



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

**TÍTULO**

**Análisis del perfil de los consumidores de comida vegetariana en la  
ciudad de Guayaquil. Estudio del caso estrato B.**

**AUTORES:**

**Gabriela Andrea Ortega Toledo**

**Diana Carolina Suárez Figueroa**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de**

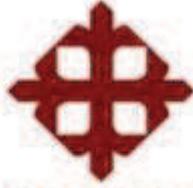
**INGENIERO EN MARKETING**

**TUTOR**

**Ing. Danilo Holguín Cabezas, MBA**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

**Certificación:**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Gabriela Andrea Ortega Toledo y Diana Carolina Suárez Figueroa, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**.

**TUTOR**

---

**Ing. Danilo Holguín Cabezas, MBA**

**REVISOR(ES)**

---

(Nombres, apellidos)

---

(Nombres, apellidos)

**Directora (E) de la carrera**

---

**Lcda. Patricia Torres Fuentes, Mgs**

Guayaquil, a los 28 días del mes de Septiembre del año 2015.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, **Gabriela Andrea Ortega Toledo**

**Diana Carolina Suárez Figueroa**

### **DECLARAMOS QUE:**

El trabajo de titulación **“Análisis del perfil de los consumidores de comida vegetariana en la ciudad de Guayaquil. Estudio del caso estrato B”** previa a la obtención del **Título de Ingeniero en Marketing**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando los derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las paginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliográfica. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Septiembre del año 2015.

### **LOS AUTORES:**

---

Gabriela Ortega Toledo

---

Diana Suárez Figueroa



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

### **AUTORIZACIÓN:**

Nosotros, **Gabriela Andrea Ortega Toledo**

**Diana Carolina Suárez Figueroa**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “Análisis del perfil de los consumidores de comida vegetariana en la ciudad de Guayaquil. Estudio del caso estrato B”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Septiembre del año 2015.

### **LOS AUTORES:**

---

Gabriela Ortega Toledo

---

Diana Suárez Figueroa

## **AGRADECIMIENTO**

Este proyecto es fruto del esfuerzo constante durante todos estos años de carrera universitaria, por el mismo que agradezco a nuestros maestros y tutores por su don de entrega y su excelente labor como educadores, logrando preparándonos para un futuro competitivo profesional.

Agradezco a mis padres y familiares quienes dedicaron su tiempo, apoyo y confianza en cada paso que dimos y que siempre fuimos guiados bajos su ejemplo.

También agradezco a cada una de las personas que nos ayudaron a lo largo de este camino universitario y nos colaboraron en todo momento, quienes fueron pilares y ejemplos a seguir.

Gracias a mis amigos y compañeros que nos apoyaron en todo momento y motivaron cada día a salir victoriosas en este gran pasó de nuestras vidas.

Gabriela Andrea Ortega Toledo

## **AGRADECIMIENTO**

Primero que nada agradezco a Dios por haberme dado la fortaleza que necesitaba para cumplir con responsabilidad este trabajo de titulación ya que sin él nada sería posible.

Al pilar fundamental de mi vida que me ha apoyado desde mi infancia, aquellos seres infaltables en los momentos más difíciles, mis padres, por haberme dado las herramientas necesarias para cumplir esta primera meta, ya que por delante tengo muchas por realizar.

Aquellos verdaderos amigos que me han dado ánimos, no solamente con buenas palabras, también con acciones en los momentos que he requerido su ayuda durante todo este tiempo de preparación y esfuerzo.

Agradecer también a aquellas personas prestas a darme información de manera desinteresada con el fin de aportar a este estudio, a demás familiares que aportaron con un granito de arena y que siempre han querido vernos progresar, así mismo compañeros de trabajo por los múltiples permisos a los cuales accedieron siempre con comprensión.

Y no podía faltar el apoyo mutuo que nos hemos dado mutuamente durante este proceso, no solo como compañeras de tesis, sino como amigas para lograr esta meta.

Diana Carolina Suárez Figueroa

## **DEDICATORIA**

Este proyecto está dedicado ante todo a Dios y a mis padres, sin la bendición de Dios y el apoyo infinito de mi familia, depositando su entera confianza en cada paso de nuestras vidas.

Por ellos a quienes amo y dedico este proyecto, sin su apoyo no hubiese podido lograrlo.

Gabriela Andrea Ortega Toledo

## **DEDICATORIA**

Dedicado especialmente a mis padres y a la persona que me enseñó a ser fuerte y guerrera en todo momento frente a las adversidades, ser perseverante y a tener fe que todo es posible siempre y cuando me lo proponga, Raquel Castro.

Diana Carolina Suárez Figueroa



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

(NOMBRES Y APELLIDOS)

**REVISOR 1**

---

(NOMBRES Y APELLIDOS)

**REVISOR 2**

---

Ing. Danilo Holguín Cabezas, MBA

**TUTOR**

---

Lcda. Patricia Torres Fuentes, Mgs

**DIRECTORA (E) DE LA CARRERA**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

## **CALIFICACIÓN**

---

**NÚMEROS**

---

**LETRAS**

---

**Ing. Danilo Holguín Cabezas, MBA**

## Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar el comportamiento del consumidor de comida vegetariana de clase media alta en la ciudad de Guayaquil y vía Samborondón, con la finalidad de conocer los factores que motivan el consumo de comida vegetariana en el sector; identificar el estilo de vida de los consumidores, identificar el tipo de comida vegetariana que prefieren y conocer el entorno adecuado para los consumidores de comida vegetariana.

El vegetarianismo implica un equilibrado sentido filosófico y moral de la vida, que va mucho más lejos de una dieta de verduras y frutas. Representa el respeto y libertad al velar los derechos de animales y temas de salud en la sociedad.

De acuerdo con varios estudios realizados en Ecuador, es evidente la emergencia de sobrepeso y obesidad según lo indica la encuesta Nacional de Salud y Nutrición (*Ensanut*), correspondiente al año 2011-2013, seis de cada diez ecuatorianos están fuera de la relación normal de peso y talla: 41% de la población presenta sobrepeso y 22% obesidad. Logrando determinar que existe preocupación por el tema de salud al momento de alimentarse de cualquier tipo de preferencia por edad, sexo, clase social, religión, entre otras variables que influyen al momento de la decisión por mantener saludablemente bien.

Un estudio realizado en 2012 determinó que sólo el 9% tiene como preferencia la comida vegetariana cuando sale a un restaurante. El 31% se decide por la comida típica, mientras que el 23% escoge los asados o parrilladas.

Los datos de un sondeo realizado a nivel mundial por la revista Times y la CNN, menciona que el 32% de las personas se vuelven vegetarianas por razones de salud, un 21% por defensa y respeto a los animales, un 15% por la presencia de aditivos y hormonas en las carnes, un 13% por rechazo al

sabor de la carne, un 6% por motivos religiosos y un 4% por preocupación por el planeta.

Gracias al análisis de las siguientes variables se pudo concluir e identificar la problemática del proyecto por el cual el comportamiento del consumidor vegetariano es más extenso, el mismo que dará como resultado final el desarrollo de nuevos modelos de investigación y se determinaran futuras líneas a implementar a largo plazo.

Podemos determinar que se logró identificar aquellos factores que implican directamente o indirectamente dentro del comportamiento del consumidor vegetariano, de tal manera se procedió a realizar la investigación científica por los métodos cualitativo y cuantitativo.

Dentro de los resultados obtenidos mediante la investigación se halló lo siguiente dentro del análisis cualitativo, se determinó por medio de entrevistas a especialistas del medio como nutricionistas, también se desarrolló la estrategia de observación directa a 10 restaurantes vegetarianos y el grupo focal quienes interactuaron al momento de solicitarle información clara y precisa de cómo es el comportamiento del consumidor vegetariano. En la investigación cuantitativa se implementaron las encuestas donde se determinaron preguntas específicas acorde a su rutina diaria de vida.

Se logró determinar el comportamiento del consumidor de comida vegetariana de clase social media – alta en la ciudad de Guayaquil y vía Samborondón, mediante los resultados de la investigación; se hallaron por 6 tipos de vegetarianos donde se pudo establecer que existen más mujeres que son vegetarianas, la edad promedio en ser veganos es de 15 a 24 años, también se hallaron resultados en base a su cultura, promedio de gastos en comida, preparación de su comida, factores ambientales con respecto a restaurantes, actividades deportivas, rutina de ejercicios claves para mantenerse en forma, religión, filosofía y medios de información para estar actualizados en las tendencias de cómo llevar un estilo de vida saludable y tranquilo en contacto con la naturaleza.

## Índice

Capítulo 1: .....	5
Aspectos Generales.....	6
1. Introducción.....	6
1.2 Problemática .....	8
1.3 Justificación.....	11
1.3 Objetivos .....	12
1.6 Preguntas de investigación .....	13
1.7 Conclusiones Capítulo 1 .....	14
Capítulo 2 .....	15
2.1. Marco Referencial.....	16
2.1.1 Historia del consumo de comida vegetariana .....	16
2.1.2 El consumo de comida vegetariana en Ecuador .....	21
2.1.3 Cultura.....	24
2.1.4 Beneficios de ser vegetariano.....	25
2.1.5 Grupos de referencia .....	32
2.1.6 Vegetarianos: Conceptualización.....	33
2.1.7 Tipos de vegetarianos: .....	34
2.2.8 Marco Legal.....	35
2.2.1.1 Ley Orgánica de defensa del consumidor .....	35
2.2.1.2 Regulaciones del sector alimenticio .....	36
2.2.1.3 Leyes que regulan el consumo.....	38
2.3 Marco Teórico .....	40
2.3.1 Factores Internos .....	41
2.3.2 Factores externos.....	46
2.3.2.1Estratos sociales:.....	48
2.3.2.2 Grupos de referencia .....	49
2.3.2.3 Familia.....	50
2.3.3 Proceso de compra y decisión de compra .....	51
2.3.4 Consecuencias en el marketing estratégico.....	54
2.3.5 Modelos de evaluación .....	54
Conclusión capítulo 2 .....	58
Capítulo 3 .....	60
Metodología de la investigación.....	60

Capítulo 3 .....	61
3.1.1_Diseño investigativo .....	61
3.1.2 Tipo de investigación .....	61
3.1.3 Definición de la población.....	68
3.1.4 Definición de la Muestra .....	68
3.1.5 Perfil de aplicación.....	70
Conclusiones: Capítulo 3.....	71
Capítulo 4: .....	72
4.1 Resultados de la Investigación Descriptiva .....	73
4.1.1 Resultados Cuantitativos .....	73
Conclusión: Capítulo 4 .....	105
Capítulo 5 .....	106
Conclusiones y futuras líneas de Investigación.....	106
5.1 Conclusiones .....	107
5.1.2 Modelo Propuesto .....	- 114 -
5.1.3 Recomendaciones.....	118
5.1.4 Futuras líneas de Investigación.....	119
5.1.5 Bibliografía.....	120

## Contenido de Ilustraciones

Tabla1: Prevalencia de sobrepeso entre adultos mayores a 19 años.....	11
Tabla 2: Grupos de edad .....	22
Tabla3: Prevención de la obesidad .....	22
Tabla 4: Prevención a la Obesidad como ciclo de vida .....	23
Tabla 5: Consumo de agua .....	27
Tabla 6: Porcentaje de ateos en cada ciudad .....	30
Tabla 7: Porcentajes de ateos en cada ciudad .....	30
Tabla 8: Tipos de vegetarianos .....	34
Tabla 9: Semáforo nutricional.....	38
Tabla 10: Teorías del comportamiento del consumidor .....	41
Tabla 11: Necesidades de Maslow.....	43
Tabla 12: Categorías por clase social .....	48
Tabla 13: Comportamiento de compra.....	51
Tabla 14: Tipos de comportamiento de compra.....	51
Tabla 15: Proceso de decisión de compra .....	52
Tabla 16: Ponderación de método estratificación.....	69
Tabla 17: Clasificación por edad y sexo .....	73
Tabla 18: Sectores donde residen.....	74

Tabla 19: Clasificación por ocupación de los encuestados .....	75
Tabla 20: Instrucción Académica .....	76
Tabla 21: Tipos de vegetarianos .....	77
Tabla 22: Motivos de consumo .....	78
Tabla 23: Frecuencia de consumo .....	79
Tabla 24: Alimentación Basada .....	80
Tabla 25: Promedio de gastos.....	81
Tabla 26: Preparación de la comida vegetariana.....	82
Tabla 27: Preparación por tercera persona .....	83
Tabla 28: Actividades complementarias .....	84
Tabla 29: Practicas de deportes .....	85
Tabla 30: Rutina .....	86
Tabla 31: Religión.....	87
Tabla 32: Circulo Social .....	88
Tabla 33: Pertenece a una organización.....	89
Tabla 34: Filosofía .....	89
Tabla 35: Medios de Información .....	90
Tabla 36: tipos de vegetarianos vs edades .....	91
Tabla 37: tipos de vegetarianos vs religión.....	92
Tabla 38: Tipos de vegetarianos vs sectores.....	93
Tabla 39: Tipos de vegetarianos por sexo y ocupación .....	94
Tabla 40: motivo de consumo y frecuencia .....	95
Tabla 41: Alimentación Basada.....	96
Tabla 42: Listado de integrantes del Focus Group.....	97
Tabla 43: Objetivos alcanzados.....	108
Tabla 44: Características de los Veganos .....	- 109 -
Tabla 45: Características de los semi-vegetarianos .....	- 110 -
Tabla 46: Características de los Ovo-vegetarianos .....	- 111 -
Tabla 47: Características de los Lacto-ovo-vegetarianos.....	- 112 -
Tabla 48: Características de Frugívoros .....	- 113 -

## Contenido de Gráficos

Gráfico 1: Edad vs Genero.....	73
Gráfico 2: Sectores .....	74
Gráfico 3: Ocupación.....	75
Gráfico 4: Instrucción Académica .....	76
Gráfico 5: Tipos de vegetarianos .....	77
Gráfico 6: Motivo de consumo .....	78
Gráfico 7: Frecuencia de consumo.....	79
Gráfico 8: Alimentación basada .....	80
Gráfico 9: Promedio de gastos.....	81
Gráfico 10: Preparación .....	82
Gráfico 11: Por terceros.....	83

Gráfico 12: Actividades .....	84
Gráfico 13: Deportes .....	85
Gráfico 14: Rutina .....	86
Gráfico 15: Religión.....	87
Gráfico 16: Circulo Social .....	88
Gráfico 17: Organización.....	89
Gráfico 18: Filosofía .....	90
Gráfico 19: Medios de Información .....	90
Gráfico 20: Tipos de vegetarianos vs edades.....	91
Gráfico 21: Tipos de vegetarianos vs religión .....	92
Gráfico 22: Tipos de vegetarianos vs sectores.....	93
Gráfico 23: Tipos de vegetarianos vs ocupación.....	94
Gráfico 24: Motivo vs frecuencia de consumo .....	95
Gráfico 25: Alimentación basada vs promedio de gastos.....	96

#### ÍNDICE DE ANEXO

Anexo 1: Formato de entrevista a profundidad.....	125
Anexo 2: Formato de encuesta.....	126
Anexo 3: Grupo Focal.....	130
Anexo 4: Listado de restaurantes vegetarianos.....	138
Anexo 5: Información adicional.....	140
Anexo 6: Ley de defensa del consumidor.....	147

## **Capítulo 1:**

### **Aspectos Generales**

## **Aspectos Generales**

### **Tema:**

Análisis del perfil de los consumidores de comida vegetariana en la ciudad de Guayaquil. Estudio del caso estrato B.

### **1. Introducción**

Actualmente los consumidores de comida vegetariana tienen un gran aporte en la ciudad con respecto al tema de prevención de enfermedades catastróficas que amenazan a la población de ir en aumento debido a la falta de concientización de la alimentación, estilos de vida sedentarios o por el poco tiempo de dedicación que las personas suelen darle a su salud, llevando el lema que sin salud no se tiene vida, como lo menciona *Buddha,(s.f.) “Mantener el cuerpo con buena salud es un deber, de lo contrario no seremos capaces de mantener nuestro cuerpo y mente fuertes y claros”.*

Es importante que este tipo de alimentación no sólo sea basada en vegetales, ensaladas de todo tipo, ya que así mismo es necesario el consumo de otros alimentos que ayuden al organismo a desarrollar y funcionar de manera correcta, sin olvidarse que el agua tiene un alto efecto dentro del mismo y que debe ser primordial el consumo para mantener el cuerpo hidratado.

En la ciudad se pueden encontrar restaurantes vegetarianos en lugares estratégicos en donde obtienen mucha demanda del mismo, aun así hay sectores que no han sido explotados en su totalidad, como las zonas marginales o regeneración, ya sea norte o sur de la ciudad, encontrando así también la vía Samborondón con el conjunto de urbanizaciones cerradas que cada día va en aumento, siendo estas principales zonas los lugares en donde se quiere realizar el presente estudio.

Muchas personas gustan de este tipo de comida, algunos lo hacen porque se preocupan de cuidar su organismo ya sea por estética, por enfermedades, básicamente experiencias con familiares o allegados que hacen que estos consumidores infieren a una adecuada dieta basada en vegetales, y es allí donde a través de la investigación científica se pretende estudiar y conocer a los consumidores vegetarianos.

El desconocimiento por parte de la sociedad infiere a que muchas personas no sepan acerca de lo que fomentan estos consumidores de comida sana y mucho menos las actividades que suelen realizar a diario, ya que tienen sus propias características, una de las más importantes es acerca del cuidado de los derechos de los animales, la concientización que fomentan los mismos a través de imágenes y documentales. Las personas suelen llevar una vida sedentaria y no prestan atención muchas veces en su misma salud, recurren al doctor cuando muestran señales de alguna enfermedad, uno de los aspectos más significativos que se están presentando en los jóvenes en la actualidad es el de la obesidad

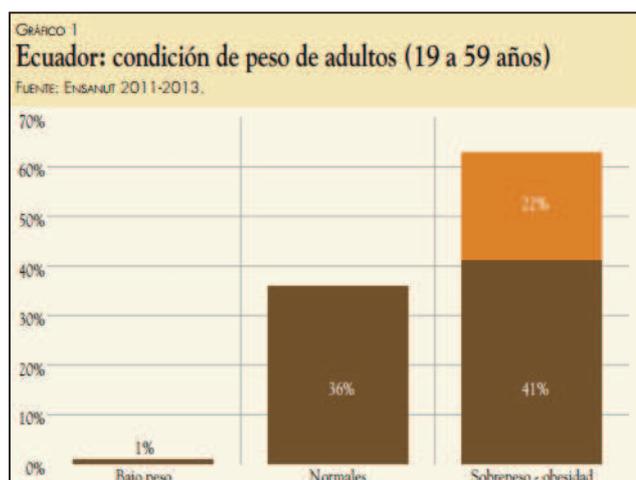
Sin embargo los nutricionistas recomiendan cantidades básicas de todos los alimentos tanto proteínas, como carbohidratos, frutas, ya que ayudan a que las personas no solo bajen de peso sino que a su vez tengan un sistema saludable sin descuidar su salud, aunque actualmente muchos usuarios optan por la medicina alternativa ya que se tiene constancia que es natural, sin fármacos, en su mayoría proviene de plantas y basan sus tratamientos con té y frutas de acuerdo al problema que tenga la persona.

Los índices de aumento de sobrepeso y enfermedades ayudan a detectar que hay un problema en el fondo de estos índices, principalmente por el tipo de alimentación que se está llevando en la actualidad. Guayaquil es una ciudad de fácil acceso para la comercialización de aquello que quiera ofrecer, principalmente comida, por lo general criolla que es la más identificable en la ciudad. Por otro lado se tienen a las comidas rápidas que muchos consumidores prefieren adquirirlas por el ritmo agitado de la ciudad,

muchas veces por el trabajo o por el fácil acceso a los lugares donde se encuentren.

Es allí donde los consumidores vegetarianos luchan a diario por las cantidades excesivas de carnes que se utilizan para ofrecer a los clientes y que muchas veces no tienen conciencia animal.

**Gráfico 1: Condiciones de peso en el país**



Fuente: Revista Gestión, (2014).

**Gráfico 2: Rangos referenciales de fuente de energía diaria**

Rangos referenciales de fuente de energía diaria	
FUENTE: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD: THE JOINT WHO/FAO EXPERT CONSULTATION ON DIET, NUTRITION AND THE PREVENTION OF CHRONIC DISEASES: PROCESS, PRODUCT AND POLICY IMPLICATIONS.	
Carbohidratos	55-75%
Proteínas	10-15%
Grasas	15-30%

Fuente: Revista Gestión, (2014)

## 1.2 Problemática

De acuerdo con varios estudios realizados en Ecuador, es evidente la emergencia de sobrepeso y obesidad según lo indica la encuesta Nacional de Salud y Nutrición (*Ensanut*), correspondiente al año 2011-2013, seis de cada diez ecuatorianos están fuera de la relación normal de peso y talla: 41% de la población presenta sobrepeso y 22% obesidad.

La mayoría de adultos con obesidad del país son mujeres: 62%. Esta diferencia ocurre debido a que las mujeres dedican menor tiempo a la actividad física durante la semana. Según *HaolingWengde* la Universidad de Duke, además, la maternidad aumenta en 7% la probabilidad de obesidad en mujeres y 4% en hombres. Asimismo, hay diferencias entre grupos étnicos: la obesidad es menos frecuente en indígenas (11%).

Los porcentajes de sobrepeso y obesidad son menores en la población pobre y pobreza extrema, pero hay que tomar en cuenta que el peso y talla no advierte sobre otros problemas de salud comunes en poblaciones pobres como colesterol alto y enfermedades gastrointestinales.

El sobrepeso y la obesidad afectan a ecuatorianos de todas las edades, etnicidad y nivel de ingresos. Conforme envejece, es más probable desarrollar obesidad: mientras que hay 13% de obesidad en personas de 19 a 29 años, son obesos 33% de los adultos de 50 a 59 años. Al envejecer, el cuerpo requiere cada vez de menos calorías y probablemente mucha de la población que desarrolla sobrepeso y obesidad no ajusta su alimentación y actividad física.

El rol de la alimentación es determinante en el desarrollo del sobrepeso y la obesidad. Utilizando medidas de peso y talla, sexo, edad y nivel de actividad física, se calcula la energía requerida en promedio diariamente; el 29% de los adultos del área urbana consume más calorías de las requeridas, por lo que está en camino a subir de peso. En adultos de peso normal, el porcentaje es mayor: 19% consumió más calorías de las requeridas y podría desarrollar sobrepeso. De acuerdo al análisis de *Ensanut* la dieta de 28% los adultos ecuatorianos superan el rango referencial de hasta 30% de calorías de grasa. Alimentos altos en grasas incluyen comida frita, alimentos procesados (frituras empacadas) y lácteos. (Revista Gestión, 2014)

En la ruta gastronómica de la ciudad de Guayaquil existen cerca de 15 restaurantes cuya especialidad es la comida vegetariana. La mayoría de ellos están en el centro y el norte. Sus dueños son ecuatorianos, pero también hay taiwaneses e hindúes.

Un estudio realizado en 2012 determinó que sólo el 9% tiene como preferencia la comida vegetariana cuando sale a un restaurante. El 31% se decide por la comida típica, mientras que el 23% escoge los asados o parrilladas.

La encuesta estableció que el 76% de los guayaquileños desconocen la ubicación de los locales vegetarianos.

Así mismo como desconocen la ubicación de los locales de comida vegetariana, desconocen el estilo de vida de los mismos, en muchos casos su clasificación de acuerdo al tipo de vegetariano que se considera cada persona, por ende consideran que es muy fácil ser vegetariano, sin embargo estos consumidores van más allá de la alimentación, van en busca de crear concientización.

Los datos de un sondeo realizado a nivel mundial por la revista Times y la CNN. Ese estudio menciona que el 32% de las personas se vuelven vegetarianas por razones de salud, un 21% por defensa y respeto a los animales, un 15% por la presencia de aditivos y hormonas en las carnes, un 13% por rechazo al sabor de la carne, un 6% por motivos religiosos y un 4% por preocupación por el planeta.

El 11% de las 384 personas encuestadas en Guayaquil se declaran vegetarianas. De este grupo, el 59% cita a la salud como motivo para no ingerir carne, mientras que el 41% señala que es por el derecho de los animales a un mejor trato. (Diario Expreso, 2013)

Con este análisis podemos concluir que el comportamiento del consumidor vegetariano es incierto en cuanto al perfil y sus preferencias y por ende tiene una gran incertidumbre por parte del resto de las personas que no tienen mucho conocimiento acerca de este estilo de vida; de esta forma se enfocará en contribuir a analizar los puntos importantes e irrelevantes para identificar las características y variables que influyen directa o indirectamente en el comportamiento del consumidor vegetariano de la ciudad de Guayaquil del estrato B.

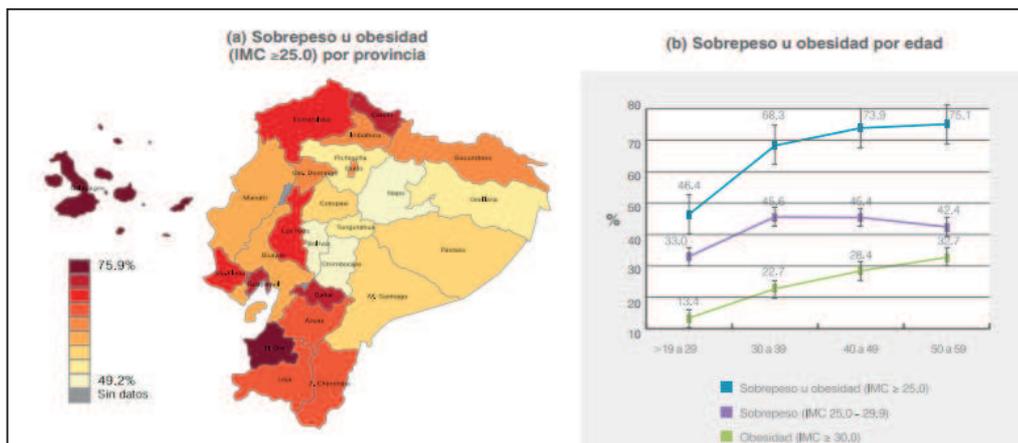
### 1.3 Justificación

Según Ann Wigmore (s.f.) “La comida que comes puede ser la más poderosa forma de medicina o la forma más lenta de veneno”.

El significado original de la palabra vegetarianismo implica un equilibrado sentido filosófico y moral de la vida, que va mucho más lejos de una mera dieta de verduras y frutas. La palabra vegetariano fue acuñada por los fundadores de la Asociación Vegetariana Británica en el año 1842, y deriva de la palabra latina vegetus, que significa "completo, sano, fresco o vivaz".

La evidencia respecto a las ventajas de las comidas vegetales en la reducción de las enfermedades crónicas que han venido a establecerse más firmemente en los últimos años y, al mismo tiempo, ha habido un incremento en el número de individuos que evitan todas o parte de las comidas animales. Las dietas vegetarianas no necesitan ser complicadas y difíciles de seguir. Es necesario desarrollar un sistema de prevención nutricional específicamente diseñada para vegetarianos y para ser utilizado por educadores nutricionistas en el asesoramiento de los individuos interesados en mantener un estilo de vida saludable.

**Tabla1: Prevalencia de sobrepeso entre adultos mayores a 19 años.**



Fuente: United Nations Children's Fund (2013)

En la actualidad se establece que el rango de edad más influyente en diagnosticar un grado de sobrepeso u obesidad se encuentra en edad adulta mayores de 19 años y destacándose en la provincia de El Oro y Galápagos como lo describe el gráfico;

existen grupos de personas que se dedican a mantener este estilo de vida por diversos factores por el simple hecho de mejorar su salud y llevar una vida sana, alimentándose mejor y comiendo rico. Por tal motivo implementaremos este estudio analizando el comportamiento del mercado vegetariano de la ciudad de Guayaquil.

Se quiere conocer a la sociedad determinando cuáles son sus preferencias al momento de degustar la comida vegetariana, los tipos de vegetarianos que existen en la ciudad y cuál es su perfil en general y abarcar todo tipo de inquietudes acerca del estilo de vida vegetariana.

### **1.3 Objetivos**

- **General**

Análisis del perfil de los consumidores de comida vegetariana en la ciudad de Guayaquil. Estudio del caso estrato B.

- **Específicos**

1. Conocer los factores que motivan el consumo de comida vegetariana en la ciudad de Guayaquil.
2. Identificar el estilo de vida de los consumidores de comida vegetariana.
3. Identificar el tipo de comida vegetariana que prefieren los consumidores de la ciudad de Guayaquil.

### **1.5 Alcance del Estudio**

#### **Alcance Geográfico**

El siguiente estudio del comportamiento que tienen los consumidores de comida vegetariana será para la ciudad de Guayaquil, se pretende llegar a conocer los sectores en donde se encuentran ubicados dichos

establecimientos, sus horarios y por qué el consumidor toma su decisión de acudir a estos lugares.

### **Alcance Ambiental**

Con el presente proyecto se quiere llegar a conocer de manera más profunda cómo el medio ambiente influye en la filosofía que tiene este tipo de consumidores acerca de su alimentación, se quiere conocer el tipo de ingredientes que utilizan para preparar dicha comida y no son nocivos para su salud. Se pretende además identificar el tipo de bebidas que ingieren los consumidores de comida vegetariana en la ciudad de Guayaquil y su frecuencia.

### **Alcance Científico- Médico**

El proyecto investigativo del comportamiento de consumidor permitirá determinar si los consumidores tienen una vida más sana que los demás consumidores, si lo hacen por salud o por estética, factores laborables ya que en sus trabajos muchas veces deben acudir a restaurantes que queden cerca de los mismos.

## **1.6 Preguntas de investigación**

### **Pregunta de Investigación 1:**

¿Cuáles son los factores que motivan el consumo de comida vegetariana?

### **Pregunta de Investigación 2:**

¿Cómo lograr identificar el estilo de vida de los consumidores de comida vegetariana?

### **Pregunta de Investigación 3:**

¿Qué tipo de comida vegetariana prefieren los consumidores de la ciudad de Guayaquil?

## **1.7 Conclusiones Capítulo 1**

Se puede concluir que el objetivo de la investigación científica correspondiente al análisis del perfil de los consumidores de comida vegetariana en la ciudad de Guayaquil, estudio del caso estrato B.

Dentro del capítulo 1 se planteó la problemática del estudio a realizar, que principalmente es la falta de conocimiento del estilo de vida que tienen estos consumidores, al igual que sus preferencias y características, así mismo se planteó el alcance que tendrá la investigación científica en sus tres aspectos: geográfico, animal y alcance científico- médico, que son aspectos de mucha importancia dentro del estudio.

