son agradables	1	0,28%
No contestan	26	7,22%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje de la forma de contribución a la nutrición los productos del programa de alimentación escolar, dirigida a los padres de familia.

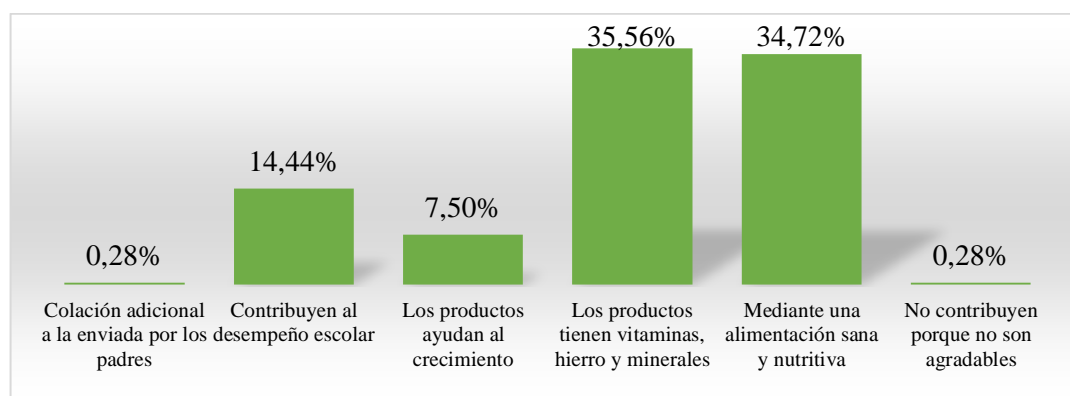


Figura 13: Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar.

Análisis

Las formas en que contribuyen los productos del programa de alimentación escolar según los padres de familia son: los productos tienen vitaminas, hierro y minerales en 35,56% y mediante una alimentación sana y nutritiva en 34,72%. Estas respuestas están relacionadas a la alimentación y la salud.

Pregunta 9

Tabla 30

¿Cómo se enteró de los productos del programa de alimentación escolar?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
En la escuela	249	69,17%
Mi hijo lleva los productos a la casa	80	22,22%
Por otros medios de comunicación	8	2,22%
No contestan	23	6,39%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje de cómo se enteraron de los productos del programa los padres de familia.

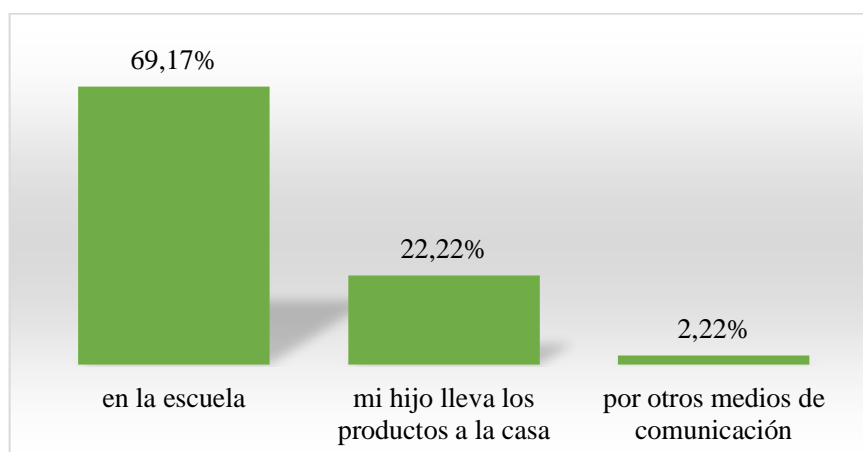


Figura 14: Cómo se enteró de los productos del programa de alimentación escolar.

Análisis

El 69,17% de padres de familia supieron sobre el programa de alimentación escolar en la escuela posiblemente a través de reuniones, lo cual evidencia una gestión por parte de las autoridades de las instituciones educativas con el fin de mantener a los padres informados y por tanto una mayor relación entre padres y docentes, solamente el 22,22% conoció del programa por que el niño lleva los productos al hogar.

Pregunta 10

Tabla 31

Aspectos positivos del programa de alimentación escolar

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Los productos se reciben a diario	87	24,17%
A los niños les gusta los productos	54	15,00%
Los productos son saludables y nutritivos	142	39,44%
Ayudan a las personas de bajos recursos económicos	91	25,28%
Los productos ayudan al crecimiento y desempeño adecuados	58	16,11%

Nota: Porcentaje de los aspectos positivos del programa de alimentación escolar de la encuesta aplicada a los padres de familia.

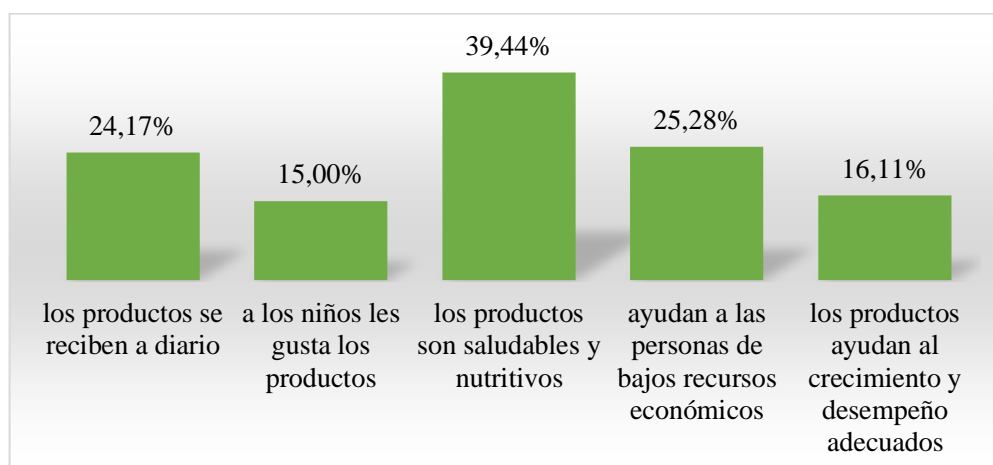


Figura 15: Aspectos positivos del programa de alimentación escolar

Análisis

Se evidencia que el 39,44% de los padres de familia en base a las charlas recibidas conocen que los productos son saludables y nutritivos. Otro aspecto positivo es la ayuda a las personas de bajos recursos económicos según el 25,28%, finalmente el tercer aspecto positivo que más destaca es que los productos se reciben a diario en 24,17%, lo cual indica que los padres de familia tienen confianza en que sus hijos recibirán un adecuado alimentos en caso de que no que no haya posibilidad de enviar un refrigerio particular.

Pregunta 11

Tabla 32

Aspectos negativos de los productos del programa de alimentación escolar

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Envío de productos para preparar en la casa	33	9,17%
Se entregan productos caducados o a punto de caducar	40	11,11%
No hay variedad de productos por tanto los niños se hostigan	170	47,22%
Los productos no tienen buen sabor	43	11,94%
Los productos no son entregados diariamente	42	11,67%
Los niños se enferman por ser intolerantes a ciertos productos	16	4,44%
Ninguno	3	0,83%

Nota: Porcentaje de los aspectos negativos del programa de alimentación escolar de la encuesta aplicada a los padres de familia.

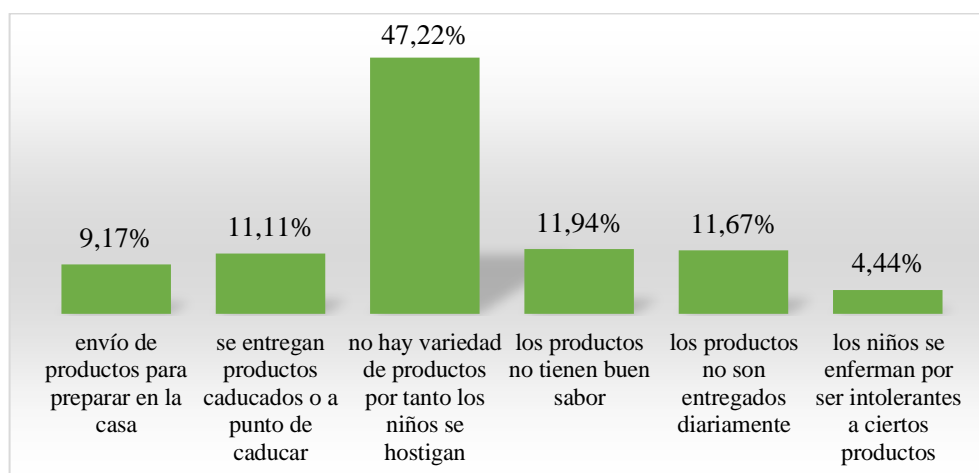


Figura 16: Aspectos negativos de los productos del programa de alimentación escolar.

Análisis

El aspecto negativo de mayor selección es la falta de variedad de productos en 47,22% lo cual hace que los niños se hostiguen. Por tanto es necesario establecer otras opciones ya que si bien los productos son nutritivos, éstos son ingeridos totalmente los primeros días de la semana mientras que los días restantes la aceptación y consumo son bajos.

Pregunta 12

Tabla 33

Problemas presentados con los productos del programa de alimentación escolar

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Los productos están caducados	51	14,17%
Los productos tienen mal sabor	74	20,56%
La cantidad de producto es baja	41	11,39%
El aporte nutricional no es adecuado	25	6,94%
Ninguno	12	3,33%

Nota: Porcentaje de los problemas presentados con los productos del programa de alimentación escolar, de la encuesta aplicada a los padres de familia.

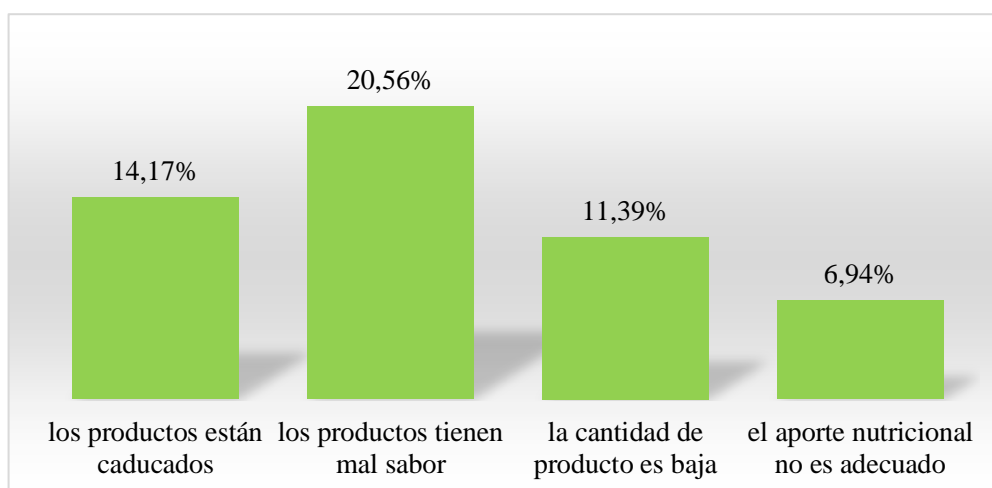


Figura 17: Problemas presentados con los productos del programa de alimentación escolar.

Análisis

Los encuestados indican que los principales problemas son: el mal sabor en 20,56%, los productos caducados en 14,17% y la baja cantidad en 11,39%. Esta pregunta fue diseñada para conocer el problema así como los productos donde se presenta dicho problema. Un bajo número de encuestados especificaron los productos que tienen estos problemas, destacando el mal sabor en la colada y galletas, los productos caducados en galletas y la baja cantidad del producto en leche y galletas.

Pregunta 13

Tabla 34

Calificación del programa de alimentación escolar

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	86	23,89%
Bueno	210	58,33%
Regular	37	10,28%
Malo	6	1,67%
No contestan	21	5,83%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje de la calificación del programa de alimentación escolar, de la encuesta aplicada a los padres de familia.

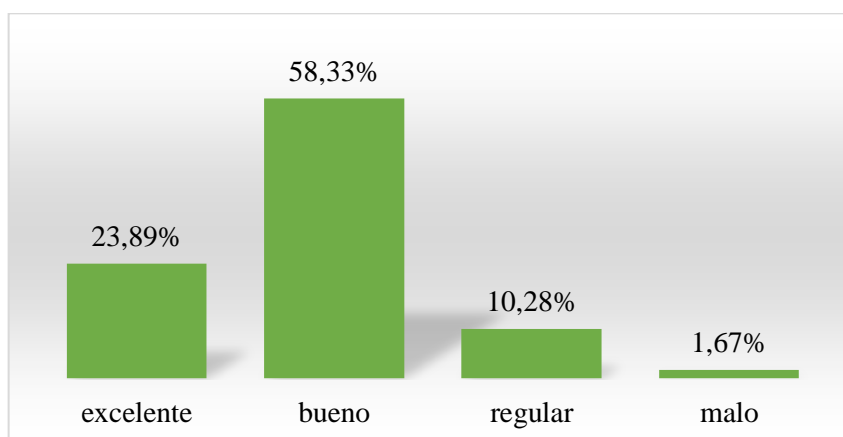


Figura 18: Calificación del programa de alimentación escolar

Análisis

Los padres de familia tienen una percepción positiva sobre el programa de alimentación escolar ya que más del 50% lo califica como bueno y casi el 24% lo considera excelente, apenas el 10,28% y 1,67% lo consideran regular o malo. Esto permite verificar la gran aceptación del programa, pero que es claro que necesita mejoras para llegar a ser excelente y no solo bueno.

Pregunta 14

Tabla 35

Productos que son enviados para preparar en el hogar

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Colada fortificada	141	39,17%
Granola	96	26,67%
Ninguno	133	36,94%

Nota: Porcentaje de los productos enviados para preparar en casa, de la encuesta aplicada a los padres de familia.

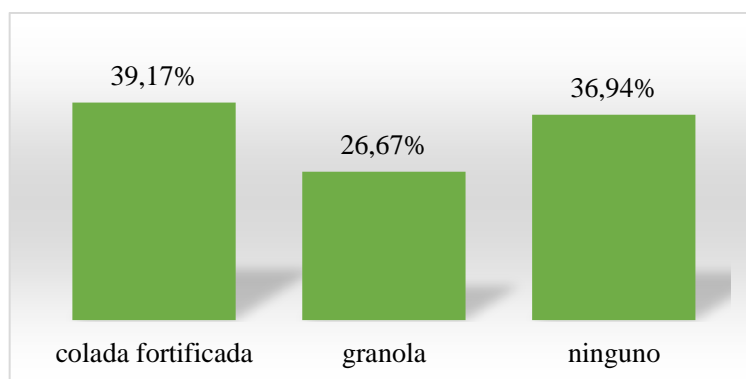


Figura 19: Productos que son enviados para preparar en el hogar.

Análisis

El Producto que más envían para preparar en casa es la colada fortificada con un 39,17%, seguido de la granola con el 26,67%, sin embargo el 36,94% de los productos no son enviados a prepararse en casa.

Pregunta 15

Tabla 36

Destino de los productos que son enviados para preparación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Desecho los productos	5	1,39%
Preparo y consumo los productos	198	55,00%
Regalo los productos	26	7,22%
Otros	1	0,28%
No contestan	130	36,11%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje del destino de los productos que son enviados para preparación al hogar, de la encuesta aplicada a los padres de familia.

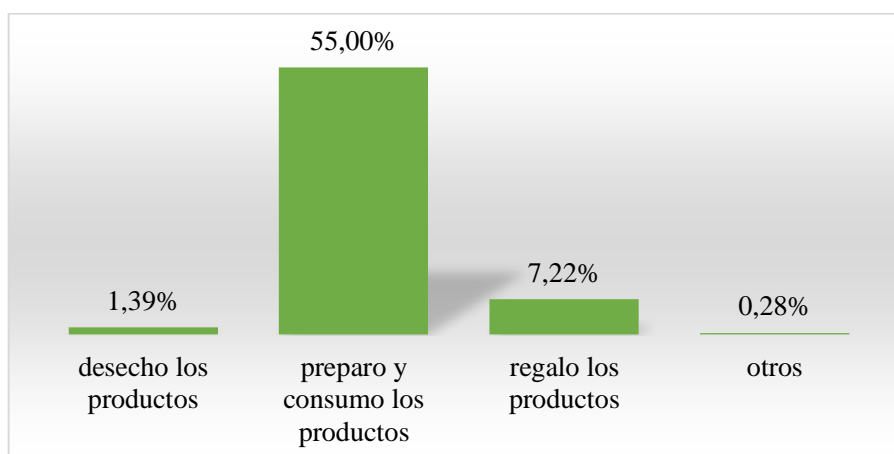


Figura 20: Destino de los productos que son enviados para preparación

Análisis

El 55,00% de padres de familia preparan para el consumo los productos que son enviados al hogar, este resultado se debe a que las escuelas suelen realizar acuerdos con los padres de familia para preparar los productos como colada y granola. Los padres de familia muestran iniciativa en la preparación utilizando estos productos para hacer galletas, pasteles o tortillas.

Pregunta 16

Tabla 37

Motivos por los que no consume productos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No me agrada los productos	38	10,56%
No tengo tiempo de prepararlos	55	15,28%
Prefiero otros productos	40	11,11%
Son difíciles de preparar	7	1,94%
Prohibición médica	1	0,28%
Otros	3	0,83%
Ninguno	3	0,83%
No contestan	213	59,17%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje de los motivos por los que no consume los productos del programa de alimentación escolar, de la encuesta aplicada a los padres de familia.

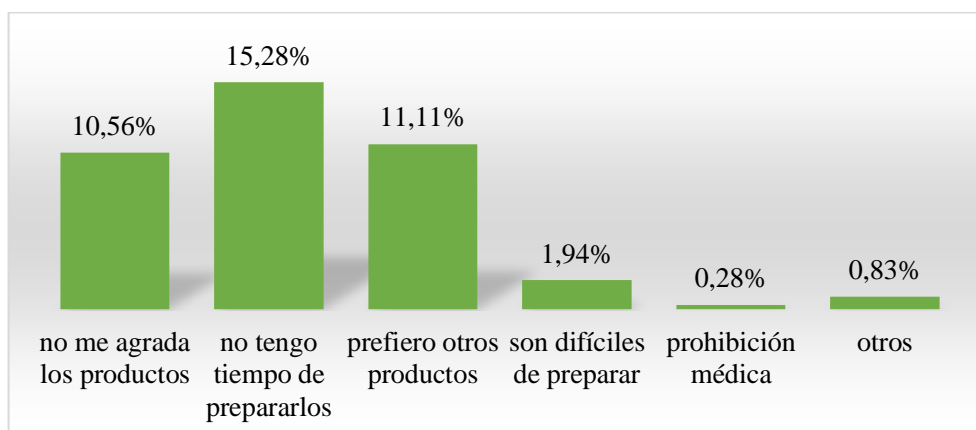


Figura 21: Motivos por los que no consume productos

Análisis

Los productos de preparación que son entregados a los padres de familia pueden perder su objetivo al ser rechazados debido al tiempo que conlleva cocinar estos productos en 15,28%, debido a que no agradan en 10,56% o porque prefieren otros productos en 11,11%.

Pregunta 17

Tabla 38

Frecuencia de consumo de productos preparados

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
A veces	128	35,56%
Nunca	20	5,56%
Siempre	115	31,94%
No contestan	97	26,94%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje de frecuencia de consumo de los productos preparados del programa de alimentación escolar, de la encuesta aplicada a los padres de familia.

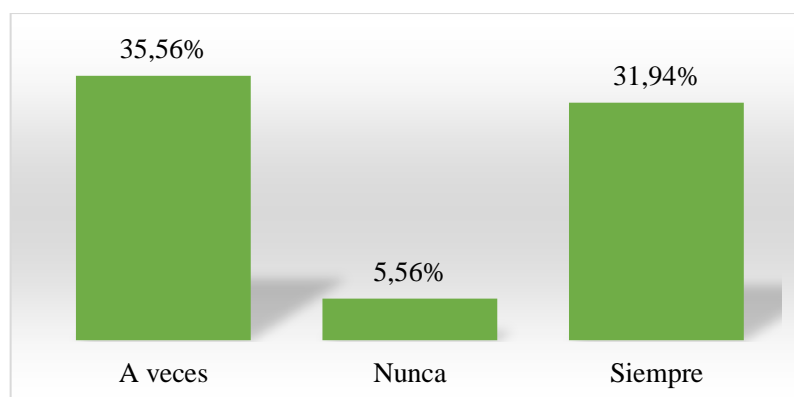


Figura 22: Frecuencia de consumo de productos preparados

Análisis

Los productos que son preparados por los padres de familia en 35,56% se consumen a veces y en 31,94% siempre; esto debido las escuelas planifican con los padres la preparación y entrega de estos productos en el desayuno escolar, por tanto los niños consumen ya que son controlados por sus maestros.

Pregunta 18

Tabla 39

Porcentaje de consumo de los productos enviados a preparación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
100%	35	9,72%
80%	49	13,61%
60%	47	13,06%
40%	44	12,22%
20%	67	18,61%
No contestan	118	32,78%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje de los productos preparados que son consumidos, de la encuesta aplicada a los padres de familia.

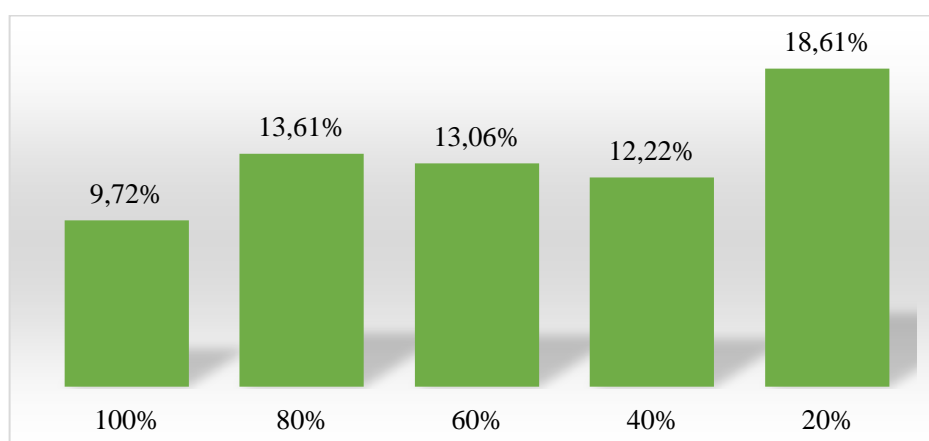


Figura 23: Porcentaje de consumo de los productos enviados a preparación.

Análisis

Los niños suelen consumir los productos preparados sin embargo apenas el 9,72% los ingiere totalmente, los demás varían su consumo de 80% a 20%, esto debido a que la preparación es diferente de acuerdo a las costumbres de cada padre que se encuentre en turno.

Pregunta 19

Tabla 40

Recomendaciones de mejora

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Aumentar la variedad de productos	132	36,67%
Controlar que la entrega sea diaria	43	11,94%
Mejorar el sabor	107	29,72%
Mejorar la calidad	1	0,28%
Mejorar la contextura de los productos	14	3,89%
No enviar productos para preparar en casa	21	5,83%
No contestan	42	11,67%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje de las recomendaciones que dan los padres de familia sobre los productos del programa de alimentación escolar.

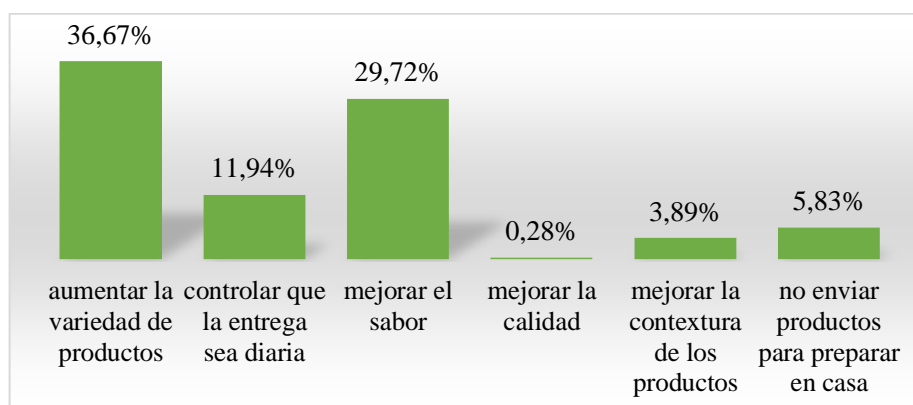


Figura 24: Recomendaciones de mejora

Análisis

El 36,67% de encuestados recomienda aumentar la variedad de productos, pues lo mismos son nutritivos y tienen aceptación pero es necesario desarrollar nuevas alternativas con mejor sabor para que se cumple el fin del programa social.

Pregunta 20

Tabla 41

Preferencia de medios de comunicación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	256	71,11%
Redes sociales	79	21,94%
Periódico	35	9,72%
Radio	34	9,44%
Charlas en la escuela	13	3,61%
Otros medios	9	2,50%
Capacitación	2	0,56%

Nota: Porcentaje de la preferencia que tiene los padres de familia sobre los medios de comunicación.

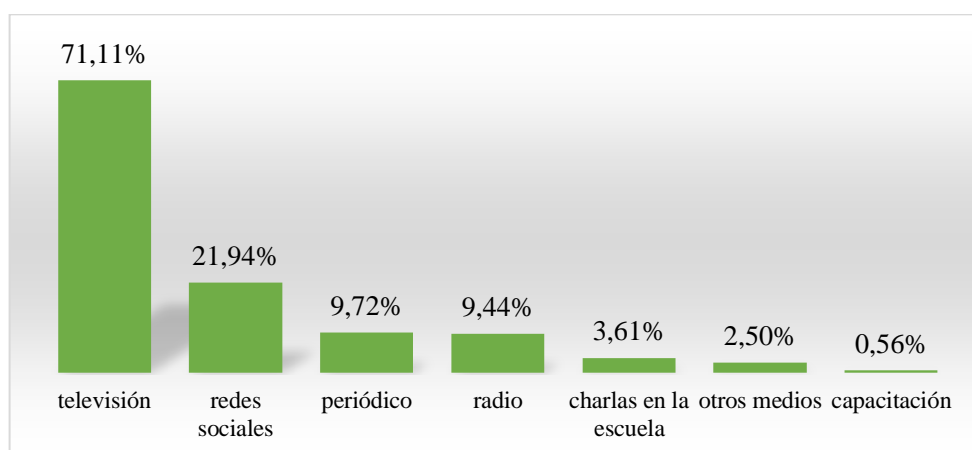


Figura 25: Preferencia de medios de comunicación.

Análisis

El medio de comunicación preferido por los padres de familia en 71,11% es la televisión, seguido de redes sociales con 21,94%, las alternativas restantes tienen menos del 10% de preferencia. Por tanto la estrategia de promoción para la propuesta de marketing social se enfocará en los dos medios de mayor preferencia.

Pregunta 21

Tabla 42

Género del representante

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	290	80,56%
Masculino	68	18,89%
No contestan	2	0,56%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje del género del representante de la encuesta aplicada a los padres de familia.

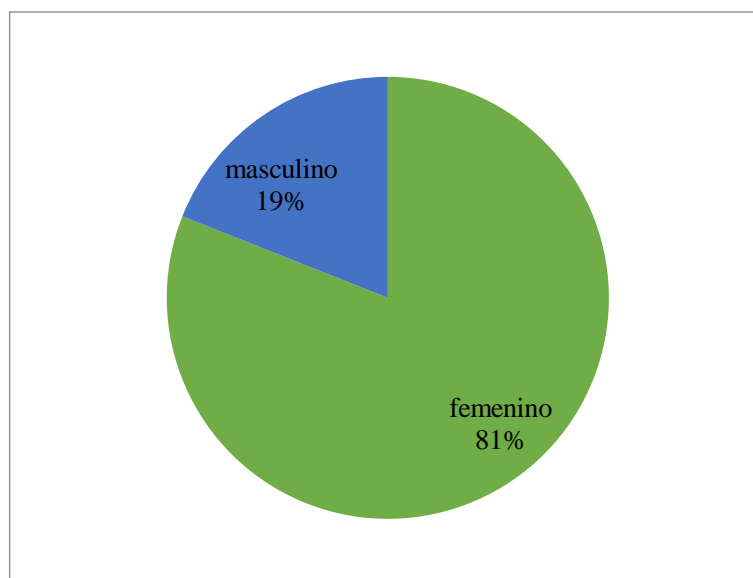


Figura 26: Género del representante.

Análisis

Los representantes de los niños de primer año de educación básica en 81% son mujeres, mientras que el 19% son hombres. Los resultados demuestran que son las madres de familia quienes están encargadas de la educación de sus hijos.

Pregunta 22

Tabla 43

Edad del representante

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
20 - 29	145	40,28%
30 - 39	118	32,78%
40 - 49	25	6,94%
50 - 59	2	0,56%
60 - 69	2	0,56%
No contestan	68	18,89%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje de la edad del representante de la encuesta aplicada a los padres de familia.

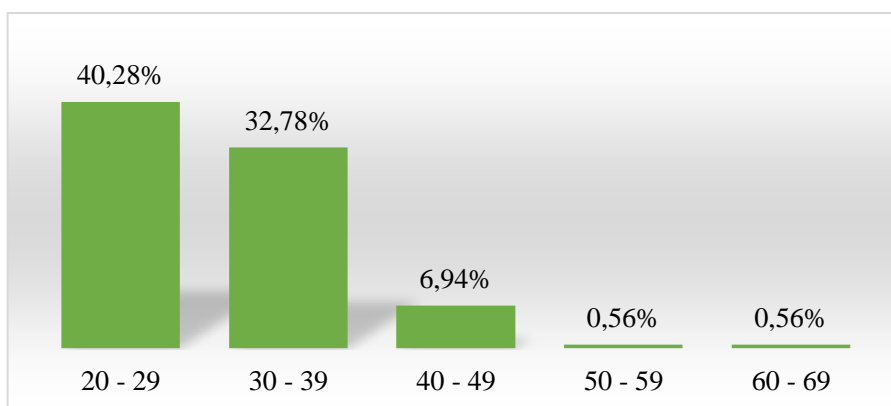


Figura 27: Edad del representante

Análisis

El 40,28% de los padres son jóvenes entre 20 y 29 años, el 32,78% se encuentran entre 30 y 39. Se puede verificar que se trata de un segmento de padres en plena madurez.

Pregunta 23

Tabla 44

Sector de domicilio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sur	172	47,78%
Norte	100	27,78%
Valle	70	19,44%
Centro	17	4,72%
No contestan	1	0,28%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje del domicilio del representante de la encuesta aplicada a los padres de familia.

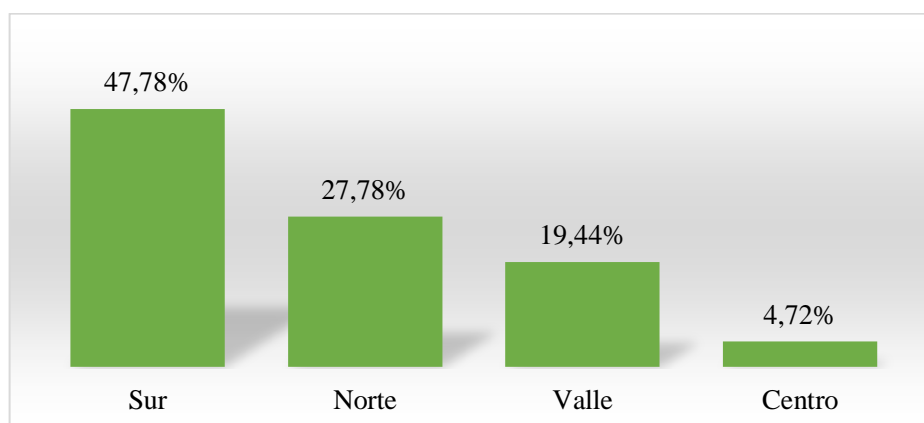


Figura 28: Sector de domicilio.

Análisis

En el sector Sur se concentran el 47,78% de los encuestados, el resultado se debe a que se evaluó un mayor número de escuelas en el Sur ya que los distritos ubicados en esta zona tienen mayor representatividad de estudiantes de primer año de educación básica.

Pregunta 24

Tabla 45

Nivel de estudio del representante

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Educación básica	174	48,33%
Bachillerato	130	36,11%
Superior	51	14,17%
Ninguno	1	0,28%
No contestan	4	1,11%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje del nivel de estudio del representante de la encuesta aplicada a los padres de familia.

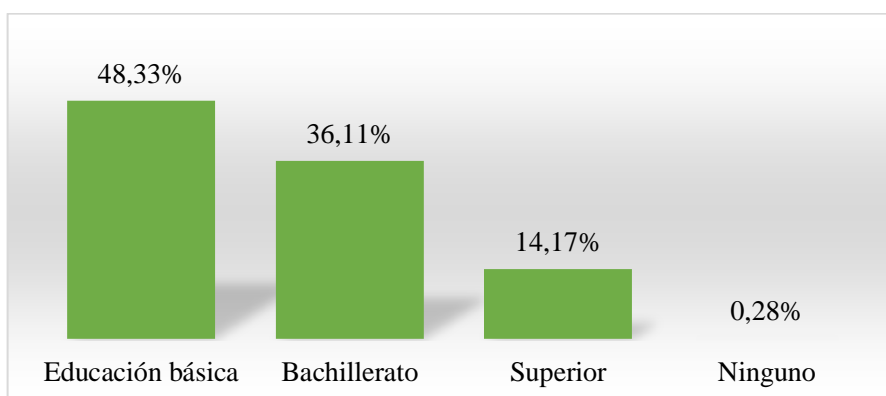


Figura 29: Nivel de estudio del representante

Análisis

Aunque se los padres de familia se encuentran en una etapa de madurez, solamente el 48,33% ha culminado la educación básica, apenas el 36,11% culminó el bachillerato y el 14,17% tiene un nivel de educación superior. Los resultados demuestran que se trata de un segmento de nivel social bajo pues es posible que detuvieran sus estudios a falta de recursos económicos.

Pregunta 25

Tabla 46

Número de integrantes de la familia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	1	0,28%
2	20	5,56%
3	58	16,11%
4	99	27,50%
5	84	23,33%
6	39	10,83%
7	11	3,06%
8	4	1,11%
13	1	0,28%
No contestan	43	11,94%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje del número de integrantes de familia de la encuesta aplicada a los padres de familia.

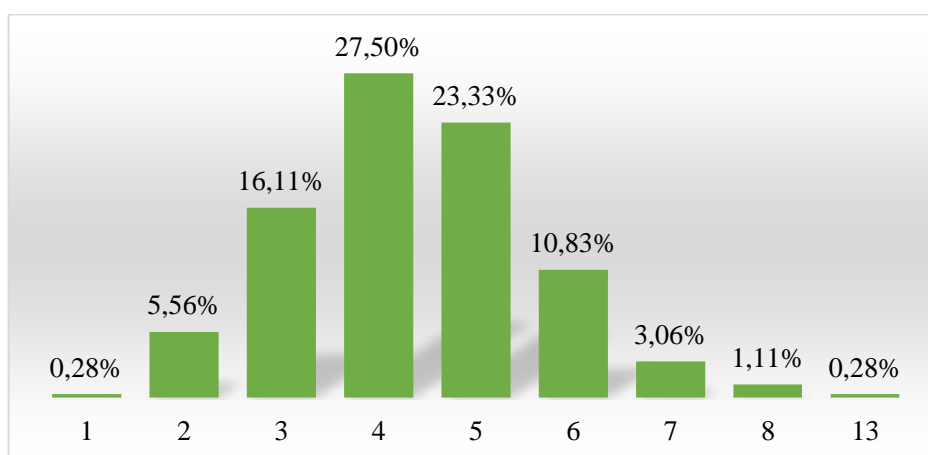


Figura 30: Número de integrantes de la familia

Análisis

Las familias generalmente están conformadas entre 3 y 6 miembros en su mayoría, sin embargo el porcentaje más alto es 27,50% que indica que las familias tienen 4 miembros, lo cual coincide con el tamaño promedio de personas por hogar que es 3,9 según el INEC (2013).

Pregunta 26

Tabla 47

Número de hijos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	84	23,33%
2	127	35,28%
3	93	25,83%
4	34	9,44%
5	7	1,94%
6	4	1,11%
No contestan	11	3,06%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje del número de hijos que tiene el representante, de la encuesta aplicada a los padres de familia.