Dentro del primer capítulo 1 también se plantearon los objetivos específicos a los cuáles se espera tener respuestas por medio de la investigación y sus variables que aportaran a despejar dudas acerca del mismo.

Se plantearon las preguntas de investigación respectivas al caso acorde a cada objetivo específico que se ha planteado para el presente estudio, en donde se tienen preguntas acorde a los factores de motivación, tipo de comida vegetariana y el entorno que prefieren estos consumidores a estudiar.

## **Capítulo 2**

### **Marco Contextual**

## **2.1. Marco Referencial**

### **2.1.1 Historia del consumo de comida vegetariana**

El vegetarianismo está enraizado en la religión y cultura hindú a partir de Mohandas Gandhi, quien a través de la tradición védica, significa "no tener hostilidad hacia ningún ser vivo, de todas las formas posibles y siempre... debería ser la ansiada meta de todos los buscadores". Las Leyes de Manu, uno de los textos sagrados del Hinduismo, afirman que "Sin matar a seres vivos, la carne no puede ser utilizada, y puesto que matar es contrario a los principios del Ahimsa, se debe renunciar al consumo de carne".

El Jainismo, que es importante en Gujarat, el estado natal de Gandhi, se adhiere al vegetarianismo estricto y la restricción en el uso de productos elaborados a partir de la matanza de animales. El vegetarianismo impregna la vida de todos los hindúes, ya que incluso aquellos que no creen completamente en las razones religiosas para evitar la carne, viven en una cultura en la que, debido a la economía del consumo de carne, el vegetarianismo es una parte de la vida.

"En la práctica, casi todos los hindúes son vegetarianos. Algunos lo son voluntariamente, y otros forzosamente. Estos últimos, a pesar de desear consumirla, son aún demasiado pobres para comprar carne. Esta afirmación es confirmada por el hecho de que hay miles de personas en India que han de vivir con una "paisa" al día. Sobreviven con pan y sal". (Sannuti)

Este estilo de vida tiene sus inicios en la India con su principal líder que fue Gandhi, en donde se demuestra que la religión es practicada a tal punto de tener respeto por la alimentación a través del vegetarianismo, siendo parte del estilo de vida de los mismos.

La primera Asociación Vegetariana se fundó el 30 de septiembre de 1847 en Gran Bretaña, se puede encontrar que diferentes culturas se inclinaron por este tipo de alimentación desde épocas remotas.

Pitágoras (siglo VI a. de J.C.) pronunciaba esta exhortación a favor de una dieta exenta de carne: "¡Oh mortales! No sigáis envenenando vuestro cuerpo con un alimento tan repulsivo como la carne. Sólo a los animales les es propio alimentarse de carne y aún no todos la usan....¿"Puede darse mayor delito que introducir entrañas en las propias entrañas, alimentar con avidez el cuerpo con otros cuerpos y conservar la vida dando muerte a un ser que, como nosotros, vive? ¿Por qué ha de ser la matanza el único medio de satisfacer vuestra insaciable gula?". (Sánchez & Murray)

De acuerdo a la historia del vegetarianismo se puede percibir que la misma viene a partir de muchos años atrás en donde no estaban a favor de la alimentación basada en carne y mucho menos la matanza de estos animales, tal como lo menciona Pitágoras.

La historia del vegetarianismo está relacionada con muchos de los más destacados hombres que ha tenido la humanidad. El mundo helénico y la antigua Roma contaron con notables vegetarianos: Ovidio y Plutarco deploraban la matanza de criaturas inocentes, igual que otros vegetarianos griegos y romanos como Homero, Empédocles, Platón y Séneca entre tantos otros. Muchas religiones y creencias han apoyado el vegetarianismo como es el caso del brahmanismo, el budismo, el jainismo, (8) el zoroastrismo y los adventistas, ateos que abogan por la abstención de comer carne. En cuanto a la religión católica, no podemos encontrar una postura absoluta en cuanto al consumo de carne. Es así que si bien podemos encontrar posturas francamente vegetarianas en la Biblia como las siguientes: "Y dijo Dios: He aquí que os he dado toda planta que da semilla, que está sobre toda la tierra, y que todo árbol en que hay fruto y que da semilla; os serán para comer" (Génesis 1:29). (Sánchez & Murray)

De acuerdo a lo expuesto, la religión es un factor importante en cuanto al estudio ya que muchos se guían por ciertas creencias de las cuales no están a favor de la alimentación basada en carnes tales como el budismo, el jainismo e incluso de cierto modo la religión católica, es una tradición que viene de tiempo atrás y que en cierta forma está a favor de la alimentación

basada en vegetales, frutas que es mucho más sana según la percepción de ellos,

El primer Congreso Mundial Vegetariano fue celebrado en Chicago, EE.UU., en 1893 al que siguieron otros en Londres, Inglaterra, en 1897, 1901 y 1905. Como resultado de las discusiones entre ciertos individuos y sociedades, la Unión Federal Vegetariana (en 1908 y durante un congreso celebrado en Dresde, Alemania), fue sustituida por la Unión Vegetariana Internacional, la que hoy engloba a asociaciones vegetarianas de todo el mundo. (Sánchez & Murray)

Dentro de Ecuador no hay una organización tan extensa como en los países vecinos que son en muchos casos conocidos a nivel internacional, sin embargo se cuenta con grupos que se dan a conocer por medio de redes sociales y que dentro del mismo son muy pocos comparado con países extranjeros, aun así difunden su mensaje por medio de videos, fotos y eventos de comida.

En Gran Bretaña, en 1846, se estableció el primer hospital vegetariano y en una reunión celebrada allí se fundó la Asociación Vegetariana el 30 de septiembre de 1847, publicando dos años después su primera revista, con una tirada de 5.000 ejemplares. El lema "Vive y deja vivir" era utilizado por primera vez en 1851 en la revista "El Mensajero Vegetariano"; donde ya se ofrecían alternativas al calzado de cuero. Poco tiempo después, en 1850, se fundó la Asociación Vegetariana Americana, que adoptó la siguiente resolución: "La anatomía comparativa, la fisiología humana y el análisis químico proclaman juntos la opinión de que no sólo la raza humana puede, sino que debe subsistir con los productos del reino vegetal". (Sánchez & Murray)

A nivel mundial los lanzamientos de alimentos orientados a vegetarianos están creciendo. Según algunos análisis de mercado la tendencia es alejarse de los clásicos alimentos libres de carnes y migrar a alimentos tales como hamburguesas vegetales y salchichas en sus versiones vegetarianas. El mercado de EE.UU. para alimentos vegetarianos procesados tales como análogos de la carne, hamburguesas vegetarianas, "leches no lácteas"

(ejemplo las bebidas a base de soya) y platos vegetarianos ha crecido de forma significativa durante la última década.

Dentro de Ecuador también es notorio como ha crecido a través de pequeñas organizaciones que fomentan este tipo de alimentación para crear concientización, así mismo se tiene una variedad de sitios en donde los consumidores de este tipo de comida pueden acudir, dichos establecimientos en muchos casos elaboran su propia bebida y la comercializan dentro de sus locales, en su mayoría leche de soya y almendras, colocándoles así su marca como tal.

Marly Winckler, coordinadora de la IVU (Unión Vegetariana Internacional) en América Latina y el Caribe dice que Hay una tendencia mundial al crecimiento del vegetarianismo. Si la mitad de la población del planeta se hace vegetariana, eso ya sería una noticia fantástica. Si el 80% de la población del mundo se hace vegetariana, el mundo se volvería en un paraíso en 60 días. La India es el país con mayor población vegetariana, un 40%. Según un informe de la Fundación Foodways, en Estados Unidos actualmente es el 13% de la población. En Inglaterra, el 47% de la población se autodenomina vegetariana. El 28% de brasileños “están procurando comer menos carne”.

Hay un aumento imparable del vegetarianismo en Austria, 17% de la población menor de 40 años. En tan solo 8 años, el número de personas vegetarianas en Austria ha aumentado en más del 300%, pasando de 230.000 a 760.000. Una encuesta realizada por el Empirical Social Studies (IFES) a petición de la organización de derechos animales Verein Gegen Tierfabrik (VGT), indica que en la actualidad el 9% de la población austríaca, que supone un total de 760.000 personas, se alimenta de forma vegetariana o vegana.

Hay más de 600.000 millones (y en aumento) de vegetarianos en el mundo. “En Alemania hay cerca de 6 millones de vegetarianos, aproximadamente un 8% de la población.” Son palabras de Sebastian Zösch, presidente de la Vegetarier Bund Deutschland, la Unión Vegetariana Alemana. “Hemos calculado que el número de vegetarianos aumenta un 10% cada año. Se nota, desde el punto de vista empresarial, en el aumento de productos

alternativos a la carne, y también en la cantidad de socios de la Unión Vegetariana.”

En China, sólo alrededor del 4 al 5 por ciento de los chinos son vegetarianos. En Taiwan, 1,7 millones de personas, o el 13% de la población de Taiwán, sigue una dieta vegetariana por lo menos una parte del tiempo. En Tailandia, el número de tiendas y restaurantes vegetarianos también están aumentando en 76 provincias de todo el país. En Israel, el Ministerio de la Salud en 2004 sobre los jóvenes, el 11% de los chicos y el 20% de las chicas consideran a sí mismos como los vegetarianos, así mismo de acuerdo a un estudio realizado se determinó que la edad promedio en donde las personas adoptan este estilo de vida es a partir de los 19 años en adelante, en muchos casos hasta los 67.

En Australia, una encuesta de 2000 Newspoll muestra el 44% de los australianos informan de comer al menos una sin carne cena a la semana, mientras que el 18% dijo que prefiere las comidas basadas en plantas. En Francia, los estudios realizados en la década de 1990 mostraron que un millón de franceses (1,5% de la población total) llamaban a sí mismos vegetarianos, aunque más recientemente este número ha aumentado los informes, al 2%. En Alemania, una encuesta realizada por el Instituto Produkt und Markt, se encontró que el 9% de la población (7.380.000 personas) son vegetarianos, que el instituto de investigación italiano Eurispes informa como la segunda tasa más alta del vegetarianismo en la Unión Europea.

En Italia, el instituto de investigación Eurispes informa que de acuerdo con la Unión Vegetariana Europea , Italia cuenta con más de seis millones de vegetarianos y la tasa más alta del vegetarianismo en la Unión Europea, en el 10% de la población. En los Países Bajos, se estima que el 4,5% de la población holandesa no comen carne. En España, diversas fuentes estiman que hay entre 1,5 a 2 millones vegetarianos, un 4% de la población. En Brasil, según una encuesta 2012 realizada por el Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística, el 8% de la población, es decir, 15,2 millones de personas, se identificaron como vegetarianos. En Sudamérica estamos creciendo y cada vez somos más. Seamos veganos, Hagamos la Paz.

## **2. 2.1. El consumo de comida vegetariana en Ecuador**

Hoy en día el vegetarianismo se ha convertido en un estilo de vida y las opciones para adoptar una dieta sin carne roja o blanca son variadas en el medio. Una de las razones que más se toma en cuenta es el hecho de que el Ecuador es un país, que al no tener cuatro estaciones, no sufre de escasez de productos.

Durante todo el año se puede disfrutar de recetas coloridas y ricas en nutrientes, con todos los productos que existen: cereales (quínoa, cebada, trigo, maíz); verduras (pimiento, champiñones, brócoli, espinaca, zuquini), y los productos sustitutos de la carne como la soya (que puede comerse texturizada, en tofu, en leche e incluso solo como grano). Las razones para convertirse en vegetariano van desde gustos y disgustos, pasando por creencias religiosas, ideologías y cuestiones de salud.

En Ecuador actualmente se cuenta con variedad de opciones a donde acudir a comer este tipo de alimentación tanto en Quito como en Guayaquil, teniendo entre factores que su principal consumo dentro del mismo hoy en día es el amor por los animales, y la lucha por sus derechos.

Como explica Fernando Arroyo, director de Terranimal, vegetariano hace ocho años, en el Ecuador los restaurantes vegetarianos han aumentado: hoy se pueden contar hasta 40. (Comercio, 2013)

Ecuador como se explica tiene un sinnúmero de recursos naturales en la actualidad y una tierra rica en nutrientes que hace posible la comercialización de vegetales y frutas, en donde son explotados dentro del mismo país. Teniendo así una distribución de los mismos en supermercados como es el caso de Supermaxi que ofrece ensaladas previas hechas para que el consumidor de este tipo de alimentación adquiera sin necesidad de preparación, los restaurantes vegetarianos, dulcerías, centros en donde venden piqueos y jugos, y pequeñas islas que ofrecen actualmente desde hot dog vegetariano hasta te.

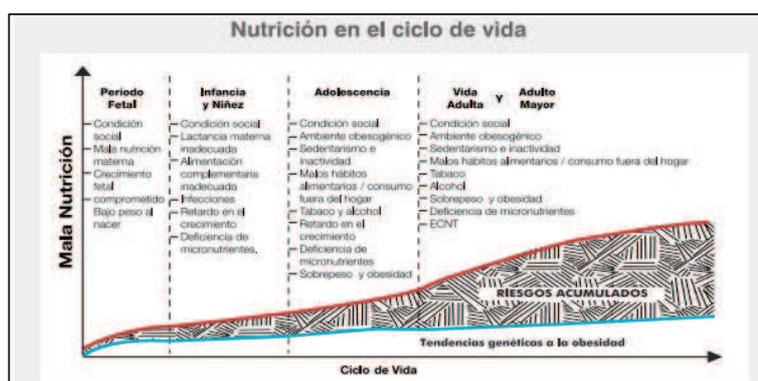
Tabla 2: Grupos de edad



Fuente: United Nations Children's Fund (2013)

En el análisis por consumo promedio de frutas y verduras a nivel nacional se tiene que las mujeres entre edades de 31 a 50 años son las que más consumen frutas y verduras que los hombres, de acuerdo a los datos que se tienen de UNICEF.

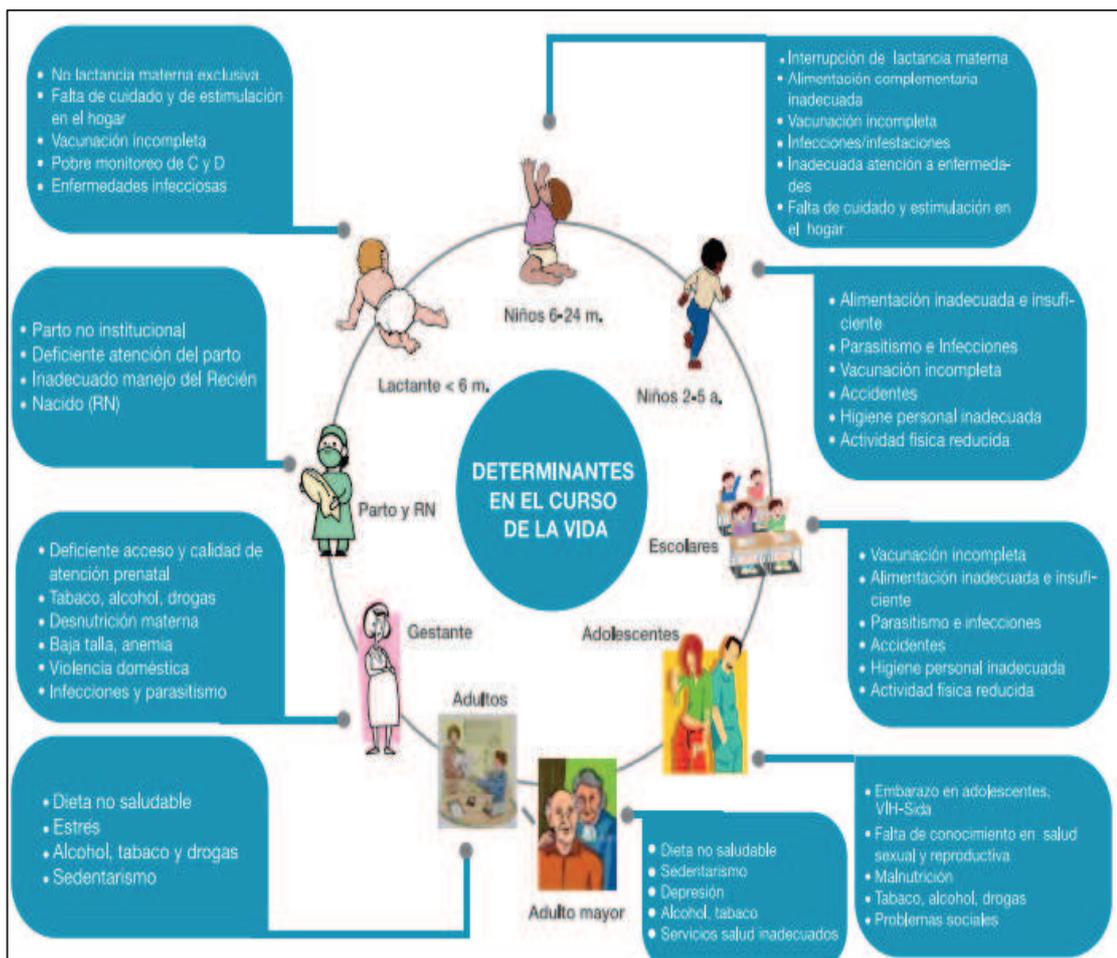
Tabla3: Prevención de la obesidad



Fuente: United Nations Children's Fund (2013)

En la nutrición como el ciclo de vida empieza desde su periodo fetal y el más importante, dentro del riesgo nutricional se encuentra en la etapa de vida adulta por las condiciones de vida que las personas practican y dedican para consumir productos sanos para el cuerpo como frutas y verduras. En esta etapa se tiene que es básicamente donde existe mayor preocupación de salud y esto conlleva a mantener un estilo de vida más saludable por los riesgos a la obesidad.

Tabla 4: Prevención a la Obesidad como ciclo de vida



Fuente: United Nations Children's Fund (2013)

A través del ciclo de vida de una persona se puede desarrollar cualquier tipo de enfermedad pero la idea es retomar el enfoque de prevención desde la niñez evitando todo tipo de enfermedades graves que impidan el desarrollo efectivo de la persona.

Cada etapa es importante y por tal razón se debe cuidar acorde se presente cada una desde la niñez hasta la vejez. Se debe tomar conciencia de los riesgos en la salud considerando la alimentación como el principal factor. Una vida sana es el éxito del futuro, libre de enfermedades de sobrepeso y obesidad.

### 2.1.3 Cultura

La experta en el tema la doctora Guamán explica que optar por una dieta vegetariana implica eliminar de la dieta todo tipo de carnes, blanca o roja, incluidos pescado y mariscos, y privilegiar vegetales, frutas, granos y cereales. “El respeto a la vida, y no contaminar el cuerpo con alimentos de difícil digestión como la carne de un animal muerto en condiciones agresivas y de sufrimiento”.

Los vegetarianos tienen principales aspectos por lo que guían su estilo de vida:

**Ética:** En cuanto al aspecto ético los vegetarianos se caracterizan por tener una lucha intensiva por defender los derechos de los animales, no conciben la idea de que las personas se alimenten a base de carnes y demás alimentos que provienen de la matanza de animales, es por ello que dichos consumidores buscan la concientización de las personas. Así mismo están en contra del maltrato y explotación de los animales no sólo de aquellos que se consumen por las personas sino de aquellos domesticados y que en muchos casos sufren maltrato por parte de sus dueños. Se considera que la elección de este estilo de vida es voluntaria y que es posible llevar una dieta saludable basada en vegetales, verduras y demás nutrientes.

**Salud:** De acuerdo a estudios realizados se considera que los vegetarianos al tener una mejor alimentación baja en grasas tiene mejores condiciones y tiene beneficios, así mismo se la denomina como vegetarianismo por ser saludable como los siguientes:

1. Previenen enfermedades cardíacas ya que está comprobado que existe cierta relación entre ese tipo de afecciones y el consumo de carne animal.
2. Disminuye la presión arterial. Las grasas animales elevan la presión mientras que las vegetales poli saturadas las disminuyen.

3. La sal marina no refinada es mucho menos dañina que la refinada que genera infartos, hipertensión y otras patologías.
4. La fibra facilita la expulsión de residuos alimenticios y la dieta vegetariana se caracteriza justamente por contener mucha fibra.
5. Los cereales, vegetales y frutas permiten un mayor control de la diabetes
6. Es saludable para quienes tienen colesterol alto. Ellos deben ingerir soja, berenjenas, quingombó, almendras, margarina con esteroides vegetales y cebada.
7. Es beneficiosa para los deportistas. Sucede que tanto las pastas como los cereales son buenas fuentes energéticas. (Universia, 2012)

#### **2.1.4 Beneficios de ser vegetariano**

La nutricionista Martha Montalván, directora de Nutricare, del Centro de Nutrición Integral y Consultoría de la Clínica Kennedy, refiere que datos obtenidos recientemente sugieren que los hombres de 40 años que siguen una dieta vegetariana pueden esperar vivir ocho años más y las mujeres, en el mismo caso, siete años más que la población en general.

“Al ser vegetariano se reduce el riesgo de ciertas enfermedades fatales del corazón, ciertos tipos de cáncer, ataques apopléjicos y diabetes, porque este tipo de dieta no contempla la carne”, comenta.

Gabriel Ramos, dueño de un restaurante de comida vegetariana, DietZone, se basó en la dieta del Dr. Barry Sears, que consiste en comer de forma equilibrada, no hacer dieta sino comer lo necesario.

¡A cuidar la salud!

El hecho de ser una persona vegetariana no quiere decir que su alimentación sea muy limitada.

Los vegetarianos, en general, gustan de una gran variedad de alimentos de origen vegetal y platillos de origen internacional y étnico.

Los adeptos a este modo de alimentación poseen niveles de colesterol inferiores a quienes comen carne, y la enfermedad cardíaca es poco frecuente entre los vegetarianos.

Las comidas vegetarianas son típicamente bajas en grasas saturadas y generalmente contienen poco o ningún colesterol, puesto que el colesterol se encuentra sólo en productos de origen animal, como las carnes, los productos lácteos y los huevos. Los vegetarianos consumen una dieta libre de colesterol.

Según Montalván, estudios, que datan desde principios de los años 1920, muestran que los vegetarianos poseen una presión sanguínea más baja que los no vegetarianos. De hecho, han demostrado que añadir carne a una dieta vegetariana eleva los niveles de la presión sanguínea rápida y significativamente.

Los efectos de una dieta vegetariana se producen, además, por los beneficios de reducir el contenido en sodio de la dieta.

Menos enfermedades cuando los pacientes con presión alta empiezan una dieta vegetariana, muchos son capaces de eliminar su necesidad de medicación. Los más recientes estudios sobre la diabetes muestran que una dieta rica en carbohidratos complejos (que se encuentran solo en alimentos vegetales) y baja en grasas es la mejor prescripción dietética para controlar la diabetes. Puesto que los diabéticos están expuestos a un alto riesgo de enfermedad cardíaca, evitar la grasa y el colesterol es el objetivo más importante de la dieta diabética, y una dieta vegetariana es ideal.

Aunque los diabéticos insulino-dependientes necesitan tomar insulina, las dietas basadas en vegetales pueden ayudar a reducirla.

Un beneficio de ser vegetariano es que se tiene menos probabilidades de formar cálculos renales o biliares. Hay menos riesgo de sufrir osteoporosis porque consumen poca proteína animal. Las tasas de cáncer de mama son

dramáticamente inferiores en países donde las dietas son basadas en vegetales. Cuando las personas de aquellos países adoptan una dieta de carnes, sus tasas de cáncer de mama aumentan.

Sin embargo, para ser vegetariano se tiene que tener precaución, sobre todo los niños en edad de crecimiento; las embarazadas o en periodo de lactancia; los adultos mayores, y ancianos que han estado padecido alguna enfermedad. (Diario El Universo, 2014)

**Ecología:** Un fin muy importante que tienen los vegetarianos es la prevención y cuidado del medio ambiente ya que de acuerdo a un estudio publicado por la Universidad de Oxford, una persona que no consume carne es responsable de la mitad de emisiones de CO<sub>2</sub> que alguien que come carne todos los días de la semana. La diferencia es aún mayor entre los veganos, aquellos que no consumen ningún producto animal, que son responsables de hasta un tercio de esas emisiones. El estudio señala que esta gran diferencia se debe a que la producción de alimentos vegetales implica menores emisiones a la atmósfera que mantener ganadería. En la lista, las carnes salen claramente como más contaminantes. En concreto, la carne que más emite es la de bovino, con 68,8 kg de CO<sub>2</sub>, seguida por la de cabra y cordero, que por cada kilo emite 64,2 de dióxido de carbono. Así mismo dentro de sus campañas de concientización tiene una gran influencia la cantidad de agua que se necesita para la elaboración de la carne, mostrada a continuación:

Tabla 5: Consumo de agua



Fuente: Hazte vegetariano.com

Existe bastante discrepancia en las cifras exactas de agua que se requieren para efectos de producción cárnica. El profesor David Pimentel, del Departamento de Ecología de la Universidad de Cornell, ha calculado que para producir 1 kg. de patatas se necesitan 500 lt. de agua, 900 lt. Para 1 kg. de trigo, 3.500 lt. Para 1 kg. de carne de pollo (comestible) y 100.000 Lt. para 1 kg. De carne vacuna. Una estimación más conservadora hace Beckett y Oltjen del Dpto. De Ciencias Animales de la U. de California: para producir 1 kg. De trigo se requieren 120 lt. de agua, y para 1 kg. de carne vacuna, 3.700 Ltd. agua. Es interesante mirar un poco más de cerca estas cifras: sea en la estimación más radical como la más conservadora, la producción de carne vacuna representa un gasto escandaloso de agua comparada con la producción de vegetales o cereales. (Hazte Vegetariano, 2013)

Además de la contaminación acuática de la que es responsable la agricultura y la producción de carne, la pesca industrial esquilma sistemáticamente los mares, pescando cuotas que exceden los niveles de sustentabilidad, lo que tiene consecuencias desastrosas para la salud oceánica. Las tasas de crecimiento bajan y al mar le resulta cada vez más difícil recuperar el estado normal de las especies.

Dentro de Ecuador no existe una organización oficial de vegetarianos, a pesar de que existe una muy grande llamada IVU que consiste en ser una red global de organizaciones que buscan promover el vegetarianismo en las personas.

La organización se originó en la Sociedad Francesa Vegetariana y se fundó años después en Alemania, contando actualmente con muchos países, organizando eventos, congresos, y dando un mensaje acerca del cuidado que se debe tener por los animales, junto con los diversos tipos de vegetarianos que se tiene.

Dentro de Guayaquil se cuenta con la Ley Orgánica de Bienestar Animal (LOBA) a favor del cuidado de los animales, ya sean domésticos o de consumo, hasta en cautiverio, dicho proyecto lleva poco tiempo y en el año

2014 acudieron a la Asamblea Nacional para hacer respetar los derechos de los mismos. (Telégrafo, 2014)

Cabe recalcar que dicha organización está afiliada con Colectivo Vegano que trata más a fondo acerca de la alimentación, siendo pionera en este tipo de alimentación en la ciudad de Guayaquil, su fin es lograr la concientización de la sociedad dando a entender que los animales también sienten, mediante campañas.

En la actualidad también se cuenta con maquillaje ecológico basada en Aloe Vera y demás plantas indicándonos que sus ingredientes no cuentan con ninguno de origen animal, mediante su filosofía de respetar a los animales y al medio ambiente en primer lugar, en contra de la industria cosmética al ser sus productos de origen vegetal.

Todas estas organizaciones son sin fines de lucro tienen el objetivo de transmitir y hacer reflexionar a las personas acerca de la importancia que se le debe dar a los seres vivos por los que se está rodeado. Muy aparte de la alimentación se encargan de concientizar a la sociedad para que usen estos productos ecológicos, así mismo mediante sus campañas en redes sociales se encargan de buscar personas para que adopten mascotas en vez de comprarlos, garantizando que la persona que lo adopte lo tendrá en perfectas condiciones

**Vestimenta:** Los vegetarianos prefieren utilizar vestimenta que no tenga origen de pieles de animales ya que consideran que toda vestimenta tiene una historia de crueldad para los mismos ya sea de: cuero, lana, seda entre otros.

Así mismo proceden que es posible consumir vestimenta libre de crueldad y con conciencia, incluido shampoos que tengan el mismo origen.

## **Religión**

### **Porcentaje de población Atea en el país**

**Ateísmo:** hay varias formas de ateísmo. “Unos niegan a Dios expresamente” (Gaudium et Spes 19, 1993): son quienes creen tener datos positivos o

principios metafísicos, de los que concluyen que Dios no existe o no puede existir.

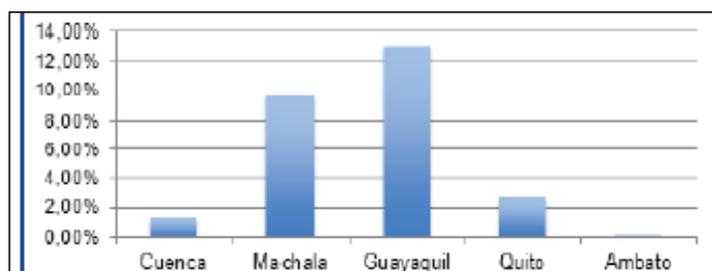
Es una toma de posición explícita contra Dios y tienen una clara actitud militante. Hay otras tres formas de ateísmo que en cambio tienen una cierta forma de agnosticismo o de ignorancia respecto de Dios (Alonso, 2013).

Tabla 6: Porcentaje de ateos en cada ciudad

Ciudades	Ateos
Cuenca	1.35%
Machala	9.63%
Guayaquil	13.08%
Quito	2.72%
Ambato	0.14%

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Censos (2012)

Tabla 7: Porcentajes de ateos en cada ciudad



**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Censos (2012)

De acuerdo a los gráficos de todo el país, Guayaquil es la ciudad que cuenta con más ateos en comparación de las demás ciudades, los ateos son personas que no tienen ninguna creencia religiosa, se dice que los vegetarianos tienden a este tipo de creencia debido a su filosofía de no alimentarse de productos que tengan origen animal por el mismo hecho prefieren adherirse a su filosofía a pertenecer a asociaciones que fomenten este tipo de cuidado.

**Tecnología:** Actualmente los vegetarianos cuentan con el desarrollo de Apps como guías nutricionales personalizadas que en la actualidad sirven para llevar un control alimenticio de manera adecuada de acuerdo a sus

gustos y preferencias de una manera fácil y sencilla desde su teléfono androide.

Con estas aplicaciones se puede registrar las comidas que ingieres para detectar excesos o carencias nutrimentales, y te proporciona información acerca de los beneficios de los diferentes tipos de alimentos. Incluye deliciosas recetas vegetarianas para todo el público y a la vez pueda elegir los platillos adecuados acorde a su gusto.

### **Animal-Free**

Con esta aplicación es posible saber si los ingredientes que contiene un producto son de origen animal o no. Si eres vegetariano o vegano, este desarrollo te ayuda a la hora de realizar tus compras, ya que al escanear el código de barras de los artículos, puedes ver su información y revisar los comentarios de otros usuarios. (Telcel, 2015)

### **Recetas vegetarianas gratis**

Este recetario digital te acerca a platillos vegetarianos de todo el mundo, con preparaciones saludables y deliciosas, que te ayudan a seguir tu régimen. Para que tengas una mayor variedad, incluye comida china, italiana, hindú, árabe y de muchos otros países. (Telcel, 2015)

### **HappyCowHealtyEatingGuide**

Encuentra productos vegetarianos, orgánicos y veganos, guarda listas de tus platillos favoritos y busca restaurantes vegetarianos, incluso al especificar algún tipo de comida en especial. Además, puedes encontrar tiendas vegetarianas de todo tipo. (Telcel, 2015)

En cuanto a la oportunidad que brinda el Ministerio de Salud en su página web, se estableció una plataforma ligada al usuario de esta manera se puede ingresar datos correspondientes a sus medidas y peso, de esta forma poder conocer su grado de sobrepeso actual y cómo se puede prevenir enfermedades de acuerdo a una alimentación adecuada. La plataforma contiene información acerca del Índice de masa corporal (IMC). Éste indica

el peso ideal de cualquier persona que depende de la edad, compleción, sexo y estatura. Existen tablas donde se establecen parámetros y promedios de lo que, teóricamente, debería pesar una persona con determinadas características, se toman en cuenta dos indicadores antropométricos: estatura y peso. (Telcel, 2015)

### **2.1.5 Grupos de referencia**

Muchas personas piensan que el ser vegetariano es una moda, sin embargo esta decisión es una iniciativa por la que opta cada persona de acuerdo a sus ideologías y características.

Natalie Portman y muchos personajes reconocidos mundialmente optaron por seguir este estilo de vida por razones apegadas a sus creencias y preferencias.

Una de ellas es Gwyneth Paltrow, acaba de presentar su primer libro que reúne, sobretodo, recetas sin hidratos de carbono y gluten; su motivación principal fue el bienestar de su familia y el de aquellas personas que tienen necesidades nutricionales con las que ella se identifica.

Así mismo uno de los más conocidos y seguidos por los consumidores que siguen este estilo de vida es Paul Mc Cartney que trabaja junto a PETA (*People for the Ethical Treatment of Animal*) en una campaña representativa con el fin de evitar el consumo de pavo el día de acción de gracias, a cambio fomentaba a que se alimenten de comida saludable. Mc Cartney decidió ser vegetariano después de reflexionar profundamente sobre la muerte de un pez en sus manos, para él darse cuenta de que otro ser vivo perdía la vida por una afición suya, no valía la pena. (Revista Familia Ecuador, 2014)

Dentro de las series televisivas también se cuenta con el personaje de Lisa Simpson, que al acudir a una granja observa a los mismos y decide ser vegetariana desde pequeña, siendo ejemplo para estos consumidores ya que lucha constantemente con su padre, como actualmente muchos jóvenes en la actualidad por seguir sus ideologías.

Dentro de la actuación Leonardo Di Caprio es un ferviente activista ambiental, las decisiones que toma en su día a día están vinculadas a estos principios.

Sea cual sea el motivo por el cual los famosos del medio se guiaron por este estilo de vida, está claro que promueve masas y que tienen gran admiración por parte de los consumidores, considerándolos ídolos, así mismo están pendientes por las campañas que muchos de ellos promueven, al publicar libros, campañas a favor de los animales y medio ambiente ya que son seres vivos y tienen derechos.

### **2.1.6 Vegetarianos: Conceptualización**

Los motivos para hacerse vegetarianos son diversos, pero hay 2 recurrentes: tener una alimentación más saludable y cuestiones éticas como la preocupación por los animales o el impacto ambiental. Quienes se adaptan a la dieta vegetariana destacan los beneficios para la salud: aumenta la cantidad de fibra en la dieta, disminuye la cantidad de grasa saturada, mejora el sistema digestivo y cardiovascular.

Para la ecuatoriana Francisca Cifuentes, nutrióloga, hay muchas personas que se vuelven vegetarianas por pura moda y no saben cómo alimentarse bien. “Yo los suelo llamar lechugeros, porque comen puras lechugas y vegetales. También hay algunos extremistas que no comen huevos, leche ni queso, como los veganos”, señala la especialista.

Cifuentes también se refiere a los vegetarianos por convicción, aquellos que investigan y se asesoran para comer de manera adecuada, sin sacrificar su salud. Quienes integran este grupo incorporan en su dieta granos secos, como lenteja, garbanzo y fréjol. Si bien estos alimentos contienen vitaminas y son fuente de proteínas no sustituyen a la carne, según lo asegura. (Diario El Telegrafo , 2015)

“El veganismo es una filosofía de justicia. No tenemos por qué hacer uso ni ser cómplices de la explotación, maltrato o la muerte de un animal para poder alimentarnos, vestirnos o para entretenernos”, dice Emmeline Manzur. (Diario El Universo, 2012)

Esto nos indica que la teoría o tendencia del consumidor vegetariano de la ciudad es básicamente por gusto o influencia social por orden familiar o de amigos, esto también nos muestra que existe varios tipos de vegetarianos que solo son por moda o por cuidar su peso pero muchas veces se rigen a dietas no consultadas ni recomendadas por especialistas de igual forma nuestro objetivo es conocer de una manera efectiva y especializada el perfil del consumidor vegetariano.

Logrando conocer cuáles son sus factores y variables que influyen en su decisión de compra; aquellos gustos y preferencias que tienen relación con el ambiente que requieren al degustar la comida de tipo vegetariana entre otros puntos clave que requieren ser analizados en la investigación.

### 2.1.7 Tipos de vegetarianos:

Tabla 8: Tipos de vegetarianos

Tipos de vegetariano	Alimentación basada en:	Imagen
<b>Vegano</b>	Alimentos de origen vegetal	
<b>Semi-vegetariano</b>	Incluye lácteos, pollo, huevos y pescado	
<b>Ovo-vegetariano</b>	Alimentos vegetales y huevos	
<b>Lacto-Vegetariano</b>	Incluye lácteos (queso, leche y yogurt)	
<b>Lacto-Ovo-Vegetariano</b>	Incluye huevos, alimentos vegetales y lácteos	
<b>Frugívoro</b>	Alimentación basada solo en frutas	

Fuente: Autoras

## **2.2.1 Marco Legal**

### **2.2.1.1 Ley Orgánica de defensa del consumidor**

De acuerdo al Art. 2 de la Ley de Defensa del Consumidor, señala que se entiende por consumidor o usuario a la persona natural o jurídica que adquiera, use o consuma cualquier bien o contrate servicios, que suministran personas naturales o jurídicas, públicas o privadas (Ley Orgánica de defensa del consumidor, 2000)

El artículo 2, define claramente de firma que es ser consumidor, que en términos más generales, es aquel que adquiere ya sea un bien o servicio por parte de un proveedor, cabe recalcar que es un intercambio por un valor monetario dispuesto por aquel que provee el bien, teniendo como resultado la satisfacción del mismo consumidor o del cliente final. Muchas veces se tiene una confusión o una mala interpretación acerca del concepto de cliente, este es aquel que adquiere el producto pero que en ocasiones puede usarlo o no, el consumidor es aquel que hará uso directo con el bien o el servicio.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.- Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios:
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse. (Ley Orgánica de defensa del consumidor, 2000)

Muchos consumidores no tienen conocimiento que la ley los respalda frente a algún inconveniente que presenten en el momento de adquirir un producto o servicio, falta de higiene, fecha de caducidad, productos en mal estado, así mismo con la publicidad; sin embargo, como lo indica el artículo 5 los mismos también son responsables de lo que consumen y de tener una información previa del mismo, deben informarse de manera detallada del producto o servicio a adquirir ya que muchas veces la responsabilidad no es sólo del que provee sino del mismo consumidor al tener una falta de información acerca de lo que consume, así mismo deben ser cuidadosos con aquello que consumen debido a que muchos productos que se encuentran en el mercado son dañinos para la salud tales como alcohol, comida chatarra, enlatados, cajetillas de cigarrillo, y un sinnúmero de productos que se encuentran al alcance de los mismos, y que no sólo ocasionan daño en el organismo, sino en el ambiente que los rodea. Por ello, es necesario que el consumidor tome conciencia de aquello que adquiere.

### **2.2.1.2 Regulaciones del sector alimenticio**

Para el presente estudio es importante conocer los organismos encargados que ayudan a que el consumidor tenga un buen servicio, tales como las regulaciones alimenticias, teniendo como principal función detectar normativas que se encarguen del óptimo estado de los alimentos, así mismo se tienen las leyes que regulan el consumo, las leyes sanitarias y ambientales que se presentarán a continuación.

Art. 2.- Alimento es todo producto natural o artificial, que ingerido aporta al organismo del hombre o de los animales, los materiales y la energía necesarios para el desarrollo de los procesos biológicos. (Reglamento de alimentos , 2014)

El artículo 2 del Reglamento de Alimentos explica la definición del mismo, que es de importancia para el desarrollo de las personas desde los primeros meses de embarazo hasta el crecimiento de los individuos, es por ello que este estudio quiere determinar si los consumidores de frutas, vegetales y

granos tienen un mejor reporte de salud que las demás personas basadas en su alimentación.

Art. 3.- Alimento natural, es aquel que se utiliza como se presenta en la naturaleza sin haber sufrido transformación en sus caracteres o en su composición, salvo las prescritas por la higiene, o las necesarias para la separación de partes no comestibles (Reglamento de alimentos , 2014)

El artículo 3 es aquel que va de la mano al objetivo que se quiere llegar con este estudio que es el de conocer si los ciudadanos vegetarianos de Guayaquil se alimentan de productos totalmente naturales o si los mismos pasan por algún proceso de elaboración sencillo, recalcando que su alimentación es basada en productos aparentemente sanos, dependiendo al tipo de vegetariano que pertenezca.

Art. 57.- Las plantas industriales procesadoras de alimentos, deberán cumplir con las siguientes condiciones sanitarias:

- a) Estar ubicadas en zonas donde su funcionamiento no ocasione molestias a la comunidad, alejadas de áreas de viviendas y focos de insalubridad.
- b) Sus alrededores se mantendrán limpios, libres de hacinamientos de cualquier naturaleza.
- c) Los locales deberán estar debidamente protegidos para evitar el ingreso de roedores e insectos.

En lo referido al reglamento de alimentos, claramente da a entender que los productos deben estar en óptimas condiciones ya sea para el consumo de las personas o de los animales con el fin de que las mismas deben estar muy organizadas y en óptimo estado para su consumo.

Art 12.- Todo alimento procesado para el consumo humano, debe cumplir con el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTR INEN 022 de Rotulado de productos alimenticios procesados, envasados y empaquetados; adicionalmente se colocará un sistema gráfico con barras de colores

colocados de manera horizontal. Estos colores serán: rojo, amarillo y verde según la concentración de los componentes:

- a) La barra de color rojo está asignada para los componentes de alto contenido y tendrá la frase “ALTO EN...”
- b) La barra de color amarillo está asignado para los componentes de medio contenido y tendrá la frase “MEDIO EN...”
- c) La barra de color verde está asignado para los componentes de bajo contenido y tendrá la frase “BAJO EN...”

Todos los alimentos que se comercializan deben tener constancia del semáforo nutricional, este etiquetado de cierta forma ayuda a concientizar a las personas acerca de lo que van a consumir, ya sea en cualquier ámbito con el fin de que adquieran productos que sean de gran ayuda para su salud y que no los perjudique, evitando de esta manera el consumo de productos con altos estándares de azúcar y sal respectivamente,

Tabla 9: Semáforo nutricional

Etiquetado de alimentos procesados		
Sodio (sal)	Azúcar	Grasas
<p><b>ALTO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Margarina</li> <li>• Embutidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yogur</li> <li>• Cereal</li> <li>• Gaseosas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Margarina</li> <li>• Aceite</li> </ul>
<p><b>MEDIO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fideos</li> <li>• Atún</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leche entera</li> <li>• Leche saborizada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leche</li> <li>• Yogur</li> <li>• Leche saborizada</li> <li>• Atún</li> <li>• Embutidos</li> </ul>
<p><b>BAJO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Leche</li> <li>• Yogur</li> <li>• Leche saborizada</li> <li>• Queso</li> <li>• Cereal</li> <li>• Gaseosas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Endulzantes (no azúcar)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Queso</li> <li>• Fideos</li> <li>• Cereal</li> <li>• Gaseosas</li> </ul>

\*Las carnes empacadas no muestran los niveles de grasas y los huevos los muestran por unidad.  
\*\*Los porcentajes de contenido se marcan actualmente en base a porciones.

Fuente: (Ley Orgánica de consumo, nutrición y salud alimentaria, 2013)

### 2.2.1.3 Leyes que regulan el consumo

Las leyes que regulan el consumo y el sistema de la calidad, establecerán los mecanismos necesarios para promover, determinar y certificar la calidad y el contenido nutricional de los alimentos, así como también para restringir

la promoción de alimentos de baja calidad, a través de los medios de comunicación.

La LORSA (Art. 26), dispone que la ley de defensa del consumidor establezca la normativa para etiquetar estos productos, garantizando así el derecho que asiste a las personas usuarias y consumidoras a contar con información clara y precisa para que la elección de compra sea consciente y libremente determinada. (Ley Orgánica de consumo, nutrición y salud alimentaria, 2013)

El artículo 26 indica que el consumo de los productos debe ser de libre espontaneidad y de manera consiente, que se debe tener información clara de aquello que el consumidor desee adquirir con el fin de que quede satisfecho, así mismo es su derecho exigir productos en buen estado.

Que, LORSA Art. 27 Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y la malnutrición, el Estado incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos y la coordinación de las políticas públicas. (Ley Orgánica de consumo, nutrición y salud alimentaria, 2013)

Estas leyes son aquellas que se encargan de que el consumo de las personas sea de manera adecuada no solo en el alimento como tal, sino en su etiqueta, su contenido nutricional, que se encuentre dentro de la fecha establecido antes de que el producto ingrese en el periodo de vencimiento, motivando al consumo de alimentos nutritivos con el fin de mejorar la salud de las personas.

Artículo 9.- Promoción del Consumo soberano, solidario y agroecológico.-

Con el objeto de fomentar la asociatividad de las y los consumidores y garantizar sus derechos alimentarios y alentar la autoría social en pro de la agricultura familiar campesina, preferentemente de orientación agroecológica, la pesca y recolección artesanal, el Estado deberá:

1. Desarrollar campañas masivas de fomento de hábitos y patrones de consumo alimentario favorables a la salud humana, el bienestar animal y la protección del ambiente, mediante la difusión, consumo y uso preferencial de la agra biodiversidad y la producción agroecológica, la pesca y recolección artesanal.

2. A través de los organismos responsables de la salud pública, fomentar la capacitación y formación de las y los consumidores en el ámbito de la nutrición, agroecología y soberanía alimentaria. (Ley Orgánica de consumo, nutrición y salud alimentaria, 2013)

El Estado tiene la obligación de realizar campañas para fomentar los buenos hábitos alimenticios con el fin de lograr que las personas tengan una alimentación equilibrada acorde a como muchos nutricionistas indican, sin embargo los vegetarianos reemplazan muchos alimentos principalmente las proteínas como la carne por carne de soya y por cantidades extremas de verduras y frutas para darle equilibrio a su dieta alimenticia.

### **2.3 Marco Teórico**

Según Arellano R. (2002), el concepto de comportamiento del consumidor significa “aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios”, se habla de un comportamiento dirigido de manera específica a la satisfacción de necesidades mediante el uso de bienes o servicios o de actividades externas (búsqueda de un producto, compra física y el transporte del mismo) y actividades internas (el deseo de un producto, lealtad de marca, influencia psicológica producida por la publicidad).

El comportamiento del consumidor en marketing se define como: las actividades del individuo orientadas a la adquisición y uso de bienes y/o servicios, incluyendo los procesos de decisión. Acciones que el consumidor lleva a cabo en la búsqueda, compra, uso y evaluación de productos que espera servirán para satisfacer sus necesidades. En este sentido, existen

teorías de comportamiento del consumidor que nos ayudan a entender por qué este actúa de tal manera cuando compra algo. Estas teorías tienen como propósito orientar al mercado en el manejo de las variables de consumo de los individuos. (Academia.edu, 2013)

Tabla 10: Teorías del comportamiento del consumidor

Teoría	Concepto	Uso en Marketing
ECONÓMICA	SE BUSCA MAXIMIZAR EL BENEFICIO, SE COMPRA LO MÁS RENTABLE	¡LA PRUEBA DEL CALENDARIO! ¡ES MÁS ECONÓMICO!
PSICOANÁLISIS	LAS PERSONAS BUSCAN SATISFACER EL EROS O EL THANATOS	¡PLACER ADULTO! PROHIBIDO PARA MENORES
APRENDIZAJE	LAS CONDUCTAS SE PUEDEN CAMBIAR POR LA REPETICIÓN DE ESTÍMULOS	PUBLICIDAD DE CERVEZAS. COCA COLA, CIGARRILLOS
SOCIO- PSICOLÓGICA	SE ACTÚA POR INFLUENCIA DE LOS GRUPOS DE REFERENCIA	¡NO DEJES QUE SE LO LLEVEN! ¡NUEVE DE CADA DIEZ LO USAN! ¡LO USAN LAS ESTRELAS!

Fuente: Conducta del Consumidor, (2009)

### 2.3.1 Factores Internos

Dentro de los factores internos, se pueden encontrar las teorías conductuales y cognitiva del aprendizaje, así como la teoría de las necesidades de Maslow

#### Teorías conductuales de aprendizaje

Los orígenes de la teoría conductual del aprendizaje se encuentran en los estudios de Pávlov (1927). Estos experimentos permitieron descubrir muchos principios del aprendizaje, principios de la relación entre estímulos y respuestas, que más tarde fueron útiles para modificar el comportamiento humano.

Esta corriente considera a la psicología como una ciencia que predice y controla la conducta lo cual implica excluir los estados y eventos mentales como objeto de estudio de la psicología. Arancibia Violeta (1999). Los

principios fundamentales a que se adhieren las teorías conductuales pueden resumirse de la siguiente forma:

- a) La conducta está regida por leyes y sujeta a las variables ambientales.
- b) La conducta es un fenómeno observable e identificable.
- c) Las conductas mal adaptativas son adquiridas a través del aprendizaje y pueden ser modificadas por los principios del aprendizaje.
- d) La teoría conductual se focaliza en el aquí y el ahora.

Nos indica que se puede analizar la conducta del consumidor logrando identificarlos mediante métodos de observación a través del principio del aprendizaje desde el momento actual. Esto nos ayuda a conocer de forma directa el comportamiento mediante técnicas de investigación cualitativas cuales son los motivos y factores que influyen el consumo de comida vegetariana y a poder describir el perfil a través del estudio.

### Teorías cognitivas del aprendizaje

Las definiciones cognitivas del aprendizaje se caracterizan fundamentalmente por considerar, que éste, es un proceso a partir y gracias al cual, se descubren y conocen las relaciones que deben establecerse entre uno y otro objeto y eventos y fenómenos del entorno. Lo que finalmente se forma a partir de tales descubrimientos y conocimientos es un cuerpo de cogniciones que se conocen con el nombre de estructuras cognoscitivas. Esto determinará la clase de percepciones y actuaciones del sujeto respecto de su medio ambiente. En las aproximaciones cognoscitivas se asume que la conducta está siempre dirigida a cumplir las metas.

Las teorías cognitivas intentan explicar los procesos de pensamiento y las actividades mentales que mediatizan la relación entre el estímulo y la respuesta. La Psicología cognitiva es la ciencia que tienen como objeto de estudio: la percepción, memoria, atención, motivación, pensamiento, resolución de problemas, lenguaje, etc.

Esta teoría nos indica la interpretación de los pensamientos y actividades en cuanto a los estímulos y las respuestas del estudio en cuanto a las motivaciones y experiencias a lo largo del tiempo del consumidor. Esto influye directamente a la investigación siendo como principal objetivo conocer los factores que establecen el comportamiento del consumidor mediante sus expectativas y experiencias reconociendo su pensamiento crítico del porque ser vegetariano y como llevar una vida saludable.

### **Teoría de las motivaciones según Maslow**

Maslow en una de sus teorías nos afirma que las personas tienen dos tipos de necesidades: Las necesidades deficitarias y las necesidades de crecimiento. Estas necesidades están organizadas de forma jerárquica, es decir que las primeras se han de satisfacer antes que el resto. Una persona no está saturada cuando satisface una necesidad, sino que inmediatamente desea satisfacer la necesidad siguiente y así sucesivamente. Nos indica O'Sullivan, (et al, 1998) acerca de su clasificación de las necesidades:

**Tabla 11: Necesidades de Maslow**



A.- Necesidades fisiológicas: Son la base de la pirámide, son claramente imprescindibles para la supervivencia: comer, beber, dormir, sexo, etc...

B.- Necesidades de protección y seguridad: Hacen referencia a la protección de peligros tanto físicos como psíquicos. Son necesidades fundamentales durante la infancia y durante todo el proceso de crecimiento.

C.- Necesidades de estima y aceptación: ser querido por otros y pertenecer a un grupo, son aspectos que Maslow considera fundamentales para poder auto realizarse.

D.- Necesidades de valoración: son las que hacen referencia a la autoestima, y por tanto al concepto positivo de uno mismo. La autoestima es un fundamento básico para la supervivencia psíquica.

Dentro de las motivaciones según Maslow tenemos que son 4 principales que son consecuentes a la base de satisfacción de necesidades básicas y de realización personal fundamentando como referencia al nivel de autoestima y saber elegir lo que realmente desea la persona. Esto influye de manera positiva con el proyecto debido a que el comportamiento del consumidor vegetariano rodea estas motivaciones desde el punto de vista de alimentación y comer saludable hasta el último factor de cómo llegar a tener un estilo de vida sana para ellos y su familia. Todo va de la mano indicando las etapas de elección del consumidor como se considera el vegetariano en cuanto a lo que come al diario y desde cuando lleva un estilo de vida; sus bases y fundamentos que lo llevaron a cambiar su rutina alimenticia entre otros aspectos.

### Factores personales

Los mercadólogos deben buscar formas en las cuales pueden comunicarse con cada grupo de consumidores de acuerdo a la edad que estos posean. Solomon (2008) establece que los expertos en mercadotecnia deben enfocar sus conocimientos en establecer patrones de comportamientos de acuerdo a la edad con la finalidad de enfocar todos sus recursos y estrategias hacia ese segmento en específico.

### Personalidad

Kotler (2012) la personalidad se refiere a las características psicológicas únicas que distinguen a una persona o a un grupo, que dan pie a respuestas relativamente consistentes y duraderas ante su propio entorno.

### Rasgos de la personalidad:

- ❖ Autoridad
- ❖ Sociabilidad
- ❖ Autonomía
- ❖ Actitud defensiva
- ❖ Adaptabilidad
- ❖ Agresividad

En cuanto a la personalidad, cada persona es un ser diferente y desde muy pequeño adopta estos rasgos que hacen que un consumidor sea único, por ellos muchas empresas invierten cantidades extremas de dinero con el fin de crear productos que atraigan a dichos consumidores y de esta manera satisfacer su necesidad.

### Factores Psicológicos:

- ✓ Motivación: Según Kotler (2012) un motivo es la necesidad lo bastante apremiante para hacer que la persona busque satisfacerla. La investigación de la motivación se refiere a la investigación cualitativa diseñada para explorar las motivaciones ocultas o subconscientes de los consumidores.
  
- ✓ Percepción: Es el proceso mediante el cual las personas seleccionan, organizan e interpretan la información para formarse una imagen inteligible del mundo por medio de tres procesos perceptuales:
  - Atención selectiva: Tendencia a filtrar información.
  - Distorsión selectiva: Interpretación de información que sustenten sus creencias.
  - Retención selectiva: Tendencia a recordar los aspectos positivos de una marca de preferencia.
  
- ✓ Aprendizaje: Es el cambio en la conducta de un individuo originado por la experiencia y que ocurre a través de la interacción de:
  - Impulsos

- Estímulos
  - Indicios
  - Respuestas
  - Reforzamiento
- ✓ Creencias y actitudes: es la idea descriptiva que tiene una persona acerca del algo y que está basada en:
- Conocimientos
  - Opiniones
  - Fe

### Estilos de vida

Kotler (2012) el estilo de vida es el patrón de vida de una persona, mide las principales dimensiones AIO (actividades, intereses, opiniones) del consumidor para obtener información acerca del patrón de actuación e interacción de la persona en el entorno.

De acuerdo a lo que indica Kotler, el estilo de vida es la forma en la que los consumidores llevan a cabo sus hábitos, sus actividades, de las cuales los mercadólogos buscan obtener información para actuar sobre ello.

### **2.3.2 Factores externos**

La idea básica de la teoría es que los consumidores adopten ciertos comportamientos de consumo con el objetivo de integrarse en un grupo social.

Este entorno está conformado por varios elementos que son:

#### La cultura

La cultura es un conjunto de símbolos y objetos de hechura humana creados por una sociedad y transmitidos o heredados de una generación a otra como

determinantes y reguladores de la conducta humana". (Stanton *et al.*, 2007, pág. 103).

Peter y Olson (2006) definen la cultura sencillamente como los significados que comparten muchas personas en un grupo social. Por los significados se puede comprender ya sean actitudes, reacciones afectivas o cognitivas.

De acuerdo a la cultura se indica que esta proviene de generación en generación y por ello se adoptan las costumbres que cada persona tiene relacionada con sus antecedentes, por eso está la frase: Las buenas costumbres vienen de casa.

### La subcultura

Las subculturas están formadas por pequeños grupos a través de la unión de culturas cuyas motivaciones son similares, obteniendo subculturas de diferentes índoles logrando así una identificación.

Según Kotler (2012) en las subculturas se puede apreciar la inclusión de nacionalidades, religiones, grupos étnicos y las regiones geográficas:

### Género

El género es un factor muy influyente ya que los hombres y mujeres tienen un comportamiento diferente acorde a las necesidades que desean satisfacer.

### Subcultura geográfica

De acuerdo a las regiones que se tiene en Ecuador los consumidores adoptan por diferentes hábitos no solo en su manera de alimentarse, sino en otras costumbres de convivencia, ya que en cada ciudad se tienen diferentes culturas.

### Subculturas etarias

La edad es un factor influyente en el momento de ofrecer productos al mercado, no es lo mismo la edad de un niño pequeño con la de un niño en etapa de la adolescencia, por eso es necesario verificar los comportamientos, gustos y preferencias de los mismos.

### Subculturas étnicas

La raza también es un factor que influye no solo de manera internacional como es el hecho de que cada país tiene sus orígenes y su cultura, es el hecho de que dentro del mismo se tienen etnias como es el caso de Ecuador que tiene su historia.

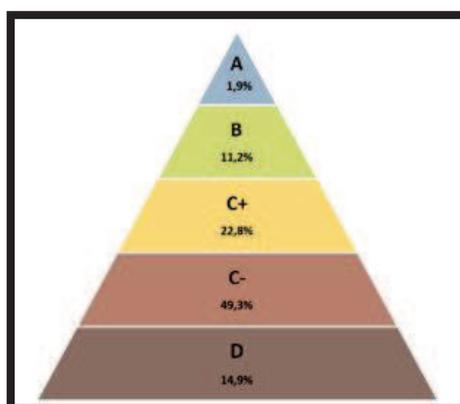
### **2.3.2.1 Estratos sociales:**

Solomon (2008) define a los estratos sociales como una forma jerárquica de clasificar a la sociedad. Por lo general, las personas que comparten una misma clase social, tienen intereses en común, ya que el poder adquisitivo les permite disfrutar de cosas similares, lo que genera una situación de agrado para el individuo.

Dentro de Ecuador de acuerdo al INEC se tiene la siguiente clasificación:

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) presentó la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico, la misma que servirá para homologar las herramientas de estratificación, así como para una adecuada segmentación del mercado de consumo. Este estudio se realizó a 9.744 viviendas del área urbana de Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato. (El Instituto Nacional de Estadística y Censos , 2011)

**Tabla 12: Categorías por clase social**



### 2.3.2.2 Grupos de referencia

Un grupo puede ser definido como dos o más personas que interactúan para lograr sus objetivos individuales o mutuos (Schiffman & Kanuk , 2010)

En cuanto a los grupos referencia se tienen dos:

- Un grupo íntimo o más formal
- Pueden existir relaciones sociales muy remotas, donde las personas de un grupo no son conscientes de influir en la toma de decisiones de otros ( modelos de funciones)

Tipos de grupos de referencia:

Existen múltiples formas de clasificar grupos. Nosotros vamos a seguir la propuesta de Assael (1999)

Grupo de pertenencia: El consumidor es miembro de un grupo concreto (como por ejemplo un club de fútbol)

Primarios o secundarios: Cuando la persona tiene un contacto regular con ciertos individuos (amigos o familia) hablamos de grupo primario. Los miembros de los grupos secundarios tienen menos contacto entre ellos.

Formales o informales. Según la estructura, se puede clasificar los grupos en formales (roles muy específicos de los miembros (explícitos)) o informales (roles implícitos).

Grupos de rechazo: Cuando un individuo ha pertenecido a una asociación y posteriormente ha rechazado los valores de esta (un partido político por ejemplo)

Grupo de aspiración: En este caso, el individuo aspira a formar parte de un club.

Simbólico: Grupo que el individuo admira pero al cual no le es posible acceder. Existe una relación entre compra de un producto vinculado al grupo simbólico y sensación de proximidad a este. (Schiffman & Kanuk , 2010)

Muchos consumidores en la actualidad se dejan guiar por grupos de referencia por la cual se sienten identificados, ya sea porque practican su misma ideología, comparten mismas características de acuerdo a sus percepciones, o porque se dan cuenta del labor que realizan dichos grupos.

### **2.3.2.3 Familia**

Peter (2006) establece los siguientes factores como los mayores influyentes en la familia en cuanto a decisión de compra se refiere:

- El involucramiento del marido o mujer cambia dependiendo de la clase de producto.
- El involucramiento del marido o mujer cambia según la etapa de proceso de decisión de compra que se encuentre.
- El involucramiento de marido o mujer cambia dependiendo de la familia.