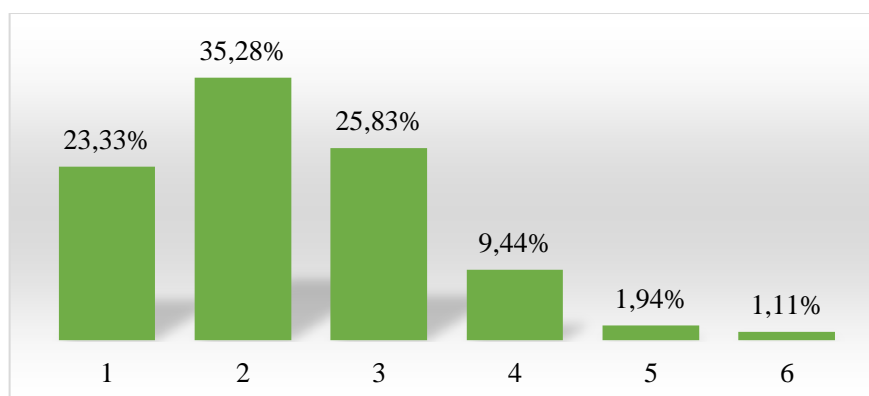


Figura 31: Número de hijos

Análisis

Se evidencia que las familias están constituidas por 2 hijos en un 35,28%, mientras que el 25,83% tienen tres hijos y el 23,33% tienen un solo hijo. Por tanto los niños de primer año de educación general básica generalmente tienen hermanos, lo cual indica que estas familias reciben mayor cantidad de productos del programa de alimentación escolar ya que el desayuno escolar es entregado a estudiantes desde etapa inicial hasta séptimo año de educación general básica.

Pregunta 27

Tabla 48

Género del infante

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	185	51,39%
Masculino	174	48,33%
No contestan	1	0,28%
Total	360	100,00%

Nota: Porcentaje del género infante, de la encuesta aplicada a los padres de familia.

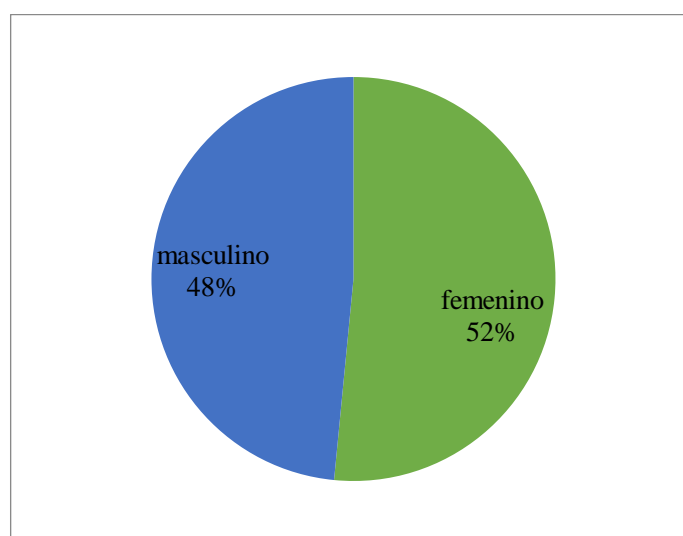


Figura 32: Género del infante.

Análisis

El número de niñas de primer año de educación básica es 52%, lo cual supera por 4 puntos al porcentaje de niños que es 48%, sin embargo la diferencia es baja, por lo que se puede concluir que el número de tanto de niñas como de niños es equilibrado.

4.4. Análisis univariado - encuesta niños

Pregunta 3

Tabla 49

¿Que envían los padres de refrigerio?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Embutidos	3	0,63%
Pan	69	14,50%
Fruta	103	21,64%
Colada	26	5,46%
Yogurt	106	22,27%
Arroz	81	17,02%
Galletas	107	22,48%
Dinero	12	2,52%
Jugo	131	27,52%
Golosinas	28	5,88%
Papas	48	10,08%
Leche	44	9,24%
Canguil	1	0,21%
Chochos	13	2,73%
Snacks	8	1,68%
Tostado	1	0,21%
Plátanos	14	2,94%
Sánduche	13	2,73%
Gelatina	10	2,10%
Empanadas	4	0,84%

Nota: Porcentaje del tipo de refrigerio que envían los padres a los niños

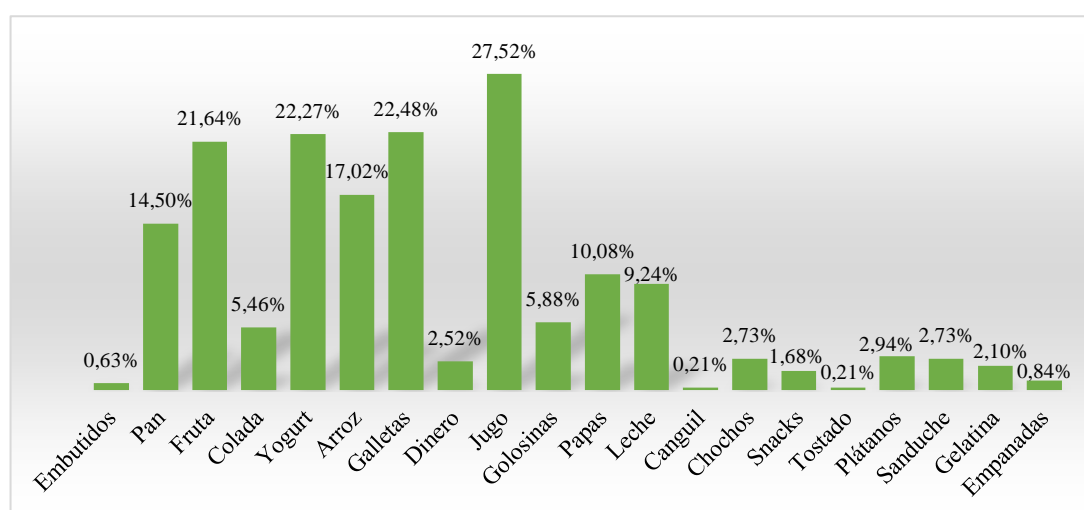


Figura 33: Qué envían los padres de refrigerio.

Análisis

Como se evidencia en los resultados, los productos que más envían los padres de refrigerio a sus hijos es jugo 27,52%, seguido de galletas con el 22,48%, en tercer lugar envían yogurt con el 22,27%, fruta (manzana, pera, mandarina, guineo, entre otros) con el 21,64% y en porcentajes menores pan, golosinas, tostado, gelatina, entre otros.

Se debe tomar en cuenta que el porcentaje que más envían los padres de refrigerio es jugo, esto significa que en esta clasificación contiene jugos con conservantes como pulp, jugos del valle, gaseosas, entre otros.

Pregunta 4

Tabla 50

Consumo de los productos entregados

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	476	100,00%
No	0	0,00%
Total	476	100,00%

Nota: Porcentaje de los productos que consumen los niños en la escuela del programa de alimentación escolar.

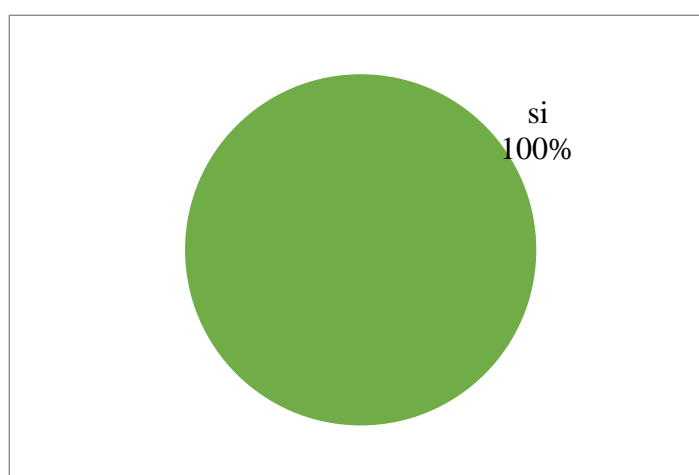


Figura 34: Consumo de los productos entregados

Análisis

El total de los niños encuestados consumen o reciben los productos del programa de alimentación PAE.

Pregunta 5

Tabla 51

Selecciona los productos que te gusta consumir

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Galletas Sanducas	109	22,90%
Granola	121	25,42%
Colada Fortificada	81	17,02%
Galletas de arroz	88	18,49%
Leche	457	96,01%
Granola de Cebada	87	18,28%
Galletas Multicereal	81	17,02%
Galletas Chokoa	182	38,24%

Nota: Porcentaje de los productos que les gusta consumir a los niños del programa de alimentación escolar.

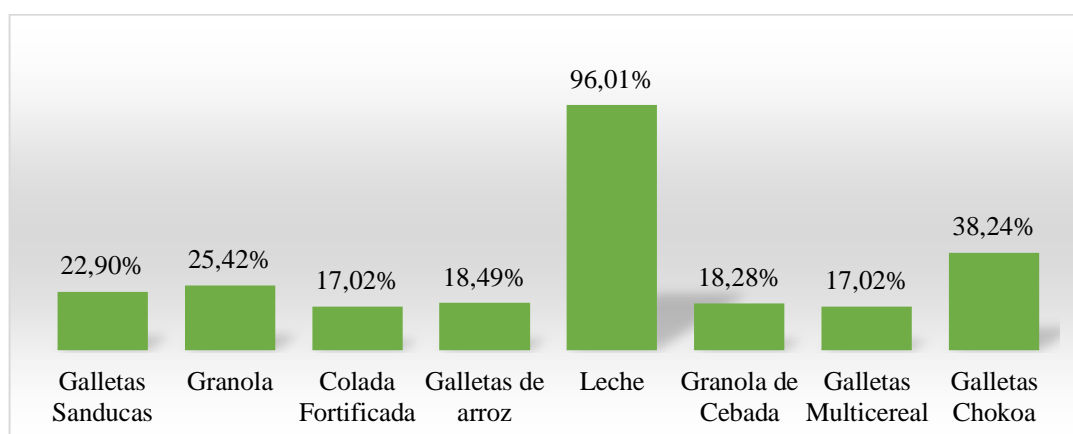


Figura 35: Selecciona los productos que te gusta consumir

Análisis

El producto de mayor consumo por los niños es la leche con el 96,01%, en cambio las galletas que más les gusta consumir son las Chokoa con el 38,24%, seguido de la granola con el 25,42%, en tercer lugar las galletas sanducas con el 22,90%, las galletas de arroz y las granola de cebada los niños consumen en un 18% y la colada fortificada con las galletas multicereal les gusta consumir en un menor porcentaje con el 17%.

Pregunta 6

Tabla 52

Sabores preferidos por los niños

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Fresa	138	28,99%
Vainilla	87	18,28%
Chocolate	236	49,58%
Todos los sabores	9	1,89%

Nota: Porcentaje de los sabores que prefieren los niños de los productos del programa de alimentación escolar.

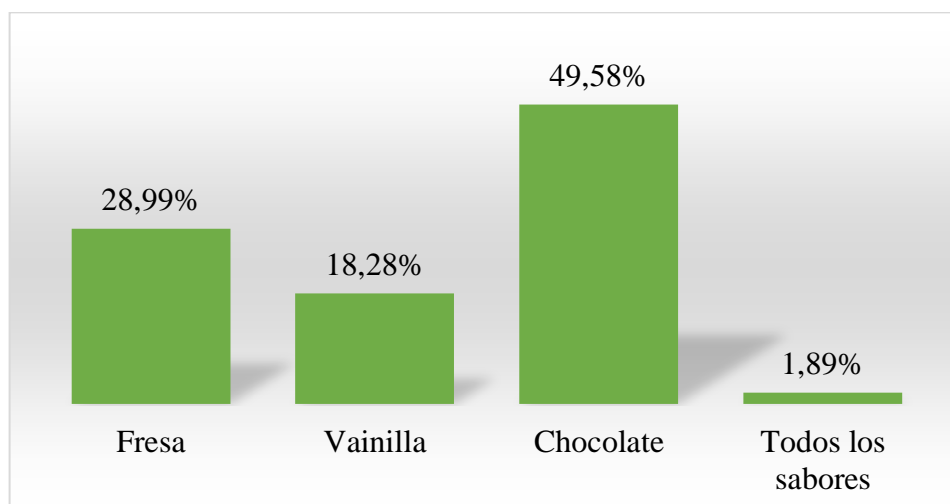


Figura 36: Sabores preferidos por los niños

Análisis

El sabor preferido de los niños es el chocolate con el 49,58%, en segundo lugar está la fresa con el 28,99%, seguido de la vainilla con el 18,28% y por último el 1,89% de los niños prefieren todos los sabores.

Pregunta 7

Tabla 53

Califique el gusto que tiene por los productos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Te gusta	289	60,71%
Te gusta poco	169	35,50%
No te gusta	18	3,78%
Total	476	100,00%

Nota: Porcentaje de cuanto les gusta a los niños consumir los productos del programa de alimentación escolar.

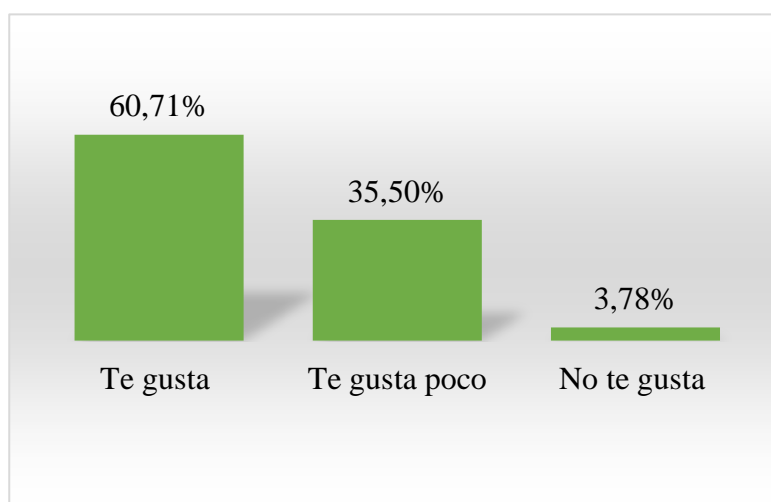


Figura 37: Califique el gusto que tiene por los productos

Análisis

De los productos que reciben el 60,71% les gusta consumir los productos, en cambio el 35,50% les gusta poco, y el 3,78% no les gusta.

Pregunta 8

Tabla 54

Destino de los productos que recibe

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Lleva a casa	195	40,97%
Regala	136	28,57%
Consume	45	9,45%
Guarda	53	11,13%
No consume	3	0,63%
Desecha	44	9,24%
Total	476	100,00%

Nota: Que hacen los niños con los productos del programa de alimentación escolar.

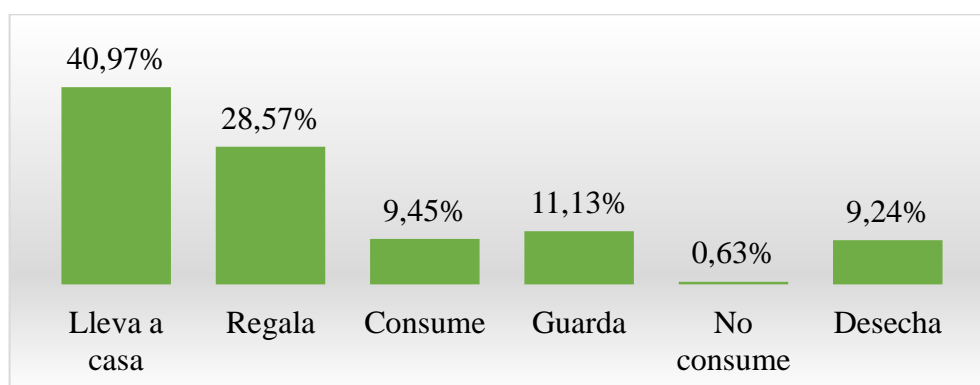


Figura 38: Destino de los productos que recibe

Análisis

Los Productos que reciben los niños y no les gusta consumir el 40,97% lleva a casa, seguido del 28,57% que los regalo y menos del 12% de los niños guarda, consume o bota los productos.

Pregunta 9**Tabla 55**

Género del infante

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	217	45,59%
Masculino	259	54,41%
Total	476	100,00%

Nota: Porcentaje del género del infante, de la encuesta aplicada a los niños.

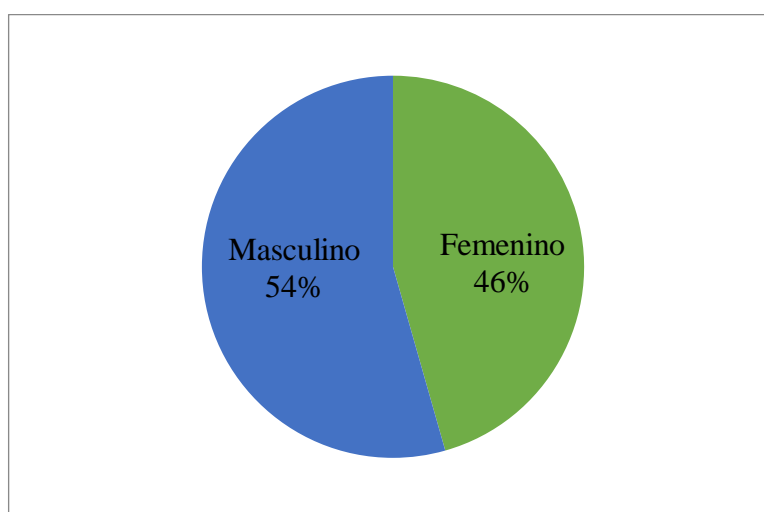


Figura 39: Género del infante

Análisis

En mayor porcentaje de niños encuestados con el 54% de niños de primer año de educación básica son de género masculino y el 46% de niños pertenecen al género femenino.

Pregunta 10

Tabla 56

Edad del infante

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
5 años	388	81,51%
6 años	85	17,86%
7 años	3	0,63%
Total	476	100,00%

Nota: Porcentaje de la edad del infante, de la encuesta aplicada a los niños.

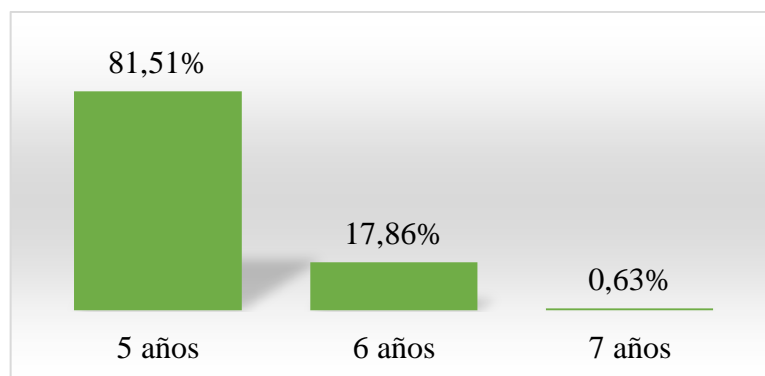


Figura 40: Edad del niño

Análisis

Los niños de primer año de educación básica están en los 5 años de edad con un porcentaje del 81,51%, el 17,86% están entre los 6 años y en tercer lugar con un valor menor están los niños de 7 años con el 0,63%.

4.5. Análisis bivariado – encuesta padres de familia

Cruce de variables 1

Tabla 57

Significado nutrición * Significado de alimentación nutritiva

Significado nutrición	Significado alimentación nutritiva				Total
	Comer frutas, carnes, lácteos, vegetales, carbohidratos, granos, cereal	Comer nutrientes en cantidades adecuadas	Comer tres veces al día	Tener conciencia de lo que se ingiere a diario	
Combinación equilibrada distintos grupos alimenticios	168	31	16	13	228
Comer en grandes cantidades	0	0	1	0	1
Consumir únicamente frutas y vegetales	17	0	8	0	25
Hábitos alimenticios saludables	40	6	5	10	61
Proporcionar los elementos necesarios para funcionamiento del organismo	24	6	7	5	42
Total	249	43	37	28	357

Nota: Correlación entre el significado de nutrición y alimentación nutritiva.

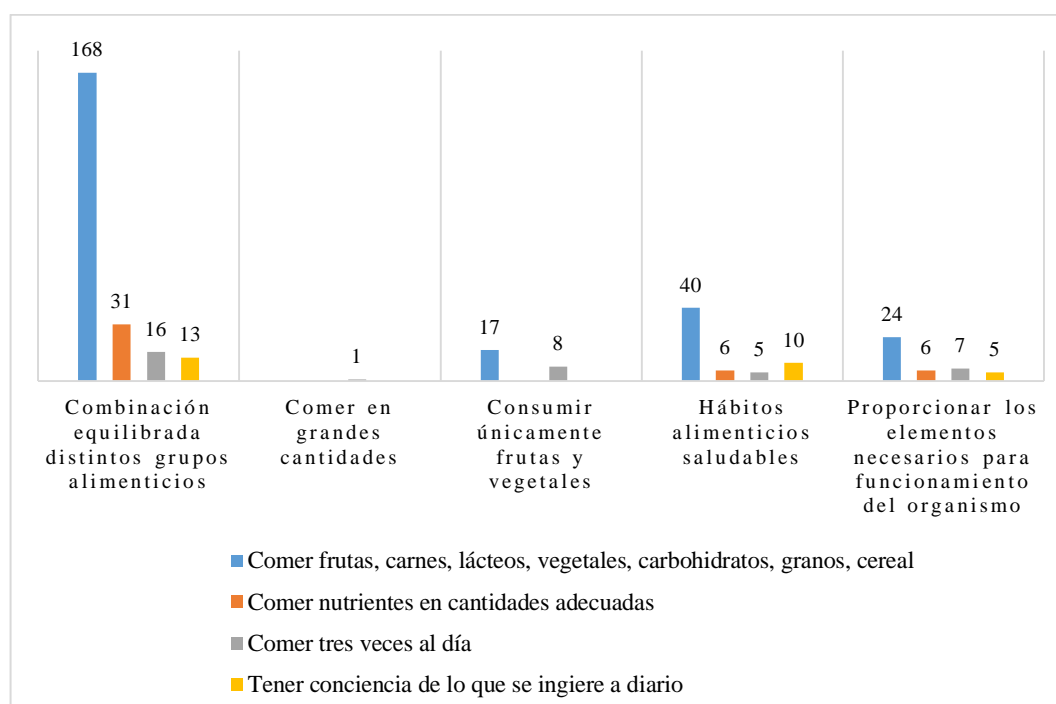


Figura 41: Significado nutrición * Significado de alimentación nutritiva

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto las variables Significado de nutrición y Significado de alimentación nutritiva, tienen relación. Se verifica que de 228 padres de familia encuestados que han seleccionado la combinación equilibrada de distintos grupos alimenticios como significado de la nutrición, 168 indican que el significado de una alimentación nutritiva es comer frutas, carnes, lácteos, vegetales, carbohidratos, granos y cereal.

Cruce de variables 2

Tabla 58

Significado nutrición * Beneficios buena nutrición

Significado nutrición	Beneficios buena nutrición						Total
	Buen desempeño académico	Crecimiento sano y fuerte	Mantener una buena salud	Mejorar la calidad de vida	Tener energía	Otros	
Combinación equilibrada distintos grupos alimenticios	30	76	90	25	2	0	223
Comer en grandes cantidades	0	0	0	0	1	0	1
Consumir únicamente frutas y vegetales	5	5	13	2	1	0	26
Hábitos alimenticios saludables	8	13	31	8	0	0	60
Proporcionar los elementos necesarios para funcionamiento del organismo	4	11	12	9	4	1	41
Total	47	105	146	44	8	1	351

Nota: Correlación entre significado de nutrición y beneficios de una buena nutrición.

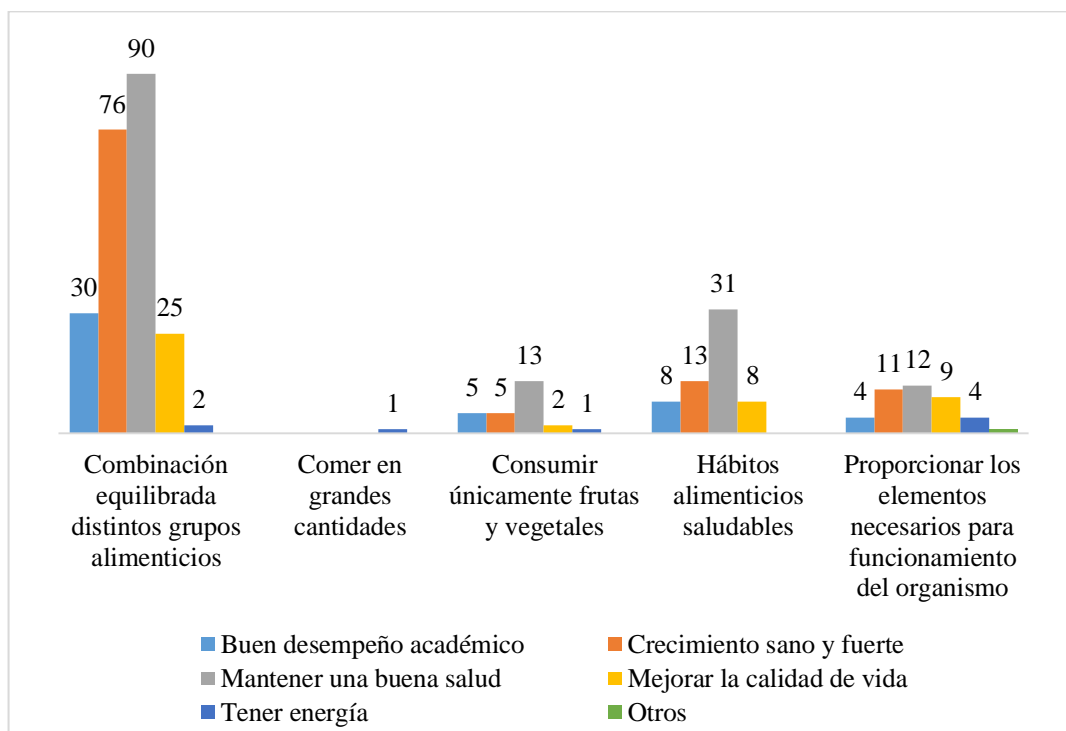


Figura 42: Significado nutrición * Beneficios buena nutrición

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Significado nutrición * Beneficios buena nutrición, indica que hay relación entre las mismas. Los padres de familia que piensan que la nutrición es la combinación equilibrada de distintos grupos alimenticios también creen que los beneficios más importantes son: mantener una buena salud, crecimiento sano y fuerte.

Cruce de variables 3

Tabla 59

Significado nutrición * Destino productos no consumidos

Significado nutrición	Destino productos no consumidos					Total
	Los comparte con la familia	Los consume después	Los desecha	Los regala	Los trae a casa	
Combinación equilibrada distintos grupos alimenticios	75	65	3	1	67	211
Comer en grandes cantidades	0	0	1	0	0	1
Consumir únicamente frutas y vegetales	14	6	0	0	5	25
Hábitos alimenticios saludables	20	10	0	2	23	55
Proporcionar los elementos necesarios para funcionamiento del organismo	11	9	1	2	15	38
Total	120	90	5	5	110	330

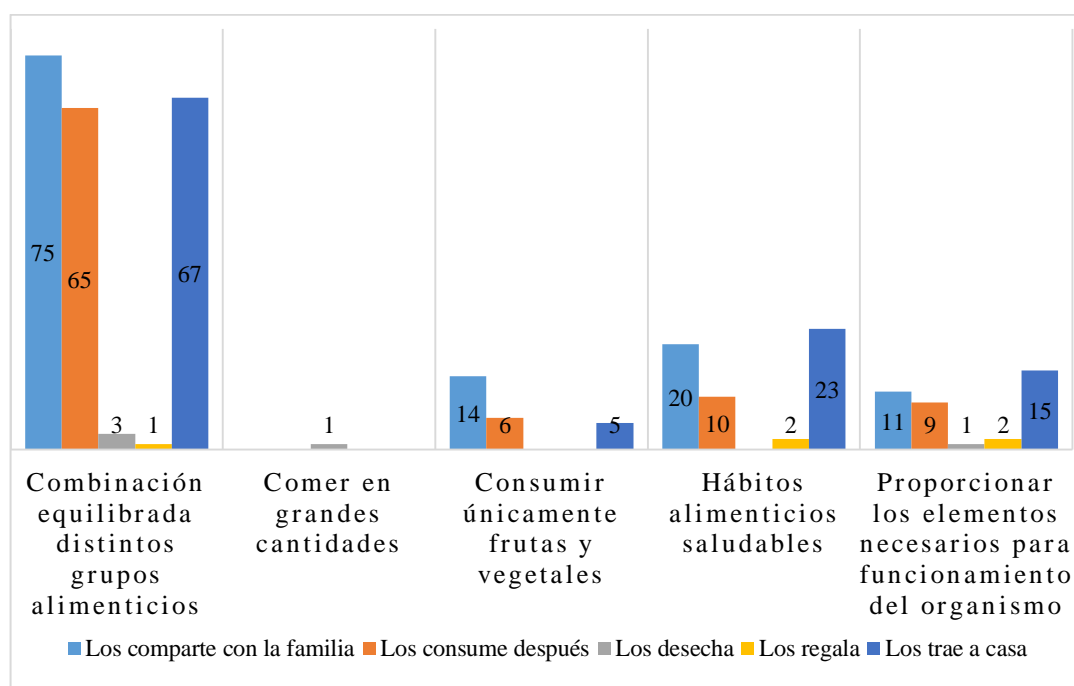


Figura 43: Significado nutrición * Destino productos no consumidos

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Significado nutrición * Destino productos no consumidos, indica que hay relación entre las mismas. Los padres de familia que piensan que la nutrición es la combinación equilibrada de distintos grupos alimenticios indican que los niños generalmente comparten los productos no consumidos con la familia, los consumen después o simplemente los lleva a casa.

Cruce de variables 4

Tabla 60

Significado nutrición * Destino productos enviados

Significado nutrición	Destino productos enviados				Total
	Desecho los productos	Otros	Preparo y consumo los productos	Regalo los productos	
Combinación equilibrada distintos grupos alimenticios	2	0	118	17	137
Comer en grandes cantidades	1	0	0	0	1
Consumir únicamente frutas y vegetales	1	0	15	2	18
Hábitos alimenticios saludables	0	1	37	3	41
Proporcionar los elementos necesarios para funcionamiento del organismo	1	0	27	4	32
Total	5	1	197	26	229

Nota: Correlación entre significado de nutrición y destino de los productos del programa de alimentación escolar.

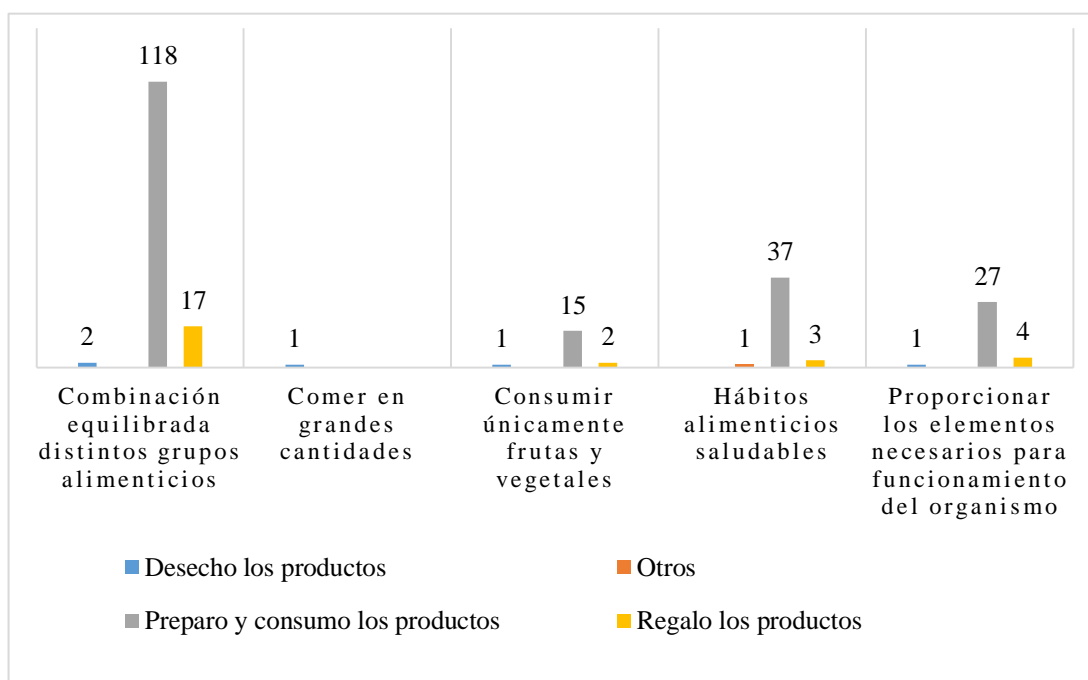


Figura 44: Significado nutrición * Destino productos enviados

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Significado nutrición * Destino productos enviados, indica que hay relación entre las mismas. Los padres de familia que piensan que la nutrición es la combinación equilibrada de distintos grupos alimenticios indican que generalmente preparan los productos que se les entregan, tales como la colada y la granola.

Cruce de variables 5

Tabla 61

Significado alimentación nutritiva * Beneficios buena nutrición

Significado alimentación nutritiva	Beneficios buena nutrición					Total	
	Buen desempeño académico	Crecimiento sano y fuerte	Mantener una buena salud	Mejorar la calidad de vida	Otros		
Comer frutas, carnes, lácteos, vegetales, carbohidratos, granos, cereal	27	82	113	18	1	3	244
Comer nutrientes en cantidades adecuadas	4	9	15	13	0	2	43
Comer tres veces al día	12	6	13	4	0	2	37
Tener conciencia de lo que se ingiere a diario	4	9	5	9	0	1	28
Total	47	106	146	44	1	8	352

Nota: Correlación entre significado de alimentación nutritiva y beneficios de una buena nutrición.

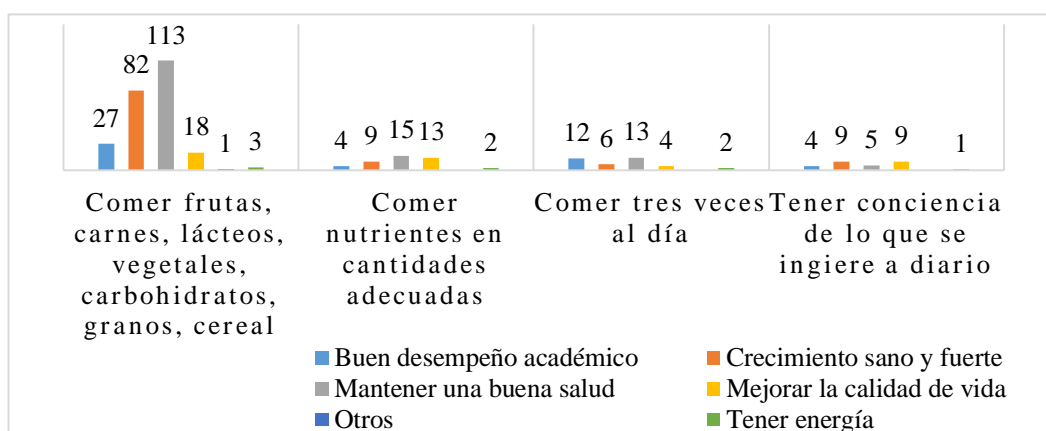


Figura 45: Significado alimentación nutritiva * Beneficios buena nutrición

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Significado alimentación nutritiva * Beneficios buena nutrición, indica que hay relación entre las mismas. Generalmente los padres para quienes la alimentación nutritiva es comer frutas, carnes, lácteos, vegetales, carbohidratos, granos, cereal también creen que los principales beneficios son mantener la salud y el crecimiento sano y fuerte.

Cruce de variables 6

Tabla 62

Significado alimentación nutritiva * Recomendaciones de mejora

Significado alimentación nutritiva	Recomendaciones de mejora						Total
	Aumentar la variedad de productos	Controlar que la entrega sea diaria	Mejorar el sabor	Mejorar la calidad	Mejorar la textura de los productos	No enviar productos para preparar en casa	
Comer frutas, carnes, lácteos, vegetales, carbohidratos, granos, cereal	85	32	83	0	10	9	219
Comer nutrientes en cantidades adecuadas	19	3	10	1	1	3	37
Comer tres veces al día	12	6	10	0	3	4	35
Tener conciencia de lo que se ingiere a diario	15	2	4	0	0	5	26
Total	131	43	107	1	14	21	317

Nota: Correlación entre significado de alimentación nutritiva y recomendaciones para mejorar.

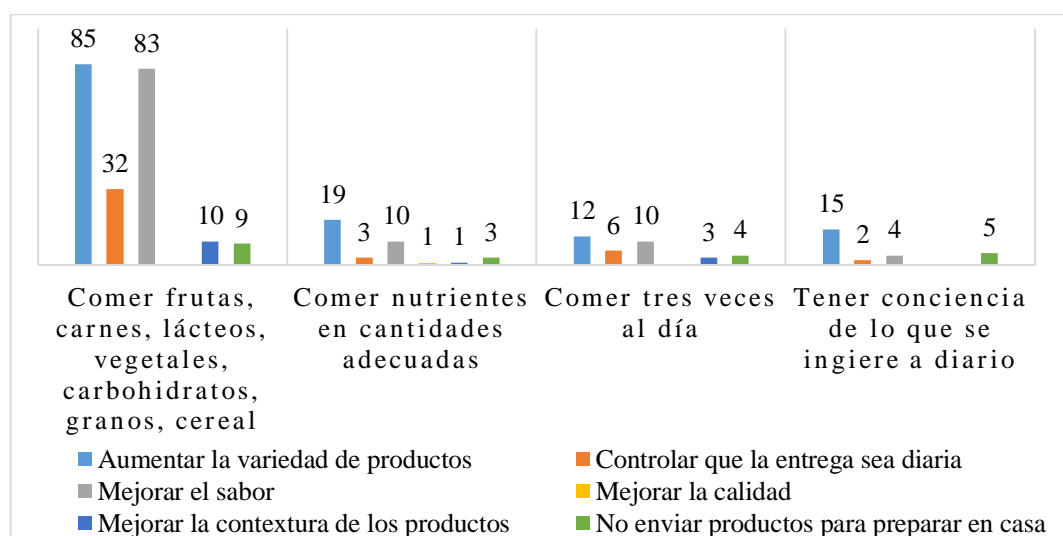


Figura 46: Significado alimentación nutritiva * Recomendaciones de mejora

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,013 por lo tanto el cruce entre las variables Significado alimentación nutritiva * Recomendaciones de mejora, indica que hay relación entre las mismas. Generalmente los padres para quienes la alimentación nutritiva es comer frutas, carnes, lácteos, vegetales, carbohidratos, granos, cereal, también recomiendan aumentar la variedad de productos y mejorar el sabor de los mismos.

Cruce de variables 7

Tabla 63

Beneficios buena nutrición * Destino productos no consumidos

Beneficios buena nutrición	Destino productos no consumidos					Total
	Los comparte con la familia	Los consume después	Los desecha	Los regala	Los trae a casa	
Buen desempeño académico	10	9	0	1	21	41
Crecimiento sano y fuerte	34	26	2	1	32	95
Mantener una buena salud	57	37	0	2	45	141
Mejorar la calidad de vida	17	11	1	0	11	40
Otros	0	0	0	1	0	1
Tener energía	1	4	1	0	1	7
Total	119	87	4	5	110	325

Nota: Correlación entre los beneficios de una buena nutrición y destino de los productos no consumidos.

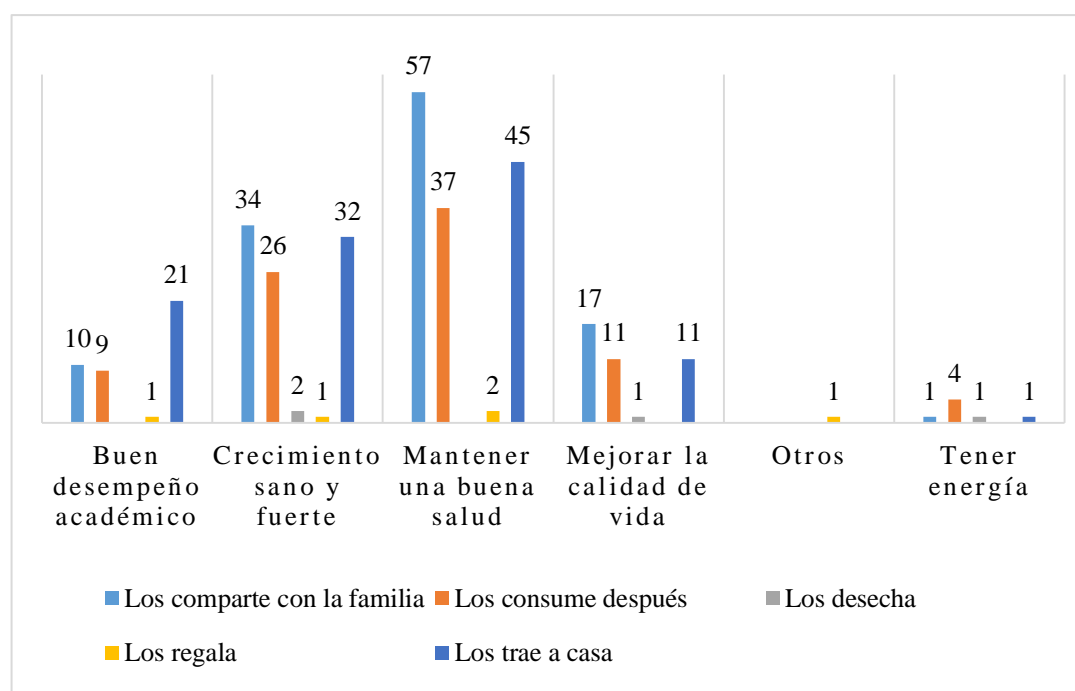


Figura 47: Beneficios buena nutrición * Destino productos no consumidos

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Beneficios buena nutrición * Destino productos no consumidos, indica que hay relación entre las mismas Los padres que seleccionaron como principal beneficio mantener una buena salud también indican que sus hijos suelen compartir con su familia los productos que no consumen, consumirlos después o llevarlos a casa.

Cruce de variables 8

Tabla 64

Beneficios buena nutrición * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar

Beneficios buena nutrición	Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar						Total
	Colación adicional a la enviada por los padres	Contribuyen al desempeño escolar	Los productos ayudan al crecimiento	Los productos tienen vitaminas, hierro y minerales	Mediante una alimentación sana y nutritiva	No contribuyen porque no son agradables	
Buen desempeño académico	0	7	4	17	15	0	43
Crecimiento sano y fuerte	0	20	11	37	28	1	97
Mantener una buena salud	0	17	2	56	64	0	139
Mejorar la calidad de vida	1	5	8	11	15	0	40
Otros	0	0	0	1	0	0	1
Tener energía	0	2	0	2	3	0	7
Total	1	51	25	124	125	1	327

Nota: Correlación entre beneficios de una buena nutrición y como contribuye a la nutrición los productos del programa de alimentación escolar.

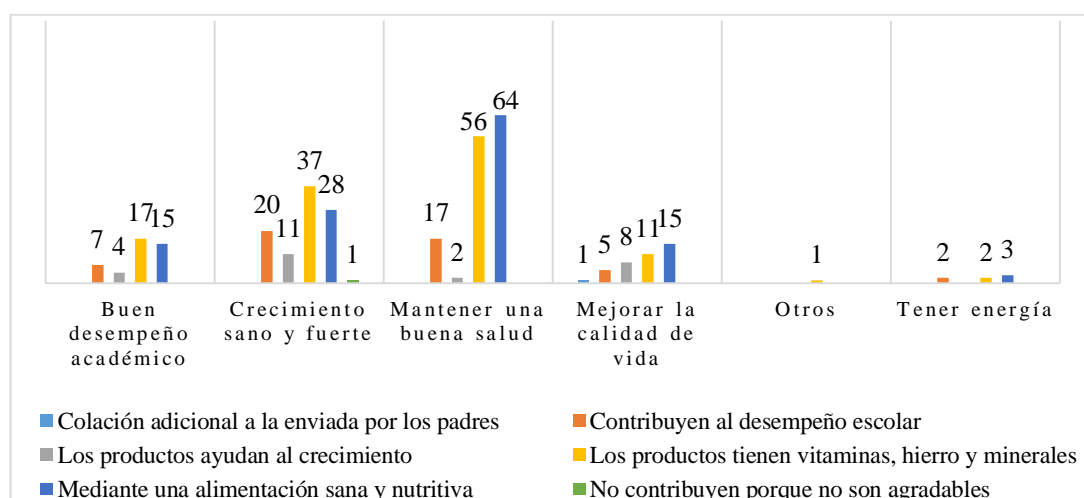


Figura 48: Beneficios buena nutrición * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar.

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,043 por lo tanto el cruce entre las variables Beneficios buena nutrición * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar, indica que hay relación entre las mismas Los padres que seleccionaron como principal beneficio mantener una buena salud también indican que la forma en que contribuyen los productos a la nutrición es mediante una alimentación sana y nutritiva y por sus vitaminas, hierro y minerales.

Cruce de variables 9

Tabla 65

Beneficios buena nutrición * Destino productos enviados

Beneficios buena nutrición	Destino productos enviados				Total
	Desecho los productos	Otros	Preparo y consumo los productos	Regalo los productos	
Buen desempeño académico	1	0	24	6	31
Crecimiento sano y fuerte	0	0	56	8	64
Mantener una buena salud	0	1	86	9	96
Mejorar la calidad de vida	2	0	24	2	28
Otros	0	0	1	0	1
Tener energía	2	0	4	0	6
Total	5	1	195	25	226

Nota: Correlación entre beneficios de una buena nutrición y el destino de los productos enviados.

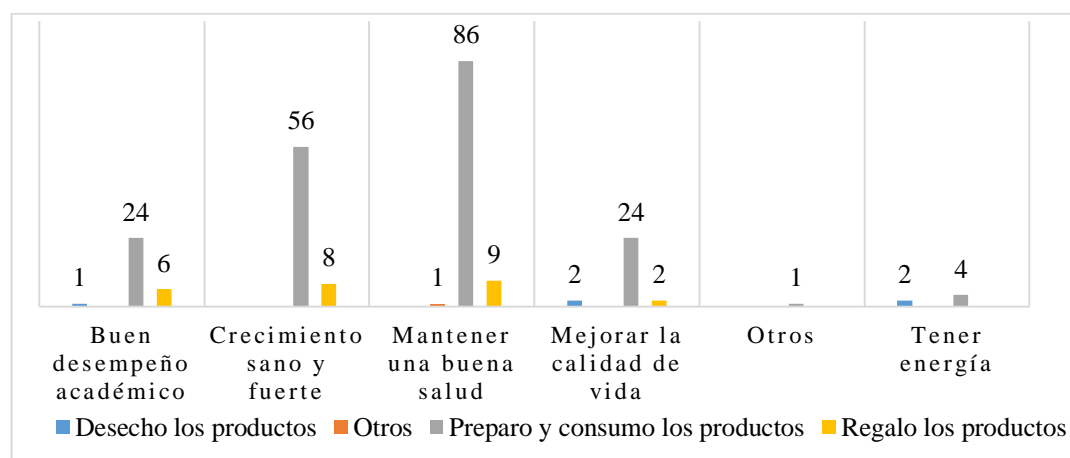


Figura 49: Beneficios buena nutrición * Destino productos enviados

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,001 por lo tanto el cruce entre las variables Beneficios buena nutrición * Destino productos enviados, indica que hay relación entre las mismas. Los padres que seleccionaron como principal beneficio mantener una buena salud, crecimiento sano y fuerte, buen desempeño académico y mejorar la calidad de vida también indican que preparan y consumen los productos que les son entregados.

Cruce de variables 10

Tabla 66

Beneficios buena nutrición * Sector domicilio

Beneficios buena nutrición	Sector domicilio				Total
	Centro	Norte	Sur	Valle	
Buen desempeño académico	7	13	19	8	47
Crecimiento sano y fuerte	3	26	51	26	106
Mantener una buena salud	4	49	73	20	146
Mejorar la calidad de vida	3	7	23	11	44
Otros	0	0	1	0	1
Tener energía	0	2	2	4	8
Total	17	97	169	69	352

Nota: Correlación entre beneficios de una buena nutrición y el sector del domicilio.

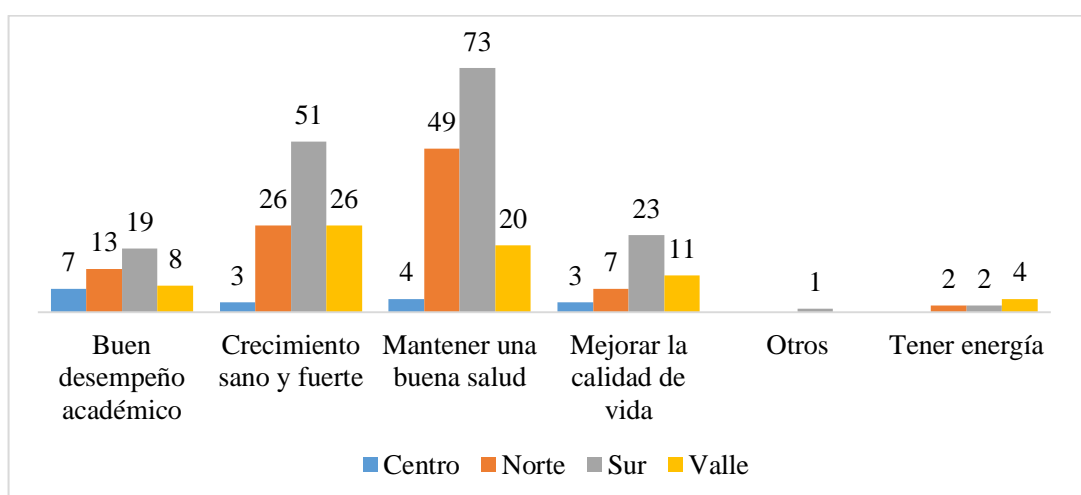


Figura 50: Beneficios buena nutrición * Sector domicilio

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,018 por lo tanto el cruce entre las variables Beneficios buena nutrición * Sector domicilio, indica que hay relación entre las mismas. Los padres que seleccionaron como principal beneficio mantener una buena salud, crecimiento sano y fuerte, buen desempeño académico y mejorar la calidad de vida, generalmente viven en el Sur de la ciudad de Quito.

Cruce de variables 11

Tabla 67

Conocimiento productos programa de alimentación escolar* Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar

Conocimiento productos programa de alimentación escolar	Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar						Total
	Colación adicional a la enviada por los padres	Contribuyen al desempeño escolar	Los productos ayudan al crecimiento	Los productos tienen vitaminas, hierro y minerales	Mediante una alimentación sana y nutritiva	No contribuyen porque no son agradables	
Sí	1	52	27	128	125	0	333
No	0	0	0	0	0	1	1
Total	1	52	27	128	125	1	334

Nota: Correlación entre el conocimiento de los productos del programa de alimentación escolar y formas de contribución a la nutrición.

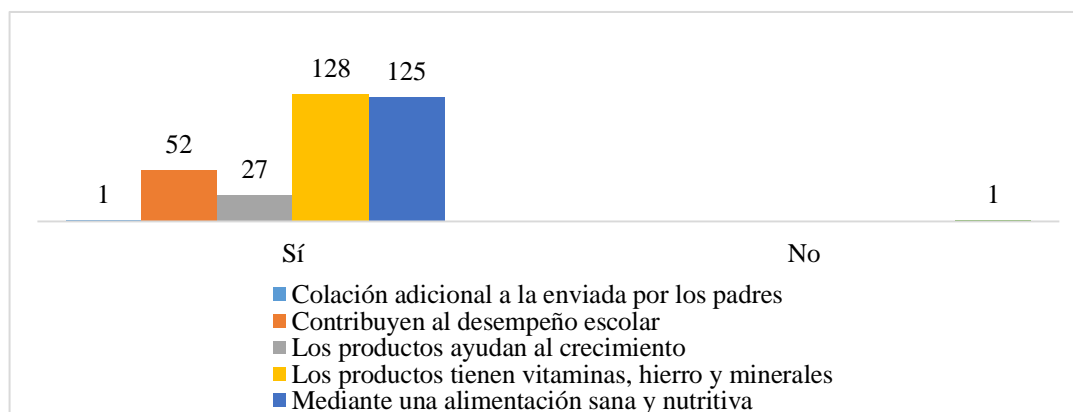


Figura 51: Conocimiento productos programa de alimentación escolar * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar.

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Conocimiento productos programa de alimentación escolar * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar, indica que hay relación entre las mismas. Los padres que conocen sobre los productos del programa indican que la forma de contribución a la nutrición es que los productos tienen vitaminas, hierro y minerales y también mediante una alimentación sana y nutritiva.

Cruce de variables 12

Tabla 68

Conocimiento productos programa de alimentación escolar* Calificación del programa de alimentación escolar

Conocimiento productos programa de alimentación escolar	Calificación del programa de alimentación escolar				Total
	Bueno	Excelente	Malo	Regular	
Sí	209	86	5	37	2
No	1	0	1	0	337
Total	210	86	6	37	339

Nota: Correlación entre conocimiento de los productos del programa de alimentación escolar y la calificación del programa.

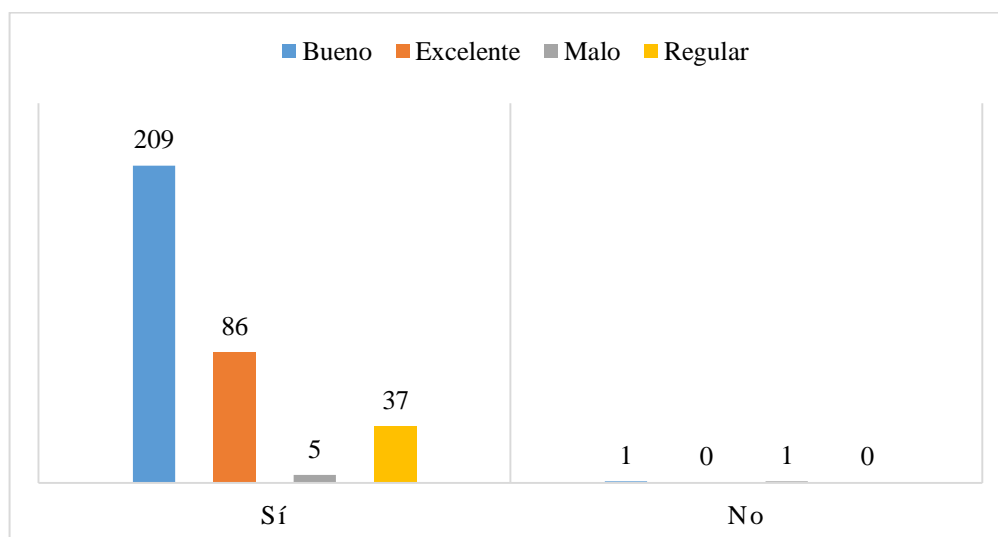


Figura 52: Conocimiento productos programa de alimentación escolar* Calificación del programa de alimentación escolar.

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Conocimiento productos programa de alimentación escolar * Calificación del programa de alimentación escolar, indica que hay relación entre las mismas. Los padres que conocen sobre los productos del programa generalmente lo califican como bueno.

Cruce de variables 13

Tabla 69

Destino productos no consumidos * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar

Destino productos no consumidos	Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar						Total
	Colación adicional a la enviada por los padres	Contribuyen al desempeño escolar	Los productos ayudan al crecimiento	Los productos tienen vitaminas, hierro y minerales	Mediante una alimentación sana y nutritiva	No contribuyen porque no son agradables	
Los comparte con la familia	0	16	6	46	50	0	118
Los consume después	0	15	10	36	29	0	90
Los desecha	0	1	1	2	0	1	5
Los regala	0	1	0	2	2	0	5
Los trae a casa	1	18	10	37	41	0	107
Total	1	51	27	123	122	1	325

Nota: Correlación entre el destino de los productos no consumidos y la forma de contribución a la nutrición los productos del programa de alimentación escolar.

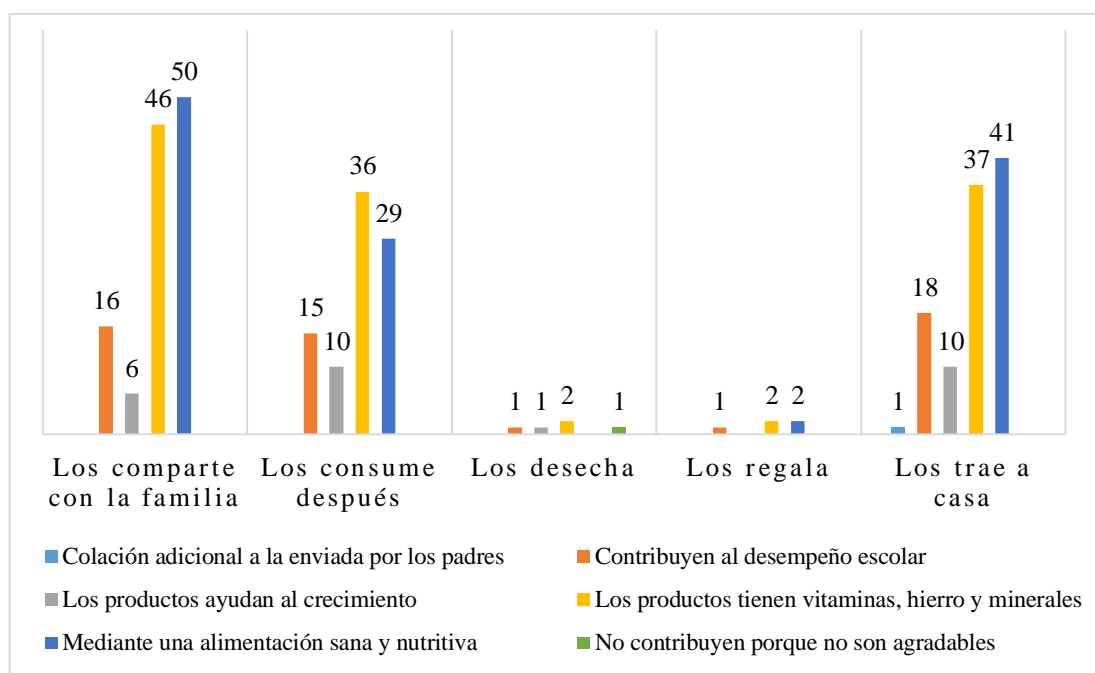


Figura 53: Destino productos no consumidos * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar. Nota: Elaboración propia.

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Destino productos no consumidos * Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar, indica que hay relación entre las mismas. Quienes indican que sus hijos comparten con la familia los productos que no consumen también piensan que la forma en que el programa contribuye a la nutrición es por sus productos con vitaminas, hierro y minerales y mediante una alimentación sana y nutritiva, lo mismo sucede con los padres que indican que sus hijos consumen los productos después.

Cruce de variables 14

Tabla 70

Destino productos no consumidos * Calificación del programa de alimentación escolar

Destino productos no consumidos	Calificación del programa de alimentación escolar				Total
	Bueno	Excelente	Malo	Regular	
Los comparte con la familia	73	35	2	10	120
Los consume después	58	26	0	5	89
Los desecha	2	2	1	0	5
Los regala	4	1	0	0	5
Los trae a casa	69	17	3	22	111
Total	206	81	6	37	330

Nota: Correlación entre los productos no consumidos y la calificación del programa de alimentación escolar.

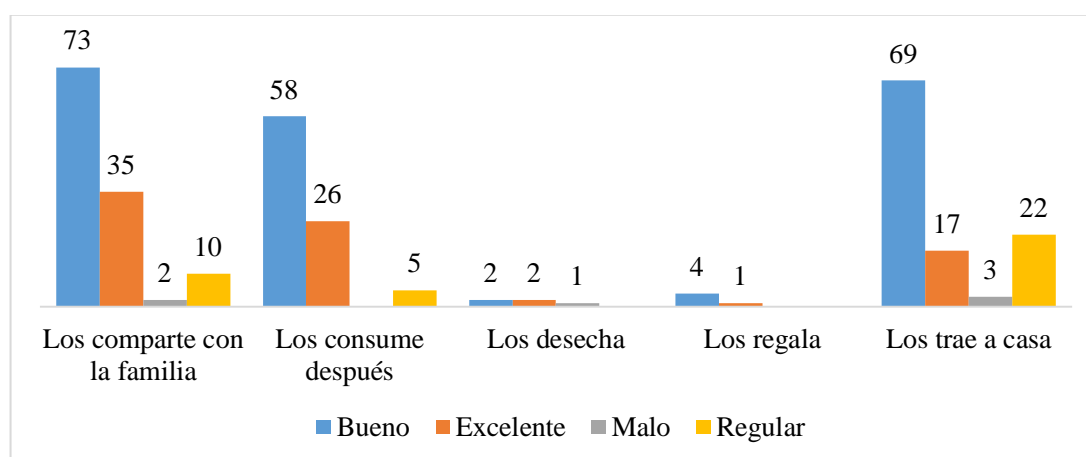


Figura 54: Destino productos no consumidos * Calificación del programa de alimentación escolar

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,003 por lo tanto el cruce entre las variables Destino productos no consumidos * Calificación del programa de alimentación escolar, indica que hay relación entre las mismas. Los padres cuyos niños comparten con la familia los productos, los llevan a casa o los consumen después califican como bueno el programa.

Cruce de variables 15

Tabla 71

Destino productos no consumidos * Frecuencia de consumo de productos preparados

Destino productos no consumidos	Frecuencia de consumo de productos preparados			Total
	A veces	Nunca	Siempre	
Los comparte con la familia	38	8	45	91
Los consume después	28	5	38	71
Los desecha	4	1	0	5
Los regala	2	1	2	5
Los trae a casa	54	4	24	82
Total	126	19	109	254

Nota: Correlación entre el destino de los productos y la frecuencia de consumo.

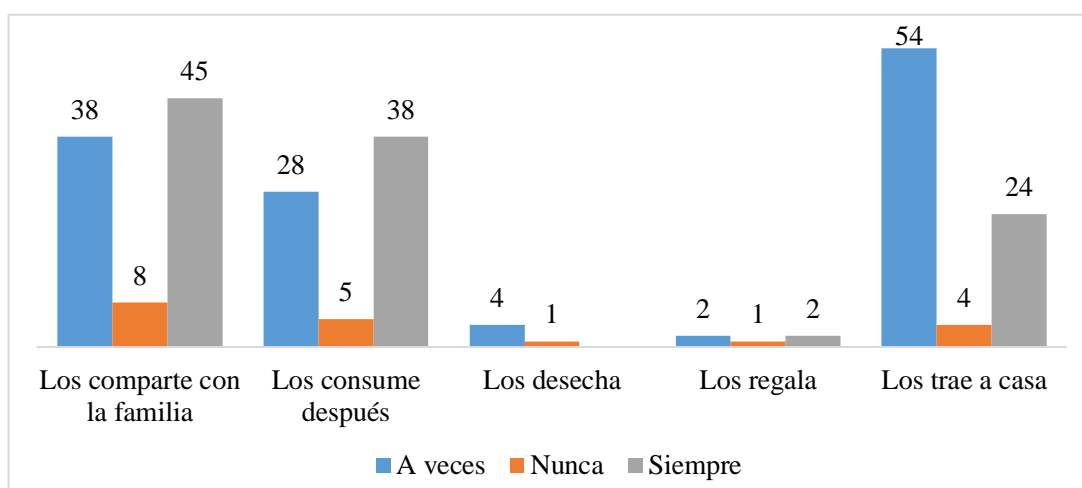


Figura 55: Destino productos no consumidos * Frecuencia de consumo de productos preparados

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,012 por lo tanto el cruce entre las variables Destino productos no consumidos * Frecuencia de consumo de productos preparados, indica que hay relación entre las mismas. Los padres que saben que el destino de los productos no consumidos es compartirlos con la familia, traerlos a casa o consumirlos después también indican que la frecuencia de consumo de los productos enviados a preparar es siempre o a veces.

Cruce de variables 16

Tabla 72

Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar

* Calificación del programa de alimentación escolar

Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar	Calificación del programa de alimentación escolar				Total
	Bueno	Excelente	Malo	Regular	
Colación adicional a la enviada por los padres	1	0	0	0	1
Contribuyen al desempeño escolar	34	10	0	7	51
Los productos ayudan al crecimiento	20	5	0	2	27
Los productos tienen vitaminas, hierro y minerales	78	34	2	12	126
Mediante una alimentación sana y nutritiva	74	36	2	13	125
No contribuyen porque no son agradables	0	0	1	0	1
Total	207	85	5	34	331

Nota: Correlación entre Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar y calificación del programa.

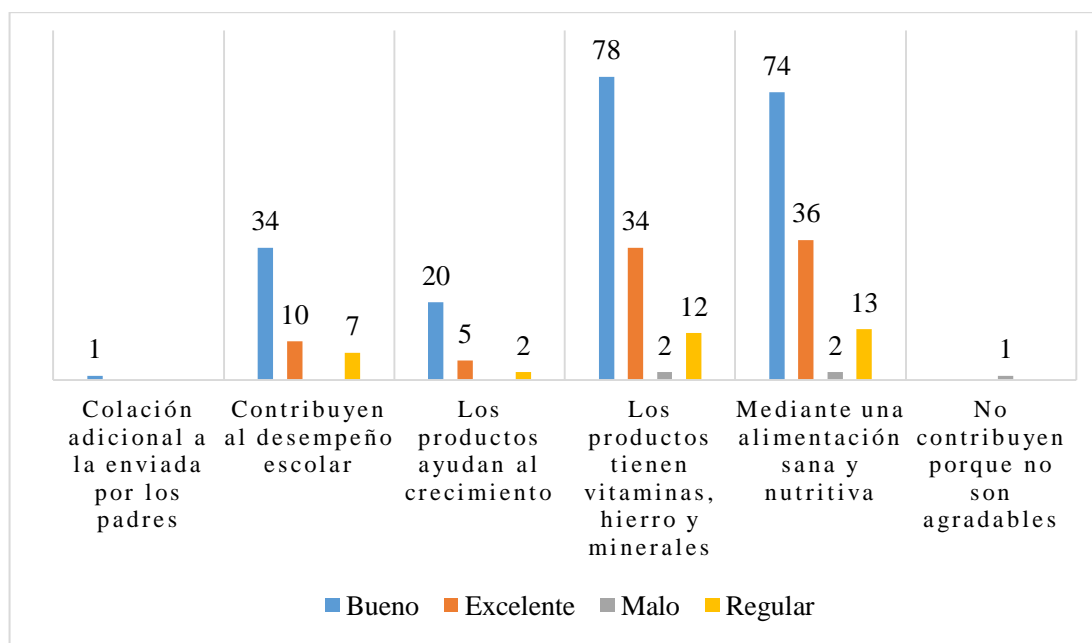


Figura 56: Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar * Calificación del programa de alimentación escolar.

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Forma de contribución a la nutrición productos programa de alimentación escolar * Calificación del programa de alimentación escolar, indica que hay relación entre las mismas. Gran porcentaje de los padres de familia que establecen como principal contribución que los productos tengan vitaminas, hierro y minerales y mediante una alimentación sana y nutritiva también califican como bueno al programa.

Cruce de variables 17

Tabla 73

Calificación del programa de alimentación escolar * Destino productos enviados

Calificación del programa de alimentación escolar	Destino productos enviados				Total
	Desecho los productos	Otros	Preparo y consumo los productos	Regalo los productos	
Bueno	1	0	125	15	141
Excelente	1	0	54	4	59
Malo	2	1	1	1	5
Regular	1	0	17	6	24
Total	5	1	197	26	229

Nota: Correlación de la calificación del programa de alimentación escolar y el destino de los productos enviados.

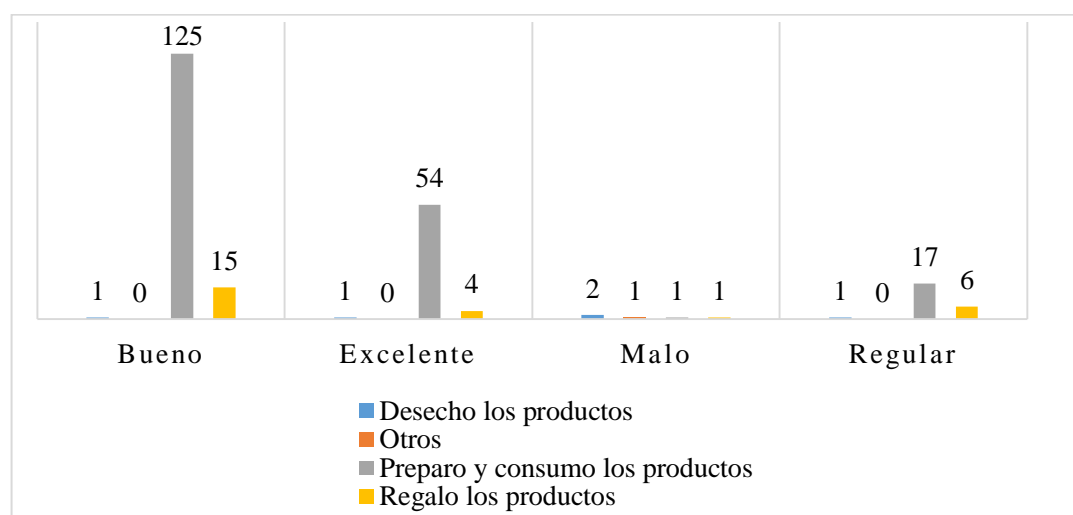


Figura 57: Calificación del programa de alimentación escolar * Destino productos enviados.

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Calificación del programa de alimentación escolar * Destino productos enviados, indica que hay relación entre las mismas. Quienes califican al programa de alimentación escolar como bueno o excelente generalmente suelen preparar consumir los productos que son enviados al hogar.

Cruce de variables 18

Tabla 74

Calificación del programa de alimentación escolar * Motivos por los que no consume productos

Calificación del programa de alimentación escolar	Motivos por los que no consume productos							Total
	Ninguno	No me agrada los productos	No tengo tiempo de prepararlos	Otros	Prefiero otros productos	Prohibición médica	Son difíciles de preparar	
Bueno	1	21	33	2	27	1	5	90
Excelente	2	3	18	0	7	0	0	30
Malo	0	2	1	0	3	0	0	6
Regular	0	12	3	1	2	0	2	20
Total	3	38	55	3	39	1	7	146

Nota: Correlación entre la calificación del programa de alimentación escolar y el motivo por lo que no consumen los productos.

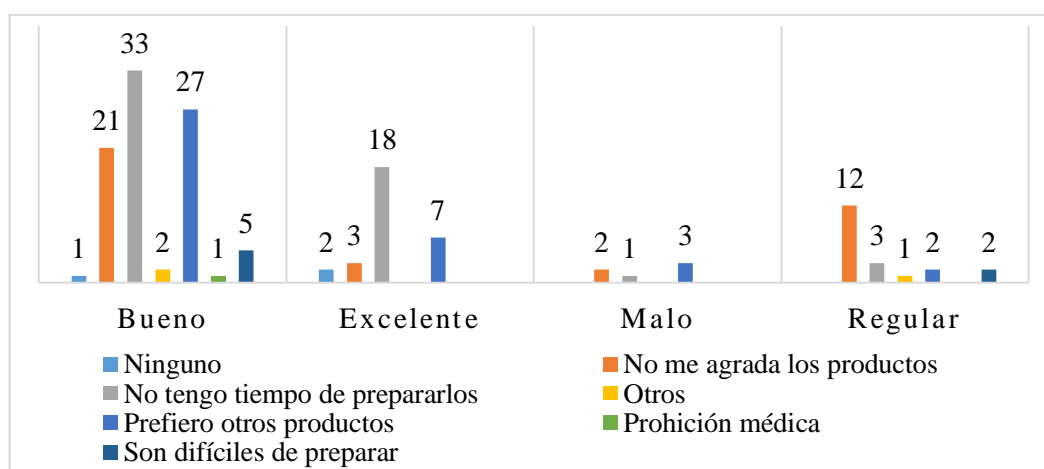


Figura 58: Calificación del programa de alimentación escolar * Motivos por los que no consume productos.

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,018 por lo tanto el cruce entre las variables Calificación del programa de alimentación escolar * Motivos por los que no consume productos, indica que hay relación entre las mismas. Quienes califican al programa de alimentación escolar como bueno no tiene tiempo para preparar los productos o prefieren otros tipos de productos sobre la colada y granola.

Cruce de variables 19

Tabla 75

Calificación del programa de alimentación escolar * Frecuencia de consumo de productos preparados

Calificación del programa de alimentación escolar	Frecuencia de consumo de productos preparados			Total
	A veces	Nunca	Siempre	
Bueno	93	10	59	162
Excelente	18	2	48	68
Malo	3	3	0	6
Regular	13	4	8	25
Total	127	19	115	261

Nota: Correlación entre la calificación del programa y la frecuencia de consumo de los productos preparados.

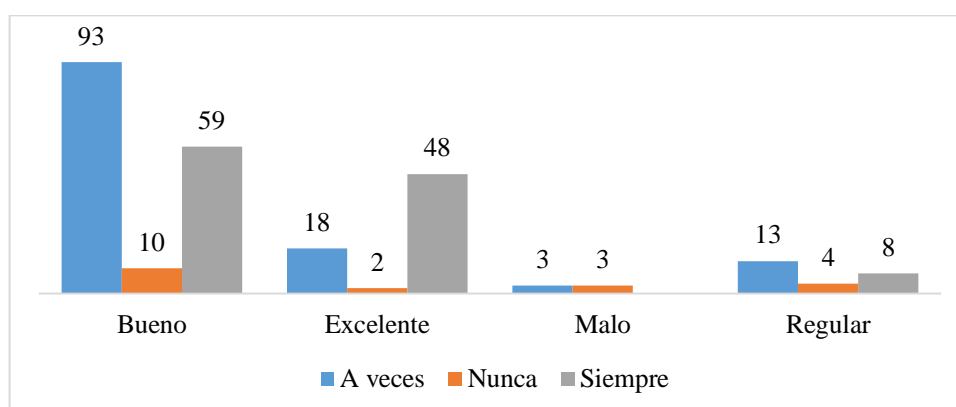


Figura 59: Calificación del programa de alimentación escolar * Frecuencia de consumo de productos preparados.