En cuanto a la familia, muchos productos de consumo masivo son enfocados a este grupo familiar, por ende es muy importante realizar un estudio de mercado en donde se tenga claro que es lo que se desea transmitir a las familias ya que en muchos casos uno de los dos miembros principales del hogar ya sea el marido o la mujer es quien toma la decisión de compra en el momento que desea un servicio, dentro de los motivos de consumo por parte de la familia, se tiene las Influencias intensas entre los miembros por lazos afectivos Las prioridades de gasto dependen de decisiones familiares:

-Comunicación de hábitos de consumo

-La enseñanza de conductas autónomas de compra y consumo

-La aceptación/rechazo de la influencia de los hijos en las decisiones de compra

-La enseñanza de modelos de consumo y de exposición a los medios de comunicación.

### 2.3.3 Proceso de compra y decisión de compra

Tipos de comportamiento en la decisión de compra

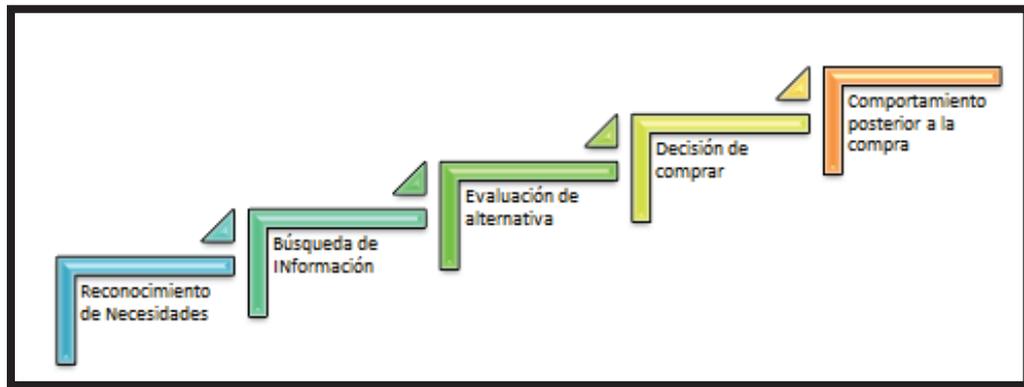
Tabla 13: Comportamiento de compra

Cuatro tipos de comportamiento de compra		
	Alta participación	Baja participación
Diferencias <b>significativas</b> entre las marcas	Comportamiento de compra complejo	Comportamiento de compra que busca la variedad
<b>Escasas</b> diferencias entre las marcas	Comportamiento de compra que reduce la disonancia	Comportamiento de compra habitual

Tabla 14: Tipos de comportamiento de compra



Tabla 15: Proceso de decisión de compra



Fuente: Autoras

## Proceso de compra

### 1) Reconocimiento de las necesidades:

Para Kotler (2012) Ocurre cuando el comprador detecta un problema o una necesidad activada por:

- Estímulos internos
- Estímulos externos

De acuerdo a lo que indica Kotler, para realizar un proceso de decisión de compra se debe surgir por una idea inicial, el reconocimiento de una necesidad, ya sea emergente o de otro tipo que me invite a satisfacer la misma por medio de la adquisición de un producto o servicio.

### 2) Búsqueda de información

Kotler (2012) indica que para obtener información se acude a las fuentes de información.

- Fuentes personales: familiares y amigos
- Fuentes comerciales: publicidad, internet
- Fuentes públicas: medio de comunicación masivo
- Fuentes empíricas: manipular, utilizar el producto

En cuanto a la búsqueda de información actualmente hay muchos medios por los cuales el consumidor puede guiarse en el momento de

necesitar algo, no solo guías por internet, así contrario personas que se encuentran dentro de su círculo social y que puedan facilitarle mucha información para que el consumidor adquiera lo mejor de acuerdo a su necesidad.

### 3) Evaluación de alternativas

De acuerdo a Kotler (2012) la evaluación de alternativas conlleva a como el consumidor elige entre las alternativas de marcas, es decir el consumidor debe elegir la opción mediante el cual al adquirirlo satisfaga sus expectativas, para ello se debe tomar en cuenta cada opción antes de tomar la decisión final.

### 4) Decisión de compra

Kotler (2012) la decisión de compra respecto a que marca comprar.

La decisión de compra puede ser afectado por:

- Las actitudes de los demás
- Factores situacionales inesperados.

La influencia de terceras personas es importante en cuanto a la decisión final de adquirir un producto o servicio, al igual que la marca, ya que puede que una persona la haya usado anteriormente y de acuerdo a a esa experiencia se da un resultado ya sea positivo o negativo de transmitir a quien va a adquirirlo por primera vez.

### 5) Comportamiento post-compra

Kotler (2012) indica que dicho comportamiento del consumidor después de la compra puede ser satisfactorio o insatisfactorio, teniendo relación con:

- Expectativas del consumidor
- Desempeño percibido del producto

Dicho comportamiento en muchos casos es evaluado por las empresas para de esta manera ir mejorando los niveles de satisfacción de los clientes, así mismo ayuda a mejorar procesos mediante la participación activa del consumidor

### **2.3.4 Consecuencias en el marketing estratégico**

En el corazón de cualquier estrategia orientada hacia el mercado se encuentra un fuerte enfoque hacia los clientes y un compromiso permanente por comprender sus necesidades y problemas. Con frecuencia las empresas simplifican en análisis de las necesidades de los clientes, centrándose en características específicas de los productos y el valor del precio. Si bien estas valoraciones son importantes, no es lo menos tener una visión amplia y comprender los procesos que siguen sus clientes en sus decisiones de adquisición y comprender los procesos que siguen los clientes en sus decisiones de adquisición y uso de los productos (Best, 2009)

Una estrategia de Marketing debe ir enfocada a lo que el consumidor desea mediante un compromiso en donde se ve involucrado no solo el producto como tal, al contrario su precio, su distribución con la finalidad de ofrecer al mercado productos de alto mercado.

### **2.3.5 Modelos de evaluación**

Teoría Psicogenética de Jean Piaget

Piaget es gestor de la llamada teoría genética, la cual a partir de los principios constructivistas plantea que el conocimiento no se adquiere solamente por interiorización del entorno social, sino que predomina la construcción realizada por parte del sujeto (Kamil, 1985). Las etapas según este autor son:

1. Etapa sensorio-motora (0 a 2 años): Se desarrolla una inteligencia práctica. El niño sólo dispone de sus percepciones y movimientos para responder al medio. Entonces, está limitado a sus interacciones directas de lo que lo rodea, a un espacio y tiempo inmediato.
2. Etapa Pre-Operatorio (2 a 7 años): El mayor logro de esta etapa es el pleno desarrollo del lenguaje y un pensamiento de carácter simbólico.

Las características iniciales del pensamiento son:

- Es irreversible: su pensamiento no regresa al punto de partida, va de ida, pero no de vuelta.
- Se centra en detalles superficiales: ve sólo lo que más le llama la atención.
- Es egocéntrico: ve el mundo desde su perspectiva• Es concreto: le presta atención al hecho actual y no al proceso• Es intuitivo: el mundo es como le parece.

### 3. Etapa de las operaciones concretas (7 a 12 años):

- Hacen uso del pensamiento lógico para utilizar objetos concretos.
- Entiende cambios y procesos más complejos
- La conversación es menos egocéntrica y más social• Hay descentración y reversibilidad. (Academia.edu, 2013)

### 4. Etapa de las operaciones formales (12 años – adultez)

- Se llevan a cabo las operaciones mentales en forma simbólica
- Capacidad para fomentar y comprobar hipótesis.
- Su pensamiento es lógico abstracto e ilimitable.
- Considera todas las posibilidades de relación entre efectos y causas.

Las comparaciones, los contrastes, las deducciones y las inferencias provienen de un contenido conceptual, más que de cosas y hechos concretos. En relación a sus conceptos más importantes son:

#### a) Adaptación e Inteligencia:

Según Piaget, la inteligencia consistiría en la capacidad de mantener una constante adaptación de los esquemas del sujeto al mundo en que se desenvuelve. La adaptación, a su vez, es el proceso que explica el desarrollo y aprendizaje. Esta se produce por medio de los procesos complementarios:

Asimilación y acomodación.

Asimilación: Esto significa que, cuando un sujeto se enfrenta con una situación nueva, él tratará de manejarla en base a los esquemas que ya posee y que parezcan apropiados para esta situación.

Acomodación: Al contrario de la asimilación, la acomodación produce cambios esenciales en el esquema. Este proceso ocurre cuando un esquema se modifica para poder incorporar información nueva que sería incomprendible con los esquemas anteriores.

b) Equilibrarían:

Tendencia innata de los individuos a modificar sus esquemas de forma que les permitan dar coherencia a su mundo percibido. Piaget considera que la modificación y equilibrarían de los esquemas de un sujeto se produce como resultado de su continua interacción con el mundo tanto físico como social. (Academia.edu, 2013)

Según la teoría asimila el estudio del aprendizaje por etapas adaptándose de acuerdo al mercado del que se quiere llegar, es así como influye y actúa el ser humano analizando por edades como determinar gustos y preferencias al igual que en el mercado vegetariano se estudia el comportamiento por frecuencia de consumo entre otros factores importantes que enmarcan el tema principal y si también este hábito fue creado en base a qué situación de su vida o si es tendencia familiar serlo y transmitirlo a la sociedad compartiendo momentos con los mismos ideales.

### Teoría Freudiana (Psicoanalítica)

Según el criterio de Freud, propone la existencia de una serie de fuerzas muy intensas, es decir, que las personas no siempre se dejan llevar por criterios económicos.

Estas fuerzas son el Eros y el Thanatos.

1. El Eros se refiere no solo al sexo, sino a la recreación, la amistad y socialización.

2. El Thanatos se refiere a la agresión y los placeres derivados de la destrucción y la muerte. Estas fuerzas se manifiestan de manera oculta, puesto que la sociedad reprime su reconocimiento público. Los productos que más se prestan a este tipo de influencias son los perfumes, las bebidas alcohólicas, el tabaco y la ropa de moda. (Rivera et al, 2009)
  
3. Según Schiffman & Lazar (2005), la teoría psicoanalítica de la personalidad es la piedra angular de la psicología moderna, y se construyó sobre la premisa de que las necesidades o los impulsos inconscientes son el fundamento mismo de la motivación y la personalidad humana. Freud desarrolló su teoría tomando como base los recuerdos de las experiencias de la primera infancia, el análisis de los sueños y la naturaleza específica de sus problemas de adaptación mental y física que conocía al atender a sus pacientes. Freud estableció que la personalidad humana está constituida por tres sistemas íntimamente relacionados.

El ID: “almacén de impulsos irreflexivos y primitivos” expresiones de necesidades fisiológicas como; hambre, sed y deseo sexual, para los cuales el individuo busca satisfacción.

El Súperego: es la expresión interna del individuo respecto de la moral y los códigos éticos de conducta de la sociedad, vigila que el individuo satisfaga sus necesidades informas socialmente aceptables.

El Ego: es el control consciente del individuo, busca equilibrar los impulsos irreflexivos y primitivos del id con las restricciones socioculturales del súperego. Freud destacó el hecho de que la personalidad de un individuo se forma conforme éste atraviesa por una serie de etapas distintivas del desarrollo de la infancia y la niñez: las etapas, oral, anal, fálica, latente y genital. Según la teoría Freudiana, la personalidad de un adulto se determina

por el grado en que éste fue capaz de enfrentar las distintas crisis que experimentó conforme transitó por cada una de esas etapas.

Por ejemplo, si las necesidades orales del niño no se satisfacen de manera adecuada durante la primera etapa del desarrollo, el individuo tendrá una fijación en esa etapa. Y ya como adulto, mostrará una personalidad con ciertos rasgos, como la dependencia y la actividad oral excesiva (masticar chicle y fumar). (liderazgoymercadeo.com, 2010).

Uno de los principales beneficios derivados de la teoría psicoanalítica es el trabajo realizado en la investigación de las motivaciones, de acuerdo con las variables que exista en el mercado vegetariano de la ciudad se debe antes de hacer una inversión sustancial, recurriendo a la teoría analítica, así como también a algunos métodos prácticos para descubrir las motivaciones correspondientes.

## **Conclusión capítulo 2**

Dentro del marco referencial se analizan aquellos factores que afecta de forma directa al comportamiento del consumidor con el fin de recopilar información necesaria que porte al estudio. Cada uno de cumpliendo con los objetivos del proyecto se basan en como en la actualidad infiere cada uno de los aspectos que afectan en las decisiones de los vegetarianos.

De acuerdo al capítulo 2 se realizó la búsqueda de información para obtener datos relevante dentro del Marco Referencial tales como: la historia del consumo de comida vegetariana, de donde viene esa procedencia, al igual que el consumo vegetariano dentro de Ecuador, la cultura de estos consumidores, la religión, los grupos de influencia mediante los cuales en muchos casos se sienten identificados. Además se aclara que es ser vegetariano y su principal clasificación de acuerdo a los alimentos.

En cuanto a la segunda parte del capítulo se tiene el marco legal que abarca en primer lugar la ley de defensa del consumidor de manera breve en donde se indica el derecho que tiene el mismo, las regulaciones del sector alimenticio, las condiciones óptimas en las que debe estar un producto en el

momento de su comercialización, también las leyes que regulan el consumo del mismo dentro del país.

En cuanto al marco teórico se tiene las teorías del comportamiento del consumidor dividido en los factores internos tales como: la percepción, motivación, aprendizaje y los factores externos del estudio como la cultura, estrato social, grupos de referencia y la familia. En cuanto al proceso de compra y decisión de compra se tomó la teoría de Kotler, teniendo así el marco referencial.

## **Capítulo 3**

### **Metodología de la investigación**

## **Capítulo 3**

### **Metodología de la investigación**

#### **Diseño investigativo**

#### **Tipo de investigación**

##### **Exploratorios**

Los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno y por lo común anteceden a los otros tres tipos. Los estudios descriptivos por lo general fundamentan las investigaciones correlacionales, las cuales a su vez proporcionan información para llevar a cabo estudios explicativos que generan un sentido de entendimiento y son altamente estructurados.

Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Si la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas o ampliar las existentes. Los estudios exploratorios sirven para familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos.

##### **Descriptivos**

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Describen situaciones, eventos o hechos, recolectando datos sobre una serie de cuestiones y se efectúan mediciones sobre ellas, buscan especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Estos estudios presentan correlaciones muy incipientes o poco elaboradas.

## **Fuentes de información**

**1. Fuentes primarias.** Dentro de las fuentes primarias se tienen los libros, se encuentra el trabajo realizado por el investigador como tal basada en la investigación científica, tiene el fin de contribuir con los objetivos del estudio a realizar

**2. Fuentes secundarias.** Se pueden encontrar resúmenes, referencias en donde se mencionan y comentan brevemente artículos, libros, tesis, disertaciones y otros documentos, relevantes en el campo de dicha investigación. (Iglesias, 2004)

## **Tipos de datos**

**Método cualitativo:** se adhiere a la corriente de pensamientos fenomenológica y tiene como principal objetivo conocer los porqués, las razones por las que sucede. Para ello observa y habla con los actores (consumidores, clientes, empleados, expertos, prescriptores) de esa realidad, para que den razón de lo que motiva sus comportamientos. Cómo perciben los acontecimientos, qué actitudes sustentan sus actuaciones, qué creencias, valores e intereses están sosteniendo sus formas de actuar, considerados individual y colectivamente, pero no puede dar la dimensión, el peso absoluto o relativo de lo que oye y observa. (Báez & Perez de Tudela, 2009)

Este tipo de investigación es necesaria para conocer de manera más profundizada al consumidor que se quiere estudiar, en donde permite interactuar con éste a través de una serie de preguntas, mediante la observación del mismo y a través de la versión de sus opiniones de acuerdo al tema en donde además se pretende llegar a conocer sus filosofías muy indiferentemente de la cantidad de hombres o mujeres que prefieran dicho estilo de vida.

## **Método cuantitativo**

Es una metodología de investigación concluyente, que contabiliza frecuencias y evalúa condiciones establecidas, fundamentada en el procedimiento estadístico, para garantizar objetividad y consistencia en las

conclusiones. Está centrada en información objetivamente mensurable. El propósito es principalmente hipotético-deductivo con énfasis en la verificación y el contraste. También hace énfasis en lo extensivo para extraer resultados concluyentes. Tiene una aproximación objetiva a la fuente de información, con una “visión desde fuera” y una distancia con la información. Utiliza muestras de tamaños más significativos y determinación estadística. (Pievi y Bravin, 2009)

Los datos cuantitativos permiten conocer más acerca de gustos y preferencias, mediante la interpretación y resultados estadísticos que se pretenden conocer al final del estudio, con el fin de aplicar acciones futuras que favorezcan al crecimiento del mismo. Permite captar cómo asocia el consumidor una marca con su producto de uso de preferencia, si estaría dispuesto a probar un nuevo producto o no y, de esta manera mediante cuadros obtener datos más reales con sus porcentajes.

#### La muestra:

La muestra es una proporción del mercado objetivo a estudiar para poder conocer a quienes se les debe realizar dicho estudio, es necesario conocer los tipos de muestro que se dividen en dos: muestreo probabilístico y los no probabilísticos, de acuerdo al tipo de estudio.

#### Muestreo

##### Muestreo probabilístico

Los métodos de muestreo probabilísticos son aquellos que se basan en el principio de la probabilidad, es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño  $n$  tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas. Sólo estos métodos de muestreo probabilísticos nos aseguran la representatividad de la muestra extraída y son, por tanto, los más recomendables. Dentro de los métodos de muestreo probabilísticos se aplicara el siguiente:

### Muestreo estratificado:

Trata de obviar las dificultades que presentan los anteriores ya que simplifican los procesos y suelen reducir el error muestral para un tamaño dado de la muestra. Consiste en considerar categorías típicas diferentes entre sí (estratos) que poseen gran homogeneidad respecto a alguna característica (se puede estratificar, por ejemplo, según la profesión, el municipio de residencia, el sexo, el estado civil, etc.). Lo que se pretende con este tipo de muestreo es asegurarse de que todos los estratos de interés estarán representados adecuadamente en la muestra. Cada estrato funciona independientemente, pudiendo aplicarse dentro de ellos el muestreo aleatorio simple o el estratificado para elegir los elementos concretos que formarán parte de la muestra.

### **Herramientas a utilizar por el método cualitativo:**

#### Entrevistas a profundidad

Constituye un intercambio comunicativo que ofrece la posibilidad de profundizar sobre las dimensiones de la investigación. Toda entrevista, presupone la existencia de sujetos en interacción. Como técnica de recolección de datos, varía desde la interrogación estandarizada hasta la conversación libre. Podemos instrumentarla en una forma estructurada y directiva, o bien realizarla de una manera semi-dirigida y semi-estructurada. En todos los casos, es necesaria una guía o plan en el cual se apuntan las cuestiones a indagar que han de orientar la conversación. Es una herramienta flexible, capaz de adaptarse a diferentes condiciones, situaciones, personas, permitiendo aclarar preguntas, repreguntando, profundizando, ayudando a resolver las dificultades que se pueden encontrar en la persona entrevistada. Los encuentros cara a cara permiten captar y registrar también los gestos, los tonos de voz, los énfasis, etc., que aportan una información no menor para el trabajo cualitativo. (Báez y Perez de Tudela, 2009)

Las entrevistas se deben saber emplear dependiendo del tipo de estudio y de aquello que se quiera conocer ya que no en todos los proyectos deben

ser aplicados tales como introducción de un nuevo producto, o a personas que desconocen del tema; además, es preferible que tenga una guía de preguntas así como un moderador y para tener clara las ideas que sean grabadas o por medio de una cámara para no olvidar detalles de suma importancia en el momento de hacer el reporte del mismo, en este estudio se realizó entrevistas a nutricionistas de la ciudad de Guayaquil con el fin de conocer la postura científica acerca de este tipo de alimentación. (Ver anexo #1 Formato de entrevista a profundidad)

### Grupo Focal

Es un elemento específico en el proceso de desarrollo y resignificación de concepciones, de creencias, de representaciones sociales, etc. El *focus group* que ha tenido sus inicios en el grupo de discusión, permite establecer un espacio de comunicación donde se puede observar y analizar las interacciones, informaciones, conocimiento, actitudes, memorias, representaciones y emociones se ponen en juego en este espacio. El F.G. es una herramienta básicamente exploratoria, y se constituye como una puesta en escena donde se construyen las condiciones para la discusión grupal y se observan las interacciones e influencias que cada sujeto ejerce sobre el otro. (Pievi & Bravin, 2009)

Este tipo de investigación requiere de tiempo y es importante saber cuál es el objetivo del mismo para no tergiversar el tema frente a las personas que son objeto de estudio, muchas veces es necesario emplear muestras de producto para que ellos opinen del mismo, pruebas a ciegas para ir anotando frente a un esquema ya establecido las respuestas que den estas personas que deben ser entre 6 y 12 para que sea efectivo el estudio y también necesario que sean personas que aporten con criterio formado

El grupo focal para conocer un poco más acerca de los consumidores vegetarianos se llevara a cabo con la participación de 6 personas (ver anexos # 3 Formato focus group)

## **Herramientas a utilizar por el método cuantitativo:**

### Encuestas

Son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica. (Malhotra, 2010)

Son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar la prioridad de las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo. (Trespalacios, Vázquez , y Bello, 2010)

Ambos autores definen a la encuesta como una herramienta que a través de un grupo de preguntas permite conocer información específicas dependiendo del *target* al que se encuentra dirigido el estudio y dependiendo del tipo de encuesta que se solicite realizar, ya sean de tipo telefónica, vía mail, sobre todo teniendo una recopilación de información amplia para que la elaboración de la misma sea de manera correcta y sin preguntas redundantes que hacen que la encuesta no sea válida para el estudio, se elaborará un cuestionario de preguntas mediante la cual se pretende conocer de manera más profunda a estos consumidores de comida vegetariana. (Ver anexos # 2: Formato de encuesta)

### **Escala de medición**

Medir significa asignar valores numéricos a una dimensión del objeto, siguiendo un determinado procedimiento. Se puede distinguir 4 (cuatro) escalas de medición: escala nominal, escala ordinal, escala de intervalo y escala racional o proporcional. (Pievi y Bravin, 2009)

#### **Escala nominal:**

La medición a nivel nominal representa la forma más primitiva y se basa en la clasificación de nuestras unidades de análisis con respecto a la posesión

o no de una determinada característica o atributo. Por ejemplo: género, religión, etc. Nos permite afirmar si nuestras unidades de análisis, en relación con la variable estudiada, adoptan el mismo valor o no. Una escala nominal carece de orden, por lo cual no es posible establecer ninguna relación métrica; la consecuencia de ello es que sólo pueden realizarse unas pocas operaciones matemáticas: para cada clase de atributo se puede calcular separadamente las frecuencias absolutas o relativas (porcentajes) que poseen; se puede elaborar tablas de frecuencias absolutas y relativas, y medidas de posición o tendencia central. Ejemplos de variables nominales Género: femenino/masculino Actividad laboral: obrero/empresario Actitud del alumno: interesada/apática (Pievi y Bravin, 2009)

### **Escala ordinal:**

Las unidades de análisis pueden ser ordenadas de acuerdo a la intensidad, fuerza o tamaño de la propiedad o variable que se trate. Es decir, existe una graduación de los atributos y por tanto puede considerarse que hay un aspecto cuantitativo. Aunque este nivel de medición permite decir que se posee un atributo en mayor grado que otro, sin embargo no es posible precisar en qué medida es mayor. Sólo podemos decir que es mayor. Tampoco aquí se pueden realizar operaciones matemáticas de adición, sustracción, multiplicación o división. Ejemplos de variables ordinales Nivel social: alto, medio, bajo. Estudios alcanzados: primario, secundario, terciario. Rendimiento escolar: óptimo, mediano, regular, insatisfactorio. (Pievi & Bravin, 2009)

### **Escala de intervalo y razón:**

Se distingue de la escala ordinal en que es posible indicar exactamente la separación entre dos puntos. Claro está que es necesaria la existencia de una unidad de medida que sirva para establecer la distancia entre dos puntos de la escala, lo cual hace posible ejecutar operaciones de suma y resta. Si además existe un punto natural “cero”, la escala será de razón, y en ese caso podrán realizarse todas las operaciones estadísticas (además de las medidas de tendencia central), medidas de dispersión e inferencia. Son

las llamadas variables numéricas. Ejemplos de variables numéricas: edad, ingresos, calificaciones (Pievi & Bravin, 2009)

Las escalas mencionadas son aquellas que deben ser prioritarias dentro de la investigación de acuerdo a un orden, teniendo la escala nominal identificando y clasificando objetivos, por ejemplo nombres de marca, la ordinal indicando la posición de los mismos de acuerdo a un orden de preferencia de producto o marca dependiendo del estudio que se esté realizando, el intervalo que tiene como objetivo una comparación dependiendo de la intención de compra de dos marcas o productos y la razón teniendo como variables ingresos partiendo desde una escala en cero. Se debe conocer el tema a profundidad y tener claro los objetivos a investigar del mercado para obtener un resultado favorable en donde se pueda aplicar acciones.

### Perfil de aplicación

#### **Definición de la población**

La población a quienes se va a enfocar la investigación es solo al grupo vegetariano de la ciudad de Guayaquil, estrato B por tal motivo se presentaran los siguientes datos adicionales.

#### **Definición de la Muestra**

Entre 19 a 67 años (65,4%) = 1'557.987,44 Guayaquil

Nivel socioeconómico (11,2%) = 174.494,59

Muestra total = 110.804.06

#### **Definición de la muestra y tipo de muestreo**

<b>49,30%</b> 1.158.221,00	<b>Hombres</b>
<b>50,70%</b> 1.192.694	<b>Mujeres</b>

Tabla 16: Ponderación de método estratificación

Edades	%	Ponderación
19 - 64 años	63	1.443.429,54
65 más	5	144.557,90
clase B	11,2	1.557.987,44
PEA	63,5	174.494,59
<b>Población seleccionada</b>		<b>110.804,06</b>

TOTAL DE MUESTRA		100%	
<b>HOMBRES</b>		49%	188
<b>MUJERES</b>		51%	196
<b>EDADES</b>			
<b>HOMBRES</b>	19 - 29 años	28%	53
	30 - 39 años	25%	47
	40 - 49 años	20%	38
	50 - 59 años	15%	28
	60 - 67 años	12%	22
<b>Total</b>			<b>188</b>
<b>MUJERES</b>	19 - 29 años	28%	55
	30 - 39 años	25%	49
	40 - 49 años	20%	39
	50 - 59 años	15%	29
	60 - 67 años	12%	24
<b>Total</b>			<b>196</b>

Elaborado por: Autoras

Nivel Socio-Económico MEDIO ALTO:

- i. El material predominante del piso de estas viviendas son de duela, parquet, tablón o piso flotante
- ii. Posee Casa propia
- iii. Todos los hogares disponen de servicio de teléfono convencional.
- iv. Tiene hasta dos vehículos de uso exclusivo para el hogar.

- v. Los hogares de este nivel cuentan con servicio de internet.
- vi. La mayoría de los hogares tienen computadora de escritorio y/o portátil
- vii. Los miembros de los hogares compran la mayor parte de su vestimenta en centros comerciales.
- viii. El Jefe de Hogar tiene un nivel de instrucción superior.
- ix. Los jefes de hogar se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, miembros del poder ejecutivo, y de empresas
- x. Tienen el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) ISSFA o ISSPOL.
- xi. Los hogares tiene seguro de salud privado (Cedatos, 2013, pág. 4)

**Muestra Infinita:**

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{e^2} = \frac{110.804,06}{(0,05)^2} = 384$$

**Perfil de aplicación**

Dentro del perfil de aplicación el estudio se concentrará en la ciudad de Guayaquil a personas de nivel socioeconómico medio alto, categoría B (11,2%), partiendo de la muestra se hallaran los resultados para la realización del levantamiento de información cuantitativa como las encuestas, y éstas a la vez serán formuladas bajo el criterio de personas vegetarianas entre edades de 19 a 67 años. Se tomó en cuenta entre rango de edades debido a la teoría del consumidor por cuidar su imagen y mantener un estilo de vida saludable siendo consciente de lo que come y manteniendo un buen estado de ánimo.

## **Conclusiones: Capítulo 3**

Dentro del capítulo correspondiente a la investigación de mercados se concluyen analizando el tipo de fuentes primarias y secundarias que corresponden a la investigación científica como primaria y secundaria a las demás que se determinaron como información del gobierno, diarios, revistas, entre otros.

Los tipos de datos que se van a utilizar en la investigación son por método cualitativo y cuantitativo.

### **Cualitativos**

- Observación directa
- Focus Group
- Entrevistas a profundidad

### **Cuantitativos**

Encuestas al público vegetariano de la ciudad de Guayaquil y vía Samborondón.

Se implementará el método descriptivo por Estratificación debido a que no contamos con una base de datos específica para basarlo en un origen sino más bien es parte de algo extenso para llegar a algo específico debido al planteamiento de los objetivos de investigación se clasificó de la siguiente manera donde se obtuvieron las 384 encuestas basado en la muestra infinita.

## **Capítulo 4:**

### **Resultados de Investigación**

## 4.1 Resultados de la Investigación Descriptiva

### 4.1.1 Resultados Cuantitativos

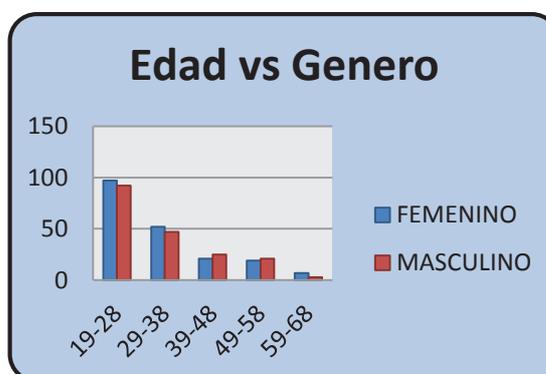
#### 1. Clasificación por edad y sexo

Tabla 17: Clasificación por edad y sexo

DATOS	GENERO			
	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	%
19-28	97	92	189	49%
29-38	52	47	99	26%
39-48	21	25	46	12%
49-58	19	21	40	10%
59-68	7	3	10	3%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 1: Edad vs Genero



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** Para determinar los rangos de edad se realizaron intervalos de 10, en donde se obtiene datos en los que los principales vegetarianos son jóvenes de 19-28 años con un total de 189 personas, predominando las mujeres, el segundo rango de edad es de adultos de 29-38 años teniendo 99 personas, el tercer rango es de 39-48 años con 46 personas, el cuarto lugar el rango es de 49-58 años con un total de 40 personas y de 59-68 años 10 personas, determinando que los jóvenes son los que más optan por este tipo de alimentación.