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Calificación del programa de alimentación escolar * Frecuencia de consumo de productos preparados, indica que hay relación entre las mismas. Quienes califican al programa de alimentación escolar como bueno indican que sus hijos a veces suelen consumir los productos enviados para preparación.

Cruce de variables 20

Tabla 76

Calificación del programa de alimentación escolar * Porcentaje de consumo

Calificación del programa de alimentación escolar	Porcentaje de consumo					Total
	100%	20%	40%	60%	80%	
Bueno	14	45	34	31	24	148
Excelente	19	10	4	12	20	65
Malo	0	3	0	0	0	3
Regular	2	8	6	4	4	24
Total	35	66	44	47	48	240

Nota: Correlación entre la calificación del programa de alimentación escolar y el porcentaje de consumo.

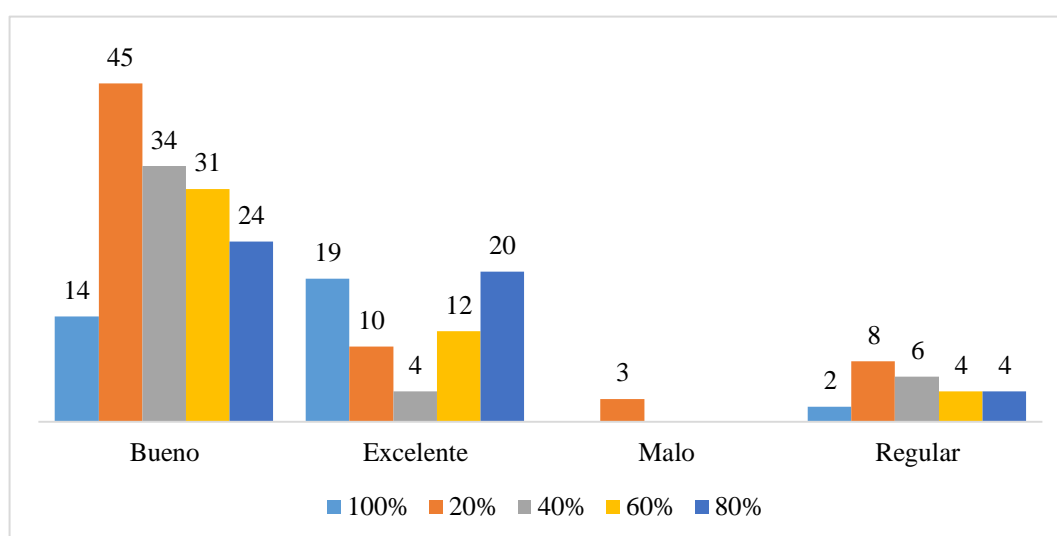


Figura 60: Calificación del programa de alimentación escolar * Porcentaje de consumo

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Calificación del programa de alimentación escolar * Porcentaje de consumo, indica que hay relación entre las mismas. Quienes califican al programa de alimentación escolar como bueno indican que sus hijos suelen consumir los productos enviados para preparación entre un 20% y 60% mayormente.

Cruce de variables 21

Tabla 77

Calificación del programa de alimentación escolar * Recomendaciones de mejora

Calificación del programa de alimentación escolar	Recomendaciones de mejora						Total
	Aumentar la variedad de productos	Controlar que la entrega sea diaria	Mejorar el sabor	Mejorar la calidad	Mejorar la textura de los productos	No enviar productos para preparar en casa	
Bueno	79	28	67	1	8	11	194
Excelente	37	14	14	0	3	5	73
Malo	2	0	2	0	1	1	6
Regular	9	1	21	0	1	3	35
Total	127	43	104	1	13	20	308

Nota: Correlación del programa de alimentación escolar y las recomendaciones de mejora.

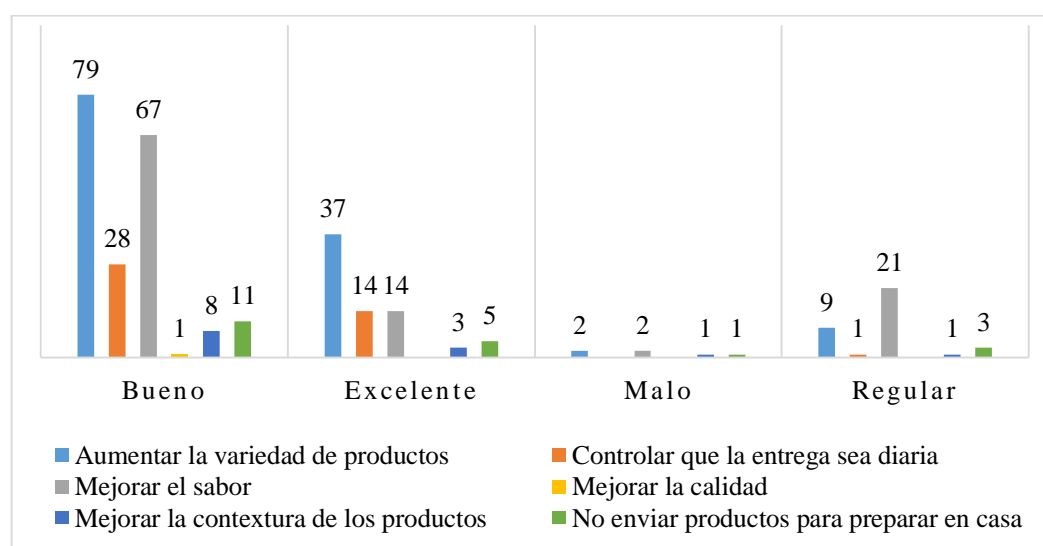


Figura 61: Calificación del programa de alimentación escolar * Recomendaciones de mejora

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,047 por lo tanto el cruce entre las variables Calificación del programa de alimentación escolar * Recomendaciones de mejora, indica que hay relación entre las mismas. El programa es calificado como bueno, sin embargo se recomienda aumentar la variedad de productos y mejorar el sabor de los mismos, eso indica que a pesar de considerar como buenos los productos, también se reconoce que aumentar la variedad sería beneficioso para los niños.

Cruce de variables 22

Tabla 78

Calificación del programa de alimentación escolar * Número integrantes familia

Calificación del programa de alimentación escolar	Número integrantes familia									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	13	
Bueno	1	10	36	59	52	19	7	1	1	186
Excelente	0	5	16	23	15	12	0	2	0	73
Malo	0	0	0	0	2	0	2	1	0	5
Regular	0	3	5	10	12	4	1	0	0	35
Total	1	18	57	92	81	35	10	4	1	299

Nota: Correlación entre la calificación del programa de alimentación escolar y el número de integrantes de la familia.

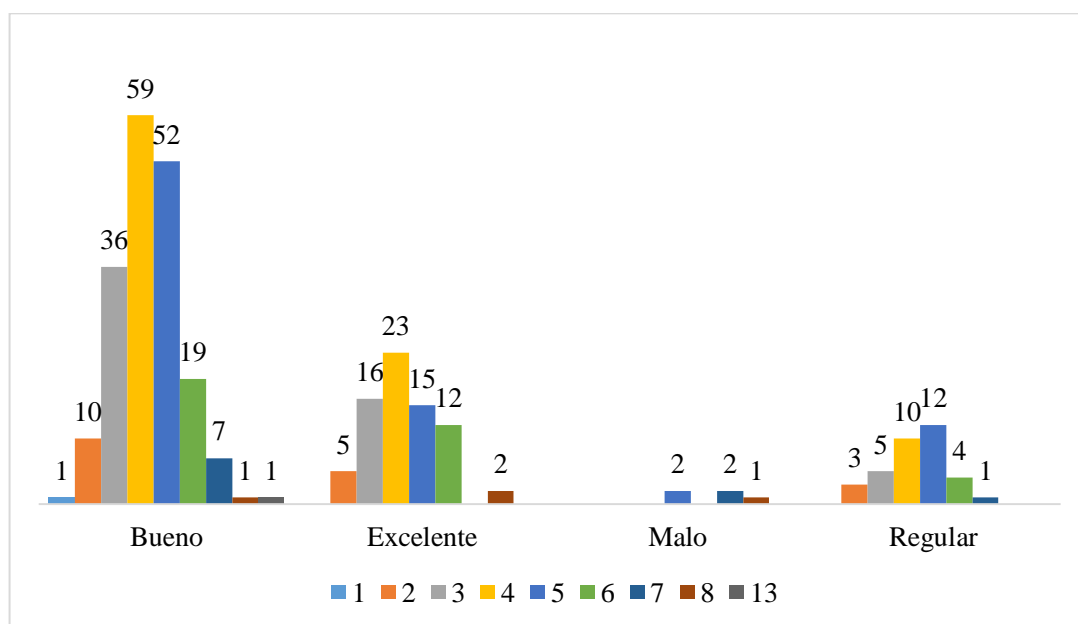


Figura 62: Calificación del programa de alimentación escolar * Número integrantes familia

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,002 por lo tanto el cruce entre las variables Calificación del programa de alimentación escolar * Número integrantes familia, indica que hay relación entre las mismas. Quienes califican al programa de alimentación escolar como bueno generalmente tienen familias conformadas de entre 3 a 5 integrantes, lo mismo sucede con las personas que califican el programa como excelente.

Cruce de variables 23

Tabla 79

Calificación del programa de alimentación escolar * Número de hijos

Calificación del programa de alimentación escolar	Número de hijos						Total
	1	2	3	4	5	6	
Bueno	52	71	59	15	6	3	206
Excelente	18	32	20	12	0	0	82
Malo	0	1	4	0	0	1	6
Regular	11	13	8	2	1	0	35
Total	81	117	91	29	7	4	329

Nota: Correlación entre la calificación del programa de alimentación escolar y el número de hijos.

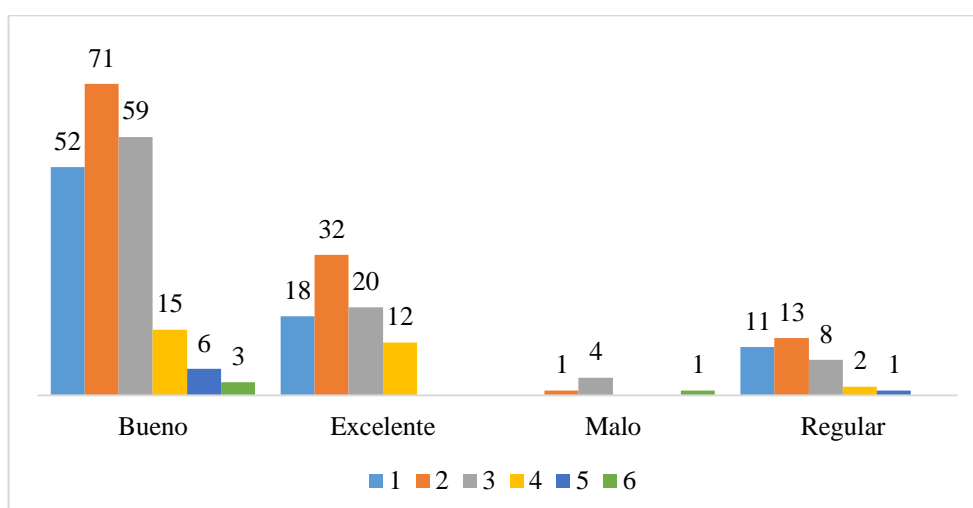


Figura 63: Calificación del programa de alimentación escolar * Número de hijos

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,023 por lo tanto el cruce entre las variables Calificación del programa de alimentación escolar * Número de hijos, indica que hay relación entre las mismas. Quienes califican al programa de alimentación escolar como bueno generalmente tienen familias conformadas de entre 1 a 3 hijos, lo mismo sucede con los padres que califican el programa como excelente.

Cruce de variables 24

Tabla 80

Destino productos enviados * Frecuencia de consumo de productos preparados

Destino productos enviados	Frecuencia de consumo de productos preparados			Total
	A veces	Nunca	Siempre	
Desecho los productos	3	2	0	5
Otros	1	0	0	1
Preparo y consumo los productos	90	4	98	192
Regalo los productos	16	3	4	23
Total	110	9	102	221

Nota: Correlación entre el destino de los productos enviados y la frecuencia de consumo de los productos preparados.

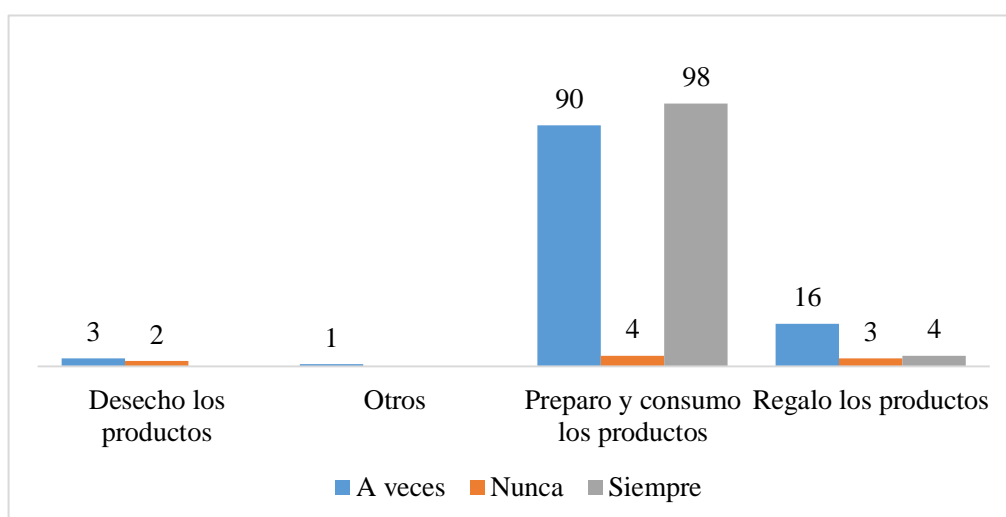


Figura 64: Destino productos enviados * Frecuencia de consumo de productos preparados

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Destino productos enviados * Frecuencia de consumo de productos preparados, indica que hay relación entre las mismas. Los padres de familia que suelen preparar los productos enviados indican que generalmente los niños consumen estos productos. Los resultados indican que los padres que preparan los productos muestran mayor preocupación en el consumo de los mismos.

Cruce de variables 25

Tabla 81

Destino productos enviados * Porcentaje de consumo

Destino productos enviados	Porcentaje de consumo					Total
	100%	20%	40%	60%	80%	
Desecho los productos	0	3	0	0	0	3
Otros	0	1	0	0	0	1
Preparo y consumo los productos	30	33	33	45	44	185
Regalo los productos	1	17	4	0	0	22
Total	31	54	37	45	44	211

Nota: Correlación entre el destino de los productos y el porcentaje de consumo.

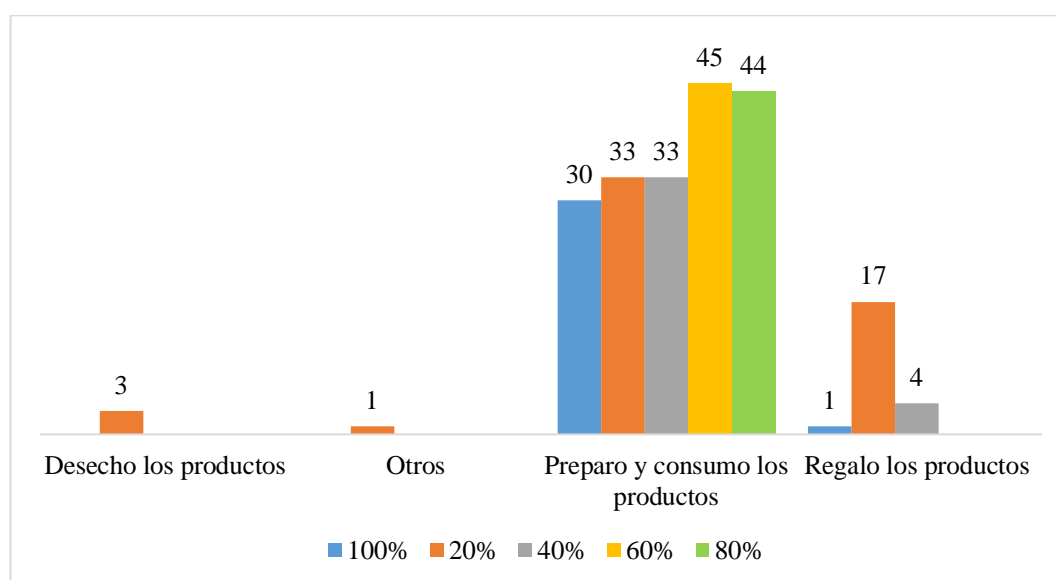


Figura 65: Destino productos enviados * Porcentaje de consumo

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Destino productos enviados * Porcentaje de consumo, indica que hay relación entre las mismas. Cerca del 50% de los padres de familia que suelen preparar los productos enviados indican que los niños consumen estos productos de 100% a 80% entre 30 y 44, de 40% a 60% entre 45 a 33, y 20% lo hacen 33.

Cruce de variables 26

Tabla 82

Destino productos enviados * Recomendaciones de mejora

Destino productos enviados	Recomendaciones de mejora						Total
	Aumentar la variedad de productos	Controlar que la entrega sea diaria	Mejorar el sabor	Mejorar la calidad	Mejorar la textura de los productos	No enviar productos para preparar en casa	
Desecho los productos	2	0	1	0	1	1	5
Otros	1	0	0	0	0	0	1
Preparo y consumo los productos	82	28	55	0	6	13	184
Regalo los productos	6	0	16	1	1	1	25
Total	91	28	72	1	8	15	215

Nota: Fuente: Investigación propia. Elaboración propia.

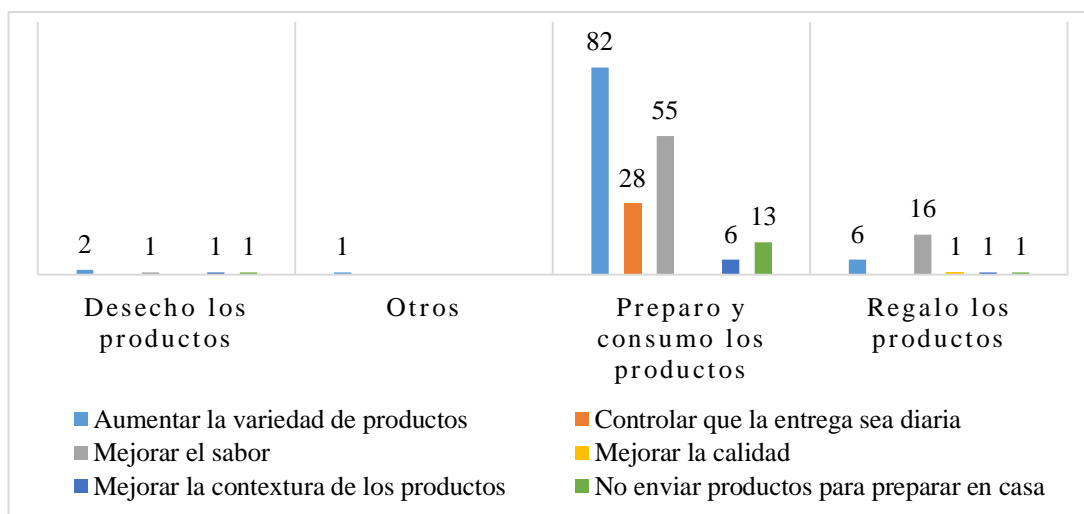


Figura 66: Destino productos enviados * Recomendaciones de mejora

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,017 por lo tanto el cruce entre las variables Destino productos enviados * Recomendaciones de mejora, indica que hay relación entre las mismas. Los padres de familia que suelen preparar los productos en casa recomiendan aumentar la variedad de productos, mejorar el sabor y controlar que la entrega sea diaria.

Cruce de variables 27

Tabla 83

Destino productos enviados * Sector domicilio

Destino productos enviados	Sector domicilio				Total
	Centro	Norte	Sur	Valle	
Desecho los productos	0	1	2	2	5
Otros	0	0	1	0	1
Preparo y consumo los productos	11	71	73	43	198
Regalo los productos	2	4	19	1	26
Total	13	76	95	46	230

Nota: Correlación del destino de los productos enviados y el sector del domicilio.

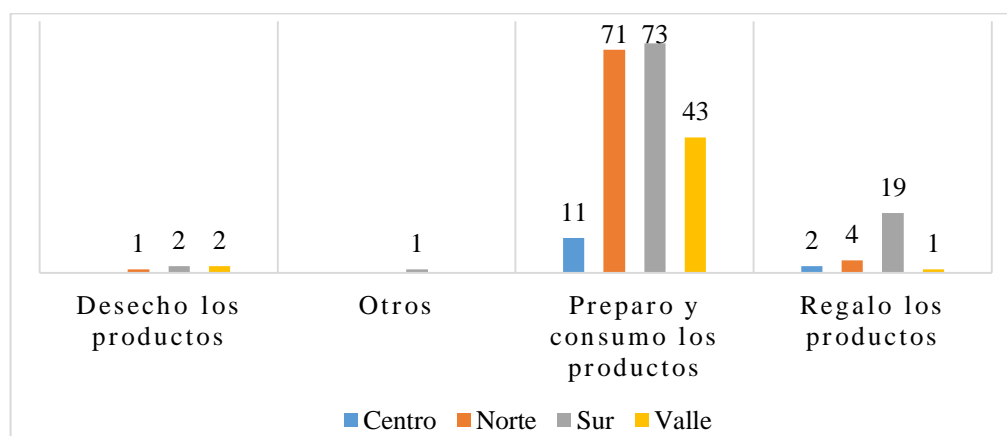


Figura 67: Destino productos enviados * Sector domicilio

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,048 por lo tanto el cruce entre las variables Destino productos enviados * Sector domicilio, indica que hay relación entre las mismas. Los padres de familia que suelen preparar los productos en casa viven mayormente en el norte y sur de la ciudad de Quito, lo cual indica que la organización para preparar la colada o granola en instituciones educativas de estas zonas es mejor que en otras, o que es posible que la entrega de productos para preparar se dé con mayor frecuencia en el norte y sur.

Cruce de variables 28

Tabla 84

Motivos por los que no consume productos * Frecuencia de consumo de productos preparados

Motivos por los que no consume productos	Frecuencia de consumo de productos preparados			Total
	A veces	Nunca	Siempre	
Ninguno	0	1	2	3
No me agrada los productos	26	7	3	36
No tengo tiempo de prepararlos	28	0	26	54
Otros	1	1	1	3
Prefiero otros productos	26	2	10	38
Prohibición médica	1	0	0	1
Son difíciles de preparar	4	0	2	6
Total	86	11	44	141

Nota: Correlación entre los motivos por los que no consumen los productos y la frecuencia de consumo.

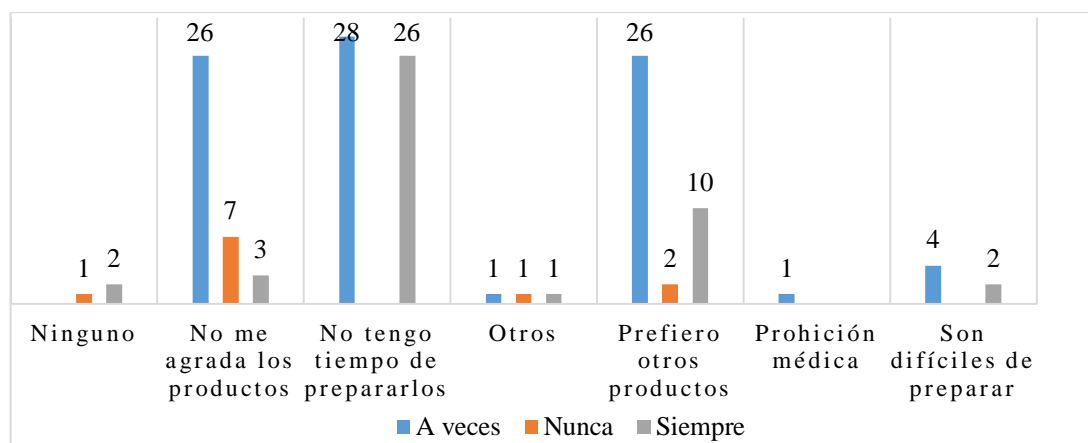


Figura 68: Motivos por los que no consume productos * Frecuencia de consumo de productos preparados.

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,001 por lo tanto el cruce entre las variables Motivos por los que no consume productos * Frecuencia de consumo de productos preparados, indica que hay relación entre las mismas. Los padres de familia que no preparan los productos enviados porque no les agrada, porque no tienen tiempo o porque prefieren otros productos indican que el consumo de los niños sobre dichos alimentos es a veces.

Cruce de variables 29

Tabla 85

Motivos por los que no consume productos * Recomendaciones de mejora

Motivos por los que no consume productos	Recomendaciones de mejora						Total
	Aumentar la variedad de productos	Controlar que la entrega sea diaria	Mejorar el sabor	Mejorar la calidad	Mejorar la contextura de los productos	No enviar productos para preparar en casa	
Ninguno	1	2	0	0	0	0	3
No me agrada los productos	10	0	23	0	2	1	36
No tengo tiempo de prepararlos	23	9	14	0	3	5	54
Otros	0	0	2	1	0	0	3
Prefiero otros productos	22	1	8	0	4	2	37
Prohibición médica	1	0	0	0	0	0	1
Son difíciles de preparar	0	2	3	0	0	2	7
Total	57	14	50	1	9	10	141

Nota: Correlación entre los motivos por los que no consumen productos y las recomendaciones de mejora.

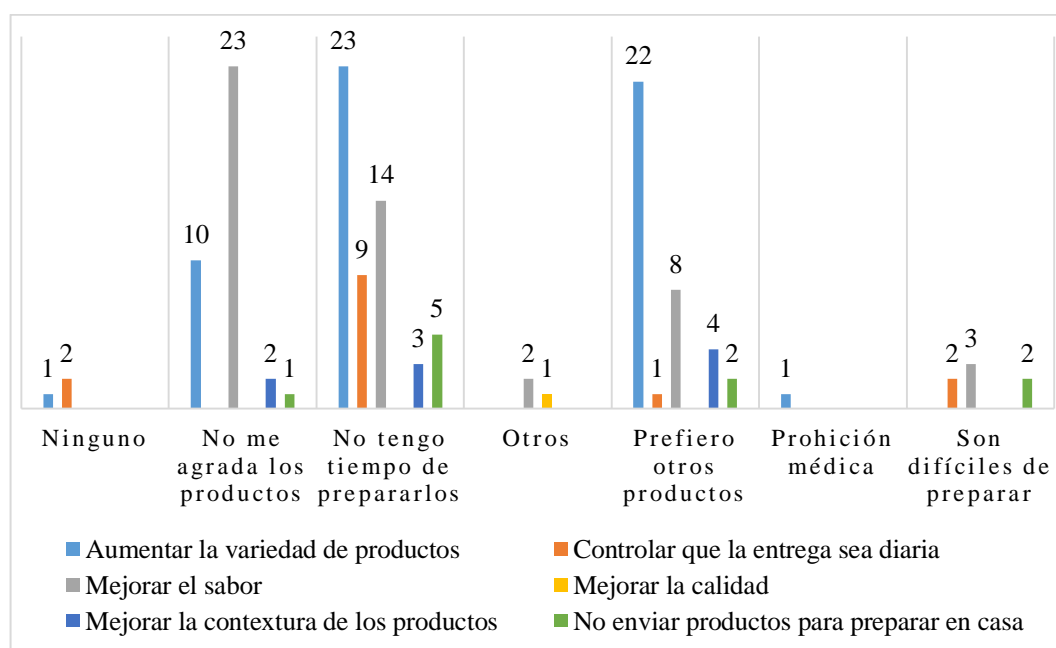


Figura 69: Motivos por los que no consume productos * Recomendaciones de mejora.

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Motivos por los que no consume productos * Recomendaciones de mejora, indica que hay relación entre las mismas. Los padres de familia que no preparan los productos enviados porque no tienen tiempo o porque prefieren otros productos recomiendan aumentar la variedad de productos.

Cruce de variables 30

Tabla 86

Motivos por los que no consume productos * Número integrantes familia

Motivos por los que no consume productos	Número integrantes familia								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Ninguno	1	0	0	2	0	0	0	0	3
No me agrada los productos	0	2	4	8	12	8	1	1	36
No tengo tiempo de prepararlos	0	2	11	14	12	3	2	1	45
Otros	0	1	0	2	0	0	0	0	3
Prefiero otros productos	0	3	5	11	9	5	5	0	38
Son difíciles de preparar	0	0	3	0	0	1	0	0	4
Total	1	8	23	37	33	17	8	2	129

Nota: Correlación entre los motivos por los que no consumen los productos y el número de integrantes.

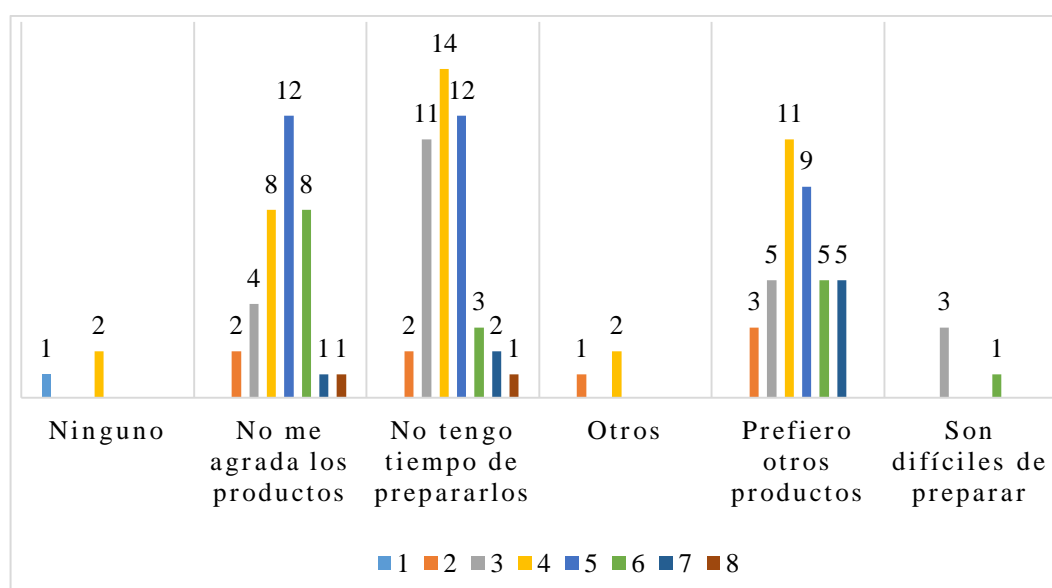


Figura 70: Motivos por los que no consume productos * Número integrantes familia

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Motivos por los que no consume productos * Número integrantes familia, indica que hay relación entre las mismas. Los padres de familia que no preparan los productos enviados porque no les agrada en su mayoría tienen entre 4 a 6 hijos, los padres que no preparan porque no tienen tiempo en su mayoría tienen entre 3 y 5 hijos, y los padres que prefieren otros productos tienen 4 o 5 hijos.

Cruce de variables 31

Tabla 87

Frecuencia de consumo de productos preparados * Porcentaje de consumo

Frecuencia de consumo de productos preparados	Porcentaje de consumo					Total
	100%	20%	40%	60%	80%	
A veces	1	47	35	28	13	124
Nunca	0	4	0	0	0	4
Siempre	32	14	8	19	36	109
Total	33	65	43	47	49	237

Nota: Correlación entre la frecuencia de consumo de productos preparados y el porcentaje de consumo.

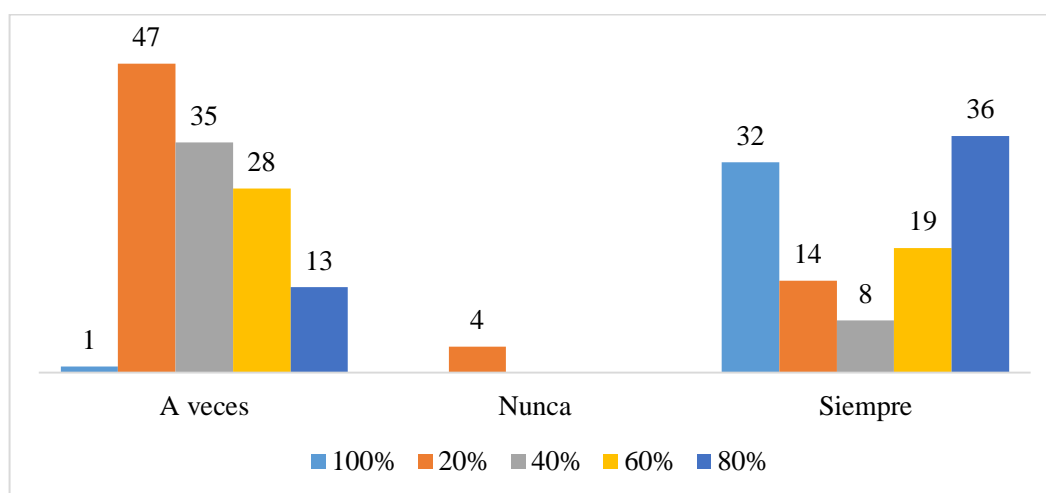


Figura 71: Frecuencia de consumo de productos preparados * Porcentaje de consumo

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Frecuencia de consumo de productos preparados * Porcentaje de consumo, indica que hay relación entre las mismas. Los niños suelen consumir a veces los productos que preparan sus padres y este porcentaje oscila entre 20% y 40%, mientras que los niños que siempre consumen los productos lo hacen entre 80% y 100%.

Cruce de variables 32

Tabla 88

Porcentaje de consumo * Recomendaciones de mejora

Porcentaje de consumo	Recomendaciones de mejora						Total
	Aumentar la variedad de productos	Controlar que la entrega sea diaria	Mejorar el sabor	Mejorar la calidad	Mejorar la textura de los productos	No enviar productos para preparar en casa	
100%	20	7	3	0	0	1	31
20%	19	6	28	1	5	4	63
40%	20	2	13	0	2	5	42
60%	15	5	21	0	2	2	45
80%	23	10	11	0	1	2	47
Total	97	30	76	1	10	14	228

Nota: Correlación entre el porcentaje de consumo y las recomendaciones de mejora.

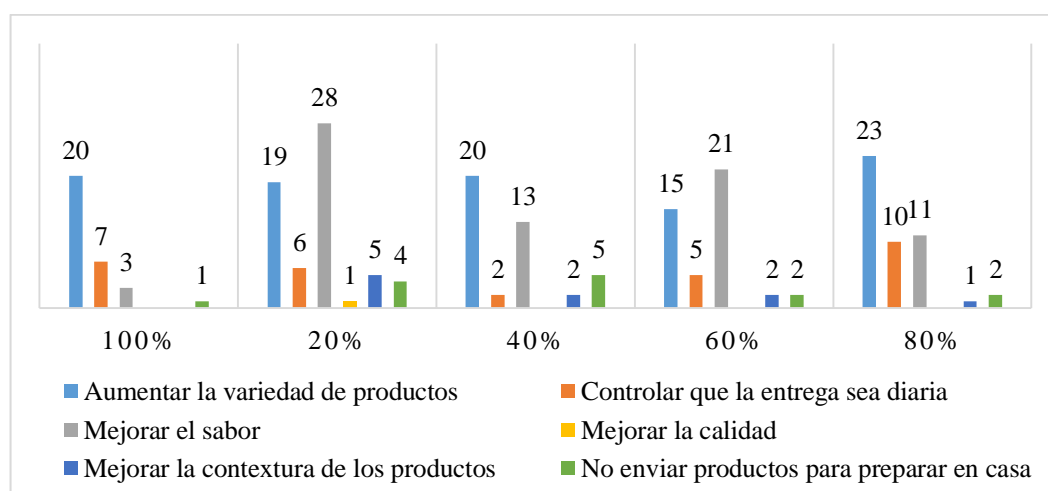


Figura 72: Porcentaje de consumo * Recomendaciones de mejora

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,016 por lo tanto el cruce entre las variables Porcentaje de consumo * Recomendaciones de mejora, indica que hay relación entre las mismas. Los padres cuyos hijos consumen 40%, 80% y 100% recomiendan aumentar la variedad de productos, mientras que los que consumen 20% y 60% recomiendan mejorar el sabor.

Cruce de variables 33

Tabla 89

Porcentaje de consumo * Sector domicilio

Porcentaje de consumo	Sector domicilio				Total
	Centro	Norte	Sur	Valle	
100%	0	14	12	9	35
20%	7	16	32	12	67
40%	6	9	18	11	44
60%	0	16	23	8	47
80%	0	20	20	9	49
Total	13	75	105	49	242

Nota: Correlación entre el porcentaje de consumo y el sector de domicilio.

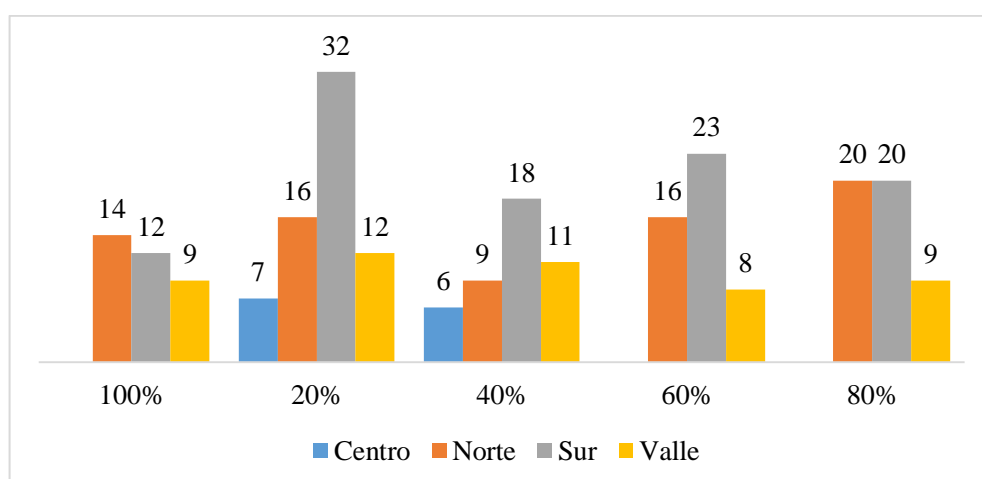


Figura 73: Porcentaje de consumo * Sector domicilio

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,02 por lo tanto el cruce entre las variables Porcentaje de consumo * Sector domicilio, indica que hay relación entre las mismas. Los padres cuyos hijos consumen de 20% a 80% los productos preparados, se concentran en el Sur del Distrito Metropolitano de Quito y un porcentaje menor en el Norte.

Cruce de variables 34

Tabla 90

Porcentaje de consumo * Nivel de estudio

Porcentaje de consumo	Nivel de estudio				Total
	Bachillerato	Educación básica	Ninguno	Superior	
100%	7	24	0	3	34
20%	18	33	1	14	66
40%	15	26	0	3	44
60%	19	25	0	3	47
80%	14	20	0	14	48
Total	73	128	1	37	239

Nota: Correlación entre el porcentaje de consumo y el nivel de estudio.

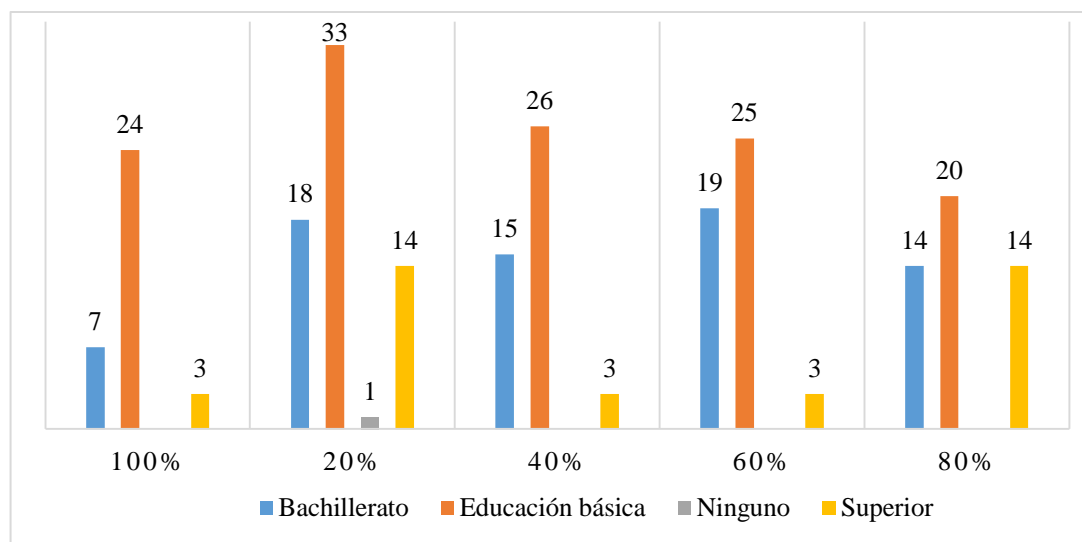


Figura 74: Porcentaje de consumo * Nivel de estudio

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,037 por lo tanto el cruce entre las variables Porcentaje de consumo * Nivel de estudio, indica que hay relación entre las mismas. Los padres cuyos hijos consumen de 20% a 100% en su mayoría han cursado únicamente el ciclo básico de educación.

Cruce de variables 35

Tabla 91

Género representante * Número integrantes familia

Género representante	Número integrantes familia									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	13	
Femenino	0	17	42	80	71	36	10	2	0	258
Masculino	1	3	15	19	13	3	1	2	1	58
Total	1	20	57	99	84	39	11	4	1	316

Nota: Correlación entre el género del representante y el número de integrantes en la familia.

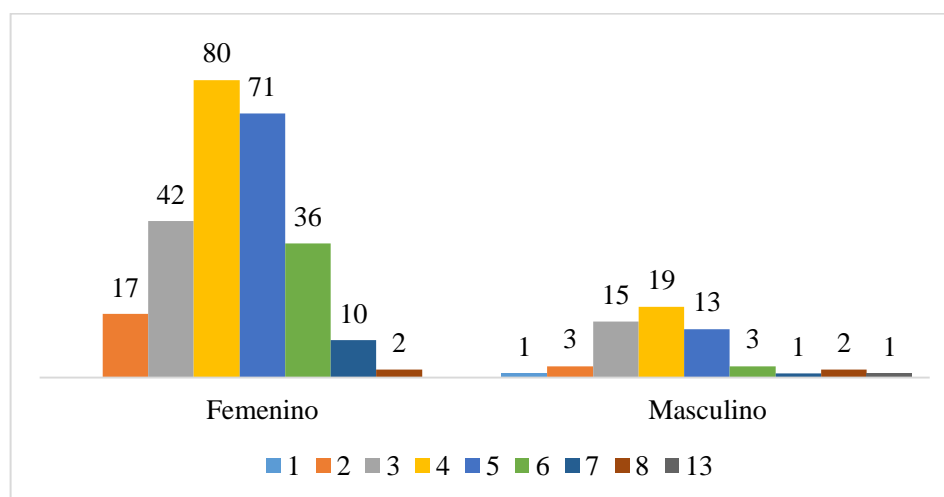


Figura 75: Género representante * Número integrantes familia

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,02 por lo tanto el cruce entre las variables Género representante * Número integrantes familia, indica que hay relación entre las mismas. Las familias cuyos representantes son mujeres, tienen entre 4 y 5 integrantes, mientras que las familias cuyos representantes son hombres de 3 a 5 integrantes.

Cruce de variables 36

Tabla 92

Edad representante * Nivel de estudio

Edad representante	Nivel de estudio				Total
	Educación básica	Bachillerato	Superior	Ninguno	
20 - 29	71	51	23	0	145
30 - 39	52	49	14	1	116
40 - 49	16	4	5	0	25
50 - 59	0	1	1	0	2
60 - 69	1	1	0	0	2
Total	140	106	43	1	290

Nota: Correlación entre la edad del representante y el nivel de estudio.

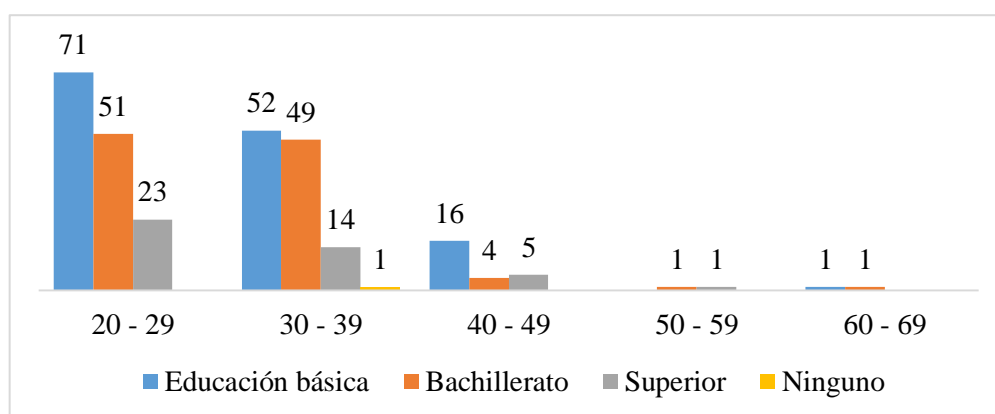


Figura 76: Edad representante * Nivel de estudio

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,003 por lo tanto el cruce entre las variables Edad representante * Nivel de estudio, indica que hay relación entre las mismas. Los padres de familia entre 20 y 29 años generalmente han cursado el ciclo básico, al igual que los padres entre 30 y 49 años aunque en mejor porcentaje en este rango de edad, sin embargo también se evidencia un buen porcentaje de padres de 20 a 39 años que terminaron el bachillerato.

Cruce de variables 37

Tabla 93

Edad representante * Número integrantes familia

Edad representante	Número de integrantes de la familia									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	13	
20 - 29	0	12	28	42	32	13	4	1	0	132
30 - 39	1	4	15	28	36	18	3	1	0	106
40 - 49	0	1	3	8	4	4	1	1	1	23
50 - 59	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
60 - 69	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
Total	1	17	47	79	74	35	8	3	1	265

Nota: Correlación entre la edad del representante y el número de integrantes de casa familia.

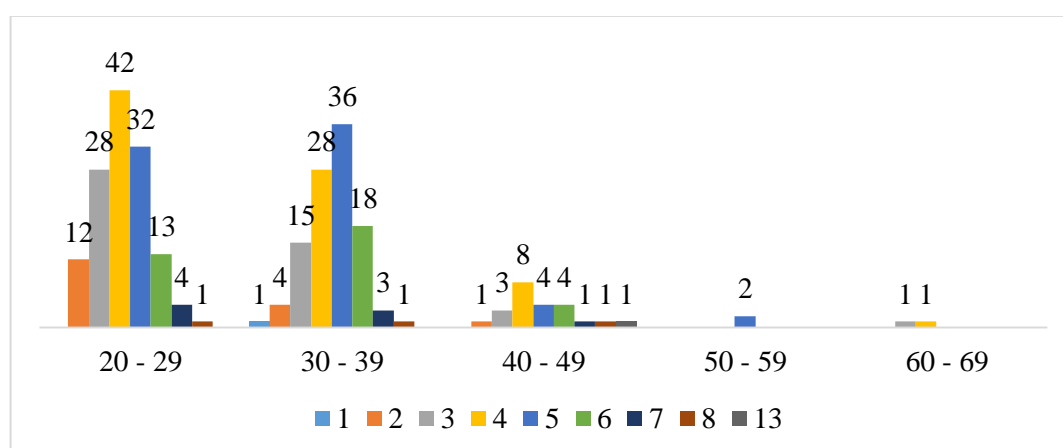


Figura 77: Edad representante * Número integrantes familia

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Edad representante * Número integrantes familia, indica que hay relación entre las mismas. Los padres de familia entre 20 y 29 en mayor porcentaje tienen 4 miembros, mientras que los padres de familia entre 30 y 39 años tienen en su mayoría 5 integrantes en su familia.

Cruce de variables 38

Tabla 94

Edad representante * Número de hijos

Edad representante	Número de hijos						Total
	1	2	3	4	5	6	
20 - 29	50	53	30	10	1	0	144
30 - 39	19	41	38	15	4	0	117
40 - 49	2	7	7	4	0	3	23
50 - 59	0	0	1	1	0	0	2
60 - 69	1	1	0	0	0	0	2
Total	72	102	76	30	5	3	288

Nota: Correlación entre la edad del representante y el número de hijos.

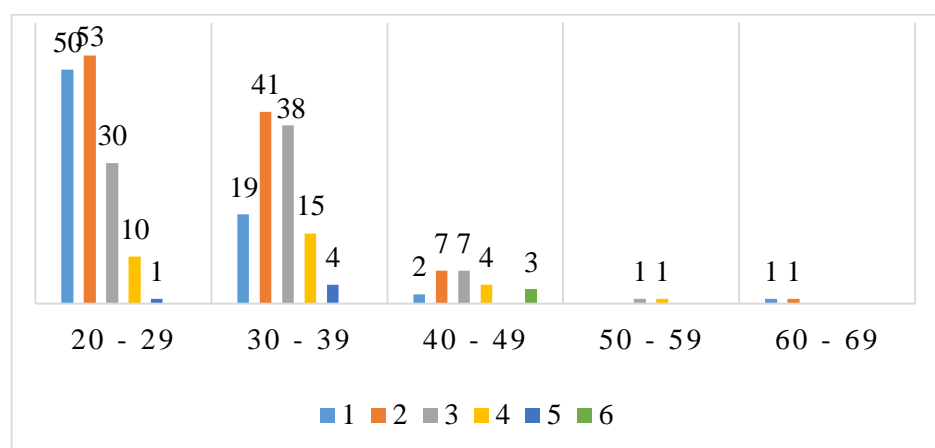


Figura 78: Edad representante * Número de hijos

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Edad representante * Número de hijos, indica que hay relación entre las mismas. Los padres de familia entre 20 y 29 en mayor porcentaje tienen de 1 a 2 hijos, mientras que los padres de familia entre 30 y 39 años tienen en su mayoría 2 o 3 hijos. Esto demuestra que actualmente ha disminuido el número de hijos por familia debido al acceso a la información y servicios en cuanto a planificación familiar, que años atrás no se encontraban disponibles.

Cruce de variables 39

Tabla 95

Número de hijos * Número integrantes familia

Número de hijos	Número integrantes familia								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1 hijo	1	13	35	12	11	2	2	1	77
2 hijos	0	4	19	68	10	7	1	2	111
3 hijos	0	1	4	17	58	4	1	1	86
4 hijos	0	1	0	2	4	24	1	0	32
5 hijos	0	0	0	0	0	1	4	0	5
6 hijos	0	0	0	0	1	0	2	0	3
Total	1	19	58	99	84	38	11	4	314

Nota: Correlación entre el número de hijos y el número de integrantes de cada familia.

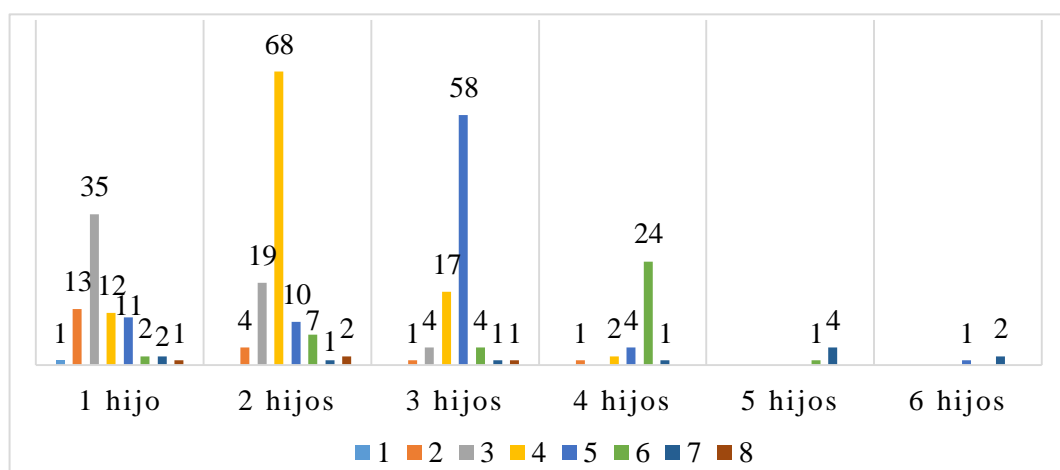


Figura 79: Número de hijos * Número integrantes familia

Análisis

La prueba Chi-cuadrado arroja un valor de 0,00 por lo tanto el cruce entre las variables Número de hijos * Número integrantes familia, indica que hay relación entre las mismas. Los padres de familia con un solo hijo en mayor porcentaje tienen 3 miembros, los padres con 2 hijos en gran porcentaje tienen 4 integrantes, y los padres con 3 hijos tienen generalmente 5 niños. Se evidencia que las familias están conformadas por madre, padre e hijos.

4.6 Cálculo del peso y la talla de los niños y niñas del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 96

Peso/Edad - De 5 A 7 Años

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Peso muy elevado ¹	2	0,42%
Peso elevado ²	7	1,47%
Alerta peso elevado ³	160	33,61%
Peso Normal ⁴	3	0,63%
Alerta bajo peso ⁵	267	56,09%
Bajo peso ⁶	18	3,78%
Peso muy bajo ⁷	19	3,99%
Total	476	100,00%

Nota: Porcentaje de peso de los niños y niñas del distrito metropolitano de Quito.

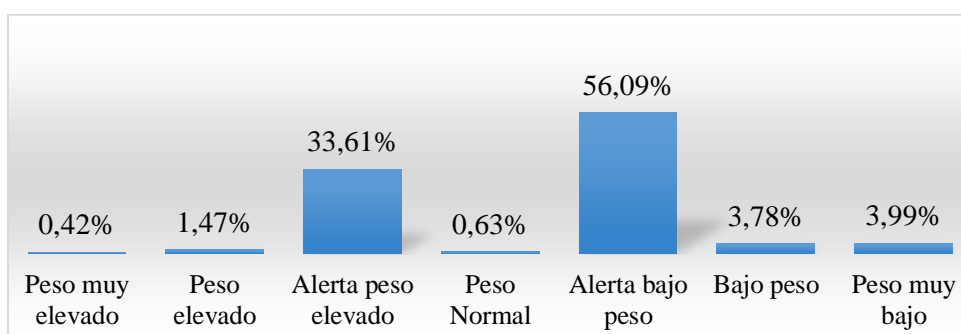


Figura 80: Peso/Edad – De 5 a 7 años.

Análisis

De acuerdo a la curva de crecimiento peso para la edad del Ministerio de Salud Pública, encontramos que el 56,09% de los niños y niñas se encuentra en alerta de bajo peso, mientras que el 33,61% está en alerta peso elevado, seguido de niños y niñas que presentan peso muy bajo con el 3,99%, en cuarto lugar está el 3,78% con bajo peso y solo el 0,63% de los niños y niñas tienen un peso normal para la edad.

¹ $\geq 27,5$: "Peso muy elevado"

² ≥ 24 y $< 27,5$: "Peso elevado"

³ $> 18,2$ y < 24 : "Alerta peso elevado"

⁴ 18,2: "Peso normal"

⁵ $\geq 14,1$ y $< 18,2$: "Alerta bajo peso"

⁶ $> 12,2$ y $< 14,1$: "Bajo peso"

⁷ $\leq 12,2$: "Peso muy bajo"

Tabla 97

Talla/Edad - De 5 A 7 Años

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Talla muy elevada ⁸	1	0,21%
Talla elevada ⁹	13	2,73%
Alerta talla elevada ¹⁰	146	30,67%
Talla Normal ¹¹	46	9,66%
Alerta baja talla ¹²	254	53,36%
Baja talla ¹³	13	2,73%
Talla muy baja ¹⁴	3	0,63%
Total	476	100,00%

Nota: Porcentaje de la talla de los niños y niñas del distrito metropolitano de Quito.

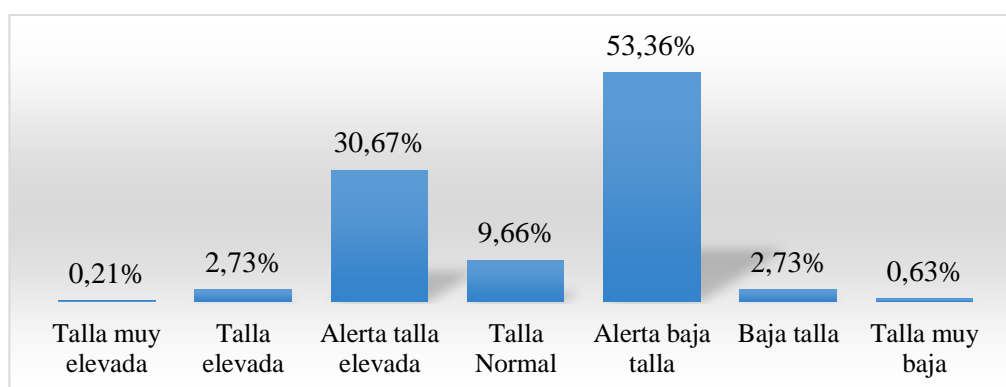


Figura 81: Talla/Edad – De 5 a 7 años

Análisis

En la curva de crecimiento de Talla para la Edad del Ministerio de Salud Pública, encontramos que el 53,36% de los niños y niñas están en alerta de baja talla, seguido del 30,67% están en alerta de talla elevada, mientras que el 9,66% están en talla normal, 2,73% corresponde a talla elevada y baja talla y menos del 1% hay niños y niñas con talla muy baja.

⁸ $\geq 1,23$: "Talla muy elevada"

⁹ $\geq 1,19$ y $< 1,23$: "Talla elevada";

¹⁰ $> 1,1$ y $< 1,19$: "Alerta talla elevada";

¹¹ 1,1: "Talla normal"

¹² ≥ 1 y $< 1,1$: "Alerta baja talla"

¹³ $> 0,96$ y < 1 : "Baja talla";

¹⁴ $\leq 0,96$: "Talla muy baja"

Tabla 98

Talla y peso según la edad (niños) - De 5 A 7 Años

Talla	Porcentaje talla	Peso	Porcentaje Peso
Talla muy elevada	0,39%	Peso muy elevado	0,77%
Talla elevada	3,47%	Peso elevado	1,93%
Alerta talla elevada	30,89%	Alerta peso elevado	33,98%
Talla Normal	11,20%	Peso Normal	0,00%
Alerta baja talla	49,81%	Alerta bajo peso	55,98%
Baja talla	3,47%	Bajo peso	6,18%
Talla muy baja	0,77%	Peso muy bajo	1,16%
Total	100,00%	Total	100,00%

Nota: Porcentaje de la talla y peso según la edad de los niños y niñas del distrito metropolitano de Quito.

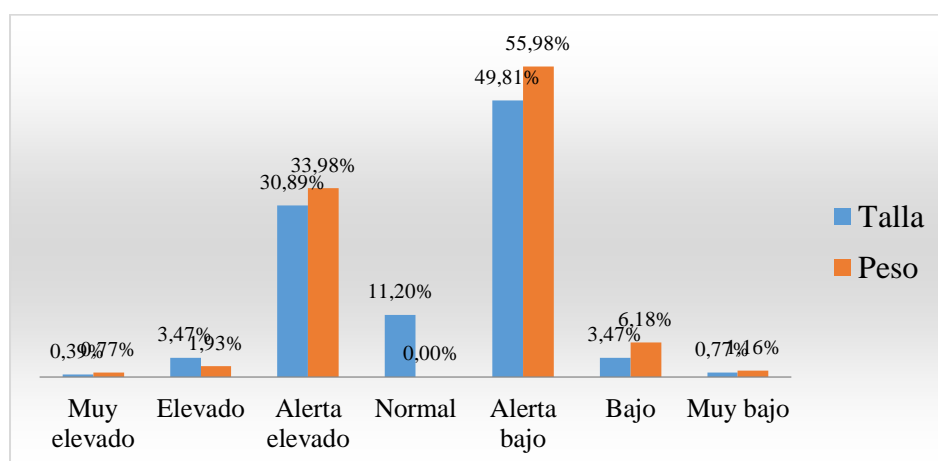


Figura 82: Talla y peso según la edad (niños) – De 5 a 7 años

Análisis

En relación al peso y talla de los niños, como se puede evidenciar en el gráfico en alerta bajo peso y talla no tiene mucha diferencia, la talla corresponde al 55,98%, mientras el peso es del 49,81%, existiendo como diferencia del 6,17%. Al comparar los demás datos se puede dar cuenta que el porcentaje de diferencia en relación al peso y talla es mínima.

Tabla 99

Talla y peso según la edad (niñas) - De 5 A 7 Años

Talla	Porcentaje Talla	Peso	Porcentaje Peso
Talla muy elevada	0,00%	Peso muy elevado	0,00%
Talla elevada	1,84%	Peso elevado	0,92%
Alerta talla elevada	30,88%	Alerta peso elevado	33,64%
Talla Normal	7,83%	Peso Normal	1,38%
Alerta baja talla	57,14%	Alerta bajo peso	56,22%
Baja talla	1,84%	Bajo peso	0,46%
Talla muy baja	0,46%	Peso muy bajo	7,37%
Total	100,00%	Total	100,00%

Nota: Porcentaje de la talla y peso de los niños y niñas según la edad del distrito metropolitano de Quito.

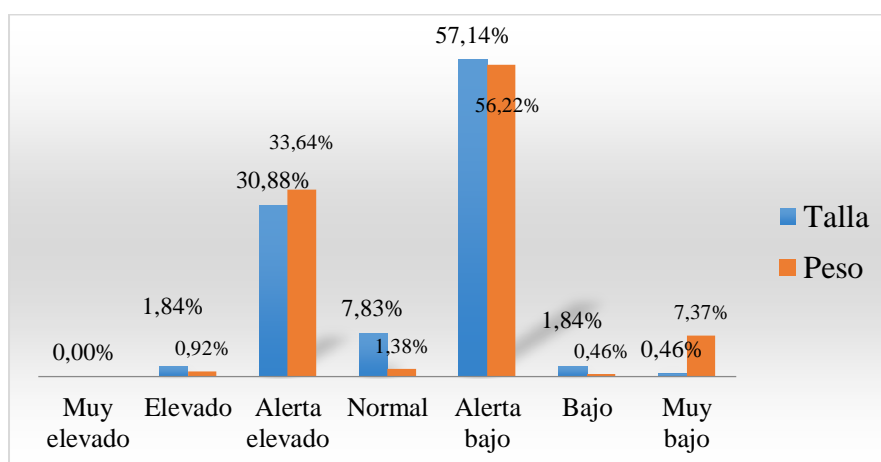


Figura 83: Talla y peso según la edad (niñas) – De 5 a 7 años

Análisis

Tanto el peso y la talla según la edad en las niñas, tiene relación, la diferencia es mínima, por ejemplo en alerta talla baja corresponde al 57,14%, mientras que en alerta peso bajo es del 56,22%, con una diferencia del 0,92%.

Tabla 100
Segmentación de la encuesta

Preguntas		Alerta Peso Elevado	Alerta Peso bajo	Alerta talla Elevada	Alerta Baja talla
Tipos de refrigerio	frutas	79,4	70,7	78,7	68,9
	cereal	46,0	39,4	45,9	41,1
	lácteos	58,7	51,0	51,6	56,1
	dulces	2,4	3,5	0,8	3,9
	snacks	7,1	11,6	9,0	11,1
	Vegetales y hortalizas	31,7	27,3	31,1	26,1
Destino productos no consumidos	Los comparte con la familia	32,5	34,3	39,3	29,4
	Los consume después	23,0	26,3	17,2	30,0
	Los trae a casa	32,5	27,8	1,6	1,1
	Los regala	0,8	2,0	1,6	1,1
	Los desecha	0,8	2,0	30,3	30,0
Calificación PAE	Excelente	57,1	58,1	60,7	56,67
	Bueno	23,8	24,2	27,9	21,67
	malo	1,6	2,0	1,6	1,67
	Regular	8,7	10,6	4,9	12,78
Su hijo consume productos preparados	Siempre	39,7	32,3	36,1	35,6
	A veces	4,8	6,1	4,9	5,0
	Nunca	27,8	34,3	28,7	32,8
Edad representante	20-25	18,3	19,7	15,6	21,1
	26-30	27,8	26,8	25,4	27,8
	31-35	15,9	18,7	22,1	15,0
	36-40	12,7	8,6	11,5	10,0
	Mayor a 40	7,1	5,1	7,4	4,4
Nivel de estudio	Educación básica	33,3	38,4	36,1	36,7
	Bachillerato	46,0	48,5	30,3	43,9
	Superior	19,0	12,1	8,6	11,6
Número integrantes familia	1 a 4	46,8	49,5	54,1	46,1
	5 a 6	37,3	32,3	18,7	31,8
	mayor a 7	5,6	3,5	3,5	3,5



Continúa

Preguntas		Alerta Peso Elevado	Alerta Peso bajo	Alerta talla Elevada	Alerta Baja talla
Número de hijos	De 1 a 2	60,3	57,1	59,0	57,2
	De 3 a 4	31,7	37,9	20,7	32,8
	De 5 a 6	4,0	2,5	2,5	2,5
Califique el gusto que tiene por los productos	Te gusta	58,7	56,1	63,1	54,4
	Te gusta poco	37,3	39,9	19,7	37,9
	No te gusta	4,0	4,0	3,0	3,5
Que haces con los productos que recibes	Lleva a casa	37,3	35,9	36,9	38,3
	Regala	31,0	30,3	16,7	29,3
	Consume	8,7	11,1	5,6	8,1
	Guarda	11,9	11,6	8,6	9,6
	No consume	0,0	1,0	0,0	0,5
	Bota	11,1	10,1	8,1	8,6
Género del infante	Femenino	46,8	50,0	45,1	50,6
	Masculino	53,2	50,0	53,2	44,9
Edad del niño	5 años	77,0	81,8	80,3	78,9
	6 años	23,0	17,7	19,0	18,7
	7 años	0,0	0,5	0,0	0,5

Nota: Segmentación de la encuesta aplicada a los padres de familia y a los niños de las escuelas del Distrito Metropolitano de Quito.

Análisis

- **Alerta Peso Elevado**

Los niños que tienen alerta peso elevado sus padres les envían de refrigerio en un 79,4% fruta, los alimentos que no consumen los niños en un 32,5% llevan a casa o comparten con la familia, en un 57,1% los padres califican a los productos como excelentes, y los productos preparados en casa los niños los consumen siempre en un 39,7%, El representante del niño en un 27,8% están en la edad de 25 a 30 años, el nivel de estudio en un 48,5% es de bachillerato seguido con el 33,3% con educación básica, el número de integrantes es de 1 a 4 y tienen de 1 a 2 hijos. Los niños que reciben los productos en un 58,7% les gusta y los productos que no consumen los llevan a casa o los regalan. Los niños con alerta peso elevado en un 53,2% son niños y la edad en un 77% es de 5 años.

- **Alerta Peso bajo**

El 70,7% de los niños que tienen alerta peso bajo sus padres les envían de refrigerio fruta, lo que no consumen lo comparten con la familia, los padres en un 58,1% califican al producto como excelente, los productos preparados en casa en un 32,3% siempre los consumen, la edad del representante en un 26,8% están entre 26 a 30 años, el nivel de estudio en un 48,5% es de bachillerato, el número de integrantes es de 1 a 4 y el número de hijos es de 1 o 2. Los niños que reciben los productos en un 56,1% les gusta los productos y los productos que no les gusta consumir en un 35,9% llevan a casa, el 50% de los niños con alerta peso bajo son niñas y el 81,8 están en los 5 años.

- **Alerta talla Elevada o baja talla**

Los padres en su mayoría le envían fruta seguido de lácteos, los productos que no consumen los reparten a su familia o desechan, los padres califican a los productos como excelentes, los padres que preparan los productos en casa más del 30% son siempre consumidos, la edad del representante esta entre 20 a 30 años y tiene de 1 hasta 4 hijos, los niños que reciben los productos les gusta y los que no consumen los llevan a casa o los regalan, y la edad de los niños es de 5 años.

Hallazgos:

1. El programa de alimentación escolar no cuenta con una gestión de mercadotecnia que permita comunicar los objetivos y beneficios del mismo.
2. Los padres de familia envían de forma excesiva productos con preservantes como refrigerio escolar, lo cual no permite una adecuada combinación con los productos del programa.
3. La entrega de los productos depende de si el niño desea o no, por tanto no llega a todos los niños.
4. La baja variedad en los productos hace que los niños rechacen los mismos puesto que producen hostigamiento.
5. Los productos tienen los nutrientes básicos para la alimentación de los niños.
6. Los padres no preparan los productos enviados al hogar por falta de tiempo.

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE LA CAMPAÑA PARA POTENCIAR EL PROGRAMA DE ALIMENTACIÓN ESCOLAR

5.1. Introducción

El objetivo de la presente propuesta es potenciar el programa de alimentación escolar, mismo que ha sido ejecutado en los últimos años como una política de estado, razón por lo cual se ha considerado que no necesaria una gestión de mercadotecnia.

Los resultados en la investigación de mercados muestran que los niños así como padres de familia tienen un adecuado grado de aceptación, sin embargo el motivo del déficit en peso y talla se deben esencialmente al tipo de refrigerio que suelen enviar los representantes y a los hábitos de consumo adquiridos en el hogar. Por tanto la campaña propuesta se enfoca principalmente en la comunicación con los padres de familia para dar a conocer la importancia de una alimentación nutritiva así como garantizar el consumo de los productos que son enviados al domicilio.

5.2. Diagnóstico

5.2.1 Historia

(Subsecretaría de Administración Escolar, 2016) “Desde 1999 el Ministerio de Educación a través del Programa de Alimentación Escolar atiende a los niños y niñas que asisten a establecimientos de educación básica fiscales, fiscomisionales, municipales y comunitarios de las cuatro regiones del país.”

La página del programa de alimentación escolar (2016) indica que se trabaja a través de la Unidad de Compra Pública para actividades de adquisición, almacenamiento y distribución de los productos. Además aclara que por seis años (1989-1995) se lo denominó “Programa de Colación Escolar”, y que desde 1999 se denomina “Programa de Alimentación Escolar” (PAE), y desde 2011 se denomina Coordinación General de Administración Escolar (CGAE). Sin embargo se ha mantenido la denominación de programa de alimentación escolar tal como se

evidencia en el empaque de los productos donde se encuentra el sello PAE. La Tabla 101 resume los cambios de denominación realizado al programa:

Tabla 101

Denominaciones del programa de alimentación escolar

Periodo	Denominación
(1989-1995)	“Programa de Colación Escolar”
1999	“Programa de Alimentación Escolar” (PAE)
2011	Coordinación General de Administración Escolar (CGAE)
Nota	Hasta la actualidad PAE se ha mantenido la denominación y se evidencia en el empaque de los productos.

Nota: Descripción de la denominación de programa de alimentación escolar a la largo de los años.

La Figura 84 describe un breve resumen histórico del programa de alimentación escolar.

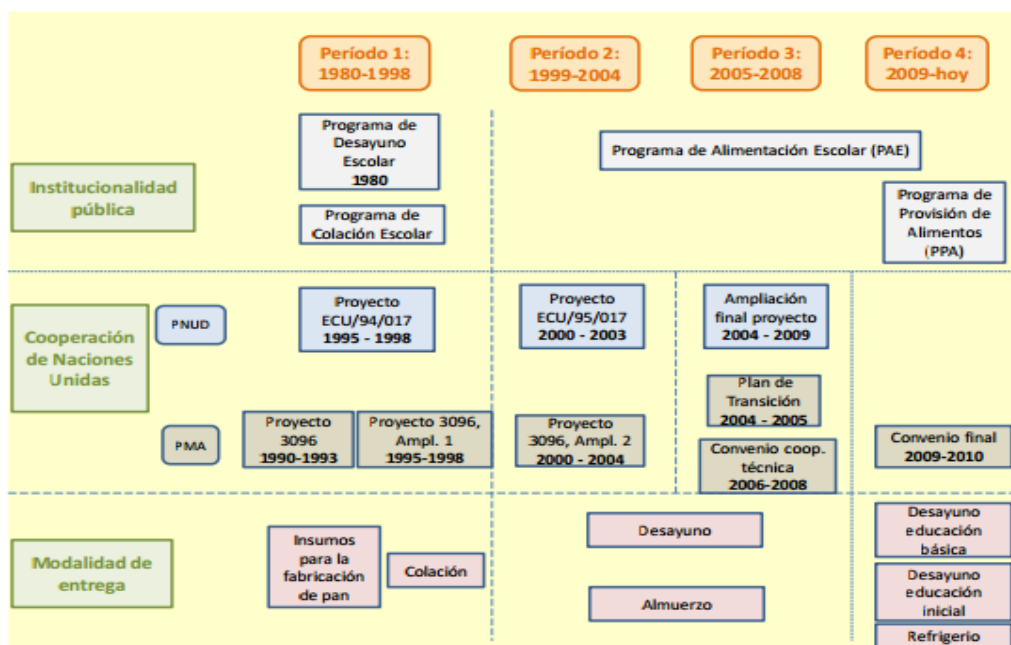


Figura 84: Resumen histórico del programa de alimentación escolar.