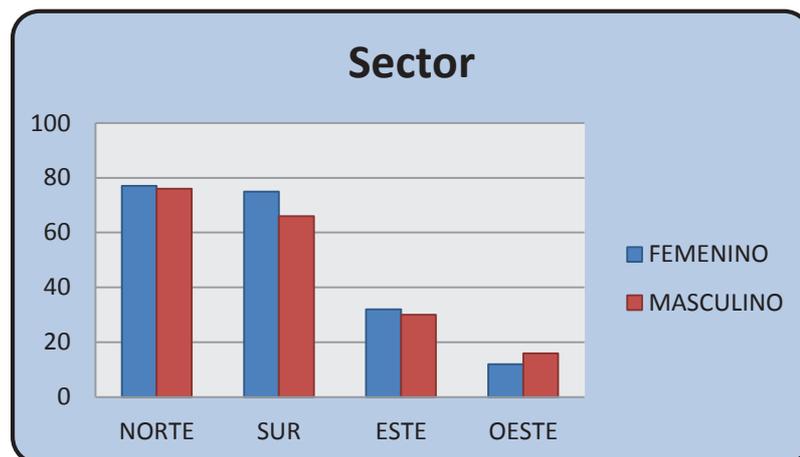
## 2. Clasificación por sector donde residen los encuestados

Tabla 18: Sectores donde residen

DATOS	GENERO		TOTAL	%
	FEMENINO	MASCULINO		
NORTE	77	76	153	40%
SUR	75	66	141	37%
ESTE	32	30	62	16%
OESTE	12	16	28	7%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 2: Sectores



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** Los encuestados residen principalmente en el norte de la ciudad teniendo 153 personas, en segunda posición están 141 personas que residen al sur, en el este 62 personas y el oeste 28 vegetarianos entre masculino y femenino.

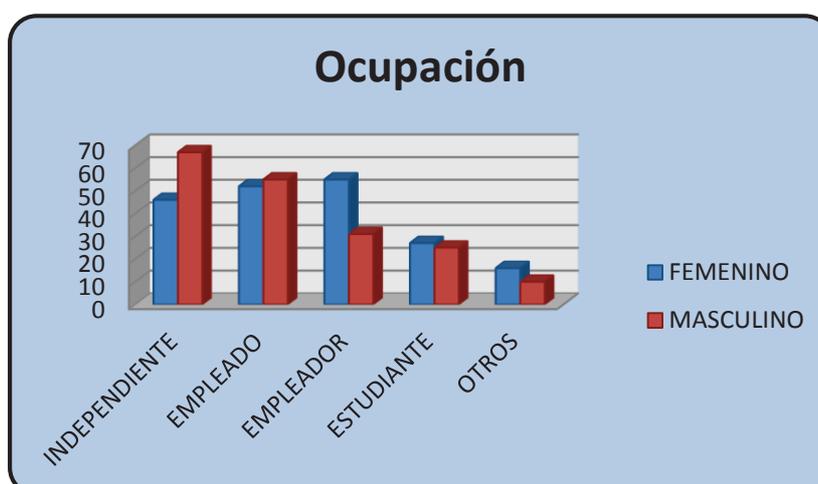
### 3. Clasificación por ocupación de los encuestados

Tabla 19: Clasificación por ocupación de los encuestados

DATOS	GENERO		TOTAL	%
	FEMENINO	MASCULINO		
INDEPENDIENTE	46	67	113	29%
EMPLEADO	52	55	107	28%
EMPLEADOR	55	31	86	22%
ESTUDIANTE	27	25	52	14%
OTROS	16	10	26	7%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autores

Gráfico 3: Ocupación



Elaborado por: Autores

**Análisis:** Se obtuvo que 113 personas son independientes, 107 personas empleados, 86 personas son empleadoras, 55 personas son estudiantes y entre los otros se encuentran 26 personas del total de los encuestados. Así mismo se puede determinar que los hombres son más independientes que las mujeres, interpretando también que las mismas se encuentran en su mayoría cumpliendo el rol de empleadoras.

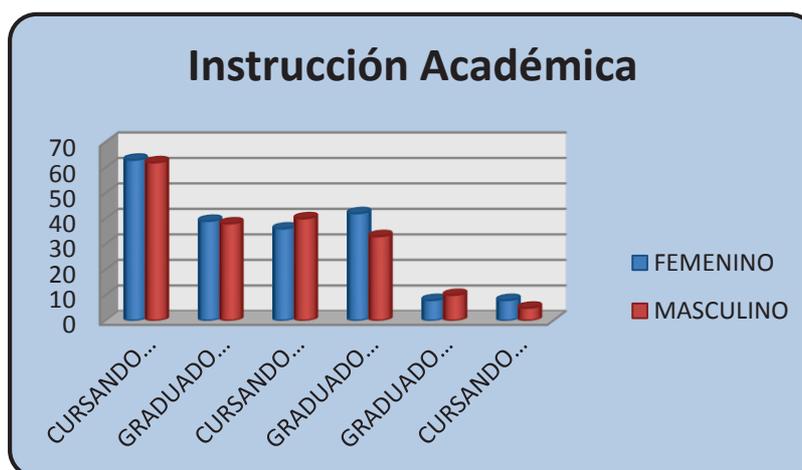
#### 4. ¿Qué tipo de Instrucción académica posee?

Tabla 20: Instrucción Académica

DATOS INSTRUCCIÓN ACADÉMICA	GENERO			
	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	%
CURSANDO UNIVERSIDAD	63	62	125	33%
GRADUADO MAESTRÍA	39	38	77	20%
CURSANDO MAESTRÍA	36	40	76	20%
GRADUADO UNIVERSIDAD	42	33	75	20%
GRADUADO DOCTOR	8	10	18	5%
CURSANDO DOCTORADO	8	5	13	3%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 4: Instrucción Académica



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** De acuerdo a los resultados obtenidos 125 personas se encuentran cursando la universidad, 77 personas están actualmente graduados de maestría, 76 personas están cursando la misma, 75 jóvenes se encuentran graduados de la universidad. Dentro de aquellas 18 personas están graduados de doctorado, 13 personas están actualmente cursando el mismo.

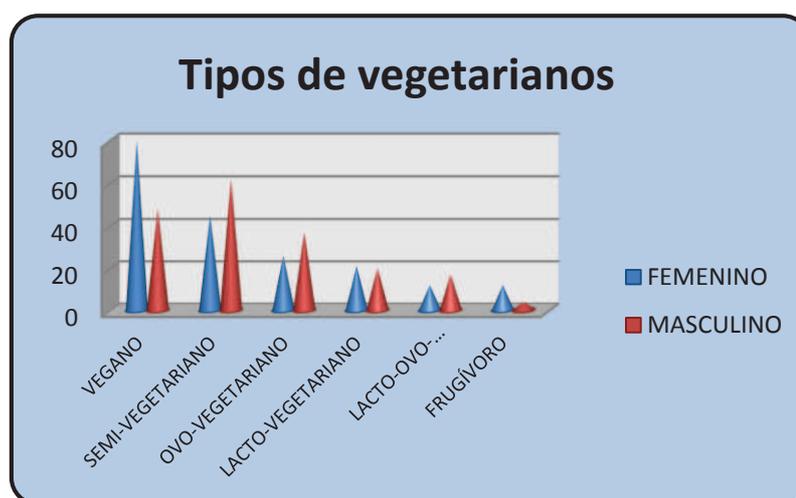
## 5. ¿Qué tipo de vegetariano se considera?

Tabla 21: Tipos de vegetarianos

DATOS	GENERO			
	TIPO DE VEGETARIANO	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
VEGANO	80	48	128	33%
SEMI-VEGETARIANO	45	62	107	28%
OVO-VEGETARIANO	26	37	63	16%
LACTO-VEGETARIANO	21	20	41	11%
LACTO-OVO-VEGETARIANO	12	17	29	8%
FRUGÍVORO	12	4	16	4%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autores

Gráfico 5: Tipos de vegetarianos



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** De acuerdo al tipo de vegetariano a considerarse, la mayor parte de los encuestados son veganos teniendo un total de 128 personas, en su mayoría mujeres, dentro de los Semi-vegetarianos se tienen a 107 personas, en su mayoría hombres, dentro de los ovo-vegetarianos que son aquellos que incluyen huevos aparte de los vegetales se tienen 63 personas, en los lacto-vegetariano se tienen 41 personas que son aquellos que incluyen lácteos como queso, yogurt y leche, dentro de los lacto-ovo-vegetariano se tienen 29 personas que muy aparte de los lácteos y comida vegetariana le incluyen huevos y 16 personas tienen una alimentación basada en frutas que son los frugívoros.

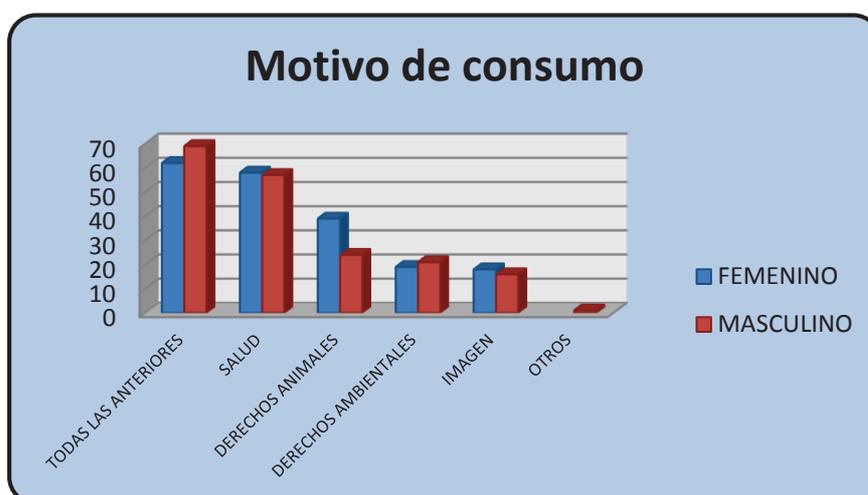
## 6. ¿Por qué motivos consume comida vegetariana?

Tabla 22: Motivos de consumo

DATOS	GENERO		TOTAL	%
	FEMENINO	MASCULINO		
TODAS LAS ANTERIORES	62	69	131	34%
SALUD	58	57	115	30%
DERECHOS ANIMALES	39	24	63	16%
DERECHOS AMBIENTALES	19	21	40	10%
IMAGEN	18	16	34	9%
OTROS		1	1	0%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 6: Motivo de consumo



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** De acuerdo a los encuestados en su gran mayoría con 131 personas indicaron que el motivo de consumo de comida vegetariana es por todas las anteriores opciones es decir: por salud, derechos de los animales, derechos ambientales e imagen. Así mismo se tuvieron encuestados que direccionaron su respuesta por una única opción como es el caso de salud con 115 personas que tienen en cuenta que teniendo esta alimentación mejora su salud, en cuanto a los derechos de los animales se tienen 63 personas, derechos ambientales 40 personas, 34 personas se guían por la imagen y una sola persona de sexo masculino se inclinó por otros en el consumo de comida vegetariana.

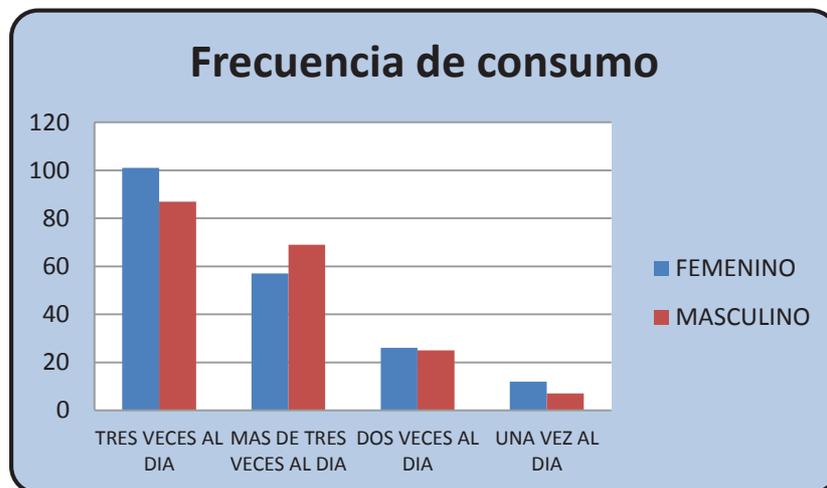
## 7. ¿Con qué frecuencia consume comida vegetariana?

Tabla 23: Frecuencia de consumo

DATOS	GENERO			
	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	%
TRES VECES AL DIA	101	87	188	49%
MAS DE TRES VECES AL DIA	57	69	126	33%
DOS VECES AL DIA	26	25	51	13%
UNA VEZ AL DIA	12	7	19	5%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 7: Frecuencia de consumo



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** Los encuestados de este tipo de comida consumen tres veces al día con 188 personas siendo el sexo femenino en su mayoría, dentro de más de tres veces al día están 126 personas predominando el sexo masculino, dos veces al día están 51 personas tanto del sexo masculino como femenino y aquellos que se alimentan una vez al día están 19 personas, obteniendo así los datos acerca de la frecuencia de consumo de comida vegetariana.

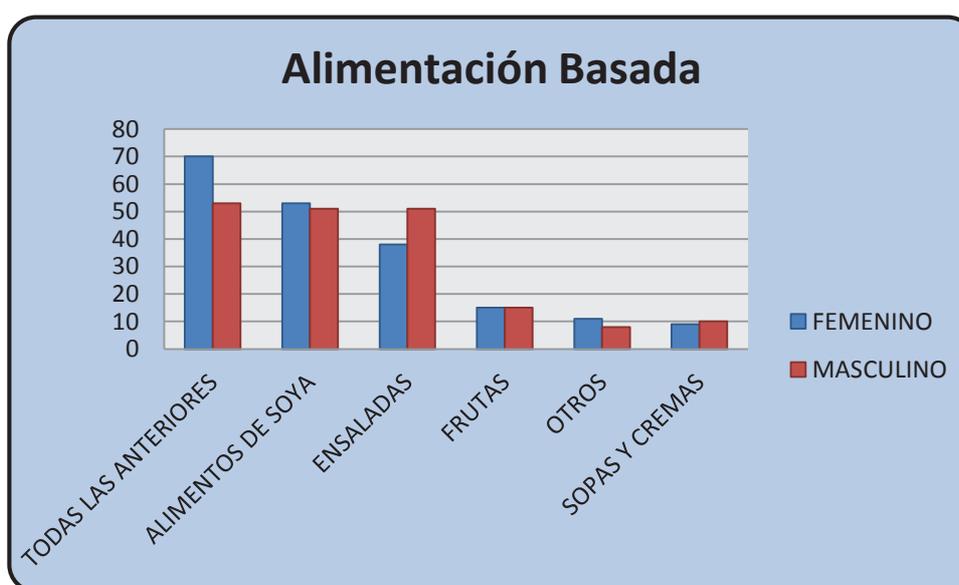
## 8. Su alimentación está basada principalmente en:

Tabla 24: Alimentación Basada

DATOS	GENERO			
	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	%
TODAS LAS ANTERIORES	70	53	123	32%
ALIMENTOS DE SOYA	53	51	104	27%
ENSALADAS	38	51	89	23%
FRUTAS	15	15	30	8%
OTROS	11	8	19	5%
SOPAS Y CREMAS	9	10	19	5%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 8: Alimentación basada



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** En cuanto a que alimentos consume principalmente 123 encuestados determinaron que se basan en todas las anteriores que son: alimentos de soya, ensaladas, frutas, sopas y cremas, aquellos que se alimentan de soya son 104 personas, en cuanto a aquellos que se basan en una alimentación de ensaladas son 89 personas, aquellos que prefieren consumir principalmente frutas 30 personas, entre somas y cremas 19

personas y otros alimentos 19 personas también, por lo tanto la alimentación de estos consumidores es muy variada.

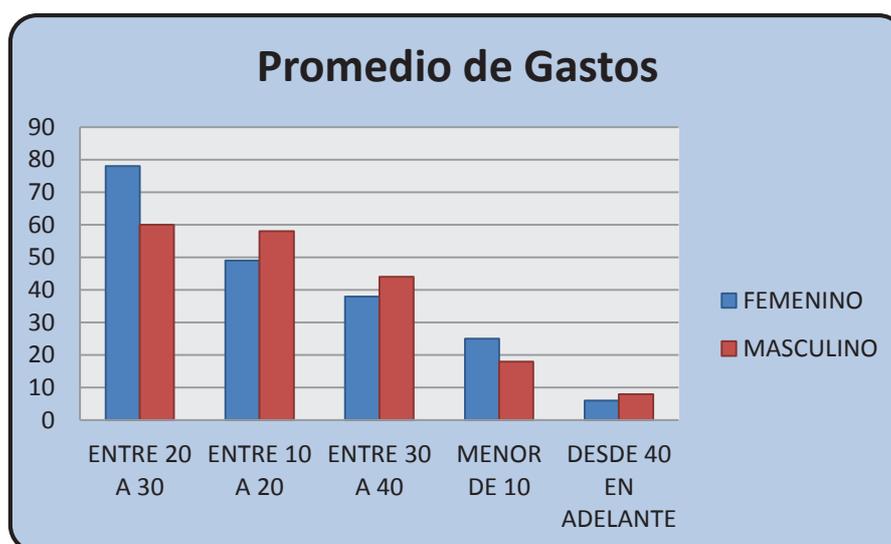
### 9. Su promedio de gastos diarios en comida vegetariana es:

Tabla 25: Promedio de gastos

DATOS	GENERO			
	PROMEDIO DE GASTOS	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
ENTRE 20 A 30	78	60	138	36%
ENTRE 10 A 20	49	58	107	28%
ENTRE 30 A 40	38	44	82	21%
MENOR DE 10	25	18	43	11%
DESDE 40 EN ADELANTE	6	8	14	4%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 9: Promedio de gastos



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** El promedio de gastos diarios principalmente se encuentra entre \$20 - \$30 con 138 personas en su mayoría mujeres, entre \$10 - \$20 con 107 personas, entre \$30-\$40 se tienen a 82 encuestados, estos últimos predominando el sexo masculino, aquellos que tienen un gasto menor de \$10 están 43 personas y aquellos que gastan desde \$40 en adelante están 14 encuestados en su mayoría del sexo masculino, es necesario recalcar

que es su mayoría de acuerdo a los promedio de gastos se encuentran las mujeres.

### 10. En cuanto a la preparación de comida vegetariana, la prefiere:

Tabla 26: Preparación de la comida vegetariana

DATOS	GÉNERO		TOTAL	%
	FEMENINO	MASCULINO		
PROPIA	151	128	279	73%
POR TERCEROS	45	60	105	27%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 10: Preparación



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** Los consumidores de este tipo de alimentación prefieren que la preparación de los mismos sea por ellos mismos con 279 personas tanto para hombres como para mujeres, en cambio 105 personas prefieren la elaboración por terceras personas predominando en este último aspecto las personas del sexo masculino.

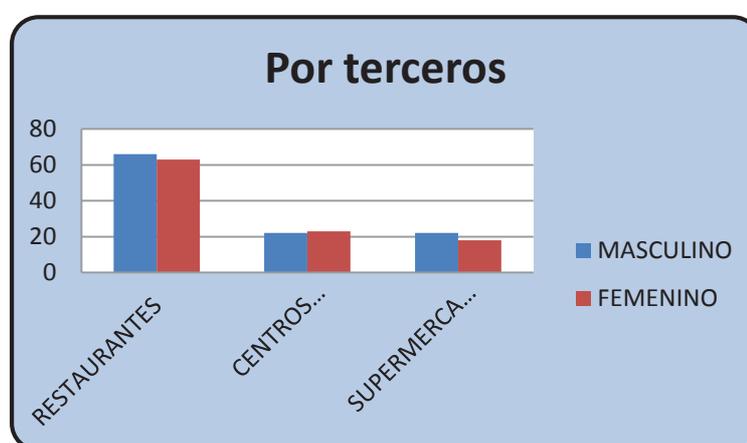
## 11. Si es por tercera persona la adquiere en:

Tabla 27: Preparación por tercera persona

DATOS	GENERO			
	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL	%
RESTAURANTES	32	24	56	53%
CENTROS COMERCIALES	13	15	28	27%
SUPERMERCADOS	15	6	21	20%
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>45</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 11: Por terceros



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** En cuanto a los consumidores que indicaron que prefieren que la elaboración de sus alimentos sea por terceras personas, se tiene que 56 personas prefieren adquirir sus alimentos en un restaurante, 28 personas prefieren que sea en algún centro comercial de su preferencia, por último 21 personas indicaron que prefieren adquirirla en supermercados.

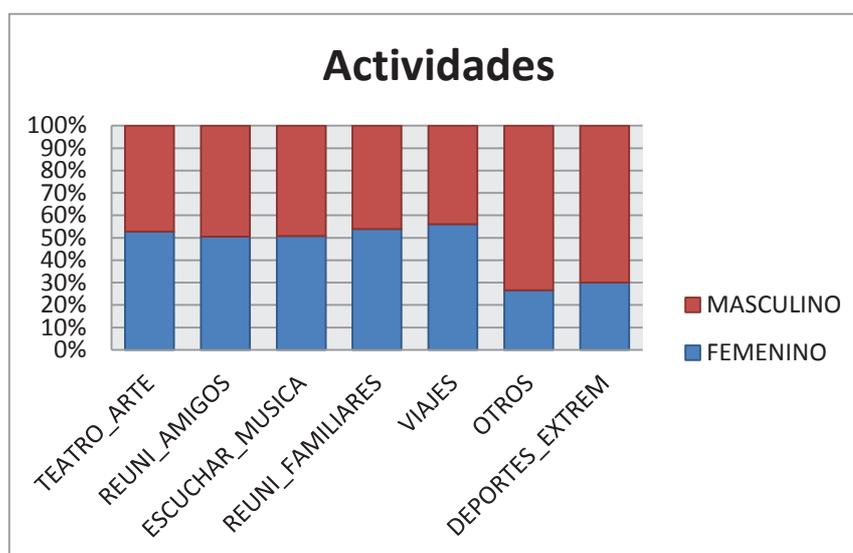
## 12. ¿Qué actividades complementarias le gusta desarrollar?

Tabla 28: Actividades complementarias

DATOS	GENERO		TOTAL	%
	FEMENINO	MASCULINO		
TEATRO_ARTE	47	42	89	23%
REUNI_AMIGOS	43	42	85	22%
ESCUCHAR_MUSICA	33	32	65	17%
REUNI_FAMILIARES	34	29	63	16%
VIAJES	32	25	57	15%
OTROS	4	11	15	4%
DEPORTES_EXTREM	3	7	10	3%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 12: Actividades



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** Del total de los encuestados, se tiene que estos consumidores prefieren el teatro con 89 personas, mientras que en segundo lugar se encuentran las reuniones con amigos en su preferencia con 85 personas, en tercer lugar de preferencia se tiene que escuchan música con 65 personas muy parecido con las reuniones familiares con 63 personas, así mismo 57 personas prefieren los viajes como primera opción, cabe recalcar que en

estas preferencias predominan las mujeres, al igual que los deportes extremos con una mínima preferencia de 10 personas, en la cual 15 personas se identifican entre otras actividades siendo del sexo masculino.

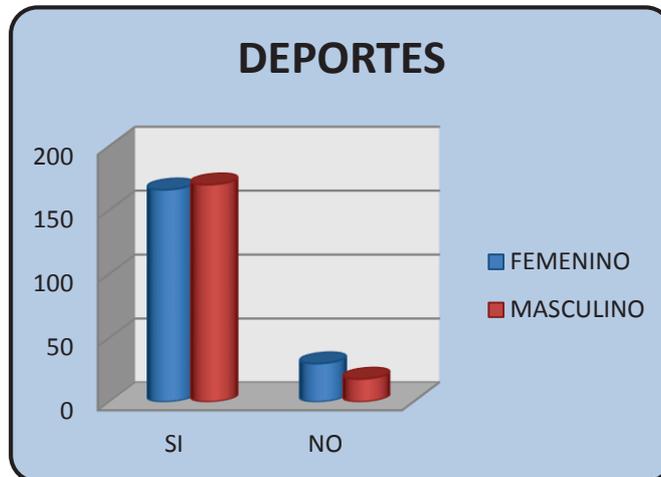
### 13. ¿Practica deportes o alguna rutina de ejercicio?

Tabla 29: Practicas de deportes

DATOS	GENERO		TOTAL	%
	FEMENINO	MASCULINO		
SI	166	170	336	88%
NO	30	18	48	13%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autores

Gráfico 13: Deportes



Elaborado por: Autores

**Análisis:** Del total de los encuestados 336 personas practican deporte o alguna rutina de ejercicio, al contrario de 48 personas que no practican deporte o ejercicios, concluyendo que a estos consumidores les gusta tener actividad física, siendo en su gran mayoría personas del sexo masculino que gustan de tener una rutina deportiva mientras que una pequeña proporción de ambos sexos no lo practica.

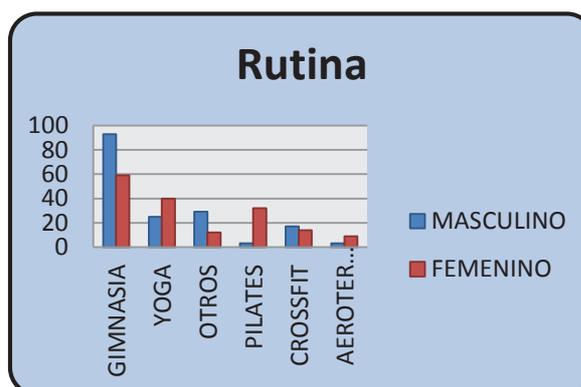
**14. Si su respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa, ¿Cuál de las siguientes rutinas practica con frecuencia?**

Tabla 30: Rutina

DATOS	GENERO			
	RUTINA	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
GIMNASIA	93	59	152	45%
YOGA	25	40	65	19%
OTROS	29	12	41	12%
PILATES	3	32	35	10%
CROSSFIT	17	14	31	9%
AEROTERAPIA	3	9	12	4%
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>166</b>	<b>336</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 14: Rutina



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** De acuerdo a aquellos consumidores que practican ejercicios, se tienen 152 personas que practican gimnasia, en cuanto al yoga se tienen 65 personas, en los otros ejercicios que practican se tienen 41 personas, entre aquellos que realizan pilates se tienen 35 personas, aquellos que hacen Crossfit se tienen 31 personas y tan sólo 12 personas se guían por aeroterapia.

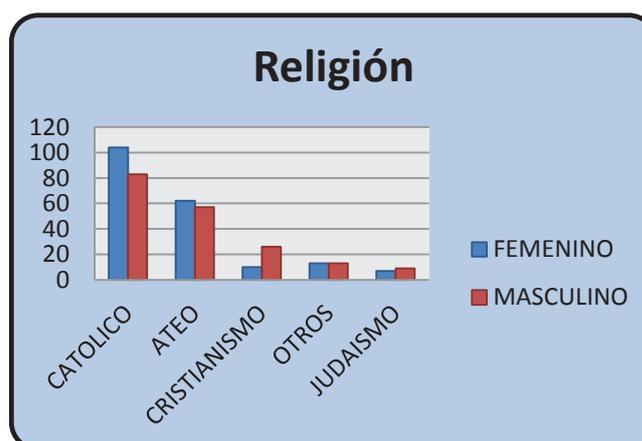
## 15. ¿Su vida está guiada por alguna de las siguientes religiones?

Tabla 31: Religión

DATOS	GENERO		TOTAL	%
	FEMENINO	MASCULINO		
CATOLICO	104	83	187	49%
ATEO	62	57	119	31%
CRISTIANISMO	10	26	36	9%
OTROS	13	13	26	7%
JUDAISMO	7	9	16	4%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 15: Religión



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** La mayor parte de los encuestados son católicos con 187 personas, seguido de los ateos con 119 personas, de igual manera predominando el sexo masculino con 36 cristianos, entre otras religiones tanto masculino como femenino se tienen a 26 personas y aquellos que practican el judaísmo se tienen a 16 personas.

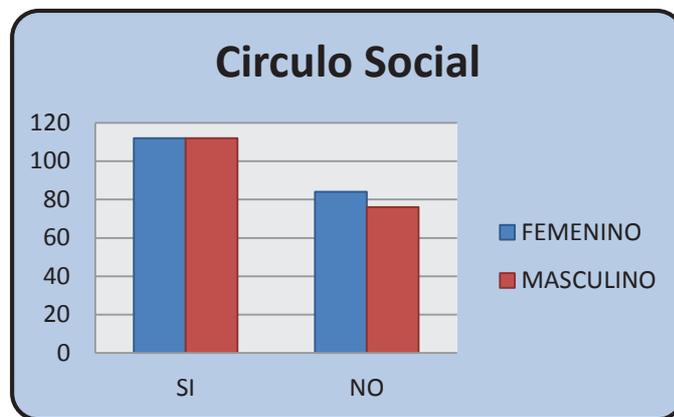
## 16. ¿Su círculo social principalmente son vegetarianos?

Tabla 32: Círculo Social

DATOS	GENERO		TOTAL	%
	FEMENINO	MASCULINO		
SI	112	112	224	58%
NO	84	76	160	42%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 16: Círculo Social



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** En cuanto a conocer si la mayor parte de su círculo social tienen amistades vegetarianas se obtuvo que 224 personas si consideran como parte de sus amistades personas que siguen su misma ideología, así mismo se tienen 160 personas de las cuales no se rodean únicamente con personas que tienen este estilo de vida.

## 17. ¿Pertenece a alguna organización que defienda los derechos de los animales y medio ambiente?

Tabla 33: Pertenece a una organización

DATOS	GENERO				
	PERTENECE ORGANIZACIÓN	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	%
SI		107	91	198	52%
NO		89	97	186	48%
<b>TOTAL</b>		<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 17: Organización



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** De acuerdo a los encuestados, se obtuvo que 198 personas si perteneces a una organización en defensa de los animales y medio ambiente, así mismo 186 personas no pertenecen a la misma siendo predominante el sexo masculino.

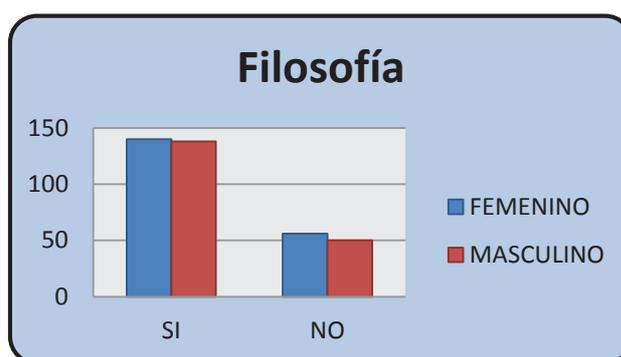
## 18. ¿Considera el vegetarianismo una filosofía de vida para usted?