Fuente: (La Alimentación Escolar En Ecuador, 2012).

Así mismo el menú entregado por parte del Programa ha variado, la Figura 5 detalla desde 1987 hasta el año 2012 la evolución del menú:

1987 – 1993	1994 - 1998	1999 – 2004	2005	2006	2007	2008	2009 – 2012
- Pan - bebida nutritiva	- Pan - Colada y galleta (se formula en 1995)	- Colada (2 sabores) - Galleta tradicional	- Colada Fortificada (4 sabores) - Galleta tradicional de dos tipos	- Colada Fortificada (4 sabores, con mayor % de leche) - Galleta tradicional de dos tipos	- Colada Fortificada -Waffer* - Galleta tradicional en cuatro sabores - Galleta rellena en dos sabores* - Barra de cereal*	- Colada Fortificada - Galleta tradicional en 4 sabores - Galleta rellena en 2 sabores - Barra de cereal - Granola en hojuelas - Leche larga vida	Desayuno EGB: - Colada Fortificada - Hojuelas de granola - 4 tipos de galleta - Barra de cereal Desayuno Inicial: - Colada inicial - Galleta inicial

Figura 85: Evolución del menú del desayuno 1987 – 2012.

Fuente: (La Alimentación Escolar En Ecuador, 2012)

El principal cambio hasta el 2015 fue la implementación de un valor nutricional a los productos, por tanto desde este año el programa de alimentación escolar busca aportar a la disminución de la desnutrición infantil.

5.2.2. Análisis interno

5.2.2.1. Estructura orgánica

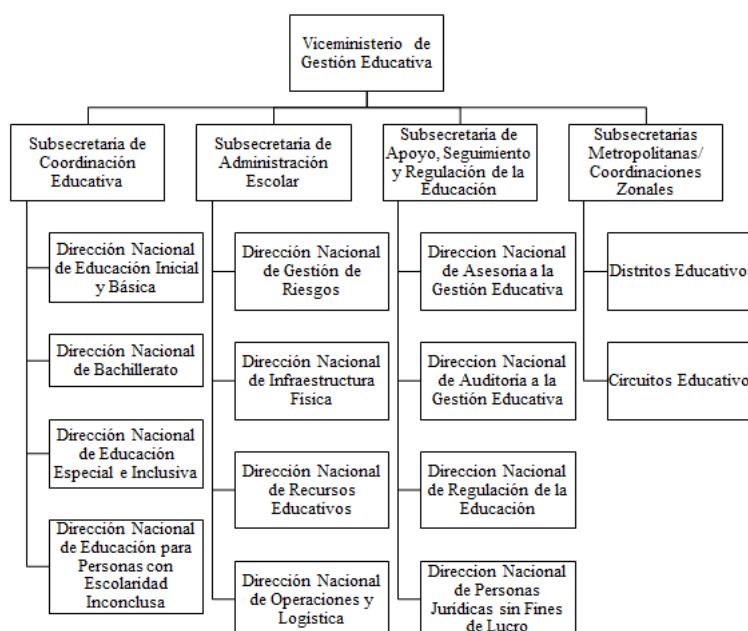


Figura 86: Estructura Orgánica Subsecretaría de Administración Escolar. Fuente: Subsecretaría de Administración Escolar (2016).

Subsecretaría de Administración Escolar

Según el Ministerio de Educación (2016), la Subsecretaría de Administración Escolar tiene la misión de garantizar una oferta y distribución adecuada de recursos educativos de calidad con la participación de los actores educativos y, adicionalmente, coadyuvar para el fortalecimiento de una cultura de gestión de riesgo en el Sistema Nacional de Educación. En relación al programa de alimentación escolar, la Subsecretaría cumple con planificar la implementación de proyectos de inversión relativos a los recursos educativos de interés nacional incluyendo, infraestructura, equipamiento, mobiliario, materiales, textos, uniformes, alimentación escolar, y proveer insumos.

Así mismo el Ministerio de Educación establece en su estatuto orgánico por procesos (2012) y su manual de descripción, valoración y clasificación de puestos (2012) la misión que tiene cada una de sus direcciones a cargo:

Dirección Nacional de Gestión de Riesgos

Esta dirección cumple con la misión de planificar y asegurar la implementación de las estrategias para la reducción de riesgos de la comunidad, construir capacidades para conocer las amenazas, identificar las vulnerabilidades, determinar el riesgo y evaluar los impactos, prepararse para enfrentar emergencias y desastres y para la recuperación posdesastre, asegurando la continuidad de los procesos educativos; contribuyendo a la creación y fortalecimiento de una cultura de gestión para la reducción de riesgos.

Dirección Nacional de Infraestructura Física

Esta dirección cumple con la misión de planificar, supervisar y fiscalizar la inversión que realizarán los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD); y, planificar, contratar, construir, supervisar y fiscalizar las adecuaciones, reparaciones, ampliaciones, obras complementarias y mantenimientos de la inversión propia en infraestructura.

Dirección Nacional de Recursos Educativos

Esta dirección cumple con la misión de contribuir en la elaboración de políticas para la administración y gestión de recursos educativos, incluyendo la planificación e implementación de proyectos de interés nacional.

Dirección Nacional de Operaciones y Logística

Esta dirección cumple con la misión de contribuir en la elaboración de políticas y sistemas para la asignación, distribución y dotación de recursos educativos estandarizados, incluyendo la planificación de proyectos de interés nacional.

Connotación gerencial:**Fortaleza: Alta**

La organización de la Subsecretaría es sólida, el proyecto se ha asignado específicamente a la Dirección Nacional de Operaciones y Logística que gestiona la ejecución del programa, tiene claramente definidas sus funciones y líneas de control.

5.2.2.2. Direccionamiento estratégico actual**Valores**

- Compromiso social
- Lealtad institucional
- Transparencia
- Solidaridad
- Creatividad e innovación
- Gestión participativa

Misión

El programa de alimentación escolar (2016) en su página web detalla la siguiente misión:

Contribuir al mejoramiento de la calidad de la educación básica de los niños y niñas de los sectores sociales en situación de pobreza, mediante la entrega oportuna y permanente de alimentos altamente nutritivos, para ejercer sus derechos a la educación y a la alimentación.

Visión

El programa de alimentación escolar (2016) en su página web detalla la siguiente visión:

Niñas y niños bien alimentados y alegres aprenden mejor, como logro del Programa que prioriza el desarrollo de los escolares en situación de pobreza, basado en un sistema de calidad, desconcentrado y descentralizado, que estructura su gestión en tecnologías de información y comunicación –TIC-, en el marco de una política de Estado integrada, integral y transparente; apoyado por una alta organización, participación y control social, con la incorporación de productores locales como proveedores de alimentos de calidad para hacer efectivo el vínculo entre la política social y la política económica y que respete y recupere las tradiciones alimentarias y nutricionales.

Objetivos

El programa de alimentación escolar (2016) en su página web establece los siguientes objetivos:

Objetivo del Plan de Desarrollo

Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

Objetivo General

Contribuir al mejoramiento de la calidad y eficiencia de la educación básica mediante la entrega de un complemento alimenticio, principalmente en zonas con mayor incidencia de la pobreza.

Objetivos específicos

- Contribuir a aliviar el hambre inmediata del grupo objetivo.
- Contribuir al mejoramiento de la asistencia a las escuelas en zonas afectadas por la pobreza.
- Contribuir a disminuir las tasas de repetición y deserción escolares en las escuelas beneficiarias del Programa.
- Contribuir al mejoramiento de la capacidad de aprendizaje de los escolares: (atención, concentración y retención).

Objetivos complementarios

- Contribuir a mejorar el nivel de nutrición de las niñas y niños atendidos por el Programa.
- Consolidar la organización y participación responsable de la comunidad en el proceso educativo.

Políticas

El programa en análisis no detalla políticas propias ya que se alinea a las establecidas en el Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017), y son las siguientes:

- Garantizar los derechos del buen vivir para la superación de todas las desigualdades (en especial educación, salud, alimentación, agua y vivienda).
- Impulsar la protección social integral y seguridad social integral y seguridad social solidaria de la población con calidad y eficiencia a lo largo de la vida con principios de igualdad, justicia, dignidad, interculturalidad.
- Asegurar una alimentación sana, nutritiva, natural y con productos del medio para disminuir drásticamente las deficiencias nutricionales.
- Mejorar progresivamente la calidad de educación, con un enfoque de derechos, de género, intercultural e inclusive, para fortalecer la unidad en la diversidad e impulsar la permanencia en el sistema educativo y la culminación de los estudios.

Connotación gerencial

Fortaleza: Alta

Los valores, misión, visión, objetivos y políticas que conforman el direccionamiento estratégico están en caminadas al principal propósito del programa de alimentación escolar que es el mejoramiento de la educación a través de una alimentación nutritiva.

5.2.2.3. Área administrativa

El programa de alimentación escolar es administrado desde el 2011 por la Subsecretaría de Administración Escolar. Según la especialista de operaciones y logística del programa, la Ing. Mónica Paulina Ubidia Proaño, este proceso es gestionado por el líder del proyecto y el director de operaciones y logística, quienes en conjunto con Proalimentos planifican, ejecutan y controlan el proyecto. La administración de gestiona mediante fichas informativas del proyecto donde se indica el avance tanto económico como en relación a los objetivos, esto para cada estado del proyecto (anteproyecto, definición, planeación, ejecución, cierre, completado, congelado, cancelado).

Connotación gerencial**Fortaleza:** Media

Se mantiene un adecuado control de la administración debido al uso de indicadores y la generación del estado del proyecto a través de informes.

5.2.2.4. Área financiera

Para el financiamiento del programa de alimentación escolar, el Ministerio de Educación (2016) aclara que el gobierno asigna un presupuesto, mismo que es ejecutado por el propio ministerio, que a través de la gestión interna de sus unidades. El presupuesto para el año 2015 se ha ajustado, provocando una falta de recursos económicos, asignando un monto de \$153.000.000,00.

Connotación gerencial**Debilidad:** Alta

Los ajustes en el presupuesto no permiten tener al alcance deseado para cada periodo, por tanto puede existir escasez en los productos entregados.

5.2.2.5. Área de mercadotecnia

El programa de alimentación escolar no dispone de un área que gestione la función de mercadotecnia, ya que el programa se ejecuta como política estatal según la especialista de operaciones y logística Mónica Ubidia.

Connotación gerencial**Debilidad:** Alta

El programa de alimentación escolar no realiza una gestión de mercadotecnia que permita conocer los beneficios y la importancia del consumo de los productos enviados a los niños.

5.2.2.6. Área de recursos humanos

En base a la investigación bibliográfica así como entrevistas previas realizadas por las autoras se puede determinar que el personal que gestiona el programa de

alimentación escolar dentro del Ministerio de Educación corresponde a un equipo preparado, con título de tercer nivel y profesionales en su campo, sin embargo se requiere recurso humano de apoyo externo, tales como los directores de las instituciones educativas beneficiarias y las comisiones de alimentación escolar conformada por padres de familia, quienes se encargan de la distribución final de los productos alimenticios a los infantes. La intervención de este personal de apoyo requiere una previa capacitación en cuanto al manejo y almacenamiento de los productos.

Fortaleza: Alta

El recurso humano es adecuado, tanto interno como de apoyo, ya que se encuentran capacitados para el manejo del programa.

5.2.3. Análisis del Macroambiente

“Todas aquellas variables o factores que son ajenas al control de las organizaciones, pero que afectan todos sus indicadores de desempeño”. (Pérez Romero, 2014)

5.2.3.1. Factor demográfico

- *Tasa de natalidad*

“Esta variable da el número promedio anual de nacimientos durante un año por cada 1000 habitantes, también conocida como tasa bruta de natalidad”. (Significados, 2010)

Tabla 102

Tasa de natalidad Ecuador

Año	Población	Porcentaje
2011	19,96%	-
2012	19,60%	-1,80%
2013	19,23%	-1,89%
2014	18,87%	-1,87%

Nota: Porcentaje de la tasa de natalidad en Ecuador.

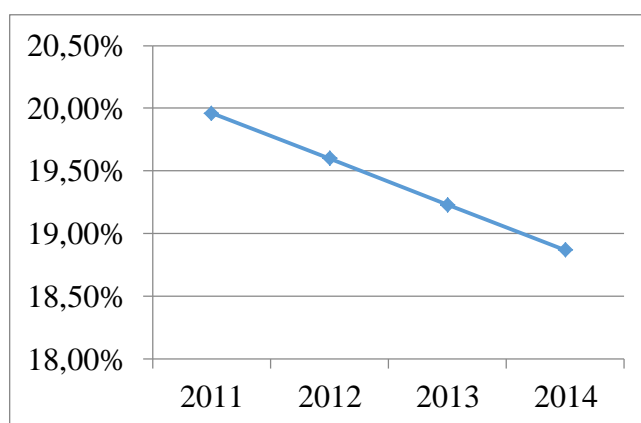


Figura 87: Tasa de natalidad (2011-2014).

Análisis

El gráfico indica que la población tiene un comportamiento decreciente. Desde el 2011 hasta el 2014 la tasa de natalidad ha decrecido, lo cual indica que hay menos niños que nacen, esto debido a que la población tiene mayor acceso a servicios de planificación familiar.

Connotación gerencial

Oportunidad: Medio

La tasa de natalidad es una oportunidad ya que habrá menos número de niños que atender o que por lo menos no aumentarán significativamente.

- Tasa de mortalidad infantil

“Esta variable da el número de muertes de niños menores de un año de edad en un año determinado por cada 1000 niños nacidos vivos en el mismo año.” (Indexmundi, 2014)

Tabla 103

Tasa de mortalidad infantil Ecuador

Año	Mortalidad	Porcentaje
2011	19,65	-
2012	19,06	-3,00%
2013	18,48	-3,04%
2014	17,93	-3,98%

Fuente: Indexmundi (2014).

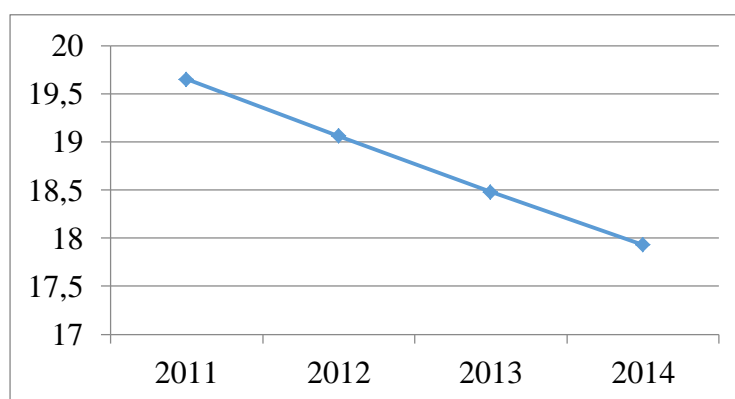


Figura 88: Tasa de mortalidad infantil Ecuador (2011-2014).

Análisis

Se evidencia una disminución en la tasa de mortalidad por cada 1000 nacimientos normales. Hasta el 2014 llega a disminuir en 3,98%, y cada año el porcentaje es mayor, lo cual significa que ha decrecido el número de niños que menores de 5 años que fallecen.

Connotación gerencial

Oportunidad: Alto

El decrecimiento de la tasa de mortalidad infantil en el Ecuador muestra una clara oportunidad para el programa social ya que al disminuir la mortalidad infantil se puede concluir que existe una mejor gestión en la planificación familiar y cuidados en la etapa de gestación, y por tanto habrá menor número de niños que necesitan ayuda social.

5.2.3.2. Factor económico

- Inflación

“La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos”. (Banco Central del Ecuador, 2016)

Tabla 104

Variación de la inflación Ecuador

Año	Promedio mensual	Porcentaje
2011	0,44	-
2012	0,34	-22,47%
2013	0,22	-34,79%
2014	0,30	35,18%
2015	0,28	-7,67%

Fuente: INEC (2016).

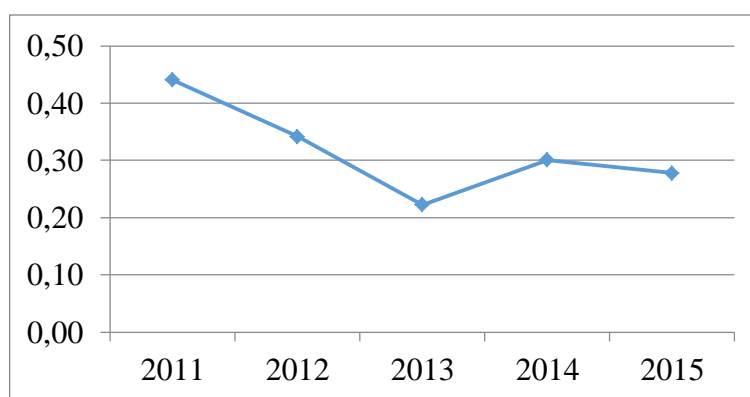


Figura 89: Variación de la inflación (2011-2015).

Análisis

Del año 2011 al 2013 es notable una disminución del promedio de inflación mensual año a año, para el 2014 crece nuevamente. El comportamiento de esta variable es irregular, sin embargo por las políticas económicas actuales se considera que para el año en curso el índice se elevará.

Connotación gerencial**Amenaza: Alta**

La inflación se considera una amenaza ya que el programa de alimentación escolar entrega productos, los mismos que encarecerán debido al efecto de la inflación en las materias primas, lo cual provocará que el costo de producción se eleve y por tanto el presupuesto generará menos producto.

- Salario básico unificado

El Código de Trabajo del Ecuador (2005) define al salario básico unificado como:

Se entiende por Salario Básico la retribución económica mínima que debe recibir una persona por su trabajo de parte de su empleador, el cual forma parte de la remuneración y no incluye aquellos ingresos en dinero, especie o en servicio, que perciba por razón de trabajos extraordinarios y suplementarios, comisiones, participación en beneficios, los fondos de reserva, el porcentaje legal de utilidades, los viáticos o subsidios ocasionales, las remuneraciones adicionales, ni ninguna otra retribución que tenga carácter normal o convencional y todos aquellos que determine la Ley.

Tabla 105
Variación Salario Básico Unificado

Año	Salario	Porcentaje
2011	\$264	-
2012	\$292	10,61%
2013	\$318	8,90%
2014	\$340	6,92%
2015	\$354	4,12%
2016	\$366	3,39%

Fuente: El Comercio (2016).

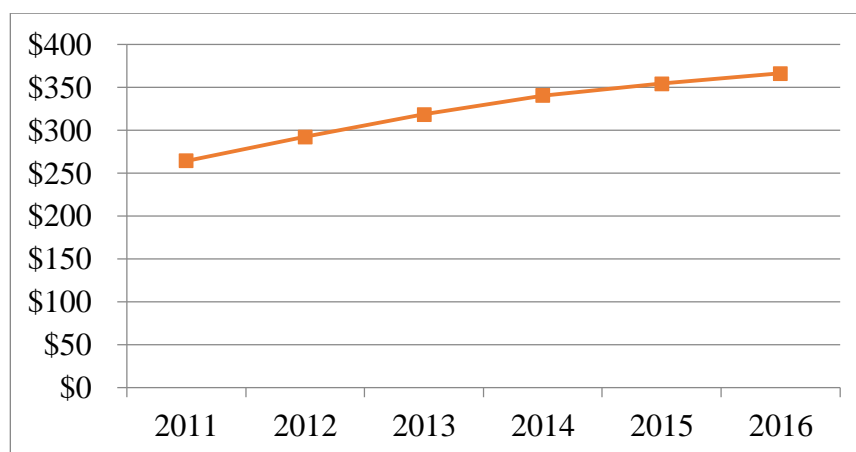


Figura 90: Variación del salario básico unificado en Ecuador.

Análisis

Se verifica un crecimiento del salario básico unificado, en el 2011 se encontraba en \$264 mientras que para el 2016 incrementa a \$366.

Connotación gerencial

Oportunidad: Medio

El incremento en el salario básico unificado se considera una oportunidad puesto que los padres de familia tienen la posibilidad económica para enviar otro refrigerio a sus hijos, por tanto los productos se direccionaran únicamente para niños que no tengan acceso a otro tipo de alimentación en caso de escasez de los productos.

5.2.3.3. Factor tecnológico

- Acceso a internet

Según el Diario El Universo (2015) el 46% de la población tiene acceso a internet, por lo cual se concluye que el analfabetismo digital en el país tuvo un importante decrecimiento de 33,60% en el años 2009 al 14,30%. La población ecuatoriana tiene una computadora, una laptop o un teléfono inteligente, además hay 1,9 millones de Smartphone en uso.

Además según el Diario El Comercio (2015) cerca de un 98% de personas mayores de 12 años ya tienen una cuenta en la red social Facebook, esto en base a los resultados de la Encuesta de Condiciones de vida realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Tabla 106

Crecimiento de usuarios en Facebook

Año	Millones de usuarios	Porcentaje
2011	2	-
2012	4	100,00%
2013	6	50,00%
2014	7	16,67%
2015	8	14,29%

Fuente: Cobertura Digital (2015).

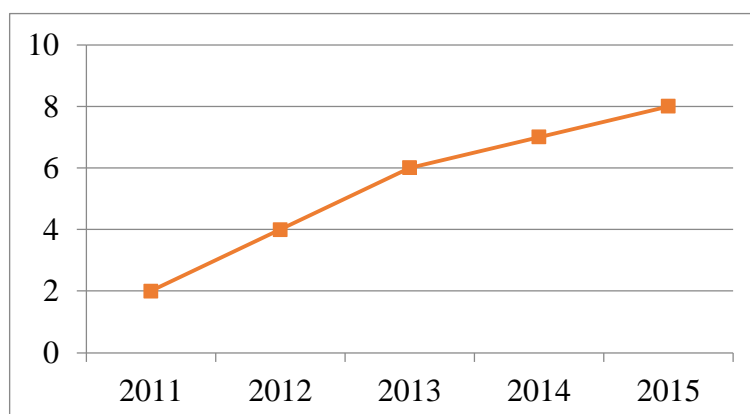


Figura 91: Crecimiento de usuarios en Facebook en Ecuador.

Análisis

El crecimiento de usuarios en una red social permite verificar que la población ecuatoriana tiene mayor acceso a internet. La variación del 2011 al 2012 es 100%, lo cual muestra que en un año se duplicó el número de usuarios, y aunque en los siguientes años el crecimiento es menor, el número de usuarios sigue en aumento.

Connotación gerencial

Oportunidad: Medio

El acceso a internet es un factor importante ya que puede ser aprovechado para difundir información sobre el programa de alimentación escolar y mantener en contacto a los padres de familia sobre la nutrición y los tipos de refrigerio adecuados para el envío.

5.2.3.4. Factor social

- Pobreza

“También denominado como índice de pobreza humana o indicador de pobreza es un parámetro estadístico que la Organización de Naciones Unidas ha desarrollado con la misión de medir el nivel de vida que prevalece en los países.” (Definiciones ABC, 2016)

Tabla 107

Variación del índice de pobreza

Año	Índice de pobreza	Porcentaje
2011	10,33	-
2012	8,97	-13,17%
2013	10,85	20,96%
2014	8,92	-17,79%
2015	7,87	-11,77%

Fuente: INEC (2015).

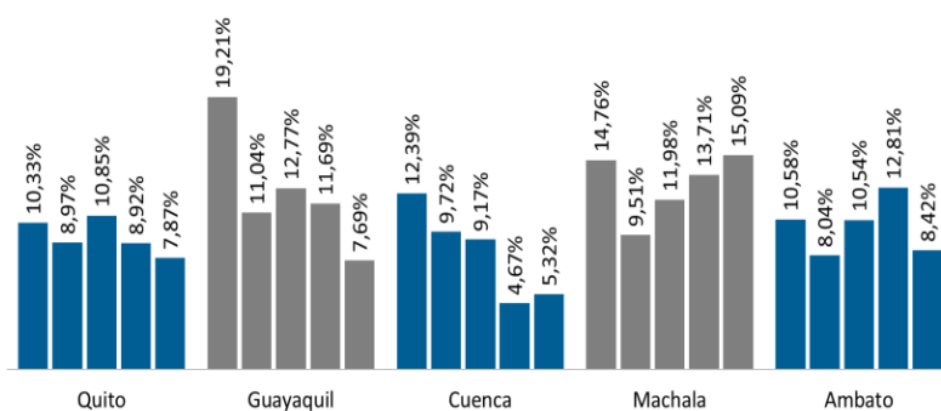


Figura 92: Variación del índice de la pobreza. Fuente: INEC (2015).

Análisis

El INEC (2015) en su informe sobre la pobreza, indica la variación del índice de pobreza en la ciudad de Quito desde el 2011 al 2015, se puede evidenciar que en los últimos dos años el índice ha disminuido, sin embargo en el 2013 creció en 20,96%. Hasta el 2015 se muestra una tendencia a la baja, que para el 2016 se encuentra indefinido por la actual situación que atraviesa el país en cuanto a los fenómenos naturales.

Connotación gerencial**Oportunidad: Baja**

Aunque el índice de pobreza parece encontrarse a la baja, hay que considerar la situación por la que atraviesa el Ecuador, con lo cual se puede concluir que es una oportunidad de bajo impacto, pues al disminuir la pobreza, el número de beneficiarios del programa de alimentación escolar también disminuye, por tanto no habrá escasez de productos.

- Desempleo

“Esta variable incluye el porcentaje de la fuerza laboral que está sin empleo. Sustancial subempleo es a veces indicado”. (Indexmundi, 2014)

Tabla 108

Variación del desempleo en Ecuador

Año	Desempleo	Porcentaje
2011	276.787	-
2012	276.174	-0,22%
2013	288.745	4,55%
2014	273.414	-5,31%
2015	357.892	30,90%

Fuente: INEC (2016).

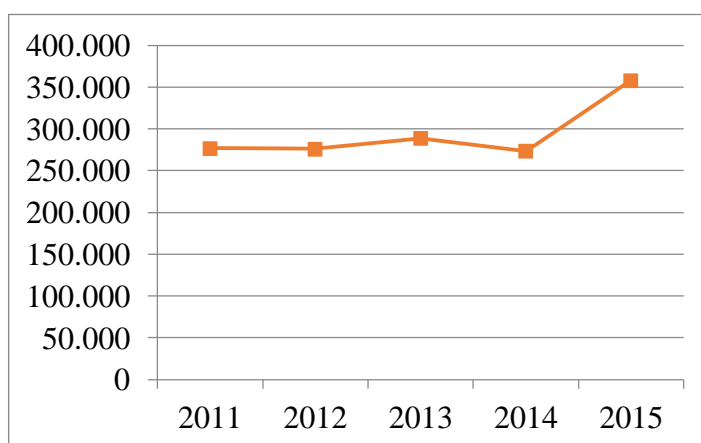


Figura 93: Variación del desempleo en Ecuador (2011-2015).
Fuente: El Comercio (2016).

Análisis

Desde el 2011 hasta el 2014 se puede verificar que el desempleo se mantuvo en una constante, sin embargo para el 2015 incrementó en 30,90%, lo cual indica que existe mayor número de ecuatorianos desempleados.

Connotación gerencial

Amenaza: Alto

Se concluye que el índice de desempleo es una amenaza, pues los padres de familia al encontrarse sin empleo tienen menos posibilidades de enviar un refrigerio

adecuado a sus hijos, quienes dependerán únicamente del programa de alimentación escolar.

5.2.3.5. Factor cultural

- *Analfabetismo*

“Se entiende por analfabetismo la incapacidad que posee un ser humano para realizar las operaciones básicas de leer y escribir. El analfabetismo aparece como resultado de la falta de educación”. (Definiciones ABC, 2016)

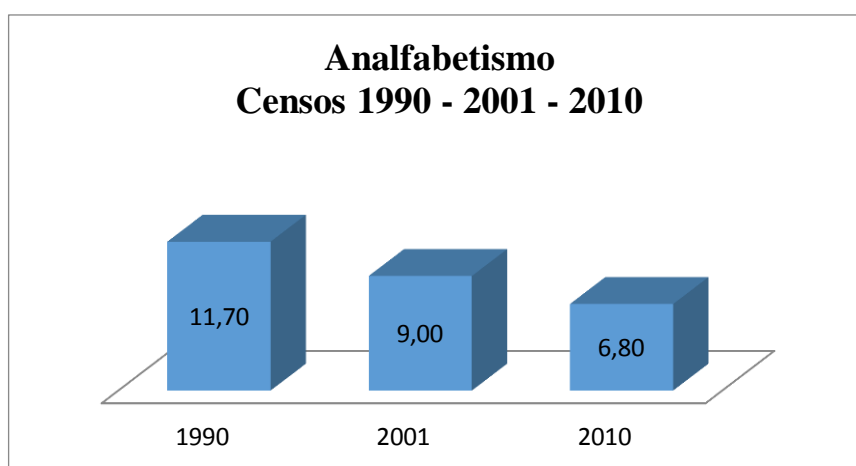


Figura 94: Analfabetismo en el Ecuador. Adaptado de INEC (2011).

Análisis

La población ecuatoriana ha disminuido el analfabetismo de 9,00% en el año 2001, al 6,80% en el 2010, año del último censo poblacional.

Tabla 109

Cantones con mayor promedio de años de escolaridad (Censo 2010)

Provincia	Cantón	Promedio años de escolaridad
Galápagos	San Cristóbal	11,4
Pichincha	Rumiñahui	11,4
Pichincha	Quito	11,1
Galápagos	Santa Cruz	10,9
Loja	Loja	10,9

Fuente: INEC (2011).

Análisis

El cantón Quito se encuentra entre los cantones que tienen mayor promedio de años de escolaridad, se puede evidenciar que en este cantón la población por lo menos ha culminado la educación primaria, y en educación secundaria llegan hasta primer año de bachillerato.

Connotación gerencial

Oportunidad: Alto

El avance en el acceso a la educación ha permitido que la población disminuya el nivel de analfabetismo, por lo cual se concluye que este factor cultural es una oportunidad, pues la educación permite ciudadanos más cultos y por tanto conscientes de la importancia de la nutrición y el consumo de los productos enviados a los niños.

5.2.3.6. Factor político y legal

Según el diario El Ciudadano (2015) la inversión económica en los sectores de salud, educación, deporte, vivienda, inclusión económica y social, se incrementó en el Ecuador 4,2 veces con relación al 2007, es decir 8022 millones de dólares, con lo cual se puede notar que el apoyo a programas sociales creció en el gobierno del presidente Rafael Correa.

En Ecuador, las políticas de apoyo al sector social están enfocadas en reducir la pobreza, facilitar el acceso a la educación y alimentación, y así mejorar la condición de vida de los ecuatorianos.

Igualmente se puede verificar en la primera política estatal del Plan Nacional de Educación del Ecuador (2006-2015) la importancia en hacer énfasis a la educación:

Política 1: Universalización de la Educación Infantil de 0 a 5 años de edad.

Justificación: Porque los primeros años representan el momento más adecuado para ofrecer una educación temprana de calidad ya que en este período se desarrolla la inteligencia afectiva, cognitiva y psicomotriz y desarrolla su identidad.

Connotación gerencial

Oportunidad: Alto

El constante apoyo del gobierno ecuatoriano al sector social es una oportunidad pues se da prioridad a programas sociales como lo es el de Alimentación Escolar, por tanto el programa seguirá llegando a beneficiarios a través de sus productos nutritivos.

5.2.4. Análisis del microambiente

“Las variables del microentorno están al alcance de la gran mayoría de las organizaciones para que puedan construir relaciones a corto, mediano y largo plazo, que vayan encaminadas a la parte de responsabilidad social y a mejorar el bienestar de la sociedad”. (Pérez Romero, 2004, pág. 166)

5.2.4.1. Competencia

“Las organizaciones sociales deben competir por la obtención de fondos mas no por la implementación de los programas sociales, ya que se requiere de la participación de todas las personas y organizaciones que deseen el bienestar de la sociedad”. (Pérez Romero, 2004, pág. 167)

Sector Gubernamental

Según Pérez Romero (2004) el sector gubernamental se define como:

Este sector se conoce como el regulador, legislador y patrocinador de los diversos programas sociales. Se debe trabajar muy de cerca con todas las dependencias gubernamentales responsables de atender las necesidades sociales e invitarlas a que formen parte activa con su función correspondiente en la formulación, diseño e implementación de los programas sociales.

Mediante la información establecida en la página del programa de alimentación escolar (2016) se puede determinar que no existen organizaciones que compitan en la obtención de fondos económicos, ya que el gobierno ecuatoriano es el único proveedor del presupuesto para el programa de alimentación escolar, cada año el gobierno asigna un presupuesto para dicho programa que atiende todos los días del

periodo académico, es decir, doscientos días y está dirigido a todos los estudiantes de 3 a 4 años del educación inicial, así como también a estudiantes de 5 a 14 años de edad que corresponden a la Educación General Básica (EGB) de todas las instituciones educativas públicas, fisco-misionales y municipales de las zonas rurales y urbanas del Ecuador.

Connotación gerencial

Oportunidad: Baja

El programa no compite por la obtención de fondos, el estado asigna un presupuesto, sin embargo, éste puede variar.

5.2.4.2. Complementadores

“Son todas aquellas organizaciones que contribuyen con productos y/o servicios para la satisfacción de las necesidades sociales”. (Pérez Romero, 2004, pág. 170).

Según el Plan del buen Vivir (2013-2017) en el Ecuador existen gobiernos autónomos descentralizados que tiene como objetivo apoyar al gobierno en los diferentes sectores con el fin de mejorar la calidad de vida de la niñez ecuatoriana ya sea en pobreza, salud o educación; por tal motivo se convierten en entidades comprometidas con el gobierno ecuatoriano y atienden las necesidades sociales.

Ministerios que son parte del programa de alimentación escolar

- Ministerio De Educación

“El programa de alimentación escolar es institucionalizado dentro del Ministerio de Educación, con autonomía operativa y financiera, y que proviene enteramente del Presupuesto del Estado.”

La página del programa de alimentación escolar (2016) indica que el propósito del Programa es brindar de manera gratuita servicios de alimentación escolar, en respuesta a una política de Estado que contribuye a la reducción de la brecha en el acceso a la universalización de la educación y al mejoramiento de su calidad y eficiencia y que a la vez, mejore el estado nutricional de los estudiantes.

- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)

La página web del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP, 2016), indica que a través del Instituto de Provisión de Alimentos (Pro alimentos), el ministerio aporta al trabajo conjunto que realizan un grupo de entidades gubernamentales para mejorar la variedad de productos alimenticios que son entregados a niños y niñas de escuelas fiscales.

- Ministerio De Salud Pública

“El programa de alimentación escolar acoge las recomendaciones nutricionales del Ministerio de Salud Pública (MSP), con dietas variadas de los alimentos de acuerdo al tiempo de comida y con la utilización de materias primas y productos 100% nacionales”. (Benavidez, 2016)

- Ministerio De Inclusión Económica, Social

Según Benavidez (2016) en su estudio sobre el programa de alimentación escolar india que a través del también se impulsa el emprendimiento como parte del cambio de la matriz productiva y, dentro de las políticas de inclusión económica, promover la participación a más de 25.425 micro y pequeños productores ya identificados, (Pro-alimentos, 2014) es decir actores de la economía popular y solidaria, con ello se pretende generar un mecanismo de superación de la pobreza.

Connotación gerencial

Oportunidad: Media

Los complementadores que tiene el programa de alimentación escolar representan una fortaleza alta, puesto que sin su colaboración con el bien social no sería posible cumplir con las actividades que requiere el programa.

5.2.4.3. Donadores

“Existen personas u organizaciones que están dispuestas a donar recursos técnicos y económicos a favor de las causas sociales estudiadas y documentadas por anticipado”. (Pérez Romero, 2004, pág. 170)

Desde octubre del 2013, el programa de alimentación escolar (PAE) está financiado enteramente del presupuesto del estado, no cuenta con organizaciones que estén dispuestas a donar recursos técnicos o económicos.

El presupuesto que destinó el gobierno ecuatoriano al programa de alimentación escolar en el periodo 2005 – 2010 se detalla en la Tabla 110:

Tabla 110
Presupuesto del estado destinado al programa de alimentación escolar

Años	Presupuesto	
2005	15,4	Millones
2006	22,7	Millones
2007	36,3	Millones
2008	68,7	Millones
2009	53,18	Millones
2010	63,66	Millones
2011	67,5	Millones

Fuente: INEC 2011.

Connotación gerencial

Amenaza: Medio

Para el programa de alimentación escolar no existen donadores, el gobierno es el único en dar los fondos económicos, por lo que se convierte en una debilidad de alto impacto, ya que el programa tiene que ajustarse al presupuesto que se le asigne.

5.2.4.4. Proveedores

“El proveedor desde la perspectiva del marketing es toda persona física o moral que presta u ofrece sus productos y/o servicios a la organización social, para que sean utilizados en el proceso administrativo del mismo y cumplir así los objetivos”. (Pérez Romero, 2004, pág. 171)

Mediante el decreto ejecutivo N° 129 publicado en suplemento de registro Oficial N° 106 del 22 de Octubre del 2013, el presidente de la República crea el Instituto de Provisión de alimentos (Pro-alimentos), cuyo objetivo será el de realizar la provisión de alimentos, complementos y suplementos alimenticios a todas las instituciones del sector público”. (Instituto de provisión de alimentos, 2014)

Pro-alimentos desde su creación goza de independencia, técnica, financiera y administrativa, y es una entidad adscrita al ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y pesca. (MAGAP, 2016)

En sus funciones Pro-Alimentos aporta con servicios logísticos de certificación de calidad, almacenamiento, distribución, preparación de alimentos u otros, que garanticen la provisión de alimentos a los beneficiarios y sujetos de derecho de los diferentes programas estatales, de manera oportuna y con calidad.

Principales Proveedores de Pro-alimentos: 2009-2012

- Grupo Superior; Fortesan Cía Ltda.
- Nutrivital S.A.; MOCEPROSA; Moderna Alimentos S.A.
- Lácteos San Antonio C.A.
- Leche Andina S.A.; Nestlé Ecuador S.A.; Pasteurizadora Quito S.A.; El Ordeño S.A.

Connotación gerencial:

Amenaza: Medio

Pro-alimentos es el único proveedor del programa de alimentación escolar, el mismo que representa una debilidad de medio impacto, pues a pesar de que tiene un compromiso de con el estado ecuatoriano, al ser el único no existe competencia en costos y se cuenta siempre con los mismos productos.

5.2.5. Matrices FODA

Tabla 111

Matriz FODA – Oportunidades

Oportunidades		
Variable	Detalle	Impacto
Factor demográfico	<ul style="list-style-type: none"> Disminución de la tasa de natalidad 	Medio
Factor económico	<ul style="list-style-type: none"> Incremento del salario básico unificado. 	Medio
Factor tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de usuarios con acceso a internet. 	Medio
Factor social	<ul style="list-style-type: none"> Disminución del índice de pobreza. 	Baja
Factor cultural	<ul style="list-style-type: none"> Disminución del nivel de analfabetismo por mayor acceso a la educación. 	Alta
Factor político	<ul style="list-style-type: none"> Priorización a programas sociales por parte el gobierno. 	Alta
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> El programa no compite por la obtención de fondos 	Baja
Complementadores	<ul style="list-style-type: none"> Colaboración de los complementadores. 	Medio

Tabla 112

Matriz FODA – Amenazas

Amenazas		
Variable	Detalle	Impacto
Factor demográfico	<ul style="list-style-type: none"> Disminución de la tasa de mortalidad infantil 	Alto
Factor económico	<ul style="list-style-type: none"> Encarecimiento de los insumos debido a la inflación. 	Alto
Factor social	<ul style="list-style-type: none"> Incremento del índice de desempleo. 	Alto
Donadores	<ul style="list-style-type: none"> No existen donadores, total dependencia económica del estado. 	Medio
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Pro-alimentos es el único proveedor. 	Medio

Tabla 113

Matriz FODA – Fortalezas

Fortalezas		
Variable	Detalle	Impacto
Estructura orgánica	<ul style="list-style-type: none"> Estructura orgánica sólida y definida. 	Alta
Direccionamiento estratégico	<ul style="list-style-type: none"> Direccionamiento estratégico encaminado al principal propósito del programa. 	Alta
Área administrativa	<ul style="list-style-type: none"> Adecuada administración. 	Media
Área administrativa	<ul style="list-style-type: none"> Control permanente del proyecto. 	Media
Área recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> Recurso humano capacitado. 	Alta

Tabla 114

Matriz FODA – Debilidades

Debilidades		
Variable	Detalle	Impacto
Área mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none"> Falta de gestión de mercadotecnia 	Alta
Área financiera	<ul style="list-style-type: none"> Disminución del presupuesto para el programa. 	Alta

Matriz FO

Tabla 115

Matriz de Fortalezas - Oportunidades

N°	Ponderación Alta: 3 Media:2 Baja:1	Oportunidades	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	Promedio total	
			Disminución de la tasa de natalidad	Incremento del salario básico unificado.	Incremento de usuarios con acceso a internet.	Disminución del índice de pobreza.	Disminución del nivel de analfabetismo o por mayor acceso a la educación.	Priorización a programas sociales por parte el gobierno.	El programa no compete por la obtención de fondos	Colaboración de los complementadores.		
Fortalezas												
F1	Estructura orgánica sólida y definida.		1	1	1	3	1	2	1	2	12	
F2	Direccionamiento estratégico encaminado al principal propósito del programa.		1	1	1	1	1	3	1	2	11	
F3	Adecuada administración.		1	1	1	2	1	2	1	1	10	
F4	Control permanente del proyecto.		1	1	1	2	1	3	1	1	11	
F5	Recurso humano capacitado.		1	1	2	1	1	1	1	1	9	
Promedio total			5	5	6	9	5	11	5	7	53	6,63
											10,6	

Matriz DO

Tabla 116

Matriz de Debilidades - Oportunidades

N°	Ponderación Alta: 3 Media:2 Baja:1	Oportunidades	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	Promedio total	
			Disminución de la tasa de natalidad	Incremento del salario básico unificado.	Incremento de usuarios con acceso a internet.	Disminución del índice de pobreza.	Disminución del nivel de analfabetismo o por mayor acceso a la educación.	Priorización a programas sociales por parte el gobierno.	El programa no compite por la obtención de fondos	Colaboración de los complementadores.		
Debilidades												
D1	Falta de gestión de mercadotecnia		1	1	3	1	1	3	3	2	15	
D2	Disminución del presupuesto para el programa.		2	2	1	2	1	3	1	1	13	
Promedio total			3	3	4	3	2	6	4	3	28	4,00
											14,00	

Matriz FA

Tabla 117

Matriz de Fortalezas - Amenazas

N°	Ponderación Alta: 3 Media:2 Baja:1	Amenazas	A1	A2	A3	A4	A5	Promedio total	
			Disminución de la tasa de mortalidad infantil	Encarecimiento de los insumos debido a la inflación.	Incremento del índice de desempleo.	No existen donadores, total dependencia económica del estado.	Pro-alimentos es el único proveedor.		
Fortalezas									
F1	Estructura orgánica sólida y definida		1	2	1	3	3	10	
F2	Direccionamiento estratégico encaminado al principal		1	2	1	3	3	10	
F3	Adecuada administración.		1	2	1	2	3	9	
F4	Control permanente del proyecto.		1	3	1	2	3	10	
F5	Recurso humano capacitado.		1	3	1	2	2	9	
Promedio total			5	12	5	12	14	48	9,60
								9,60	

Matriz DA

Tabla 118

Matriz de Debilidades - Amenazas

N°	Ponderación Alta: 3 Media:2 Baja:1	Amenazas	A1	A2	A3	A4	A5	Promedio total	
			Disminución de la tasa de mortalidad infantil	Encarecimiento de los insumos debido a la inflación.	Incremento del índice de desempleo.	No existen donadores, total dependencia económica del estado.	Pro-alimentos es el único proveedor.		
Debilidades									
D1	Falta de gestión de mercadotecnia		1	1	1	3	3	9	
D2	Disminución del presupuesto para el programa.		2	3	2	3	1	11	
Promedio total			3	4	3	6	4	20	4
								10	

Tabla 119
Matriz de estrategias - FODA

FODA		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
		O1	Incremento de usuarios con acceso a internet.	A1	Encarecimiento de los insumos debido a la inflación.
		O2	Disminución del índice de pobreza.	A2	No existen donadores, total dependencia económica del estado.
		O3	Disminución del nivel de analfabetismo por mayor acceso a la educación.	A3	Pro-alimentos es el único proveedor.
		O4	Priorización a programas sociales por parte el gobierno.		
		O5	El programa no compite por la obtención de fondos		
		O6	Colaboración de los complementadores.		
FORTALEZAS		ESTRATEGIA FO		ESTRATEGIA FA	
F1	Estructura orgánica sólida y definida.	Generar una actualización constante del número de estudiantes para evitar el exceso en entrega de productos. Utilizar redes sociales para el envío de información sobre la adecuada nutrición	Gestionar junto a Proalimentos la alianza con proveedores de insumos que permitan mantener los costos. Controlar de forma permanente la gestión de Proalimentos para garantizar la entrega de productos a tiempo.		
F2	Direccionamiento estratégico encaminado al principal propósito del programa.				
F4	Control permanente del proyecto.				
DEBILIDADES		ESTRATEGIA DO		ESTRATEGIA DA	
D1	Falta de gestión de mercadotecnia	Realizar una campaña de comunicación para dar a conocer los beneficios de Programa de Alimentación Escolar y la importancia del consumo de los		Impulsar el envío de una lonchera saludables por parte de los padres de familia mediante charlas en las instituciones. Incrementar el interés en la	
D2	Disminución del presupuesto para el programa.				

5.2.6. Análisis de la situación actual

Producto

El programa de alimentación escolar (2016) se plantea como objetivo a contribuir al mejoramiento de la calidad y eficiencia de la Educación básica, mediante la entrega de un complemento alimenticio a niños y niñas, los productos del programa de alimentación han ido variando al pasar los años y según las necesidades de los infantes. A continuación se detalla los productos que entrega el programa de alimentación escolar.

Tabla 120

Productos del programa de alimentación escolar

Colada fortificada	Galleta tradicional	Galleta rellena	Barra de cereales	Granola	Leche
Disponible en vainilla, naranja, coco y banano.	Disponible en vainilla, naranja, y limón.	Disponible en coco, naranja, y limón.	Barra a base de cereales precocidos, semillas, vegetales deshidratados, panela y aceite vegetal.	Elaborado en hojuelas de cereales y frutas deshidratadas.	Disponible, en fresa, vainilla, y chocolate.

Fuente: Indexmundi (2014).

Precio

Según Schneider (2014) de acuerdo a los rubros que componen la alimentación escolar, para 2013, se puede verificar la siguiente distribución:

- El 92% de los gastos se destinan a la compra de alimentos
- El 4% a transporte.
- El almacenamiento y la gestión del programa absorben cada una 1,5% del presupuesto. Finalmente, el 1% es destinado a verificación.

Al ser un programa social los productos entregados no tienen precio, se entregan de forma gratuita de acuerdo al número de niños por escuela. Sin embargo según el estudio de Schneider podemos constatar los costos del programa.

Plaza

Desde 1999 el Ministerio de Educación a través del programa de alimentación escolar atiende a los niños y niñas que asisten a establecimientos de educación básica fiscales, fiscomisionales, municipales y comunitarios de las cuatro regiones del país. Estas instituciones educativas deben cumplir con dos características principales:

- Encontrarse en las áreas rurales y urbano-marginales.
- Contar con una organización comunitaria adecuada para la preparación de la colada, ya que son los padres y madres de familia quienes preparan la colada antes de la hora de inicio de clases.

De acuerdo a la página actualizada del programa de alimentación escolar (2015) el número de instituciones educativas que al momento reciben más de una atención a nivel nacional en alimentación escolar se desagrega de la siguiente manera:

- 3468 instituciones educativas reciben desayuno inicial (menores de 5 años) y Desayuno (mayores de 5 años).
- 502 instituciones educativas reciben desayuno Inicial (menores de 5 años) y refrigerio.

Promoción

Al ser considerado una política de estado, el programa de alimentación escolar y según lo confirma la especialista de operaciones y logística del programa, la Ing. Mónica Paulina Ubidia Proaño, no es necesario campañas de difusión ya que las escuelas conocen el programa. Sin embargo se realizan actividades para el manejo adecuado y almacenaje de los productos a los encargados de la administración del producto recibido.

Las instituciones educativas tienen la potestad de organizar reuniones o talleres para dar a conocer los beneficios de los productos del programa pero sobre todo tratar sobre la nutrición adecuada. Estas actividades realizadas por las escuelas no son responsabilidad del Ministerio de Educación sino una gestión propia.

Procesos

Para cada periodo se realiza en base a procesos previamente establecidos que se detalla a continuación:

- **Proceso de adquisición de recursos educativos y contratación de verificadora de calidad**

Según la página oficial del programa de alimentación escolar (2016) el proceso de adquisición de recursos educativos se encuentra subdividido en las siguientes actividades:

- Elaboración de estudios previos de acuerdo a lo establecido en la ley.
- Elaboración de términos de referencia y especificaciones técnicas.
- Administración de los contratos.

- Seguimiento de la etapa contractual para garantizar el cumplimiento.

- **Procesos de contratación de servicios complementarios de transporte y almacenamiento**

Según la página oficial del programa de alimentación escolar (2016) el proceso se realiza mediante las siguientes actividades:

- Elaboración de los pliegos para el proceso precontractual
- Administración de los contratos
- Seguimiento de la etapa contractual para garantizar su cumplimiento.
- Toda contratación, sea de adquisición de recursos educativos o de prestación de servicios complementarios, debe contar con los estudios previos y términos de referencia exigidos.
- El administrador del contrato es responsable de tomar todas las medidas necesarias para su adecuada ejecución, con estricto cumplimiento de lo establecido en el contrato.

- **Recepción en los centros de distribución**

La página oficial del programa de alimentación escolar (2016) indica que este proceso que permite recibir y registrar el ingreso de manera inmediata de los recursos educativos en los centros de distribución, mediante el acta de entrega proveedor – bodega. Para tal efecto dentro de las 24 horas del día, los centros de distribución deben estar habilitados de acuerdo a las necesidades del Ministerio de Educación.

- **Distribución a unidades de intervención**

La página oficial del programa de alimentación escolar (2016) indica que este Proceso que permite desarrollar la logística a nivel de transporte intraprovincial para la entrega de los recursos educativos en cada una de las instituciones educativas participantes, es decir transportar los productos desde el centro de distribución provincial del Ministerio de Educación hasta la unidad de intervención.

- **Uso y consumo de los recursos educativos**

La página oficial del programa de alimentación escolar (2016) indica que este el requerimiento para el inicio de este proceso es la ejecución del cierre de la orden que se establece de acuerdo a las definiciones técnicas determinadas por el Ministerio de Educación.

Para el caso específico de alimentación escolar, está determinada por el número de días del periodo escolar durante los cuales los beneficiarios consumirán el recurso educativo.

El proceso del consumo de los alimentos, es el conjunto de actividades que se desarrollan dentro de la institución educativa para preparar y servir a los beneficiarios.

Los responsables de la ejecución de este proceso son los Directores o autoridades de las Instituciones Educativas junto a los padres de familia y los maestros, organizados en las comisiones de administración escolar -CAE.

El director o las autoridades de las instituciones educativas son responsables de administrar adecuadamente los recursos educativos que reciban. Los mencionados recursos, deben ser manejados y entregados a los beneficiarios de manera oportuna garantizando que sean utilizados dentro de los tiempos establecidos.

Personal

Los actores que intervienen para la ejecución del programa de alimentación escolar son los siguientes, de acuerdo a la página oficial del programa (2016):

- Gobierno del Ecuador: financia totalmente el programa, ejecuta el ministerio de educación, por intermedio del programa de alimentación escolar.
- Niños, niñas y adolescentes escolares que ejercen su derecho a la educación y a la alimentación.
- El programa de provisión de alimentos del ministerio de inclusión económica quien realiza la gestión administrativa y financiera para la adquisición de los productos distribuidos por el PAE.
- Empresas nacionales, quienes producen y distribuyen los alimentos.
- Productores nacionales: proveedores de productos primarios para el consumo directo o insumos para la industrialización.
- Las comisiones de alimentación escolar (CAE), conformadas por padres, madres de familia y profesores, responsables de la operación del Programa en la escuela.

- Madres y padres de familia: que colaboran en la preparación de los alimentos y en la entrega de especies.
- Maestros y maestras: que participan en la ejecución y apoyan a las Comisiones de Alimentación Escolar (CAE).

Presentación

La página oficial del programa de alimentación escolar (2016) indica que desde octubre del 2013 el gobierno a través del instituto de provisión de alimentos adscrito al ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca, es encargado de realizar la entrega de alimentos a todas las instituciones del sector público.

Proalimentos cuenta con:

- Empresas verificadoras de calidad y origen de los productos
- Laboratorios certificados
- Transporte aéreo, terrestre, fluvial y marítimo
- Almacenamiento de alimentos no perecibles
- Almacenamiento de alimentos en frío
- Aseguramiento en puntos de entrega de los productos.

La red de comercialización de alimentos de PROALIMENTOS es a nivel nacional.

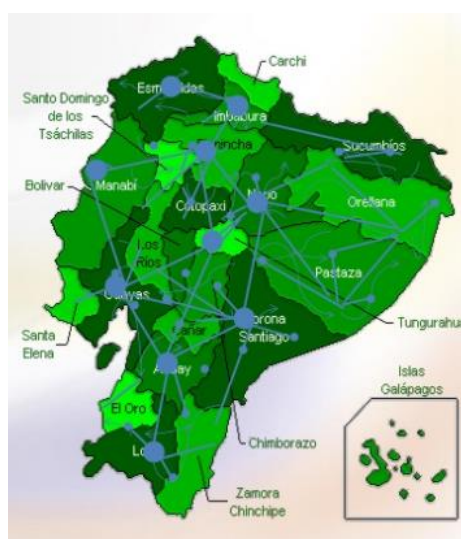


Figura 95: Red de comercialización Proalimentos
Fuente: Instituto de provisión de alimentos Ecuador

5.3. Planeación y formulación de estrategias

5.3.1. Objetivo social

- Disminuir el porcentaje de niños en primer año de educación general básica que tienen problemas de nutrición tanto en talla como en peso, para el año lectivo 2016-2017.

5.3.2. Objetivo de marketing

- Incrementar el consumo de los productos entregados por el programa de alimentación escolar en el año lectivo 2016-2017.

5.3.3. Objetivos específicos y estrategias de marketing

Objetivo 1

1. Lograr que el 94,72% de padres de familia que conocen sobre el programa, permanezcan informados sobre el mismo.

Estrategia

- 1.1 Gestión de relaciones públicas para el programa de alimentación escolar.

Objetivo 2

2. Disminuir a una semana el tiempo de espera en la entrega de los productos del programa de alimentación escolar.

Estrategia

- 2.2 Habilitar de una plataforma virtual para la gestión de inventarios.

Objetivo 3

3. Incentivar el consumo de los productos al 100% por parte de los niños de primer año de educación general básica.

Estrategias

- 3.1 Capacitación a los docentes sobre la importancia y beneficios del consumo de productos entregados por el programa.
- 3.2 Crear uniformes con diseños infantiles para los encargados de entregar el desayuno escolar a los niños.
- 3.3 Entrega de incentivos a los niños que consumen los productos en su totalidad.
- 3.4 Ofrecer a los niños un espacio de socialización, con formas entretenidas de aprender sobre la alimentación saludable.

Objetivo 4

4. Garantizar el envío de refrigerios saludables y nutritivos que complementen el desayuno escolar.

Estrategias

- 4.1 Educar a los padres de familia en temas de nutrición y alimentación complementaria
- 4.2 Entrega de incentivos a los padres de familia.
- 4.3 Gestionar en los bares de las instituciones, la entrega de alimentos saludables.

Objetivo 5

5. Diversificar el desayuno escolar entregando un tipo de producto diferente por día.

Estrategias

- 5.1 Implementación de un sistema de distribución que permita que el estudiante consuma un tipo de producto cada día.
- 5.2 Socialización de recetas para los productos de preparación.
- 5.3 Rediseño del producto social

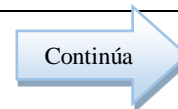
5.3.4. Plan táctico

Objetivo 1: Lograr que el 94,72% de padres de familia que conocen sobre el programa, permanezcan informados sobre el mismo.

Tabla 121

Descripción de tareas - promoción

PROMOCIÓN						
1.1 Estrategia		Gestión de relaciones públicas para el programa de alimentación escolar.				
1.1.1 Táctica		Implementación de una campaña de difusión sobre los productos del programa.				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Diseño de la campaña "Alimentación inteligente" mediante el apoyo de estudiantes de diseño gráfico.	Programas de diseño gráfico, asesoría en diseño gráfico	Porcentaje de padres de familia que conocen los productos del programa PAE	% de padres que conocen el programa / % de personas que visitan la página	Alta	Julio	No aplica
Programar una reunión para la presentación y aprobación de la campaña en el Ministerio de Educación.	Proyector, laptop, diseños			Alta	Julio	No aplica
Solicitar el permiso en un centro comercial del sur de Quito para realizar el lanzamiento de la campaña.	Solicitudes			Alta	Julio	No aplica



Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Búsqueda de participantes para el lanzamiento (cantantes, malabaristas, grupos de baile).	Internet, computadora	Porcentaje de padres de familia que conocen los productos del programa PAE	% de padres que conocen el programa / % de personas que visitan la página	Alta	Julio	500
Realizar alianzas con empresas organizadoras de eventos.	Solicitud			Alta	Julio	No aplica
Realizar 4 roll up y 2 gigantografías para con la imagen de la campaña.	Solicitud			Media	Julio	200
Ejecución del evento.	Equipo de sonido, tarima, artistas, roll up.			Alta	Inicio del año lectivo 2016-2017	No aplica
Difusión de la nueva imagen en el programa Educa a cargo del Ministerio de Educación.	Solicitudes			Alta	Inicio del año lectivo 2016-2017	No aplica
Difusión de la nueva imagen, así como los beneficios del programa en redes sociales.	Computadora, internet			Alta	Diario	No aplica
Difusión de la campaña en medios impresos en las instituciones educativas.	Afiches publicitarios			Media	Mensual	300
Publicación de las actividades que se realizan así como publicación de la información sobre los auspiciantes en redes sociales.	Internet, computadora, persona encargada de actualización constante.			Alta	Semanal	366

1.1. Manual de imagen

1.1.1. Valores de la marca

La imagen de la campaña constituye una marca que se identifica con los siguientes valores:

- Responsabilidad: en la alimentación de los niños que se encuentran en edad escolar.
- Conciencia: en el consumo de alimentos dentro y fuera del hogar.
- Trabajo en equipo: ya que la alimentación requiere la participación de diferentes agentes tales como docentes, padres de familia, comisiones, entre otros para lograr el objetivo del programa.
- Compromiso: con la población infantil que requiere de una alimentación saludable y adecuada a su edad.

1.1.2. Isologotipo

“Es un identificador gráfico, se conforma por la unión de un símbolo gráfico y un estímulo textual representado con signos tipográficos. (Se podría decir que es la unión de un isotipo y un logotipo)”. (Figuerola, 2013)

La campaña “Alimentación inteligente” será llevada a cabo del vocero Sr. Conejo, una representación de un súper héroe encargado de la alimentación de los niños y niñas. El isologotipo se encuentra conformado por el isotipo que corresponde a la figura del conejo y el logotipo que corresponde al nombre del mismo.



Figura 96: Imagen final de la campaña.

1.1.3. Isotipo

“Se refiere a la parte simbólica o icónica de la marca”. (Solorzano, 2014)

A continuación se describe el significado de cada elemento que conforma el isotipo:

Conejo: se ha seleccionado el conejo como la imagen de la campaña ya que representa agilidad, astucia y fortaleza.

Sello: en el centro de la imagen se visualiza un triángulo multicolor que representa la pirámide alimenticia y los diferentes grupos de alimentos.

Cinturón: Se visualiza frutas, vegetales y cubiertos, haciendo referencia al equilibrio de éstos en la alimentación.

Posición: El conejo se encuentra de pie colocado en una postura que demuestra fuerza, haciendo referencia al crecimiento sano y fuerte que es el principal beneficio que los padres de familia resaltaron en la investigación de mercado.



Figura 97: Isologo.

1.1.4. Logotipo

“Vamos al origen de la palabra logotipo, está formada por logo que es: palabra; y tipos es señal, marca. Entonces logotipo son representaciones únicamente con tipografías”. (Figueroa, 2013)

Sr. Conejo, es el nombre de la imagen de la campaña, un nombre sencillo y divertido con el fin de lograr la aceptación y rápida identificación por parte de los niños de primer año de educación básica.



Figura 98: Logotipo.

1.1.5. Slogan

El slogan de la campaña es “Por mi cuerpo y por mi mente...alimentación inteligente”, esta frase transmite esencialmente que para el desarrollo físico e intelectual de los niños, es necesario una alimentación inteligente, es decir una alimentación que permita complementar los productos del programa de alimentación escolar con el refrigerio enviado por los padres de familia.

1.1.6. Tipografía

“Es la forma gráfica de expresar el lenguaje, con diferentes caracteres que se maneja cada tipo de letra”. (Figueroa, 2013)

La tipografía utilizada para el logotipo corresponde a la letra “Adventure”, un estilo que demuestra dinamismo.

- Tipografía



Figura 99: Tipografía.

- Letras mayúsculas

***ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ***

- Letras minúsculas

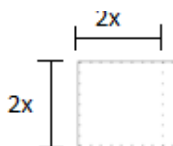
***ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ***

- Números y signos

***1234567890
,.!"'()*?&::;|!^*"-_***

1.1.7. Proporciones

Se ha creado la siguiente escala para que a través de la misma se pueda utilizar correctamente el isologotipo, sea cual sea las dimensiones o formas de reproducción, por tanto el isologo y el logotipo siempre deberán conservar la misma posición y proporción entre los elementos.



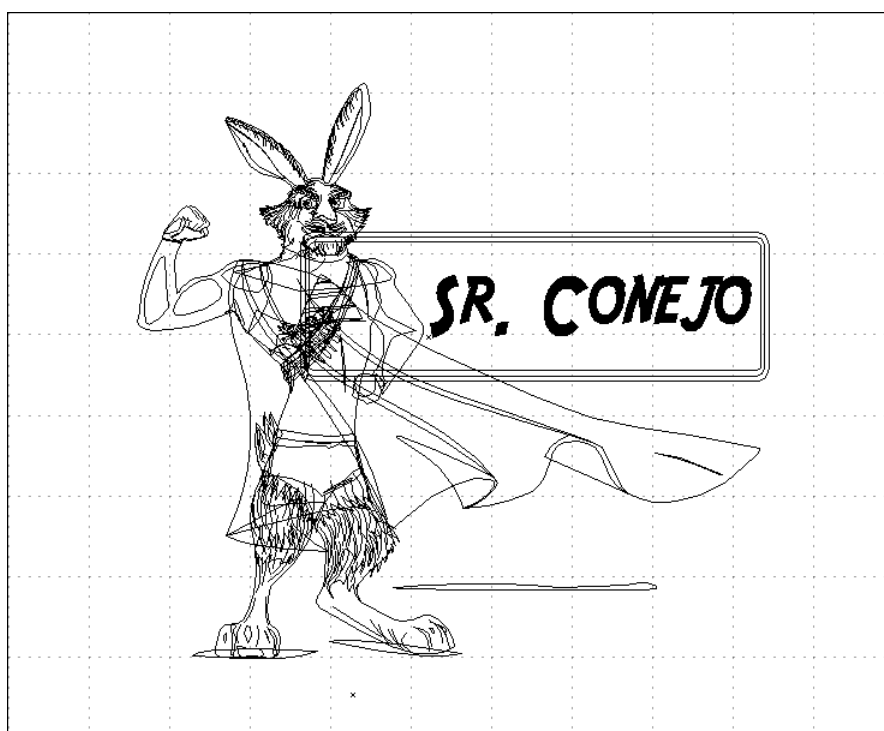


Figura 100: Proporciones de la imagen.

1.1.8. Colores

Los colores para impresión serán Pantone para asegurar la correcta aplicación de los colores que identifican la imagen de la campaña.










									
C	01%	04%	70%	81%	20%	00%	96%	75%	40%
M	19%	24%	24%	73%	00%	80%	15%	100%	70%
Y	44%	98%	98%	58%	100%	95%	21%	00%	100%
K	00%	00%	00%	32%	00%	00%	30%	00%	50%

Figura 101: Colores de la campaña.

1.1.9. Publicidad

A continuación se muestra ejemplos del uso de la marca en medios publicitarios:

- Afiches publicitarios



Figura 102: Ejemplo afiche publicitario.

- Gigantografía



Figura 103: Ejemplo gigantografía.

- Roll up



Figura 104: Ejemplo roll up.

1.1.10. Uso en la web

En redes sociales la imagen de la marca será el rostro de Sr. Conejo, únicamente en este caso se puede obviar el logotipo, es el nombre, sin embargo como portada se establecerá el isologotipo.



Figura 105: Uso de la imagen en la web.

1.1.11. Uniforme

El uniforme está conformado por una camiseta y una gorra. La camiseta contiene el isologotipo acompañado de slogan de la campaña, la pirámide alimenticia en la ubicada en la parte derecha. La gorra contiene en el isologotipo en la parte frontal.



Figura 106: Diseño de gorras.



Figura 107: Diseño de camisetas

Objetivo 2: Disminuir a una semana el tiempo de espera en la entrega de los productos del programa de alimentación escolar.

Tabla 122

Descripción de tareas - procesos

PROCESOS						
2.1 Estrategia		Habilitar de una plataforma virtual para la gestión de inventarios.				
2.1.1 Táctica		Incorporar a en la página del programa de alimentación escolar una opción que permita ofrecer información actualizada sobre los inventarios.				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Diseño de la plataforma virtual mediante la participación de estudiantes de últimos niveles en sistemas.	4 Estudiantes, computadora, programas especializados	Porcentaje de visitas a la plataforma virtual por parte de los docentes	(Número de actualizaciones por docente / Número total de docentes)*100	Alta	Julio	No aplica
Entrega de certificados de participación e incentivos a los estudiantes que brindaron su apoyo en la creación de la plataforma virtual.	Certificados, 4 tablets			Baja	Agosto	800
Aprobación de la plataforma virtual	Proyector, laptop, diseños			Alta	Julio	No aplica



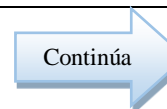
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Diseño de un manual de uso de la plataforma virtual con el apoyo de estudiantes de diseño gráfico.	Laptop, estudiantes, programas de diseño			Alta	Julio	
Envío de manual por correo masivo a las instituciones educativas.	Lista de correos electrónicos	Porcentaje de visitas a la plataforma virtual por parte de los docentes	(Número de actualizaciones por docente / Número total de docentes)*100	Media	Julio	No aplica
Capacitación a los docentes para el uso de la plataforma mediante el apoyo de estudiantes de sistemas que deseen realizar horas de vinculación.	Proyector, laptop, manual			Alta	Inicio del año lectivo 2016-2017	No aplica

Objetivo 3: Incentivar el consumo de los productos al 100% por parte de los niños de primer año de educación general básica.

Tabla 123

Descripción de tareas – personal

PERSONAL						
3.1 Estrategia		Capacitación a los docentes sobre la importancia y beneficios del consumo de productos entregados por el programa.				
3.1.1 Táctica		Realizar charlas con expertos en nutrición				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Convenios con expertos en nutrición humana.	Actas de reunión, transporte	Calificación promedio obtenida de las evaluaciones a los docentes	Suma de las calificaciones de los docentes / Total de docentes capacitados	Alta	Julio	No aplica
Enviar solicitudes a instituciones de educación superior con carreras en nutrición humana y gastronomía.	Solicitudes			Media	Julio	No aplica
Envío de información sobre el programa de alimentación escolar a los pasantes.	Información sobre el programa			Alta	Inicio del periodo escolar 2016-2017	No aplica
Ejecución de la capacitación a los docentes.	Marcadores, pancartas, esferos.			Media	Trimestral	No aplica



Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Gestionar la entrega de refrigerios a los capacitores mediante el auspicio de restaurantes.	Acuerdo	Calificación promedio obtenida de las evaluaciones a los docentes	Suma de las calificaciones de los docentes / Total de docentes capacitados	Baja	Trimestral	No aplica
Entregar incentivos a los capacitadores como; (llaveros, cuadernos, entre otros) por parte del ministerio de educación.	Llaveros, cuadernos, entre otros			Baja	Fin del periodo escolar 2016 - 2017	No aplica
Oferta de pasantías a los estudiantes que impartan la capacitación a los docentes.	Horas de pasantías			Media	Julio	No aplica
Realizar un programa de finalización de las capacitaciones con diplomas entregados por el Ministerio de Educación o los estudiantes.	Diplomas			Baja	Mayo	No aplica
Evaluación a los docentes sobre las capacitaciones impartidas	Hojas de evaluación			Alta	Mensual	No aplica

Tabla 124

Descripción de tareas - personal

PERSONAL						
3.2 Estrategia		Entregar el desayuno escolar a los niños utilizando el logo de la mascota del programa				
3.2.1 Táctica		Buscar auspiciantes para la elaboración de los uniformes.				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Buscar financiamiento mediante auspiciante para los uniformes e incentivos	Lista de empresas	Porcentaje de padres de familia que ayudan a repartir el desayuno escolar del programa de alimentación escolar PAE	(Padres que reparten los productos / Total de padres de familia de la institución) * 100	Alta	Inicio del periodo escolar 2016-2017	No aplica
Hacer un convenio con empresas textiles para obtener la donación de uniformes	Convenio, uniformes			Media	Inicio del periodo escolar 2016-2017	No aplica
Realizar un convenio con papelerías para la donación de incentivos (kits de útiles escolares)	Convenio, incentivos			Alta	Julio	No aplica
Entregar incentivos a los padres que ayudan a repartir el desayuno escolar	Incentivos (gorras, esferos, cuadernos, entre otros)			Media	Trimestral	No aplica
Supervisar que los encargados cumplan con el uso de los uniformes.	Supervisor, lista de padres de familia			Media	Semanal	No aplica

Tabla 125

Descripción de tareas - promoción

PROMOCIÓN						
3.3 Estrategia		Entrega de incentivos a los niños que consumen los productos en su totalidad.				
3.3.1 Táctica		Premiar cada mes a los niños que consumen los productos				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Realizar un convenio distribuidoras de juguetes para obtener una donación de estos productos.	Diseño de convenio	% de niños que consumen los productos	(Total niños que acumulan puntos / Total de niños que consumen los productos) * 100	Alta	Julio	No aplica
Elaboración de una lista de niños que consumen los productos	Lista de niños			Alta	Inicio del periodo escolar 2016-2017	No aplica
Colaboración de un padre de familia para actualizar el registro de los niños que consumen los productos.	Padre de familia			Media	Semanal	No aplica
Los niños entregarán los empaques que son consumidos para acumular puntos	Lista de niños, empaque de productos			Alta	Diario	No aplica
Al final de cada mes se premiará a los niños que más puntos tienen.	Niños, premios			Baja	Mensual	No aplica

Tabla 126

Descripción de tareas - promoción

PROMOCIÓN						
3.4 Estrategia		Ofrecer a los niños un espacio de socialización, con formas entretenidas de aprender sobre la alimentación saludable.				
3.4.1 Táctica		Ofrecer un curso de escultura en frutas dirigido a los niños.				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Convenio con chefs expertos en escultura con frutas.	Convenios	% de niños que reciben los talleres	(Número de niños que asisten a los talleres/ Total de niños de primer año de educación general básica) * 100	Alta	Julio	No aplica
Solicitar a los padres de familia el envío de una fruta por niño.	Acuerdos			Baja	Inicio del periodo escolar	No aplica
Solicitar la donación de utensilios de cocina para niños a distribuidores plásticos	Acuerdos			Alta	Inicio del periodo escolar	No aplica
Ejecución el curso con los niños concernientes al programa.	Niños, utensilios de cocina, frutas			Alta	Semanal	No aplica
Realizar una casa abierta de del trabajo desarrollado en los talleres.	Casa abierta			Media	Fin del periodo escolar	No aplica
Entrega de diplomas a los niños que recibieron el curso.	Convenios, Diplomas			Baja	Fin del periodo escolar	No aplica

Tabla 127

Descripción de tareas - promoción

PROMOCIÓN						
3.4 Estrategia		Ofrecer a los niños un espacio de socialización, con formas entretenidas de aprender sobre la alimentación saludable.				
3.4.2 Táctica		Realizar un taller de huerto casero de hortalizas y vegetales.				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Convenio con instituciones de educación superior para gestionar el apoyo de pasantes en agronomía.	Convenios	% de niños que reciben los talleres	(Número de niños que asisten a los talleres/ Total de niños de primer año de educación general básica) * 100	Alta	Julio	No aplica
Solicitar a los padres de familia el envío de semillas.	Acuerdos			Baja	Inicio del periodo escolar	No aplica
Solicitar la donación herramientas de cultivo a ferreterías.	Acuerdos			Alta	Inicio del periodo escolar	No aplica
Ejecución del curso con los niños concernientes al programa.	Niños, utensilios de cocina, frutas			Alta	Semanal	No aplica
Controlar el crecimiento y realizar el mantenimiento del huerto casero.	Casa abierta			Media	Fin del periodo escolar	No aplica
Realizar la premiación a los grados que mantuvieron el huerto casero hasta el final del periodo mediante convenios con cines para otorgar pases gratis.	Convenios, Diplomas			Baja	Fin del periodo escolar	No aplica

Tabla 128

Descripción de tareas - promoción

PROMOCIÓN						
3.4 Estrategia		Ofrecer a los niños un espacio de socialización, con formas entretenidas de aprender sobre la alimentación saludable.				
3.4.1 Táctica		Realizar dinámicas con temáticas de nutrición.				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Investigar dinámicas relacionadas a nutrición y alimentación saludables.	Internet, libros	Cumplimiento de la planificación de dinámicas.	Número de planificaciones entregadas semanalmente por docente.	Media	Agosto	No aplica
Socializar entre docentes encargados las dinámicas que serán realizadas	Actas de reunión			Media	Agosto	No aplica
Realizar una planificación semanal de las dinámicas a desarrollar.	Plan			Alta	Semanal	No aplica
Ejecutar las dinámicas al finalizar las hora de clases	Material didáctico			Alta	Diario	No aplica

Objetivo 4: Garantizar el envío de refrigerios saludables y nutritivos que complementen el desayuno escolar.