Tabla 34: Filosofía

DATOS	GENERO				
	FILOSOFÍA	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	%
SI		140	138	278	72%
NO		56	50	106	28%
<b>TOTAL</b>		<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 18: Filosofía



Elaborado por: Autoras

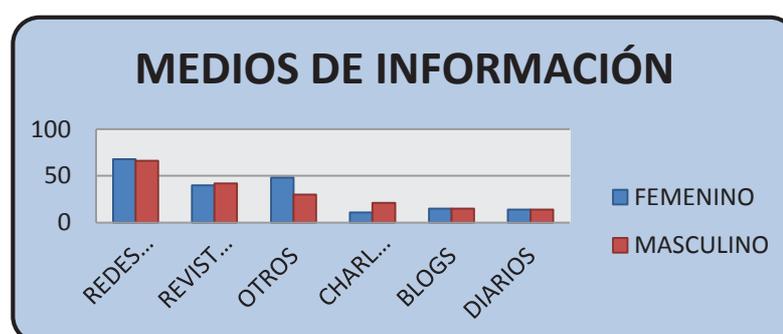
**Análisis:** Del total de los encuestados se obtuvo que 278 personas consideran el vegetarianismo como una filosofía de vida, mientras que 106 personas no lo considera, teniendo igualdad entre ambos sexos.

**19. ¿A qué medio de información se dirige para estar al día en cuanto al vegetarianismo?**

Tabla 35: Medios de Información

DATOS MEDIOS DE INFORMACIÓN	GENERO		TOTAL	%
	FEMENINO	MASCULINO		
REDES SOCIALES	68	66	134	35%
REVISTAS	40	42	82	21%
OTROS	48	30	78	20%
CHARLAS	11	21	32	8%
BLOGS	15	15	30	8%
DIARIOS	14	14	28	7%
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>188</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Gráfico 19: Medios de Información



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** De acuerdo al total de encuestados, 134 personas utilizan las redes sociales como medio de información para estar al tanto de su estilo de vida, principalmente por el sexo femenino, así mismo las revistas con 82 personas, es el segundo medio informativo que utilizan las personas, entre otros medios no especificados se tienen a 78 personas, mientras que el sexo masculino con 32 personas prefieren estar al tanto por medio de la interactividad en charlas, y de igual proporción se tienen los blogs y los diarios con 30 personas y 28 respectivamente.

## Análisis interpretativo de variables cruzadas

### 1. Cruce de variable Tipos de vegetarianos por edades

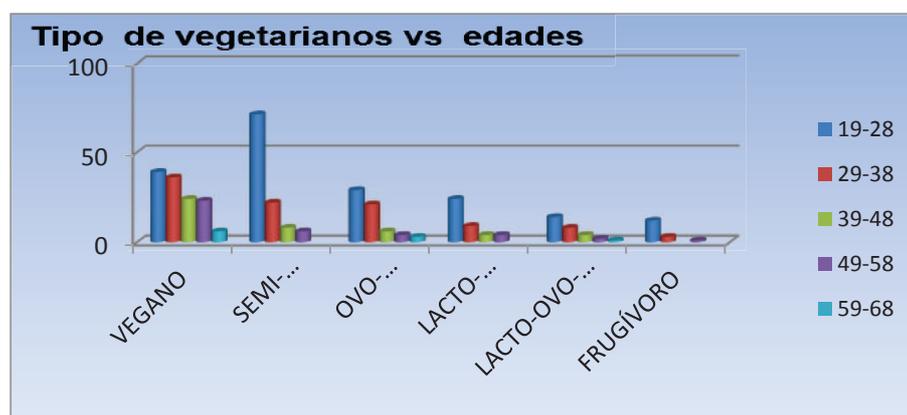
Se quiere llegar a conocer la relación entre las variables tipos de vegetarianos por edades, de esta forma sabremos desde que edades hace referencia para cada clasificación.

Tabla 36: tipos de vegetarianos vs edades

TIPOS DE VEGETARIANOS	19-28	29-38	39-48	49-58	59-68	TOTAL
VEGANO	39	36	24	23	6	128
SEMI-VEGETARIANO	71	22	8	6		107
OVO-VEGETARIANO	29	21	6	4	3	63
LACTO-VEGETARIANO	24	9	4	4		41
LACTO-OVO-VEGETARIANO	14	8	4	2	1	29
FRUGÍVORO	12	3		1		16
<b>TOTAL</b>	<b>189</b>	<b>99</b>	<b>46</b>	<b>40</b>	<b>10</b>	<b>384</b>

Elaborado por: Autores

Gráfico 20: Tipos de vegetarianos vs edades



**Análisis:** De acuerdo al cruce de variables se puede determinar que los segmentos de los cuales se realizó la investigación científica predominan en los jóvenes de 19 años hasta los 28 con 189 personas, así mismo de 29 hasta los 38 años, confirmando que el segmento de los jóvenes es el más prioritario y que llevan la tendencia vegetariana, teniendo como principales consumidores a los veganos, seguido de los vegetarianos.

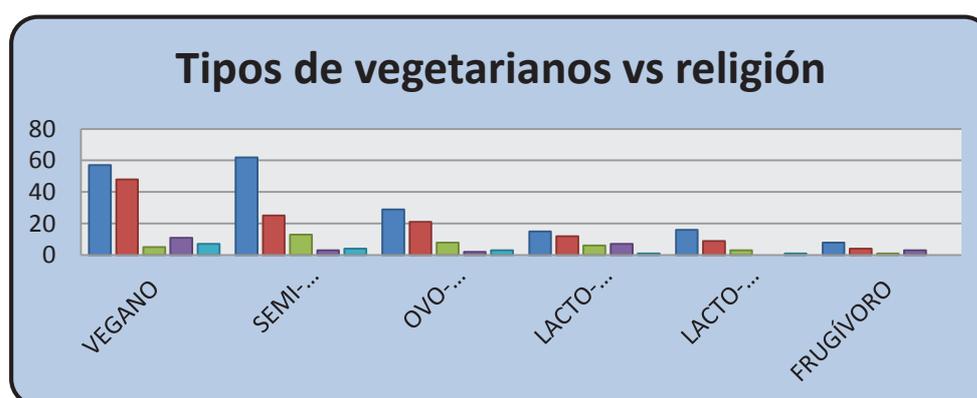
## 2. Cruce de variables entre tipo de vegetariano y religión

Tabla 37: tipos de vegetarianos vs religión

DATOS	RELIGIONES					TOTAL	%
	CATOLICO	ATEO	CRISTIANISMO	OTROS	JUDAISMO		
TIPOS DE VEGETARIANOS	CATOLICO	ATEO	CRISTIANISMO	OTROS	JUDAISMO	TOTAL	%
VEGANO	57	48	5	11	7	128	33%
SEMI-VEGETARIANO	62	25	13	3	4	107	28%
OVO-VEGETARIANO	29	21	8	2	3	63	16%
LACTO-VEGETARIANO	15	12	6	7	1	41	11%
LACTO-OVO-VEGETARIANO	16	9	3		1	29	8%
FRUGÍVORO	8	4	1	3		16	4%
<b>TOTAL</b>	<b>187</b>	<b>119</b>	<b>36</b>	<b>26</b>	<b>16</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autores

Gráfico 21: Tipos de vegetarianos vs religión



Elaborado por: Autores

**Análisis:** Dentro de los resultados se obtuvo que como las religiones más comunes entre los vegetarianos son personas católicas y ateas quienes practican su ideología de respetar los derechos de animales y el medio ambiente respectivamente.

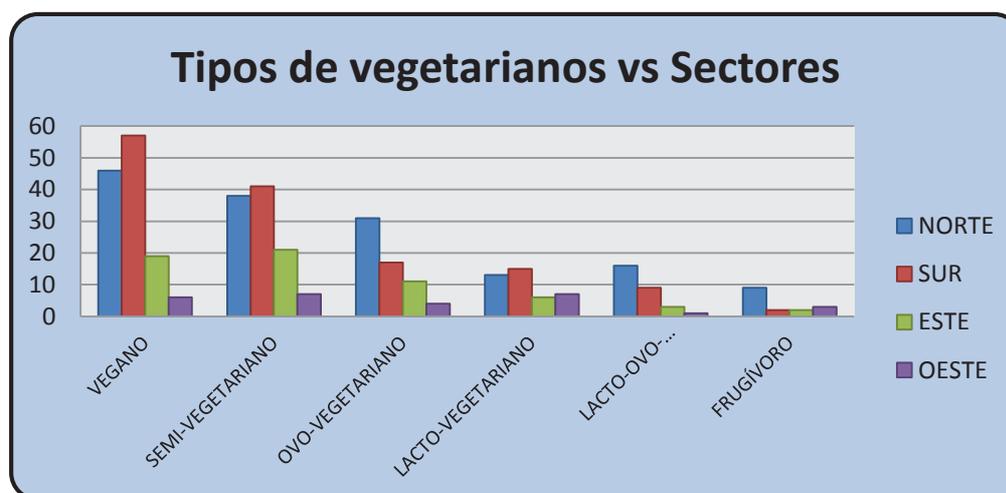
### 3. Cruce de variables entre tipo de vegetariano por sexo y sector donde viven.

Tabla 38: Tipos de vegetarianos vs sectores

DATOS TIPOS DE VEGETARIANOS	SECTORES					TOTAL	%
	NORTE	SUR	ESTE	OESTE			
VEGANO	46	57	19	6		128	33%
SEMI-VEGETARIANO	38	41	21	7		107	28%
OVO-VEGETARIANO	31	17	11	4		63	16%
LACTO-VEGETARIANO	13	15	6	7		41	11%
LACTO-OVO-VEGETARIANO	16	9	3	1		29	8%
FRUGÍVORO	9	2	2	3		16	4%
<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>141</b>	<b>62</b>	<b>28</b>		<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 22: Tipos de vegetarianos vs sectores



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** Se determinó que los sectores donde los vegetarianos habitan con mayor proporción dentro de la ciudad de Guayaquil, es la zona Norte y Sur, entre los veganos y semi-vegetarianos existe más influencia a diferencia de los demás tipos de vegetarianos tanto los frugívoros, los lacto-vegetarianos, lacto-ovo vegetarianos, ovo-vegetarianos se encuentran divididos en toda la ciudad, concluyendo que este tipo de consumidor se puede encontrar en cualquier lugar de la ciudad pero aun así son muy selectivos debido al desconocimiento de las demás personas.

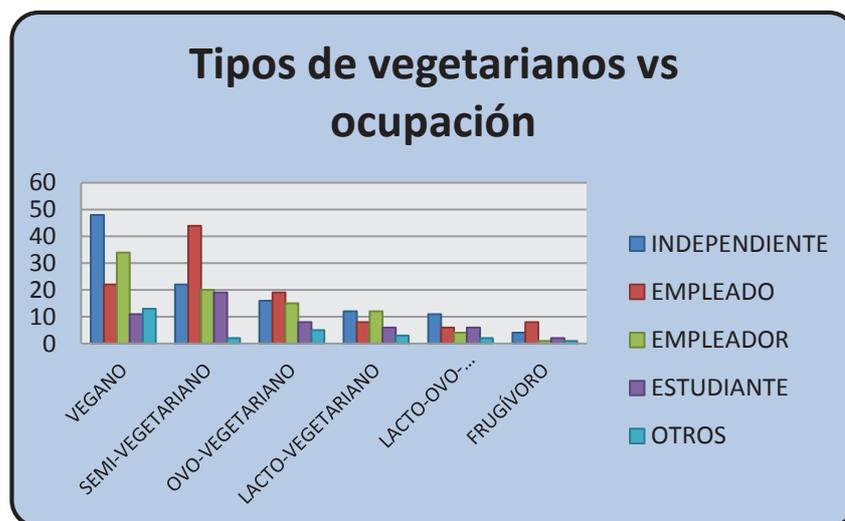
#### 4. Cruce de variables entre tipo de vegetariano por sexo y ocupación

Tabla 39: Tipos de vegetarianos por sexo y ocupación

DATOS	OCUPACIÓN						TOTAL	%
	INDEPENDIENTE	EMPLEADO	EMPLEADOR	ESTUDIANTE	OTROS			
VEGANO	48	22	34	11	13	128	33%	
SEMI-VEGETARIANO	22	44	20	19	2	107	28%	
OVO-VEGETARIANO	16	19	15	8	5	63	16%	
LACTO-VEGETARIANO	12	8	12	6	3	41	11%	
LACTO-OVO-VEGETARIANO	11	6	4	6	2	29	8%	
FRUGÍVORO	4	8	1	2	1	16	4%	
<b>TOTAL</b>	<b>113</b>	<b>107</b>	<b>86</b>	<b>52</b>	<b>26</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	

Elaborado por: Autoras

Gráfico 23: Tipos de vegetarianos vs ocupación



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** Dentro del análisis se puede dar a conocer que los vegetarianos son del índole independientes en la mayoría de los casos también suelen ser empleador y empleadores. Quienes gustan de aprender y emprender de forma rápida y oportuna las diferentes ofertas del mercado.

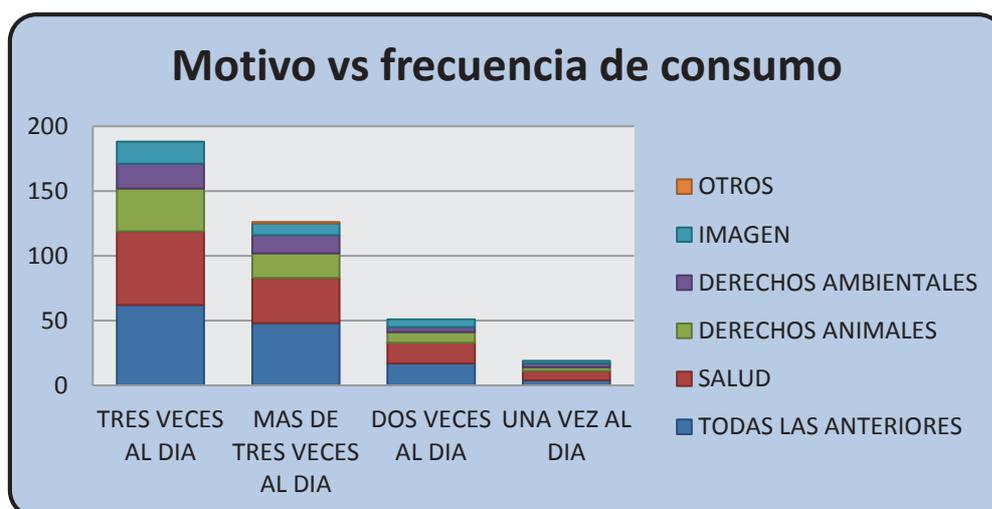
## 5. Cruce de variables entre motivo de consumo y frecuencia de consumo.

Tabla 40: motivo de consumo y frecuencia

DATOS	MOTIVO DE CONSUMO						TOTAL
	TODAS LAS ANTERIORES	SALUD	DERECHOS ANIMALES	DERECHOS AMBIENTALES	IMAGEN	OTROS	
TRES VECES AL DIA	62	57	33	19	17		188
MAS DE TRES VECES AL DIA	48	35	19	14	9	1	126
DOS VECES AL DIA	17	16	8	4	6		51
UNA VEZ AL DIA	4	7	3	3	2		19
<b>TOTAL</b>	<b>131</b>	<b>115</b>	<b>63</b>	<b>40</b>	<b>34</b>	<b>1</b>	<b>384</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 24: Motivo vs frecuencia de consumo



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** De acuerdo al cruce de variables realizadas se tiene como resultado que uno de los principales motivos de consumo de comida vegetariana es por todos los factores descritos, ya sea salud, derechos tanto ambientales como de los animales, mientras que en segunda posición con 115 personas refleja que en muchos casos el único motivo de consumo es el de la salud, seguida de los respectivos derechos, imagen, entre otros.

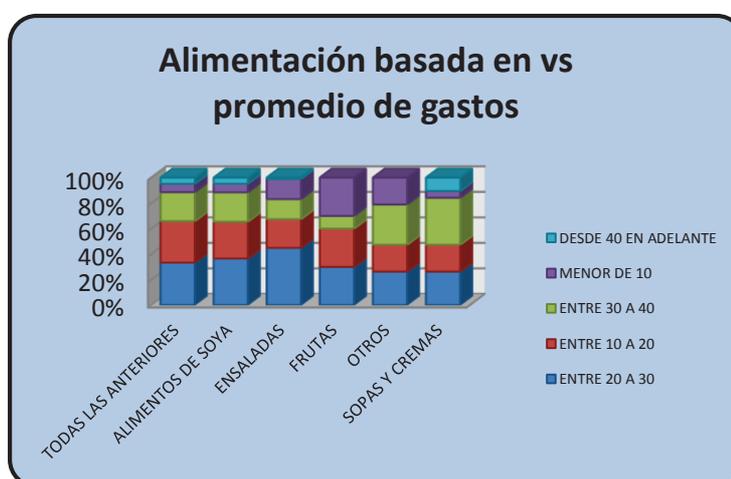
## 6. Cruce de variables entre alimentación basada y promedio de gastos.

Tabla 41: Alimentación Basada

Alimentación basada	ENTRE 20 A 30	ENTRE 10 A 20	ENTRE 30 A 40	MENOR DE 10	DESDE 40 EN ADELANTE	TOTAL
TODAS LAS ANTERIORES	41	40	28	8	6	123
ALIMENTOS DE SOYA	38	30	24	7	5	104
ENSALADAS	40	20	14	14	1	89
FRUTAS	9	9	3	9		30
OTROS	5	4	6	4		19
SOPAS Y CREMAS	5	4	7	1	2	19
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>107</b>	<b>82</b>	<b>43</b>	<b>14</b>	<b>384</b>

Elaborado por: Autoras

Gráfico 25: Alimentación basada vs promedio de gastos



Elaborado por: Autoras

**Análisis:** De acuerdo al cruce de variables que se tiene se puede detectar la gran mayoría de los consumidores opta por tener una alimentación saludable con la alternativa de todas las anteriores en donde también se tiene la soya, frutas y verduras, así mismo se puede determinar que el promedio de gastos del mismo es que \$20- \$30 y entre otro rango de valores se encontraba en segundo lugar \$10- \$20

## Resultados Grupo Focal

### FOCUS GROUP

Tabla 42: Listado de integrantes del Focus Group

Participantes	Edad	Ocupación	Sector
Javier Lindao	28	Coordinador Comercial	Norte
Cristian Sandoval	23	Diseñador Gráfico	Norte
Daniela Wilches	21	Estudiante Electrónica	Norte
Cristel Rivera	25	Empresa de café	Norte
Carolina Barrios	27	Empresa Auditora	Norte
Karen Pesantez	23	Constructora	Sur

Elaborado por: Autoras

El análisis que se encontró en cuanto al grupo focal es que los participantes consideran al vegetarianismo como una ayuda a la sociedad, preservación del medio ambiente, un estilo de vida que ayuda en la salud de las personas tal como los participantes lo describen, muchos de ellos fueron motivados a ser vegetarianos al visualizar videos de como mueres estos animales que son parte del menú de las personas, una de las participantes indico que lleva esta alimentación sana por sus padres ya que fue criada así desde pequeña, así mismo experiencias familiares ya que han fallecido por enfermedades catastróficas como el cáncer, se tuvo la participación de semi-vegetarianos, un vegano, un frugívoro y dos lacto-vegetarianos, cada uno acotaba que les ha dado muchos beneficios en su salud, se sienten con más energía, sienten mejoras en su sistema digestivo, los mismos acotaban que se sienten más activos e incluso felices. En cuanto se les pregunto si tenían conocimiento acerca de los tipos de vegetarianos la mayoría acotó que no tienen un conocimiento más profundo acerca del tema, así mismo muy pocos

concretaron que seguían dietas vegetarianas con nutricionista o si seguían recomendaciones de los mismos, prefieren buscar información a través del internet. Los participantes tienen una frecuencia de ingesta de alimentos aproximadamente de dos a tres veces al día, a excepción de la participante que se basa principalmente su alimentación en frutas que se alimenta 5 veces dependiendo de la cantidad que consume en el desayuno. La mayoría prefiere comida de casa, preparada ya que no consideran muy sana la comida en los restaurantes de la ciudad. La gran mayoría de los participantes prefieren trotar, hacer pilates y yoga, aunque indicaron que por falta de tiempo lo practican poco. Se alimentan principalmente de jugos, frutas, ensaladas, cremas, verduras, pescado, tienen una opinión de respeto acerca de las personas que consumen comida chatarra, sin embargo acotan que si estos consumidores supieran los beneficios que les da en su salud, inmediatamente se cambiaran de estilo de vida, por uno más sano ya que a medida que pasa el tiempo pueden contraer enfermedades o afectar su salud de alguna manera, poniendo como un factor que también afecta a que se alimenten de comida chatarra el rápido estilo de la cultura Guayaquileña al tener ocupaciones y estar siempre con el tiempo. Todos coinciden que se aporta de manera muy positiva siendo vegetariano al medio ambiente, ayudando a desarrollar un ecosistema sostenible. Todos los vegetarianos que participaron en el *focus group* certificaron ser católicos teniendo un principio básico que Dios dio de ser dueños de la naturaleza administrándola bien y que eso no influye en el estilo de vida vegetariano, el ambiente idóneo más considerado es el hogar. Y consideran que el precio de los alimentos en los restaurantes es irrelevante con tal de tener un buen servicio y ambiente relajado. Para culminar los participantes se guían más por revistas virtuales, *Instagram* ya que publican cosas artísticas que les llama mucho la atención, así mismo les gustaría participar en un foro de vegetarianos, las reuniones con el fin que les ofrezcan más conocimiento acerca del mismo.

## **ENTREVISTA A PROFUNDIDAD**

### **Entrevistado #1**

*Nutricionista y especialista en cosmetología Gabriela Félix*

1. ¿En qué consiste ser vegetariano?

Son personas que han decidido eliminar de su dieta todo lo que son productos que sean de origen animal y además de esto puede ser por diferentes razones como la salud o por convicciones que sean de tipo moral.

2. ¿Cuáles son los motivos que influyen para ser vegetariano?

Todo esto influye de los hábitos y las costumbres que tenga cada una de las personas y por lo general esto se va dando desde la niñez cuando comienzan a ingerir alimentos de este tipo es decir desde los 8 meses de edad.

3. ¿Es necesario un control nutricional especializado para la vida de un vegetariano?

Si es necesario porque las personas que somos vegetarianas tienden a tener déficit en lo que son proteínas en algunos minerales que pueden llevar un desequilibrio en un futuro.

4. ¿Cómo clasificaría a los vegetarianos?

Básicamente existen varios tipos de vegetarianos de los cuales hacen referencia ipor los lacto vegetarianos, ovo vegetariano, ovo-lacto vegetariano, vegano esos son entre los más comunes en el medio por su variada rutina alimenticia dependiendo de los derivados de la vaca o simplemente vegetales.

5. ¿Cuál debe ser la rutina alimenticia para una persona vegetariana?

Como toda persona debe consumir alimentos en 5 fracciones o veces al día, es decir el desayuno, almuerzo y merienda, aparte 2 razones de entre comida; media mañana y media tarde. Consumir 8 vasos de agua al día, realizar actividad física y consumir mayor contenido vegetal que sean de color verde como brócoli, la espinaca, ya que tienen mayor contenido de ácido fólico que es una de las proteínas más importantes que necesita el cuerpo.

6. ¿Qué actividad física le recomienda a un vegetariano?

Se recomienda diversos tipos de actividades como yoga, tales como la bailoterapia, también pueden ser natación, ejercicios de cardio, pueden ser ciertas rutinas con el entrenador y siempre siguiendo su consejo.

7. ¿Cuáles son los principales beneficios de ser vegetariano?

El mayor beneficio es mantener un estilo de vida saludable y también ayuda a mantener una buena figura porque te riges a una rutina alimenticia equilibrada que no permite engordar. Además te ayuda a prevenir enfermedades tales como la deslipidemia que se da por un mayor consumo de vegetales.

8. ¿Cuáles son los compromisos que tiene un vegetariano con la sociedad?

El compromiso es su lazo al proteger los derechos de los animales, ayudando a disminuir la matanza de los mismos y en particular ayudar a conservar el medio ambiente.

9. ¿Qué particularidad ha podido notar en el perfil de un vegetariano?

Por lo general son personas pálidas debido a que no consumen proteína de tipo animal y son de apariencia delgada en su gran mayoría.

10. ¿Puede mencionar los medios de información digital que conoce para que los vegetarianos estén actualizados sobre las nuevas tendencias nutricionales?

Por lo general gracias al avance tecnológico existen variedad de programas y aplicaciones en el celular que permiten mantenerse de forma saludable; observar por la cual sirven como complemento y guía para su estilo de vida.

## **Entrevistado #2**

*Nutricionista Fitness Adrian Yopez*

1. ¿En qué consiste ser vegetariano?

Bueno es algo irrelevante que tanto se acoplan a la sociedad, el vegetariano en cierta forma tiene problemas al momento de no tener una guía alimenticia por desinformación, esto influye la cantidad adecuada de ingerir vitaminas tales los aminoácidos; es necesario saber combinarlas a la larga es lo mejor. Pero la mayoría de personas no saben hacerlo; realmente es difícil saber llevar esta rutina sin informarse antes.

2. ¿Cuáles son los motivos que influyen para ser vegetariano?

Depende de varios factores sociales y personales tales que influyen el estar bien por salud siempre y cuando sepa y esté bien informado de lo debe comer. Es importante no tan solo la imagen o querer formar parte del grupo sino conocer de los beneficios y los contras de ser vegetariano.

3. ¿Es necesario un control nutricional especializado para la vida de un vegetariano?

Si es de vital importancia el control de un nutricionista para que se mantengan informados y conservar una guía alimenticia correcta o sino que solicitar o buscar en internet siempre y cuando sean respaldadas y no se crucen con información falsa que pueda perjudicar la salud. En cambio un nutricionista se basa en ciencia de las últimas tendencias que se están dando en el mundo con datos verídicos y comprobados.

4. ¿Cómo clasificaría a los vegetarianos?

Según a la clasificación existen varios tipos como veganos y ser vegetariano es otra porque parte de comer ciertos lácteos a la vez como los ovo lácteos, semi vegetarianos, esos son los principales.

5. ¿Cuál debe ser la rutina alimenticia para una persona vegetariana?

Para tener una buena rutina alimenticia hay que consumir granos, brócoli es una buena opción de proteína vegetal, saber combinar todo tipo de vegetales y frutas; consumir integrales en cuanto a carbohidratos, se debe tratar que en cada comida ubicar estas fuentes de vitaminas y proteínas necesarias para el cuerpo.

6. ¿Qué actividad física le recomienda a un vegetariano?

Una de las actividades físicas que ayudan a mantenerse en forma para los vegetarianos son los ejercicios de resistencia muscular, o de resistencia para poder mejorar y fortalecer sus músculos además de que la mayoría de los vegetarianos prefieren las actividades al aire libre como el yoga; este ejercicio es bueno para la elasticidad y cardio.

7. ¿Cuáles son los principales beneficios de ser vegetariano?

En la actualidad existe el factor de las comidas con hormonas en el caso del pollo y también de pesticidas por tal motivo es bien visto ser vegetariano, porque se evita de comer ciertas cosas.

8. ¿Cuáles son los compromisos que tiene un vegetariano con la sociedad?

Uno de los principales compromisos es defender los derechos de los animales, aunque directamente con las personas no los tenga al menos que lo hagan por otro tipo de influencia mas no directamente, debido a que es decisión de cada quien formar parte de la sociedad vegana en la ciudad y cambiar su ritmo de vida.

9. ¿Qué particularidad ha podido notar en el perfil de un vegetariano?

La particularidad tanto en lo físico y psicológico porque en lo físico suelen ser delgados por una falta de proteínas en algunos casos porque no saben combinar bien los ingredientes; al momento de estar bien combinados se empieza a generar resistencia muscular. También se puede decir que existen casos de gorditos debido a que solo se alimentan de ciertas proteínas.

10. ¿Puede mencionar los medios de información digital que conoce para que los vegetarianos estén actualizados sobre las nuevas tendencias nutricionales?

Existen canales en YouTube pero lamentablemente son solo en idioma ingles y estos son muy buenos ya que sirven como guías nutricionales y a la vez se implementa con una rutina de ejercicios básicos por día.

### **Entrevistado #3**

*Nutricionista Samantha Fajardo*

1. ¿En qué consiste ser vegetariano?

Ser vegetariano significa eliminar de su dieta la carne de animal, solo mantiene en su lista vegetales o derivados de lácteos y frutas.

2. ¿Cuáles son los motivos que influyen para ser vegetariano?

Uno de los motivos básicamente es el cuidado de los animales y de tipo referencial ya sea un amigo o familiar que ya hayan adaptado un estilo de vida vegano.

3. ¿Es necesario un control nutricional especializado para la vida de un vegetariano?

Claro que si es fundamental la guía de un profesional que se involucre directamente con la dieta o rutina diaria, debido a que el cuerpo necesita vitaminas, proteínas y minerales para poder estar bien durante el día. Por lo general algunos solo se rigen por lechuga y ciertos vegetales pero se debe equilibrar la dieta.

4. ¿Cómo clasificaría a los vegetarianos?

Existen varios tipos de vegetarianos pero unos de los más influyentes son los semi vegetarianos, los ovo lactos, lacto vegetariano, lacto ovo vegetariano y veganos puros; quienes prefieren al 100% vegetales y derivados de lácteos.

5. ¿Cuál debe ser la rutina alimenticia para una persona vegetariana?

La rutina alimenticia debe ser variada implementando varios vegetales que aporte con diferentes proteínas y estimulen a su nutrición de forma completa.

6. ¿Qué actividad física le recomienda a un vegetariano?

Lo normal mucho cardio, trotar que lo pueden completar con gym o sino ejercicios que estimulen ejercitar y relajar músculos como el yoga que es

recomendado por muchos; en diversos casos hasta realizan Crossfit y deportes extremos; siempre y cuando se mantengan bien con respecto a su alimentación balanceada.

7. ¿Cuáles son los principales beneficios de ser vegetariano?

Uno de los beneficios es mantener un ambiente de estilo de vida saludable que contribuye a su mejora anímica y emocional.

8. ¿Cuáles son los compromisos que tiene un vegetariano con la sociedad?

Contribuir al cuidado y protección de los animales que ciertas ocasiones están desprotegidos y colaborar con el cuidado del medio ambiente ya que en la actualidad se trata de enfocarse en eso por el tema de contaminación y esto ayuda a cambiar la forma de pensar de la sociedad.

9. ¿Qué particularidad ha podido notar en el perfil de un vegetariano?

Es notorio que los veganos mantienen un peso medio, su contextura no es ni tan gruesa o fina; tratan de llevar un estilo balanceado más que imagen es prevención y cuidado de su salud. También es significativo su rostro son por lo general son finos y sanos por su alimentación rica en proteínas y cero grasas.

10. ¿Puede mencionar los medios de información digital que conoce para que los vegetarianos estén actualizados sobre las nuevas tendencias nutricionales?