Tabla 129

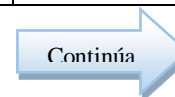
Descripción de tareas – Personal

PERSONAL						
4.1 Estrategia		Educar a los padres de familia en temas de nutrición y alimentación complementaria				
4.1.1 Táctica		Realizar charlas de nutrición educativas dirigidas a los padres de familia.				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Ofrecer horas de vinculación para carreras de nutrición humana en instituciones de educación superior.	Plataforma virtual de las instituciones de educación superior.	Tasa de asistencia a las charlas	(Número de padres de familia que asisten a las charlas / Número total de padres de familia)*100	Alta	Julio	No aplica
Evaluación del contenido de la charla preparada por los estudiantes de carreras afines.	Directores de las instituciones educativas.			Alta	Julio	No aplica
Aprobación del contenido y verificación de cambios.	Directores de las instituciones educativas.			Alta	Julio	No aplica
Elaboración del cronograma de charlas.	Computadora			Alta	Julio	No aplica
Ejecución de la charla.	Proyector, laptop, información recolectada			Alta	Bimensual	No aplica
Realizar un registro de los padres de familia de envían productos saludables.	Hoja de registro de envío de alimentos			Alta	Mensual	No aplica

Tabla 130

Descripción de tareas – Personal

PERSONAL						
4.1 Estrategia		Educar a los padres de familia en temas de nutrición y alimentación complementaria				
4.1.2 Táctica		Envío de recetarios con temas de salud y nutrición infantil.				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Recopilación de las mejores recetas realizadas por los padres de familia en el concurso de recetas.	Internet, computadora, personal	Porcentaje de padres de familia que reciben el folleto	Número de confirmaciones de recepción del producto / Número total de padres de familia	Media	Julio	366
Diseño de recetarios con la información recolectada con apoyo de estudiantes de diseño gráfico.	Solicitudes			Media	Julio	No aplica
Impresión de recetarios mediante alianza con imprentas.	Solicitudes			Media	Trimestral	No aplica
Distribución de folletos en las instituciones educativas con el apoyo del transporte del Ministerio de educación.	Transporte			Media	Trimestral	No aplica

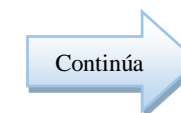


Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Entrega de los folletos a los padres de familia mediante los docentes.	No aplica	Porcentaje de padres de familia que reciben el folleto	Número de confirmaciones de recepción del producto / Número total de padres de familia	Media	Trimestral	No aplica
Control de la entrega de folletos mediante el envío de una firma por parte del representante que garantiza la recepción.	Hoja de control			Media	Trimestral	No aplica

Tabla 131

Descripción de tareas – Personal

PERSONAL						
4.2 Estrategia		Entrega de incentivos a los padres de familia.				
4.2.1 Táctica		Realizar alianzas estratégicas con supermercados para la entrega de incentivos.				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Envío de solicitud para participación de donadores a los supermercados Supermaxi, Tía y Santa María, entre otros.	Solicitudes	Porcentaje de canastas entregadas	Número de canastas entregadas a los padres de familia / Número de canastas donadas	Alta	Agosto	No aplica
Visita para presentación de la idea social al establecimiento de acuerdo a la respuesta de los supermercados.	Proyector, laptop			Media	Agosto	No aplica
Firmar acuerdos de cumplimiento para la entrega de canastas con productos básicos.	Formato de acuerdo			Alta	Agosto	No aplica
Recepción de las canastas entregadas por los donantes.	Actas de recepción			Alta	Diciembre, Febrero	No aplica

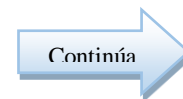


Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Entrega de las canastas a los padres de familia que cumplen con el envío de refrigerios saludables en la reunión de entrega de calificaciones.	No aplica	Porcentaje de canastas entregadas	Número de canastas entregadas a los padres de familia / Número de canastas donadas	Alta	Diciembre, Febrero	No aplica

Tabla 132

Descripción de tareas – Plaza

PLAZA						
4.3 Estrategia		Gestionar en los bares de las instituciones, la entrega de alimentos saludables.				
4.3.1 Táctica		Establecer políticas de venta de productos permitidos por la institución.				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Solicitar la participación de estudiantes de gastronomía en una feria de refrigerios escolares saludables.	Solicitudes, internet	Porcentaje de productos a la venta que son permitidos	Número de productos permitidos para la venta / número total de productos para la venta	Alta	Julio	No aplica
Realizar un acuerdo con el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca para la organización de la feria.	Solicitud			Media	Julio	No aplica
Envío de invitaciones a la feria dirigida a los padres de familia.	Invitaciones			Alta	Julio	No aplica



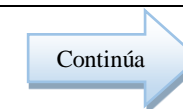
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Selección de moderadores mediante al apoyo de estudiantes de marketing	Listado de estudiantes matriculados.	Porcentaje de productos a la venta que son permitidos	Número de productos permitidos para la venta / número total de productos para la venta	Media	Julio	No aplica
Ejecución de la feria	Proyector, micrófonos, carpas, sillas, mesas, moderador, computadora.			Alta	Julio	No aplica
Socialización de los menús expuestos en la feria mediante las redes sociales y página del PAE	Internet, computadora			Alta	Agosto	No aplica
Firmar acuerdos con los encargados de los bares para comprometer al cumplimiento del menú aprobado	Formato de acuerdo			Media	Agosto	No aplica
Controlar el cumplimiento de los productos disponibles para la venta antes del recreo.	Hoja de control			Alta	Semanal	No aplica

Objetivo 5: Diversificar el desayuno escolar entregando un tipo de producto diferente por día.

Tabla 133

Descripción de tareas – Personal

PERSONAL						
5.1 Estrategia		Implementación de un sistema de distribución que permita que el estudiante consuma un tipo de producto cada día.				
5.1.1 Táctica		Realizar el requerimiento de producción por distrito.				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Establecer el número adecuado de por cada producto para asegurar la recepción de una galleta y leche diferente cada día.	Histórico de productos entregados	Porcentaje de cumplimiento del requerimiento realizado.	Número de productos recibidos/Número de productos solicitados. La fórmula se aplica para cada tipo de producto del programa.	Alta	Julio	No aplica
Rendir informes a los encargados de cada distrito para que se realice el pedido a Pro-alimentos.	Informes			Alta	Julio	No aplica
Realizar el requerimiento de producto.	Ficha de requerimiento de producto.			Alta	Trimestral	No aplica
Verificar el pedido en base al requerimiento solicitado.	Hoja de control, personal de control			Media	Trimestral	366



Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Informar a los encargados de cada distrito sobre el cumplimiento del requerimiento.	Informes			Alta	Trimestral	No aplica
Entrega de un tipo de galleta y leche diferente a cada niño.	Hoja de control de consumo.			Alta	Diario	No aplica

Tabla 134

Descripción de tareas – Producto

PRODUCTO						
5.2 Estrategia		Socialización de recetas para los productos de preparación.				
5.2.1 Táctica		Concurso de recetas entre padres de familia				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Realizar un convenio con escuelas de gastronomía	Convenio	% de padres de familia	Número de padres de familia que participan en el concurso	Alta	Inicio del periodo escolar	No aplica
Realizar convenios con productoras de línea blanca para la donación de premios.	Convenio			Alta	Inicio del periodo escolar	No aplica
Inscribir a los padres de familia que van a participar en el concurso.	Inscripciones			Media	Octubre	No aplica
Asesorar a los padres de familia en la preparación de las recetas innovadoras.	Pasantes, padres de familia, implementos de las recetas			Baja	Septiembre	No aplica
Degustación de las recetas a los niños	Productos preparados			Alta	Octubre	No aplica
Premiar a los padres de familia con las mejores recetas.	Premios, padres de familia			Baja	Octubre	No aplica

Tabla 135

Descripción de tareas – Producto

PRODUCTO						
5.3 Estrategia		Rediseño del producto social				
5.3.1 Táctica		Incorporar la nueva imagen a los productos				
Acciones	Recursos	Indicador	Medición	Prioridad	Fechas	Presupuesto
Diseño de los empaques incorporando la imagen de la mascota de la campaña “Alimentación inteligente”	Laptop, programas de diseño, pasantes de diseño gráfico.	Nueva imagen del producto	% de personas que asisten al lanzamiento	Alta	Julio	No aplica
Entrega de los nuevos diseños a los proveedores de empaques de Proalimentos.	Diseños			Media	Julio	No aplica
Lanzamiento de los productos con nueva imagen simultáneo al lanzamiento de la campaña “Alimentación inteligente”.	10 Roll up, 2 gigantografías			Alta	Inicio del año lectivo 2016-2017	400
Elaboración de los productos incorporando la nueva imagen.	Nuevos empaques			Media	Agosto	No aplica

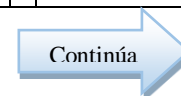
5.3.5. Cronograma de actividades

Tabla 136
Cronograma de actividades

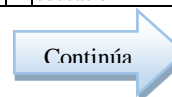
Actividades	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Responsables
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
Diseño de la campaña "Alimentación inteligente" mediante el apoyo de estudiantes de diseño gráfico.	█	█																																											Ministerio de educación				
Programar una reunión para la presentación y aprobación de la campaña en el Ministerio de Educación.	█	█																																											Pasantes				
Solicitar el permiso en un centro comercial del sur de Quito para realizar el lanzamiento de la campaña.	█	█																																											Ministerio de educación				
Búsqueda de participantes para el lanzamiento (cantantes, malabaristas, grupos de baile).	█	█																																											Ministerio de educación				
Realizar alianzas con empresas organizadoras de eventos.	█	█																																											Ministerio de educación				
Realizar 4 roll up y 2 gigantografías para con la imagen de la campaña.	█	█																																											Ministerio de educación				
Ejecución del evento.					█																																								Ministerio de educación				
Difusión de la nueva imagen en el programa Educa a cargo del Ministerio de Educación.					█																																								Ministerio de educación				
Difusión de la nueva imagen, así como los beneficios del programa en redes sociales					█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█					Ministerio de educación				
Difusión de la campaña en medios impresos en las instituciones educativas con el apoyo de las donaciones de imprentas					█				█				█				█				█				█				█				█				█								Ministerio de educación				
Publicación de las actividades que se realizan así como publicación de la información sobre los auspiciantes en redes sociales.					█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█					Encargado de actualización				
Diseño de la plataforma virtual mediante la participación de estudiantes de últimos niveles en sistemas.	█	█																																											Pasantes				



Actividades	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Responsables
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
Entrega de certificados de participación e incentivos a los estudiantes que brindaron su apoyo en la creación de la plataforma virtual																																																	Ministerio de educación
Aprobación de la plataforma virtual																																																	Ministerio de educación
Diseño de un manual de uso de la plataforma virtual con el apoyo de estudiantes de diseño gráfico																																													Pasantes				
Envío de manual por correo masivo a las instituciones educativas.																																													Ministerio de educación				
Capacitación a los docentes para el uso de la plataforma mediante el apoyo de estudiantes de sistemas que deseen realizar horas de vinculación.																																													Pasantes				
Convenios con expertos en nutrición humana.																																													Ministerio de educación				
Enviar solicitudes a instituciones de educación superior con carreras en nutrición humana y gastronomía.																																													Ministerio de educación				
Envío de información sobre el programa de alimentación escolar a los pasantes.																																													Ministerio de educación				
Ejecución de la capacitación a los docentes.																																													Estudiantes				
Gestionar la entrega de refrigerios a los capacitores mediante el auspicio de restaurantes.																																													Ministerio de educación				
Entregar incentivos a los capacitadores como; (llaveros, cuadernos, entre otros) por parte del ministerio de educación.																																													Ministerio de educación				
Oferta de pasantías a los estudiantes que impartan la capacitación a los docentes.																																													Ministerio de educación				
Realizar un programa de finalización de las capacitaciones con diplomas entregados por el Ministerio de Educación o los estudiantes.																																													Ministerio de educación				



Actividades	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Responsables
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
Evaluación a los docentes sobre las capacitaciones impartidas																																																	Ministerio de educación
Buscar financiamiento mediante auspiciante para los uniformes e incentivos																																																	Ministerio de educación
Hacer un convenio con la empresa textilera Enkador para que done los uniformes con el logo																																													Ministerio de educación				
Realizar un convenio con Dilipa para que done incentivos (gorras, camisetas, esferos, cuadernos, entre otros)																																													Ministerio de educación				
Entregar incentivos a los padres que ayudan a repartir el desayuno escolar																																													Pasantes				
Supervisar que los encargados cumplan con la utilización de uniformes.																																													Padres de familia				
Realizar un convenio distribuidoras de juguetes para obtener una donación de estos productos.																																													Ministerio de educación				
Elaboración de una lista de niños que consumen los productos																																													Docentes				
Actualizar el registro de los niños que consumen los productos con el apoyo de los padres de familia																																													Padres de familia				
Entrega de empaques de los productos consumidos por parte de los niños para la acumulación de puntos.																																													Padres de familia				
Premiación a los niños que acumulan el mayor número de puntos																																													Ministerio de educación				
Convenio con chefs expertos en escultura con frutas.																																													Ministerio de educación				
Solicitar a los padres de familia el envío de una fruta por niño.																																													Docentes				
Solicitar la donación de utensilios de cocina para niños a distribuidores plásticos																																													Ministerio de educación				



Actividades	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Responsables
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
Evaluación del contenido de la charla preparada por los estudiantes de carreras afines																																													Ministerio de educación				
Aprobación del contenido y verificación de cambios																																													Ministerio de educación				
Elaboración del cronograma de charlas																																									Directores de las instituciones								
Ejecución de la charla																																									Pasantes								
Realizar un registro de los padres de familia de envían productos saludables.																																									Docentes								
Recopilación de las mejores recetas realizadas por los padres de familia en el concurso de recetas.																																									Ministerio de educación								
Diseño de recetarios con la información recolectada con apoyo de estudiantes de diseño gráfico.																																									Pasantes								
Impresión de recetarios mediante alianza con imprentas.																																									Imprenta								
Distribución de recetarios en las instituciones educativas con el apoyo del transporte del Ministerio de educación.																																									Ministerio de educación								
Entrega de los recetarios a los padres de familia mediante los docentes.																																									Docentes								
Control de la entrega de recetarios mediante el envío de una firma por parte del representante que garantiza la recepción.																																									Docentes								
Envío de solicitud para participación de donadores a los supermercados Supermaxi, Tía y Santa María, entre otros.																																									Ministerio de educación								
Visita para presentación de la idea social al establecimiento de acuerdo a la respuesta de los supermercados																																									Ministerio de educación								
Firmar acuerdos de cumplimiento para la entrega de canastas con productos básicos.																																									Donantes								
Recepción de las canastas entregadas por los donantes																																									Ministerio de educación								


 Continúa

Actividades	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Responsables
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
Informar a los encargados de cada distrito sobre el cumplimiento del requerimiento.																																																	Padres de familia
Entrega de un tipo de galleta y leche diferente a cada niño.																																																	Padres de familia
Realizar un convenio con escuelas de gastronomía																																													Ministerio de educación				
Realizar convenios con productoras de línea blanca para la donación de premios.																																													Ministerio de educación				
Inscribir a los padres de familia que van a participar en el concurso.																																													Ministerio de educación				
Asesorar a los padres de familia en la preparación de las recetas innovadoras.																																													Responsable				
Degustación de las recetas a los niños																																													Instituciones educativas				
Premiar a los padres de familia con las mejores recetas.																																													Ministerio de educación				
Diseño de los empaques incorporando la imagen de la mascota de la campaña “Alimentación inteligente”																																													Ministerio de educación				
Entrega de los nuevos diseños a los proveedores de empaques de Proalimentos.																																													Ministerio de educación				
Lanzamiento de los productos con nueva imagen simultáneo al lanzamiento de la campaña “Alimentación inteligente”.																																													Ministerio de educación				
Elaboración de los productos incorporando la nueva imagen.																																													Ministerio de educación				

5.3.6. Presupuesto

El presupuesto se ha determinado principalmente en base al apoyo de donaciones y auspicios ya que el presupuesto para la ejecución del programa de alimentación escolar ya se encuentra determinado. Sin embargo existen acciones que no aplica un presupuesto diferente ya que se utilizará al personal encargado del programa de alimentación escolar para realizar las mismas.

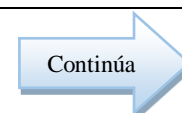
Tabla 137

Presupuesto

Objetivo 1: Lograr que el 94,72% de padres de familia que conocen sobre el programa, permanezcan informados sobre el mismo.		
Acciones	Presupuesto mensual	Fuente de financiamiento
Diseño de la campaña "Alimentación inteligente" mediante el apoyo de estudiantes de diseño gráfico de la Universidad Metropolitana.	No aplica	Pasantías
Búsqueda de participantes para el lanzamiento (cantantes, malabaristas, grupos de baile)	500	Propio
Realizar alianzas con empresas organizadoras de eventos.	No aplica	Auspicio
Realizar 4 roll up y 2 gigantografías para con la imagen de la campaña.	200	Donación
Difusión de la nueva imagen en el programa Educa a cargo del Ministerio de Educación.	No aplica	Propio
Difusión de la nueva imagen, así como los beneficios del programa en redes sociales	No aplica	Propio
Difusión de la campaña en medios impresos en las instituciones educativas con el apoyo de las donaciones de imprentas.	60	Donación
Publicación de las actividades que se realizan así como publicación de la información sobre los auspiciantes en redes sociales.	366	Propio

Continúa 

Objetivo 2: Disminuir a una semana el tiempo de espera en la entrega de los productos del programa de alimentación escolar.		
Acciones	Presupuesto mensual	Fuente de financiamiento
Diseño de la plataforma virtual mediante la participación de estudiantes de últimos niveles en sistemas.	No aplica	Pasantías
Entrega de certificados de participación e incentivos a los estudiantes que brindaron su apoyo en la creación de la plataforma virtual.	800	Propio
Diseño de un manual de uso de la plataforma virtual con el apoyo de estudiantes de diseño gráfico.	No aplica	Pasantías
Capacitación a los docentes para el uso de la plataforma mediante el apoyo de estudiantes de sistemas que deseen realizar horas de vinculación.	No aplica	Pasantías
Objetivo 3: Incentivar el consumo de los productos al 100% por parte de los niños de primer año de educación general básica.		
Acciones	Presupuesto mensual	Fuente de financiamiento
Ejecución de la capacitación a los docentes.	No aplica	Pasantías
Gestionar la entrega de refrigerios a los capacitores mediante el auspicio de restaurantes.	No aplica	Donación
Entregar incentivos a los capacitadores como; (llaveros, cuadernos, entre otros) por parte del ministerio de educación.	No aplica	Donación
Realizar un programa de finalización de las capacitaciones con diplomas entregados por el Ministerio de Educación o los estudiantes.	No aplica	Propio
Buscar financiamiento mediante auspiciante para los uniformes e incentivos	No aplica	Auspicio
Hacer un convenio con empresas textiles para obtener la donación de uniformes	No aplica	Donación
Realizar un convenio con papelerías para la donación de incentivos (kits de útiles escolares)	No aplica	Donación
Realizar un convenio distribuidoras de juguetes para obtener una donación de estos productos.	No aplica	Donación



Convenio con chefs expertos en escultura con frutas.	No aplica	Pasantías
Solicitar a los padres de familia el envío de una fruta por niño.	No aplica	Donación
Acciones	Presupuesto mensual	Fuente de financiamiento
Solicitar la donación de utensilios de cocina para niños a distribuidores plásticos	No aplica	Donación
Entrega de diplomas a los niños que recibieron el curso.	No aplica	Propio
Solicitar a los padres de familia el envío de semillas.	No aplica	Donación
Solicitar la donación herramientas de cultivo a ferreterías.	No aplica	Donación
Ejecución del curso con los niños concernientes al programa.	No aplica	Pasantías
Controlar el crecimiento y realizar el mantenimiento del huerto casero.	No aplica	Pasantías
Realizar la premiación a los grados que mantuvieron el huerto casero hasta el final del periodo mediante convenios con cines para otorgar pases gratis.	No aplica	Donación
Objetivo 4: Garantizar el envío de refrigerios saludables y nutritivos que complementen el desayuno escolar.		
Acciones	Presupuesto mensual	Fuente de financiamiento
Ofrecer horas de vinculación para carreras de nutrición humana en instituciones de educación superior.	No aplica	Pasantías
Evaluación del contenido de la charla preparada por los estudiantes de carreras afines	No aplica	Propio
Aprobación del contenido y verificación de cambios	No aplica	Propio
Ejecución de la charla	No aplica	Pasantías
Recopilación de las mejores recetas realizadas por los padres de familia en el concurso de recetas.	366	Propio
Diseño de recetarios con la información recolectada con apoyo de estudiantes de diseño gráfico.	No aplica	Pasantías
Impresión de recetarios mediante alianza con imprentas.	No aplica	Donación


 Continúa

Distribución de folletos en las instituciones educativas con el apoyo del transporte del Ministerio de educación.	No aplica	Propio
Recepción de las canastas entregadas por los donantes	No aplica	Donación
Solicitar la participación de estudiantes de gastronomía en una feria de refrigerios escolares saludables.	No aplica	Pasantías
Selección de moderadores mediante al apoyo de estudiantes de marketing	No aplica	Pasantías
Ejecución de la feria	No aplica	Propio
Socialización de los menús expuestos en la feria mediante las redes sociales y página del PAE	No aplica	Propio
Objetivo 5: Diversificar el desayuno escolar entregando un tipo de producto diferente por día.		
Acciones	Presupuesto mensual	Fuente de financiamiento
Establecer el número adecuado de cada producto para asegurar la recepción de una galleta y leche diferente cada día.	No aplica	Instituciones educativas
Verificar el pedido en base al requerimiento solicitado.	366	Propio
Realizar convenios con productoras de línea blanca para la donación de premios.	No aplica	Donación
Asesorar a los padres de familia en la preparación de las recetas innovadoras.	No aplica	Pasantías
Premiar a los padres de familia con las mejores recetas.	No aplica	Donación
Diseño de los empaques incorporando la imagen de la mascota de la campaña “Alimentación inteligente”	No aplica	Pasantías
Lanzamiento de los productos con nueva imagen simultáneo al lanzamiento de la campaña “Alimentación inteligente”.	400	Propio
Elaboración de los productos incorporando la nueva imagen.	No aplica	Propio
Total presupuesto mensual	\$ 3058,00	

5.3.7. Descripción de implementación del plan estratégico de marketing social

Una vez concluido el presente plan estratégico de marketing social, con los análisis realizados y con la propuesta planteada, se ejecutará dicho plan en las

escuelas del Distrito Metropolitano de Quito, con la finalidad de lograr resultados favorables en la difusión del programa de alimentación escolar, además, la campaña tiene como propósito comprometer a las escuelas para evitar el desperdicio de los alimentos y tener un control en la entrega de los mismos.

Para implementar este plan es necesario contar con personas que se involucren en las actividades planteadas, además, es importante que las escuelas fiscales, fiscomisionales y municipales del Distrito Metropolitano de Quito tengan información necesaria de la campaña para controlar a través de profesores y padres de familia la entrega de los productos a los niños de primer año de educación básica.

5.3.8. Descripción de control y evaluación del plan estratégico de marketing social.

En la ejecución del plan estratégico de marketing social se deben establecer medidas de control y evaluación con variables que se medirán para determinar si tiene éxito en la disminución de la desnutrición en los niños de primer año de educación básica del Distrito Metropolitano de Quito.

El control se realizará al finalizar el primer quimestre del periodo escolar 2016-2017, mientras que la evaluación será desarrollada al finalizar el año escolar.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- La investigación confirma que existe un alto grado de conocimiento sobre los productos del programa de alimentación tanto de los padres de familia como de los niños de primer año de educación básica en escuelas fiscales de Quito.
- Los productos del programa de alimentación escolar contienen los elementos básicos para la alimentación infantil, por tanto se requiere de un refrigerio que complemente el mismo.
- El cumplimiento de los objetivos del programa de alimentación escolar se ve afectado principalmente por el problema de organización en la entrega de productos, la falta de variedad en los productos, y el envío de refrigerios no adecuados para los niños.
- Las escuelas no tienen un horario estandarizado para la entrega del desayuno escolar, por tanto se evidencia diferentes horarios de consumo.
- Los niños de primer año de educación general básica presentan mayor problema en déficit de talla y peso de acuerdo a su edad. El 53,36% se encuentra en alerta de baja talla, mientras que el 56,09% se encuentra en alerta de bajo peso.
- Los representantes generalmente son mujeres entre 20 y 29 años que culminaron la primaria o el bachillerato en menor porcentaje.
- No existe una gestión de mercadotecnia para el programa de alimentación escolar específicamente.
- Desde que inició el programa se ha hecho variaciones en los tipos de galleta, actualmente hay cuatro tipos de galletas, la colada de sabores, la leche fortificada de sabores principalmente.

6.2. Recomendaciones

- Realizar un estudio para identificar las necesidades actuales y alternativas de desayuno escolar que permita el desarrollo de nuevos productos para el programa de alimentación escolar.
- Mantener un control constante sobre el envío de refrigerios adecuados por parte de los padres de familia.
- Reorganizar la producción y forma de distribución de los productos de manera que se logre la entrega de todas las alternativas a las escuelas, para evitar el consumo de un único tipo de producto.
- Fomentar actividades de promoción de una alimentación sana y equilibrada.
- Capacitar a los docentes y padres de familia en temas de nutrición.

BIBLIOGRAFÍA

- Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill. (2004). En *Mercadotecnia* (pág. 12).
- (2008). Obtenido de CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR.
- Acción Contra el Hambre. (s.f.). *Acción Contra el Hambre*. Obtenido de Acción Contra el Hambre Web Site: <https://www.accioncontraelhambre.org/es/que-hacemos/ejes/nutricion-y-salud>
- ACNUDH. (2015). *Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos*. Obtenido de ACNUDH Web Site: <http://www.ohchr.org/SP/AboutUs/Pages/WhoWeAre.aspx>
- Aguayo, J. (2012). *Medidas educativas para la prevención de la desnutrición en los niños menores de 5 años atendidos en el dispensario médico parroquial y la guardería Días Felices del Cantón Yaguachi*. Guayaquil.
- Andres Mercado. (4 de Mayo de 2009). *La desnutrición infantil*.
- Banco Central del Ecuador. (2016). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 07 de Mayo de 2016, de Banco Central del Ecuador Web Site: http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación.
- Cancela, M. (2011). *Innatia*. Obtenido de www.innatia.com: www.innatia.com/s/c-alimentacion-infantil/a-desnutricion-infantil-es.html
- Carranza, C. (2011). *Flacso*. Obtenido de Flacso Web Site: www.flacsoandes.edu.ec
- Chisnall Peter, Prentice Hall. (1996). En *La Esencia de la investigación de Mercados* (pág. 6).
- *CÓDIGO CIVIL*. (2013). Obtenido de www.registrocivil.gob.ec
- CUSMINSKY. (s.f.). En Marcos, *Manual de crecimiento* (pág. 166).
- Czinkota, M., & Ronkainen, I. (2007). *Internacional Marketing*. Thomson South-Western.
- Definiciones ABC. (2016). *Definiciones ABC*. Recuperado el 07 de Mayo de 2016, de Definiciones ABC Web Site: <http://www.definicionabc.com/economia/indice-de-pobreza.php>
- El Comercio. (18 de Diciembre de 2013). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio Web Site: <http://www.elcomercio.com/tendencias/salud/preocupante-informe-desnutricion-ninos.html>

- El Diario. (02 de Mayo de 2011). *El Diario*. Recuperado el 26 de Febrero de 2015, de El Diario Web Site: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/190227-chispas-reemplaza-a-mi-papilla/>
- El Universo. (26 de Agosto de 2010). *El Universo*. Recuperado el 26 de Febrero de 2016, de El Universo Web site: <http://www.eluniverso.com/2010/08/26/1/1447/dudas-sobre-eficacia-papilla-bebida.html>
- El Universo. (15 de Abril de 2013). *El Universo*. Obtenido de El Universo Web Site: <http://www.eluniverso.com/2013/04/15/1/1384/latinoamerica-caribe-tienen-tasa-desnutricion-mundo-desarrollo.html>
- Estadísticas Andinas. (2010). *Estadísticas Andinas*. Recuperado el 28 de Febrero de 28, de Estadísticas Andinas Web Site: <http://estadisticas.comunidadandina.org/estadisticasandinas/CANPS/archivos/0304.pdf>
- FAO. (15 de Noviembre de 2015). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Obtenido de FAO Web site: www.fao.org/hunger/es
- Figueroa, D. (21 de Noviembre de 2013). *Merkactiva*. Obtenido de Merkactiva Blog: <http://www.merkactiva.com/blog/hablemos-claro-logotipo-isotipo-isologotipo-e-imagotipo/>
- Gordón, B. (2013). *Tecnológico Internacional*. Obtenido de Tecnológico Internacional Web Site: <http://www.ithi.edu.ec/files/politicas.pdf>
- Hernández Sampieri, R. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Indexmundi. (2014). *Indexmundi*. Recuperado el 07 de Mayo de 2016, de Indexmundi Web Site: <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=29&l=es>
- INEC. (2010). *Ministerio de Inclusión Económica y Social*. Obtenido de sitio Web del Ministerio de Inclusión Económica y Social: www.inclusion.gob.ec
- Jumbo Salazar, F. F. (Febrero de 2015). *Universidad Tecnológica de Ambato*. Recuperado el 27 de Febrero de 2016, de Universidad Tecnológica de Ambato Web Site: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/8671/1/Jumbo%20Salazar,%20Freddy%20Fernando.pdf>
- *konkretoypunto*. (24 de Noviembre de 2009). Obtenido de <http://konkretoypunto.blogspot.com/2009/11/la-investigacion-de-mercado-segun.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- *La Alimentación Escolar En Ecuador*. (Mayo de 2012).

- La Hora. (22 de Octubre de 2012). *La Hora*. Recuperado el 28 de Febrero de 2016, de La Hora Web Site: http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101411115/-1/Miles_de_ni%C3%B1os_se_quedaron_sin_su_fuente_de_nutrici%C3%B3n.html#.VvnmedJ97cc
- Luis Alfonso Pérez Romero. (2004). *Marketing Social*. México: PEARSON.
- Maigua, J. (2014). *Análisis del impacto del marketing social, y su incidencia en el consumo de drogas en los adolescentes de educación media del cantón Tulcán*. Tulcán.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (Segunda edición ed.). México: Pearson Educación.
- Mantilla, F. (2015). *Técnicas de Muestreo: Un enfoque a la investigación de mercados*. Quito.
- Mendez, C. (2001). *Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Colombia: Mc Graw Hill.
- *Ministerio coordinador de desarrollo social* . (s.f.). Obtenido de <http://www.desarrollosocial.gob.ec/programa-accion-nutricion/>
- Ministerio de Educación. (s.f.). *Ministerio de Educación*. Obtenido de Ministerio de Educación Web site: <http://educacion.gob.ec/programa-de-alimentacion-escolar/>
- Ministerio de Salud & ICE. (18 de 12 de 2013). *Preocupante informe sobre desnutrición en niños*. Obtenido de El Comercio: www.elcomercio.com
- Niveló Erazo, L. M. (Junio de 2014). *Repositorio Digital Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad Técnica de Ambato Web Site: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7979/1/LINDA%20MARISOL%20NIVELO%20ERAZO.pdf>
- Pérez Romero, L. A. (2014). *Marketing Social: Teoría y práctica*. México: Pearson Educación.
- *Plan del buen vivir*. (2013-2017).
- PMA. (2015). *Programa Mundial de Alimentos*. Obtenido de Programa Mundial de Alimentos Web Site: <http://es.wfp.org/hambre/desnutrici%C3%B3n/desnutrici%C3%B3n>
- *PP el verdadero*. (05 de Junio de 2013). Obtenido de Plan Nacional del buen vivir: <http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-al-dia/item/noventa-dias-para-pulir-el-plan-nacional-del-buen-vivir.html>
- Red de Malnutrición en Iberoamérica. (Octubre de 2010). Libro Blanco de desnutrición en Iberoamérica. 59. Madrid: Aula Médica Ediciones. Recuperado el 26 de Febrero de 2016, de SLAN:

<http://www.slan.org.ve/libros/Libro%20Blanco%20de%20la%20Desnutrici%C3%B3n%20en%20Latinoamerica.pdf>

- Rodríguez, T. (7 de Octubre de 2014). *Linea de Fuego*. Obtenido de lalineade fuego.info: <http://lalineadefuego.info/2014/10/08/salud-publica-entre-ladesnutricion-cronica-infantil-y-la-comida-chatarra-por-tomas-rodriguez-leon/>
- Romero, E. (2013). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio Universidad de Guayaquil Web Site: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1119/1/Tesis%20maltrato%20animal.pdf>
- Romero, L. A. (2004). *Marketing Social*. México: Pearson.
- Salgado y Loor. (2013). *El uso del tiempo y su incidencia en el rendimiento académico en los estudiantes de 11-13 años del Colegio Nacional Mixto Tarqui, Propuesta Alternativa*. Quito.
- Sampieri, Hernández. (2010). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.
- Schneider, S. (Septiembre de 2014). *Elaboración y Evaluación Operativa y Rediseño del Programa de Alimentación Escolar (PAE) en Ecuador*. Porto Alegre, Brasil.
- Segura, L., Monte, C., Hilario, M., & Asenjo, P. (2002). *Ministerio de Economía y Finanzas Perú*. Recuperado el 26 de Febrero de 2016, de MEF: https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/documentos/Pobreza_y_Desnutricion.pdf
- Significados. (2010). *Significados*. Recuperado el 07 de Mayo de 2016, de Significados Web Site: <http://www.significados.com/poblacion/>
- SIISE. (2010). *Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador*. Recuperado el 25 de Febrero de 2016, de SIISE Web site: http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Accion%20Social/ficacc_OS038.htm
- SIPI. (2010). *Sistema de Información sobre Primera Infancia en América Latina*. Recuperado el 01 de Marzo de 2016, de SIPI Web Site: <http://www.sipi.siteal.org/politicas/277/proyecto-de-promocion-de-alimentos-saludables>
- Solorzano, C. (30 de Enero de 2014). *Marcando Análisis*. Obtenido de Marcando Análisis Blog: <https://marcandoanalisis.com/2014/01/30/marca-logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo/>
- Subsecretaría de Administración Escolar. (5 de Febrero de 2016). *Ministerio de Educación*. Obtenido de Programa de Alimentación Escolar Web Site: <http://www.pae.gob.ec/>
- UNICEF. (2010). *Los niños y niñas del Ecuador a inicios del siglo XXI*. Obtenido de

http://www.unicef.org/ecuador/Encuesta_nacional_NNA_siglo_XXI_2_Parte1.pdf

- UNICEF. (Noviembre de 2011). *Desnutrición Infantil: Causas, consecuencias y estrategias para su prevención*. Obtenido de Observatorio del Derecho a la Alimentación en América Latina y el Caribe: <http://www.odalc.org/documentos/1366997341.pdf>
- UNICEF. (2013). *Unicef Ecuador*. Obtenido de Unicef Ecuador Web Site: <http://www.unicef.org/ecuador>
- *Unicef Ecuador*. (s.f.). Obtenido de <http://www.unicef.org/ecuador/overview.html>
- Viera Andrade, R. (Abril de 2011). La Alimentación Saludable como pilar fundamental del Desarrollo y el Bienestar – Análisis de los Programas Sociales de Alimentación y Nutrición del Estado Ecuatoriano y la forma en que abordan el problema de la desnutrición en el Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Wendy Wisbaum. (Noviembre 2011). En *La desnutrición Infantil* (pág. 13).
- WFP. (2013). *Programa Mundial de Alimentos*. Obtenido de WFP Web site: es.wfp.org/-sufren-hambre-pma