En la actualidad existen varios medios digitales por las cuales se pueden guiar para mantener una rutina alimenticia adecuada aunque siempre se debería consultar antes con un nutricionista. El internet es extenso con respecto a manejo de Apps y canales por medio de YouTube y revistas digitales.

## **Conclusión: Capítulo 4**

Se puede determinar que encuestar a este tipo de consumidor no es fácil, visto que no se los suele encontrar en lugares donde siempre las personas acuden, es necesario asistir a lugares en donde ellos acude por distracción o por algún otro motivo

Dentro del capítulo se puede determinar los siguientes resultados de la investigación científica dependiendo de las herramientas a implementar. Se pudo concluir dentro del focus Group que los vegetarianos gustan de compartir un dialogo en común por su pertenencia a clubs o grupos sociales donde se infieren y debaten varios temas acerca de los veganos.

Dentro de las encuestas se realizaron a 384 personas vegetarianas por la cual determinaron sus preferencias y aceptaciones en varias preguntas acorde a su comportamiento de forma rutinario y acerca de sus gustos al momento de ir a visitar un restaurante o degustar por preparación propia; qué tipo de rutina de ejercicios, sus hábitos de consumo, entre otros temas importantes de analizar.

En las entrevistas a profundidad se llevó a cabo a 3 profesionales en el campo nutricionista, en las cuales aportaron con sus conocimientos acerca del comportamiento de los vegetarianos en la actualidad y si es importante llevar un control antes comenzar este tipo de estilo de vida fundamentado en una dieta balanceada de frutas y verduras.

## **Capítulo 5**

### **Conclusiones y futuras líneas de Investigación**

## 5.1 Conclusiones

De acuerdo al tema estudiado se puede concluir que este tipo de investigación colabora de manera significativa a las empresas que buscan conocer de una manera más directa y profunda a los consumidores, así mismo para aquellas que desean implementar nuevos sistemas en sus negocios existentes o en muchos casos aquellas que buscan captar más mercado o introducir nuevos productos a los mismos.

En cuanto al estudio realizado a los consumidores vegetarianos se puede concluir que este tipo de consumidor es muy selectivo en el momento de elegir su comida por el mismo hecho de que cuidan de que este se encuentre en perfectas condiciones sanitarias, la procedencia de los alimentos y su respectiva elaboración, por ello en muchos casos de acuerdo a los resultados prefieren que sea hecho por ellos mismos

Este tipo de investigación permitió conocer a cada tipo de vegetariano y sus características, en cuanto a gustos, que alimentos suelen consumir con frecuencia, el rango de las edades principales en donde se encuentran estos consumidores, los sectores en donde encontramos a estos consumidores. Además de conocerlos a profundidad se analizaron los factores que toman en cuenta al acudir a un restaurante ya sea parqueo, olores, colores y en muchos casos la atención personalizada que brindan a estos consumidores.

Tabla 43: Objetivos alcanzados

Objetivo General	Análisis del perfil de los consumidores de comida vegetariana en la ciudad de Guayaquil	
Objetivo 1	Factores que motivan el consumo	
Objetivo 2	Como identificar el estilo de vida de los vegetarianos	
Objetivo 3	Tipo de comida de preferencia por parte de los vegetarianos	

Elaborado por: Autoras

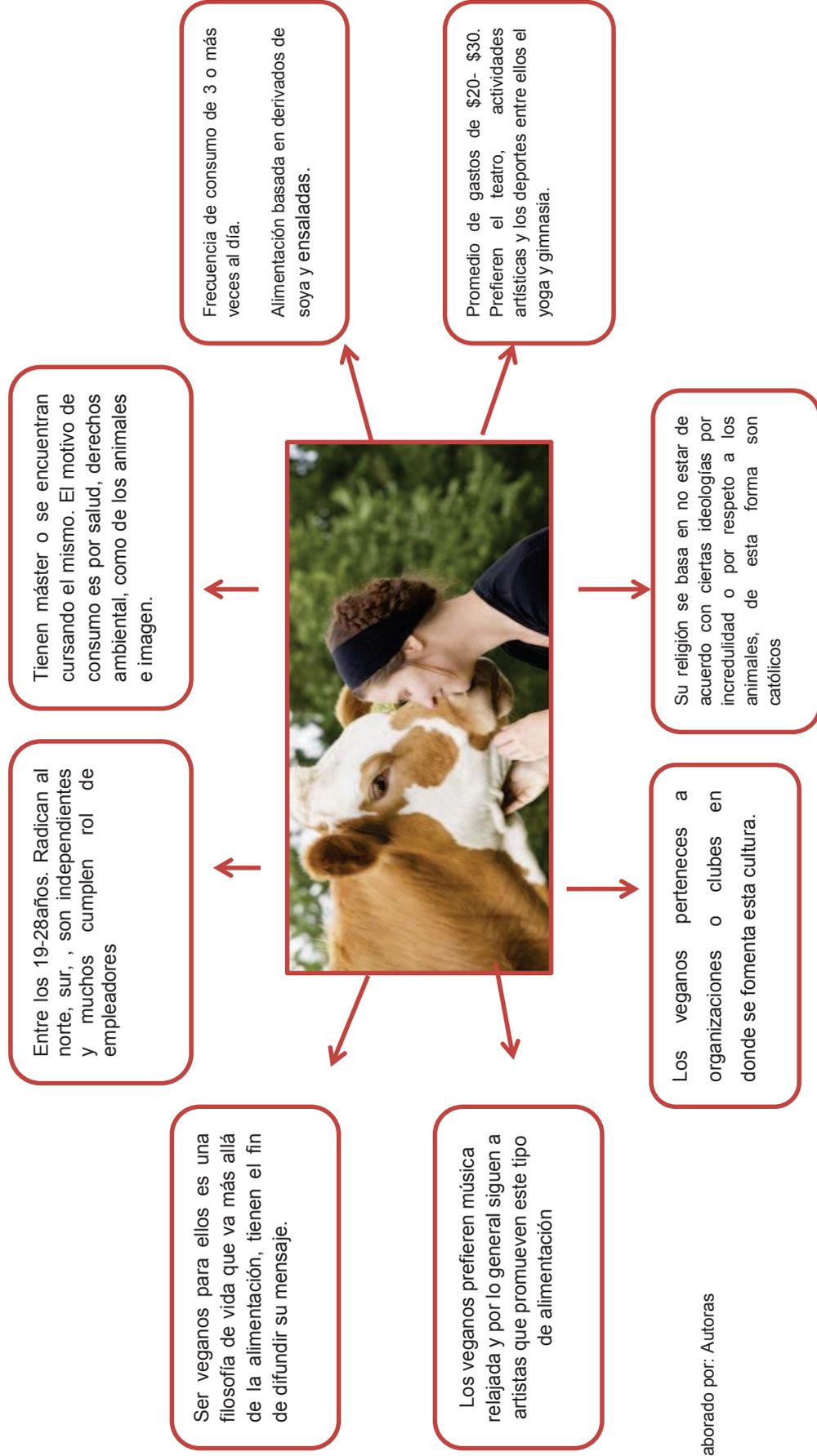
De acuerdo a los objetivos planteados se puede determinar que se cumplió con los objetivos del mismo a través de la investigación científica, en cuanto a los objetivos específicos se logró encontrar los factores principales por los cuales muchos jóvenes actualmente están cambiando sus hábitos entre ellos siendo el principal factor motivante del consumo de comida vegetariana que es la salud y por la defensa de los derechos de los animales, medio ambiente, datos encontrados de la investigación cuantitativa, sin embargo dentro de la investigación cualitativa dichos consumidores lo relacionan con pérdida de familiares a causa de cáncer.

El estilo de vida de los mismos se lo puede identificar a través del tipo de vegetariano que se considera puesto que cada uno tiene una identificación específica con características similares en ciertos aspectos y distintas ideologías en otras.

Los consumidores de este tipo de alimentación en cuanto al objetivo 3 prefieren la soya como menú principal, así mismo muchos de ellos prefieren acompañar su comida con vegetales, verduras y frutas, muy aparte del grado de vegetariano que se considera ya que por medio de ella lleva una dieta saludable.

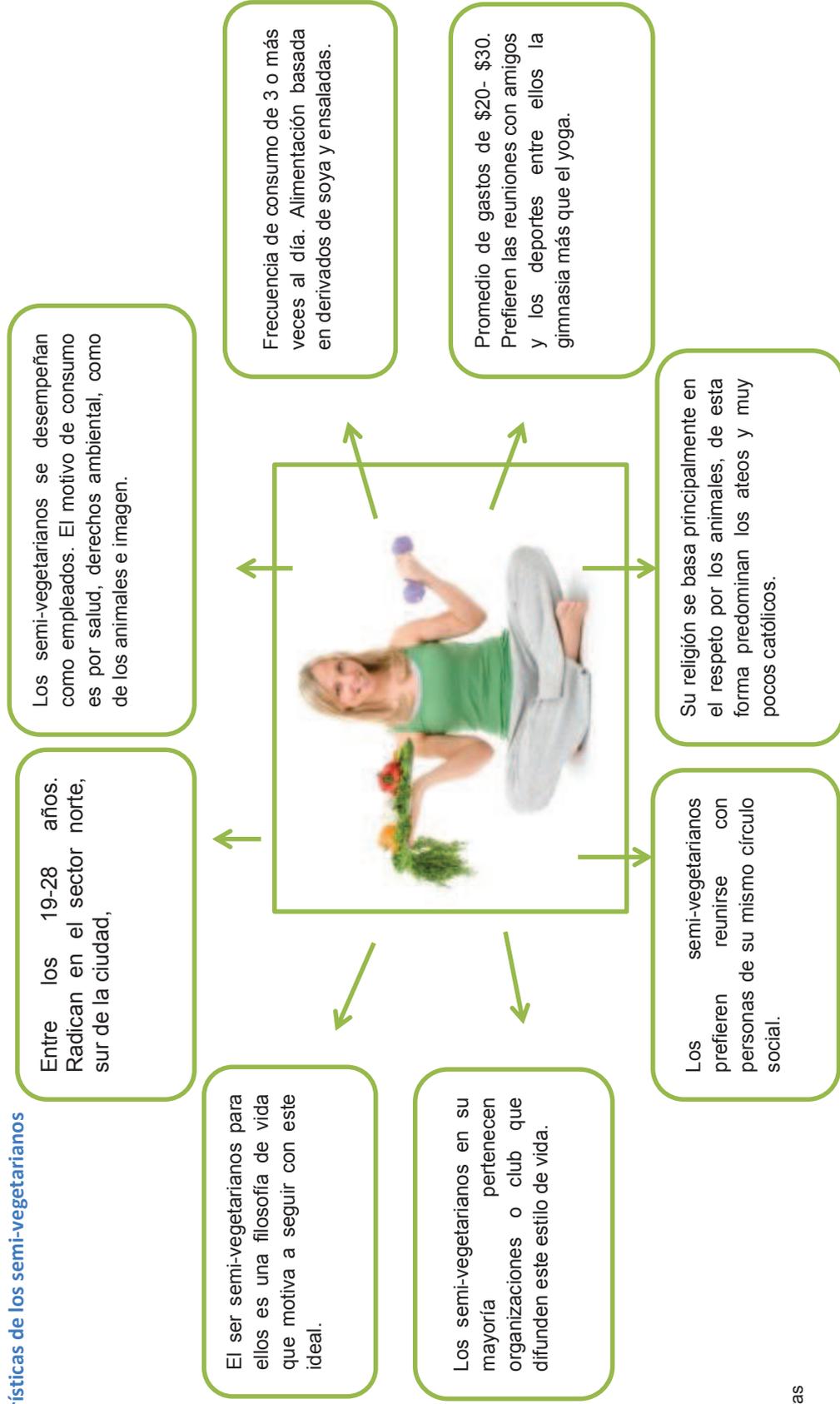
En cuanto a objetivo general, se buscaba tener el perfil de este tipo de consumidor para ser analizado a continuación:

Tabla 44: Características de los Veganos



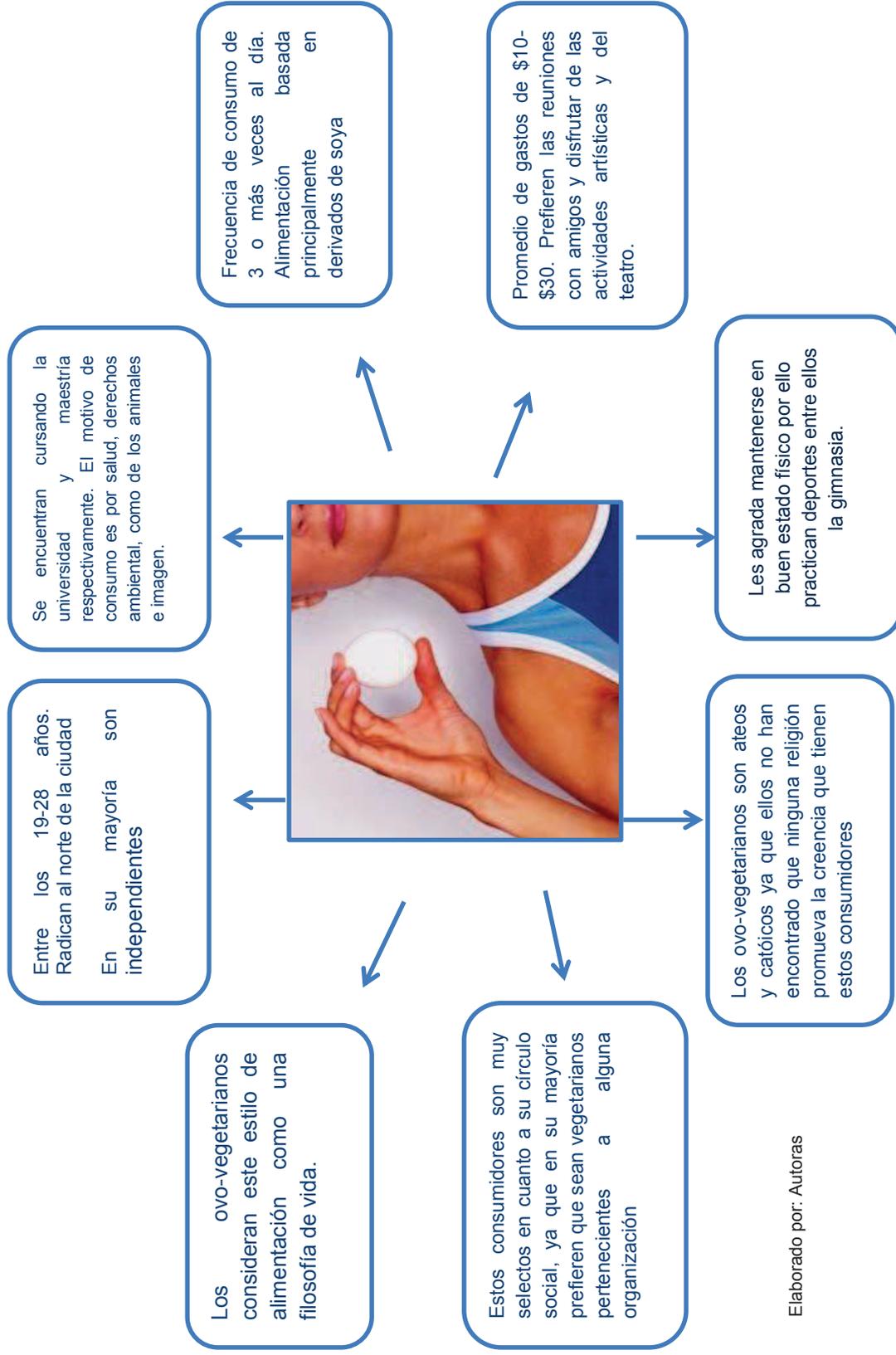
Elaborado por: Autoras

Tabla 45: Características de los semi-vegetarianos



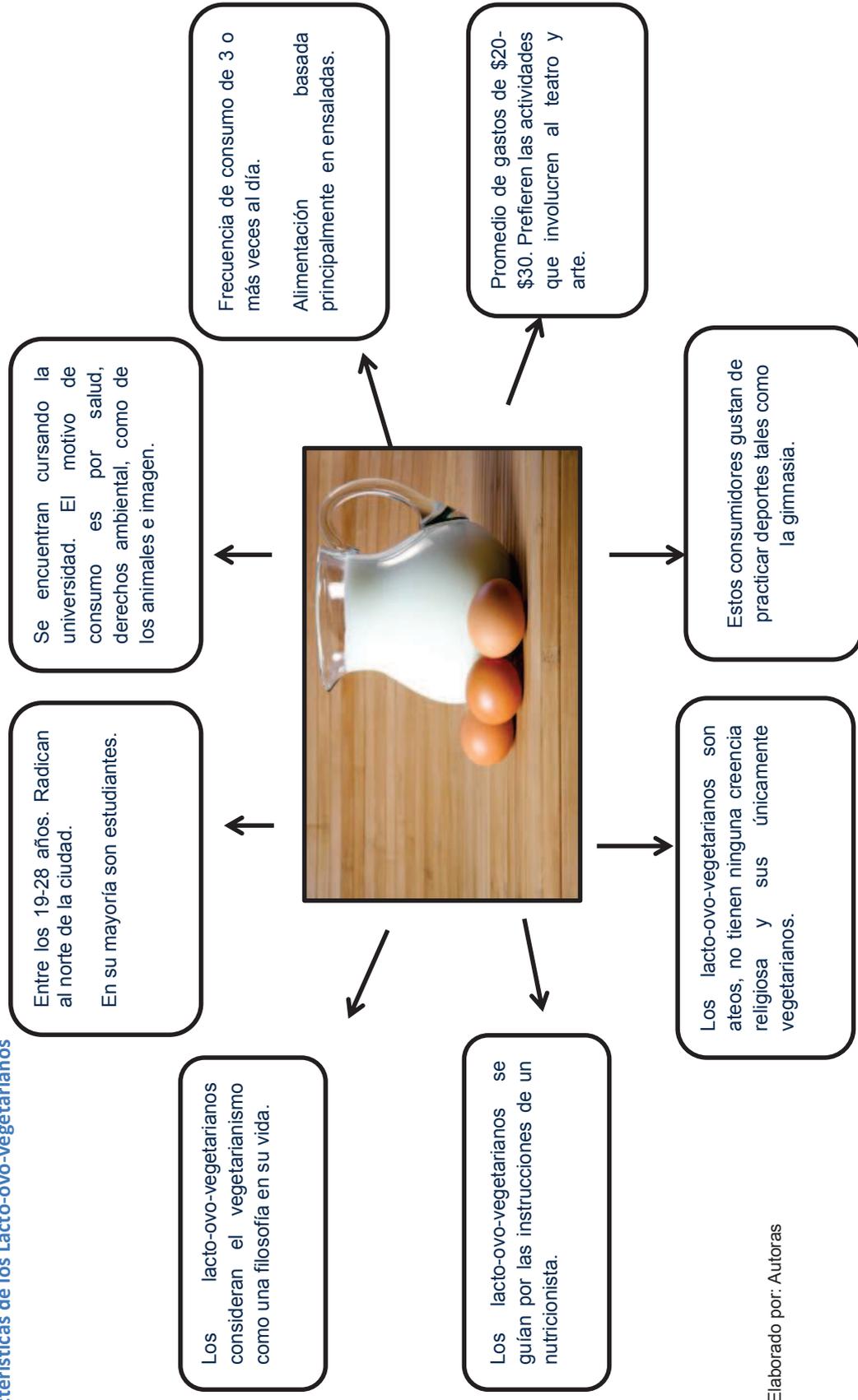
Elaborado por: Autoras

Tabla 46: Características de los Ovo-vegetarianos



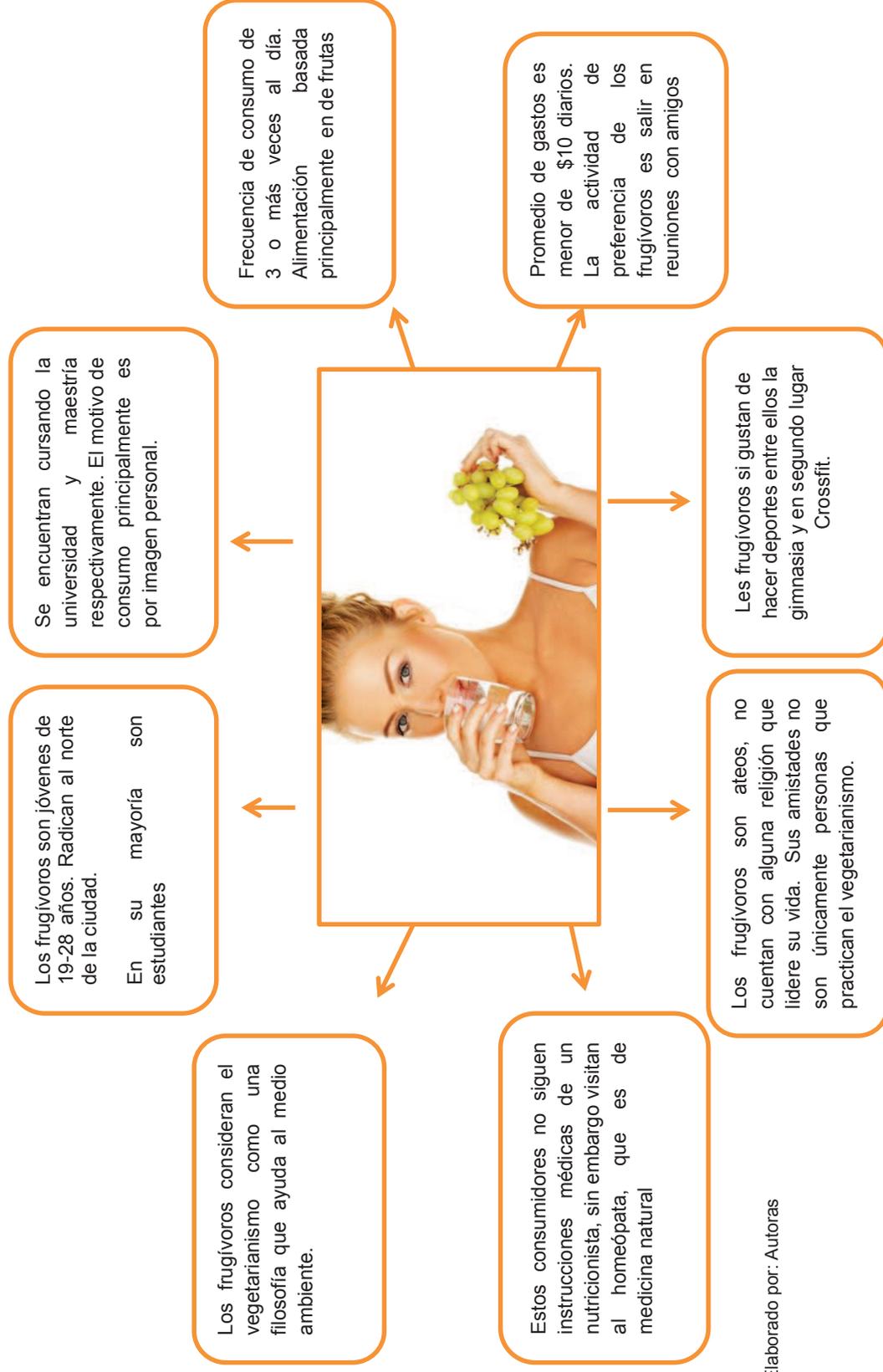
Elaborado por: Autoras

Tabla 47: Características de los Lacto-ovo-vegetarianos



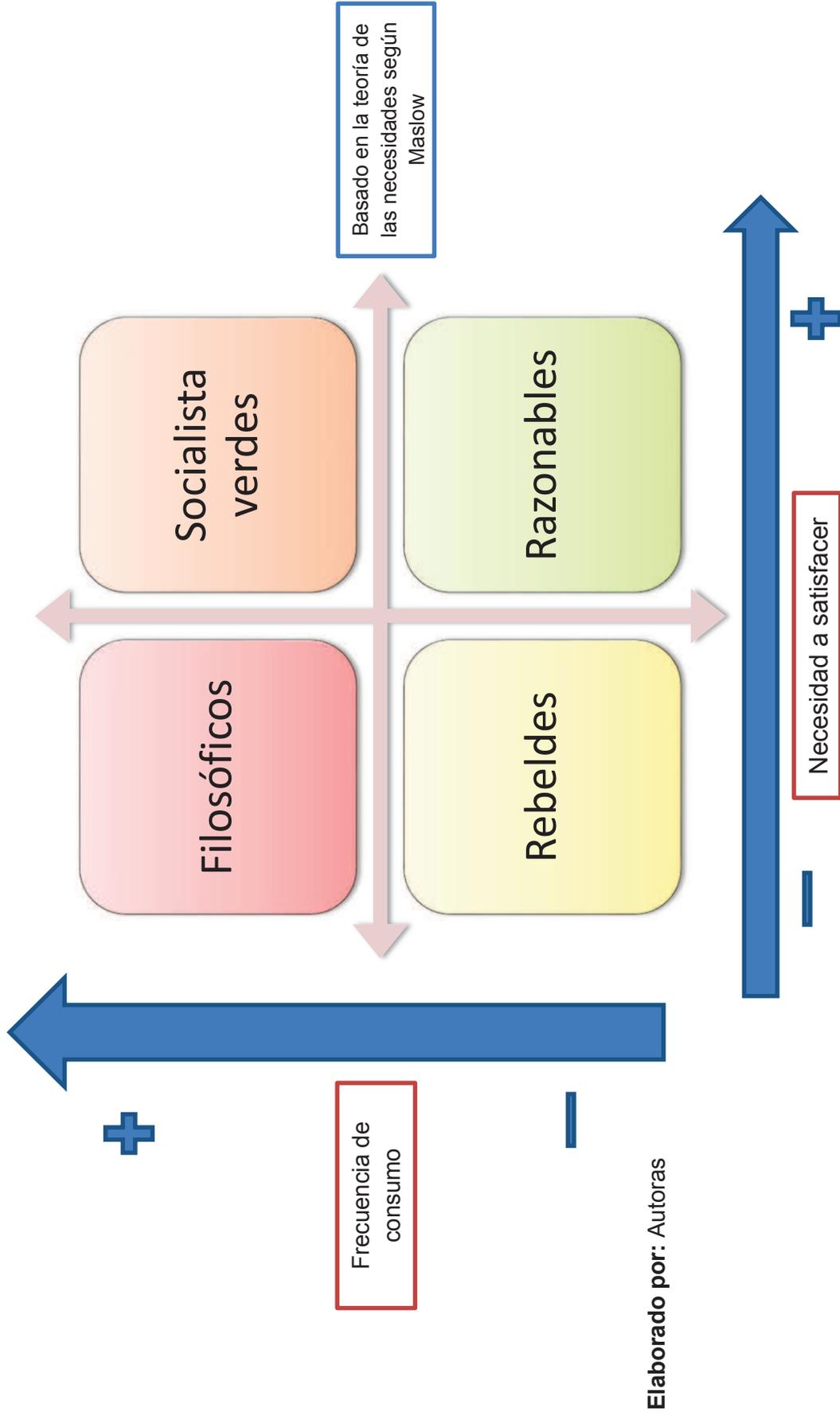
Elaborado por: Autoras

Tabla 48: Características de Frugívoros



Elaborado por: Autoras

## 5.1.2 MODELO PROPUESTO



Elaborado por: Autoras

**MODELO**

<u>Vegano</u>	<u>Semi-vegetariano</u>	<u>Ovo-vegetariano</u>	<u>Lacto-vegetariano</u>	<u>Frugívoro</u>
P	R/S	R/C	R/C	R/C
✓	✓	—	✕	✕
SI	SI	SI	—	—
✓	✓	✓	✕	✕
	 		 	 
Alimentación	Amistades	Actividades deportivas	Grupos sociales	Actividades extras

### **Modelo propuesto 1:**

En el modelo propuesto se tomó en consideración dos variables, frecuencia de consumo y necesidad a satisfacer, basándose en la teoría de las necesidades de Maslow descritas en el marco teórico, en la cual se tomó en cuenta cuatro categorías dentro de una matriz teniendo en cuenta los puntos positivos y negativos en ambas variables:

**Cuadrante Filosófico:** Alta frecuencia de consumo y bajo en satisfacción de las necesidades, en este cuadrante se encuentra aquellas personas que en el momento de alimentarse solo toman en cuenta ciertos puntos a considerar como los lacto-ovo-vegetariano y ovo-vegetarianos.

**Cuadrante rebelde:** Son aquellos que tienen poca frecuencia de consumo y poca satisfacción de sus necesidades, en este cuadrante se encuentra los frugívoros que son aquellas personas que su alimentación está basada en frutas.

**Cuadrante Socialistas verdes:** En este cuadrante se toma a considerar alta frecuencia de consumo y alta satisfacción de las necesidades, tomando en cuenta a aquellas personas 100% veganas.

**Cuadrante: Razonables:** Se toma a considerar baja frecuencia de consumo y alta satisfacción de las necesidades, en este cuadrante encuentran los semi-vegetarianos.

### **Modelo propuesto 2:**

Los motivos según los objetivos planteados de acuerdo al perfil del comportamiento del consumidor vegetariano de acuerdo a su clasificación:

En esta matriz se analizan 4 factores, social, alimenticio, estilo de vida y sus actividades varias dando a explicar por lo general su rutina y su preferencia, a través de símbolos claves para que sean identificados de acuerdo a su clasificación.

### **5.1.3 Recomendaciones**

Se puede concluir que gracias al estudio científico que se ha realizado podemos conocer el comportamiento del consumidor vegetariano por sus diferentes tipos detallados en los 6 modelos existentes y junto a su comportamiento de compra.

Se pudo hallar su comportamiento dependiendo al cruce por variable que influye directa o indirectamente al proceso de alimentación, estilo de vida, gustos y preferencias, deportes, actividades varias, medios informativos, proceso de preparación, entre otros puntos relevantes para identificar y llegar a establecer el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

Gracias a las herramientas cualitativas y cuantitativas e información primaria y secundaria se pudo llegar a la conclusión de cómo afectan las variables en cada modelo de estudio.

Este estudio puede ser de gran utilidad para aquellos médicos nutricionistas que buscan crear concientización con el cuidado de los animales y medio ambiente, así mismo para aquellas fundaciones que participan durante todo el año en campañas de ayuda para estos animales y aquellos que se preocupan por el estilo de vida en cuanto a alimentación: grasas, frutas, carbohidratos y bebidas.

Para ellos se recomienda hacer uso del modelo para futuras investigaciones por parte de aquellos estudiantes que lo necesiten o vean que es de gran utilidad conocer un poco más acerca de otras culturas por las que muchas veces se está rodeado pero pasa desapercibido.

#### 5.1.4 Futuras líneas de Investigación

- Determinar enfermedades que influyentes para los vegetarianos
- Identificar variables para la toma de decisiones en cuanto a elección de productos que no permanezcan a la línea vegana.
- Determinar el comportamiento de estilo de vida familiar de los vegetarianos.
- Conocer otras variables que influyen a que los consumidores se vuelvan vegetarianos
- Determinar si estos consumidores tienen una vida más saludable que aquellos que consumen todo tipo de alimento.
- Considerar si la medicina natural es tan efectiva como a medicina científica
- Determinar la veracidad acerca de la longevidad de los veganos, de acuerdo a los estudios realizados.
- Determinar si los vegetarianos tienen menos riesgos de contraer enfermedades como el cáncer a comparación de aquellos que no llevan este estilo de vida.
- De acuerdo al estudio, se detectó que el alto consumo de agua es mucho más grande para elaborar cárnicos, mediante conocer cuál es el punto de vista político para el ahorro de recursos.
- Estudiar los grupos de referencia a profundidad, debido al seguimiento de aquellos que practican este estilo de vida

## **Bibliografía**

- Ley Orgánica de defensa del consumidor.* (2000). Recuperado el Mayo de 2015, de <https://www.cnt.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
- Pro Ecuador.* (29 de Diciembre de 2010). Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/codigo-organico-de-la-produccion-comercio-e-inversiones/>
- El Instituto Nacional de Estadística y Censos .* (2011). Recuperado el 25 de Septiembre de 2015, de [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com\\_content&view=article&id=112&Itemid=90&](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&)
- Diario El Universo.* (12 de agosto de 2012). Recuperado el junio de 2015, de <http://especiales.eluniverso.com/underground/veganos/>
- Academia.edu.* (19 de septiembre de 2013). Recuperado el junio de 2015, de [http://www.academia.edu/6109474/TEORIAS\\_DEL\\_COMPORTE\\_DEL\\_CONSUMIDOR\\_COMPLETO](http://www.academia.edu/6109474/TEORIAS_DEL_COMPORTE_DEL_CONSUMIDOR_COMPLETO)
- Hazte Vegetariano.* (2013). Recuperado el 29 de Septiembre de 2015, de [http://www.haztevegetariano.com/p/951/El\\_recurso\\_del\\_agua\\_y\\_su\\_consumo\\_en\\_la\\_ganaderia](http://www.haztevegetariano.com/p/951/El_recurso_del_agua_y_su_consumo_en_la_ganaderia)
- Ley Orgánica de consumo, nutrición y salud alimentaria.* (Abril de 2013). Recuperado el 24 de Septiembre de 2015, de <http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/Propuesta-Ley-Consumo-Final.pdf>
- Revista Merca 2.0.* (5 de julio de 2013). Recuperado el mayo de 2015, de <http://www.merca20.com/los-colores-un-gran-recurso-de-marketing/>
- Revista Semana.* (2013). Recuperado el mayo de 2015, de Revista semana: <http://www.semana.ec/ediciones/2011/09/25/actualidad/actualidad/vegetarianos-una-minoria-que-crece/>
- (2014). *Telégrafo.*
- ALCALDÍA DE SAMBORONDÓN.* (2014). Recuperado el JULIO de 2015, de <http://www.samborondon.gob.ec/index.php/bonus-pages/services>
- Diario El Universo.* (2014). Recuperado el mayo de 2015, de <http://www.eluniverso.com/2011/09/22/1/1534/beneficios-vegetariano.html>
- MI. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL.* (2014). Recuperado el JULIO de 2015, de <http://www.guayaquil.gob.ec/guayaquil/la-ciudad/division>
- Ministerio de Ambiente.* (2014). Obtenido de Ministerio de Ambiente: <http://www.ambiente.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2015/01/Anexo\_5\_Regla-Permiso-de-Funcionamiento-20141.pdf

*Ministerio del Ambiente* . (2014). Obtenido de Ministerio del Ambiente :  
[http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/01/Anexo\\_5\\_Regla-Permiso-de-Funcionamiento-20141.pdf](http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/01/Anexo_5_Regla-Permiso-de-Funcionamiento-20141.pdf)

*Reglamento de alimentos* . (2014). Obtenido de Control Sanitario:  
<http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/R-de-ALIMENTOS-1988-y-reformas.pdf>

*Revista Familia Ecuador*. (2014). Recuperado el 24 de Septiembre de 2015, de  
<http://www.revistafamilia.com.ec/articulos-vida-practica/5218-el-vegetarianismo-se-apodera-de-la-mesa>

*Revista Gerstión*. (2014). Recuperado el Mayo de 2015, de Revista Gerstión:  
<http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2014/11/245-Salud.pdf>

*Diario El Telegrafo* . (18 de enero de 2015). Recuperado el junio de 2015, de  
<http://www.telegrafo.com.ec/de7en7/item/vegetarianos-por-salud-y-conviccion.html>

Báez, J., & Perez de Tudela. (2009). *Investigación cualitativa*. Recuperado el junio de 2015, de [https://books.google.es/books?id=Xmv-PJ9Ktzc&printsec=frontcover&dq=investigacion+de+mercados+cualitativa&hl=es&sa=X&ved=0CC4Q6AEwAmoVChMIt\\_Lo4omLxgIVUayACh28-gZh#v=onepage&q&f=true](https://books.google.es/books?id=Xmv-PJ9Ktzc&printsec=frontcover&dq=investigacion+de+mercados+cualitativa&hl=es&sa=X&ved=0CC4Q6AEwAmoVChMIt_Lo4omLxgIVUayACh28-gZh#v=onepage&q&f=true)

Baptista, M. V., León, M. d., & Mora, C. (Noviembre, 2010). Neuromarketing, conocer al cliente por sus percepciones. *Tec, Empresarial*, 13.

Best, R. J. (2009). *Marketing Estratégico*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2015, de [http://marketingestrategico2009.blogspot.com/2009/05/marketing-estrategico-roger-j-best\\_28.html](http://marketingestrategico2009.blogspot.com/2009/05/marketing-estrategico-roger-j-best_28.html)

Braidot, N. (2009). *Neuromarketing Aplicado*. Salamanca.

Cedatos. (2013). *location-world*. Recuperado el julio de 2015, de <http://www.location-world.com/gbs/Portals/0/Ficha%20Cedatos%20Estratificacion%20de%20Niveles%20Socio%20Economicos%2009-2013%20v2.pdf>

Comercio, E. (2013). El Vegetarianismo se apodera de la mesa. *Revista Familia*.

Constanzo. ((2006) ).

Diario El comercio. (junio de 2014). *Diario El comercio*. Recuperado el julio de 2015, de Diario El comercio: <http://www.elcomercio.com/tendencias/dieta-jovenes-extremos-comida-chatarra-vegetarianos-alimentacion-habitos-nutricion.html>

- Diario El Telegrafo. (abril de 2015). *www.telegrafo.com.ec*. Recuperado el abril de 2015, de <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/item/guayaquil-crece-hacia-la-aurora-y-la-via-a-daule.html>
- Diario El Universo. (2015). *www.eluniverso.com*. Recuperado el abril de 2015, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/05/nota/1983061/urbanizaciones-dan-mas-dinero-centro-cantonal>
- Diario El Universo. (2015). *www.eluniverso.com*. Recuperado el abril de 2015, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/11/24/nota/4264426/joya-22000-habitantes-supera-poblacion-6-cantones>
- Diario Expreso. (13 de julio de 2013). *www.expreso.ec*. Recuperado el 25 de mayo de 2015, de *www.expreso.ec*:  
<http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota.aspx?idart=4803278&idcat=19308&tipo=2>
- Diario La hora. (abril de 2006). *www.lahora.com.ec*. Recuperado el abril de 2015, de [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101051854/-1/En\\_Ecuador\\_el\\_59%25\\_de\\_adultos\\_sufren\\_de\\_obesidad.html#.VTrPgtJ\\_Okp](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101051854/-1/En_Ecuador_el_59%25_de_adultos_sufren_de_obesidad.html#.VTrPgtJ_Okp)
- Diario La Hora. (14 de abril de 2015). *www.lahora.com.ec*. Recuperado el 30 de mayo de 2015, de *www.lahora.com.ec*:  
[http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101815648/-1/Ecuador%3A\\_inflaci%C3%B3n\\_acumulada\\_en\\_abril\\_de\\_2015\\_fue\\_de\\_2,48%25,\\_seg%C3%BAn\\_el\\_INEC.html#.VWscotJ\\_Oko](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101815648/-1/Ecuador%3A_inflaci%C3%B3n_acumulada_en_abril_de_2015_fue_de_2,48%25,_seg%C3%BAn_el_INEC.html#.VWscotJ_Oko)
- Ecuadorinmediato. (2015). *www.ecuadorinmediato.com*. Recuperado el abril de 2015, de <http://www.ecuadorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/Comidavegetariana.html>
- guayaquildemisamoresec. (10 de mayo de 2012). *guayaquildemisamoresec*. Recuperado el agosto de 2015, de <http://guayaquildemisamoresec.blogspot.com/2012/05/sectores-de-guayaquil.html>
- Guyton, & Hall . ((2007)).
- Iglesias, M. C. (2004). *www.unacar.mx*. Mexico: Ana Polkey Gomez.
- Malhotra, N. k. (Septiembre de 2010). *Investigación de mercados*. Recuperado el Junio de 2015, de Promo negocios:  
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Peralba, & Trout. (2004).
- Pievi, N., & Bravin, C. (2009). *Repositorio*. Recuperado el Junio de 2015, de Documento metodológico orientado a la investigación cualitativa educativa:

[http://repositorio.educacion.gov.ar/dspace/bitstream/handle/123456789/96341/publicacion\\_infid.pdf?sequence=1](http://repositorio.educacion.gov.ar/dspace/bitstream/handle/123456789/96341/publicacion_infid.pdf?sequence=1)

Sáiz, Á. V. (JULIO de 2015). *Pensar más allá de la especie. La creciente relevancia de los "Animal Rights Debates" en la Teoría Política contemporánea*. Recuperado el AGOSTO de 2015, de <http://www.aecpa.es/uploads/files/modules/congress/12/papers/1356.pdf>

Sánchez, D. M., & Murray, D. (s.f.). *Alimentación vegetariana*. Recuperado el 24 de SEPTIEMBRE de 2015, de [http://www.sanutricion.org.ar/files/upload/files/Alimentacion\\_Vegetariana\\_Revisi on\\_final.pdf](http://www.sanutricion.org.ar/files/upload/files/Alimentacion_Vegetariana_Revisi on_final.pdf)

Sannuti, A. M. (s.f.). *Unión Vegetariana Internacional*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2015, de <http://www.ivu.org/spanish/history/gandhi/road.html>

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Enciclopedia Virtual*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2015, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/419/Grupos%20de%20referencia%20del%20consumidor.htm>

Talaya, A., Esteban, Á., & Collado, M. (2014). *Google Books*. Recuperado el Junio de 2015, de [https://books.google.es/books?id=dKTIAGAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=google+books+investigacion+de+mercado&hl=es&sa=X&ved=0CEkQ6wEwBWoVChMI-M2yj\\_WKxgIV0fSACH0h6wBb#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=dKTIAGAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=google+books+investigacion+de+mercado&hl=es&sa=X&ved=0CEkQ6wEwBWoVChMI-M2yj_WKxgIV0fSACH0h6wBb#v=onepage&q&f=false)

Telcel. (16 de mayo de 2015). *holatelcel.com*. Obtenido de holatelcel.com: <http://holatelcel.com/tecnologia-olvidate-de-la-carne-con-estas-apps-para-vegetarianos/>

Trespalacios, Vázquez, & Bello. (2010). *Investigación de mercados*. Recuperado el Junio de 2015, de Promo negocios.

Universia. (Noviembre de 2012). *Comida vegetariana: ventajas y desventajas*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2015, de <http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2012/11/02/979042/comida-vegetariana-ventajas-desventajas.html>

*www.iess.gob.ec*. (s.f.). Recuperado el abril de 2015, de <http://www.iess.gob.ec/documents/10162/3321619/PMD+UAA+DAULE.pdf>

*www.madrid.org*. (s.f.). *www.madrid.org*. Recuperado el julio de 2015, de <http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-disposition&blobheadername2=cadena&blobheadervalue1=filename%3D21+Factores+que+determinan+el+comportamiento+alimentario+de+la+poblaci%C3%B3n+escolar+de>

## **ANEXOS**

## **Anexo #1 Entrevista a profundidad**

Para conocer más acerca de los beneficios que tiene ser vegetariano se realizarán tres entrevistas a profundidad a médicos nutricionistas de la ciudad, en donde se buscará detectar por qué muchas personas siguen este estilo de vida.

### **Formato de Entrevista**

Se realizarán 3 entrevistas a nutricionistas especializados en el tema del vegetarianismo, quienes aportarán y responderán a las siguientes preguntas que se detalla a continuación.

1. ¿En qué consiste ser vegetariano?
2. ¿Cuáles son los motivos que influyen para ser vegetariano?
3. ¿Es necesario un control nutricional especializado para la vida de un vegetariano?
4. ¿Cómo clasificaría a los vegetarianos?
5. ¿Cuál debe ser la rutina alimenticia para una persona vegetariana?
6. ¿Qué actividad física le recomienda a un vegetariano?
7. ¿Cuáles son los principales beneficios de ser vegetariano?
8. ¿Cuáles son los compromisos que tiene un vegetariano con la sociedad?
9. ¿Qué particularidad ha podido notar en el perfil de un vegetariano?
10. ¿Puede mencionar los medios de información digital que conoce para que los vegetarianos estén actualizados sobre las nuevas tendencias nutricionales?

## Anexo #2 Encuesta

Se realizarán encuestas en los restaurantes y centros donde asisten los vegetarianos y veganos que detallan de manera más especializada los gustos y preferencias de los mismos, en cuanto a alimentación, tipo de vegetariano a considerarse, actividades que realizan y básicamente como se informan acerca del mismo.

### Formato de cuestionario

El siguiente cuestionario está elaborado con fines únicamente académicos para conocer el comportamiento del consumidor. Su respuesta será de mucho valor para futuras investigaciones. Muchas gracias por su tiempo.

**Sexo:** F  M       **Edad:** \_\_\_\_

### Sector donde vive:

Norte       Sur       Centro       Oeste

### Ocupación:

Estudiante       Empleado       Empleador       Independiente       Otros

### 1. ¿Qué tipo de instrucción académica posee?

Secundaria	<input type="checkbox"/>	Graduado de Colegio	<input type="checkbox"/>
Cursando universidad	<input type="checkbox"/>	Graduado de universidad	<input type="checkbox"/>
Cursando maestría	<input type="checkbox"/>	Graduado maestría	<input type="checkbox"/>
Cursando doctorado	<input type="checkbox"/>	Graduado de doctor	<input type="checkbox"/>

### 2. ¿Qué tipo de vegetariano se considera?

Vegano	<input type="checkbox"/>	Únicamente alimentos de origen vegetal
Semi-vegetariano	<input type="checkbox"/>	Incluye lácteos, pollo, huevo y pescado

- |                       |                          |  |
|-----------------------|--------------------------|--|
| Ovo-vegetariano       | <input type="checkbox"/> | Alimentos vegetales y huevos                 |
| Lacto-vegetariano     | <input type="checkbox"/> | Incluye lácteos (queso, leche y yogurt)      |
| Lacto-ovo-vegetariano | <input type="checkbox"/> | Incluye huevo, alimentos vegetales y lácteos |
| Frugívoro             | <input type="checkbox"/> | Alimentación basada sólo en frutas           |

**3. ¿Por qué motivos consume comida vegetariana?**

- |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| Salud                    | <input type="checkbox"/> |
| Imagen                   | <input type="checkbox"/> |
| Derechos ambientales     | <input type="checkbox"/> |
| Derechos de los animales | <input type="checkbox"/> |
| Todas las anteriores     | <input type="checkbox"/> |

**4. ¿Con qué frecuencia consume comida vegetariana?**

- |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| Una vez al día           | <input type="checkbox"/> |
| Dos veces al día         | <input type="checkbox"/> |
| Tres veces al día        | <input type="checkbox"/> |
| Más de tres veces al día | <input type="checkbox"/> |

**5. Su alimentación está basada principalmente en:**

- |                      |                          |
|----------------------|--------------------------|
| Ensaladas            | <input type="checkbox"/> |
| Frutas               | <input type="checkbox"/> |
| Sopas y cremas       | <input type="checkbox"/> |
| Alimentos de soya    | <input type="checkbox"/> |
| Otros                | <input type="checkbox"/> |
| Todas las anteriores | <input type="checkbox"/> |

**6. Su promedio de gastos diarios en comida vegetariana es:**

- |                        |                          |
|------------------------|--------------------------|
| Menor que \$10         | <input type="checkbox"/> |
| Entre \$10-\$20        | <input type="checkbox"/> |
| Entre \$20-\$30        | <input type="checkbox"/> |
| Entre \$30-\$40        | <input type="checkbox"/> |
| Desde \$40 en adelante | <input type="checkbox"/> |

**10. En cuanto a la preparación de comida vegetariana, la prefiere:**

- |        |                          |                      |                          |
|--------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| Propia | <input type="checkbox"/> | Por tercera personas | <input type="checkbox"/> |
|--------|--------------------------|----------------------|--------------------------|

**11. Si es por tercera personas la adquiere en:**

- Restaurante
- Islas en centros comerciales
- Supermercados

**12. ¿Qué actividades complementarias le gusta desarrollar?**

- Escuchar música instrumental
- Teatro y arte
- Deportes extremos
- Reuniones con amigos
- Reuniones con familiares
- Viajes
- Otros

**13. ¿Practica deportes o alguna rutina de ejercicios?**

- Sí  No

**14. Si su respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa, ¿cuál de las siguientes rutinas practica con frecuencia?**

- Crossfit
- Pilates
- Yoga
- Gimnasia
- Aeroterapia
- Otros

**15. ¿Su vida está guiada por alguna de las siguientes religiones?**

- Católico
- Cristianismo
- Judaísmo
- Ateo
- Otra  ¿Cuál? .....

**16. ¿Su círculo social principalmente son vegetarianos?**

- Sí  No

**17. ¿Pertenece a alguna organización que defienda los derechos de los animales y medio ambiente?**

Sí  No

**18. ¿Considera el vegetarianismo una filosofía de vida para usted?**

Sí  No

En caso de que su respuesta sea No, indique cuál es: \_\_\_\_\_

**19. ¿A qué medio de información se dirige para estar al día en cuanto al vegetarianismo?**

Revistas  Blogs  ¿Cuáles? .....

Charlas  Diarios

Redes Sociales  otros

### **Anexo #3**

#### **Fecha y lugar:**

**Fecha:** 18 de julio del 2015

**Lugar:** Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

#### **Introducción al grupo focal**

Buenas tardes y bienvenidos a nuestra sesión. Gracias por su tiempo para participar en esta discusión acerca de la comida vegetariana.

Somos estudiantes de la carrera de Ingeniería en Marketing de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

El propósito del estudio es conocer el perfil del consumidor de comida vegetariana de clase media alta en la ciudad de Guayaquil y vía Samborondón.. La información que nos provean será muy importante para el estudio que se está realizando.

En esta actividad no hay respuestas correctas o incorrectas, sino diferentes puntos de vista. Favor de sentirse con libertad de expresar su opinión, aun cuando esta difiera con la que expresen sus compañeros.

Se les pide que por favor hablen alto. Estaremos grabando sus respuestas, ya que no queremos perdernos ninguno de sus comentarios. Si varios participantes hablan al mismo tiempo, la grabación se perderá. Estaremos llamando a cada uno por el primer nombre. El informe final no incluirá los mismos para asegurar la confiabilidad. Tengan en cuenta que estamos tan interesados en los comentarios negativos como en los positivos. En algunos casos los comentarios negativos son aún más útiles que los positivos.

Esta sesión durará unos 45 minutos, y no se tomará ningún receso formal.

Para empezar se necesita conocer su nombre, edad, a qué se dedica, dónde trabaja, y por qué decidió participar en este grupo focal

## **Preguntas del grupo focal**

**Fecha:** 18 de julio del 2015

**Lugar:** Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Actividad:** Grupo Focal

**Tema:** Opiniones sobre el consumo de comida vegetariana en la ciudad de Guayaquil y vía Samborondón.

**Nombre del moderador:** Gabriela Ortega

**Asistente del moderador:** Diana Suárez

**Participantes:** 6

Una vez que diserten acerca de lo que para cada uno significa la palabra vegetariano se empezará con la ronda de preguntas, teniendo en cuenta que tengan un buen tono de voz.

1. ¿Qué es ser vegetariano?
2. ¿A qué se debió la decisión de ser vegetariano?
3. ¿Qué tipo de vegetariano se considera?
4. ¿Le ha dado beneficios en su salud este tipo de alimentación?
5. ¿Sigue las instrucciones de un médico para preparar su dieta?
6. ¿Con que frecuencia consume este tipo de comida?
7. ¿A qué sitios acude a consumir este tipo de comida?
8. ¿Qué tipo de deporte práctica?
9. ¿Realiza ejercicios para fortalecer su salud?
10. ¿Combina los ejercicios basados en dietas vegetarianas?
11. ¿Qué tipo de alimentos consume?
12. ¿Qué opina acerca de las personas que consumen comida vegetariana?
13. ¿Considera que se ayuda al medio ambiente con esta alimentación?
14. ¿Cuál es el ambiente idóneo para consumir comida vegetariana?
15. ¿Conoce los tipos de vegetarianos y sus diferencias en cuanto a sus referencias y gustos?

16. ¿Qué tipo de religión practican dentro del estilo vegetariano?
17. ¿Qué medios utiliza para conocer las tendencias de comida vegetariana?
18. ¿Qué tipo de aplicaciones utilizan para obtener más información?

#### **Anexo #4**

#### **OBSERVACIÓN DIRECTA**

#### **MR. WANG HO**

**Gráfico 100: Restaurante Mr. Wang Ho**



Elaborado por: Autoras

Gráfico 101: Restaurante Mr. Wang Ho



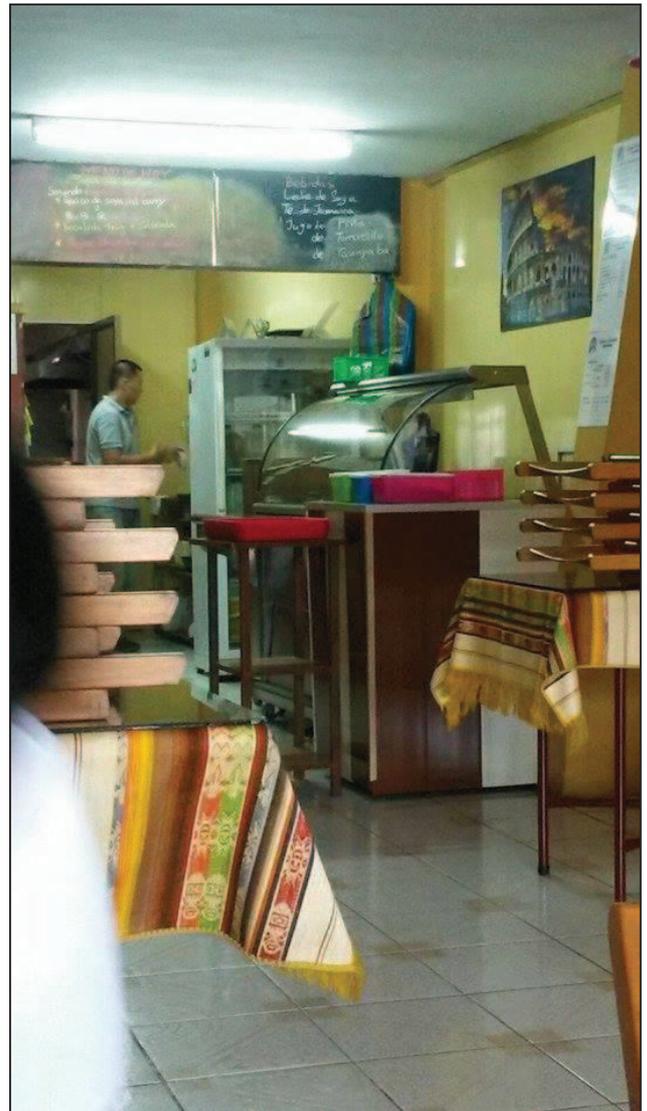
Gráfico 102: Restaurante Mr. Wang Ho



Ho

Elaborado por: Autoras

Gráfico 103: Restaurante Mr. Wang



# CAMELLIASTEA

Gráfico 104: Restaurante Camelliastea



Elaborado por: Autoras

Gráfico 105: Restaurante Camelliastea



Elaborado por: Autoras



**Gráfico 106: Restaurante Camelliastea**



Elaborado por: Autoras

**Gráfico 107: Restaurante Camelliastea**



Elaborado por: Autoras

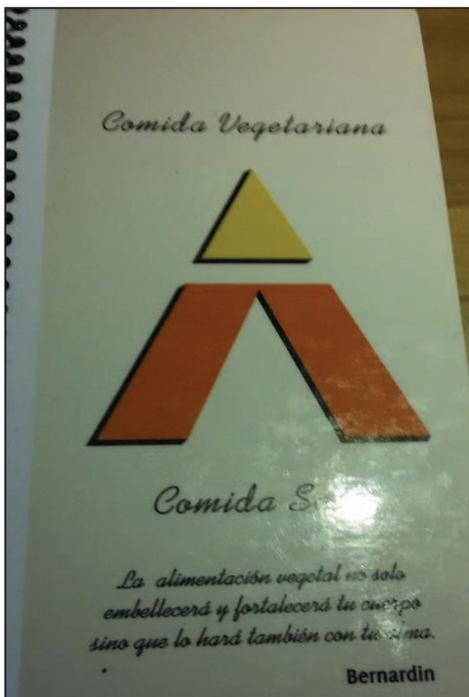
# AMARANTO

Gráfico 8: Restaurante Amaranto



Elaborado por: Autoras

Gráfico 9: Restaurante Amaranto

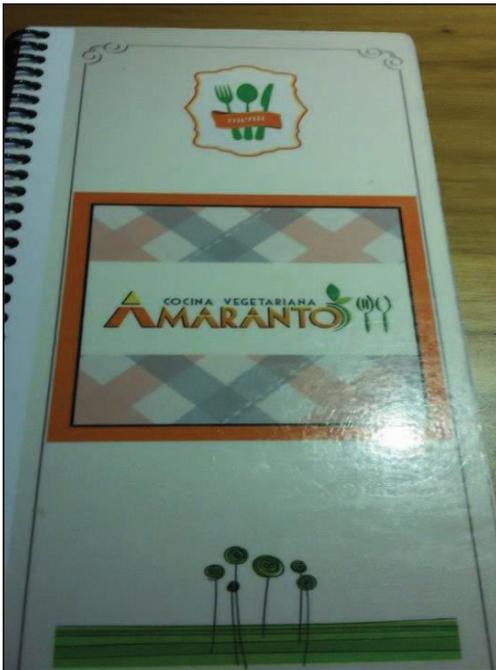


Elaborado por: Autoras



Elaborado por: Autoras

Gráfico 110: Restaurante Amaranto



Elaborado por: Autoras

## GRUB QUICKLY

Gráfico 111: Restaurante Grub Quickly



Elaborado por: Autoras

## GREEN BAR

Gráfico 112: Restaurante Green Bar



Elaborado por: Autoras

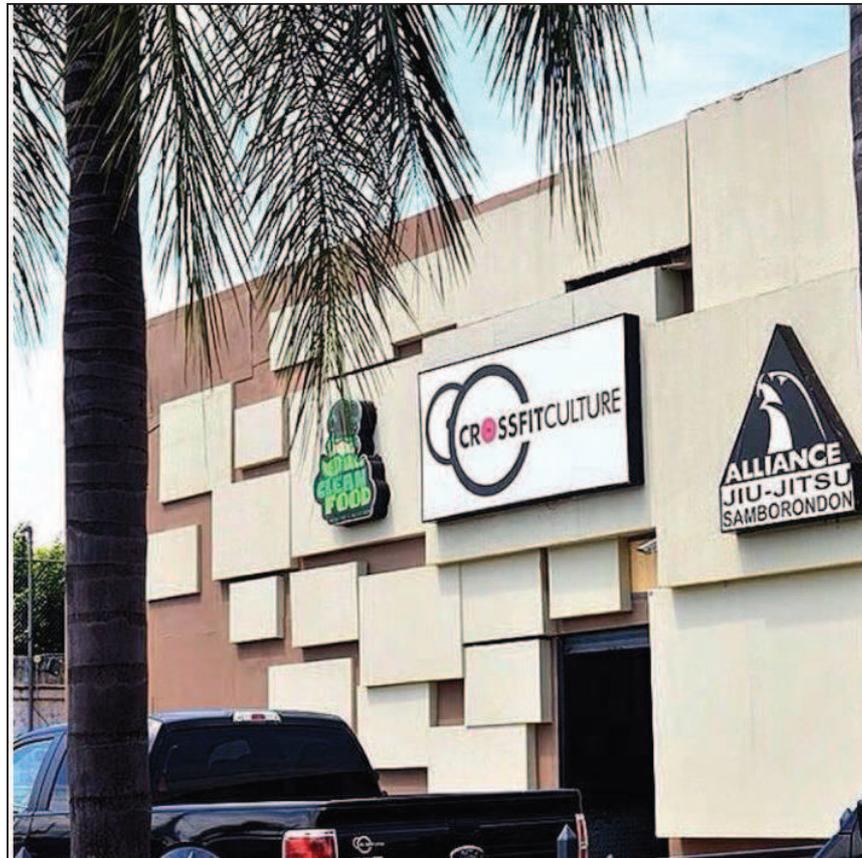
Gráfico 113: Restaurante Green Bar



Elaborado por: Autoras

## CLEAN FOOD

Gráfico 114: Clean Food



Elaborado por: Autoras

## MANSO MIX

Gráfico 115: Restaurante Manso Mix



Elaborado por: Autoras

## Anexo #5

### Gráfico 116: Magdalena's bakery



Elaborado por: Autoras

#### Productos de Magdalena's Bakery

##### Tortas:

- Chocolate con nueces \$25,00
- Zanahoria con nueces \$25,00
- Selva Negra \$25,00
- Mojada de chocolate \$24,00
- Chocolate y frutos rojos \$25,00
- Torta de negrito \$28

CUPCAKES: \$10,50 media docena

- Chocolate y ganache
- Zanahoria con nueces
- Maracuya
- Banana Split
- Chocomenta
- Chocolate y mantequilla de maní
- Vainilla con galleta chocochip
- Cupcakes de San Valentín

## **Varios**

Pan de Banano entero con chispas de chocolate \$12

Brownie cuadrado (rinde al menos 4 porciones) \$6,00

GALLETAS \$8 la docena

Nevadas de chocolate

Mantequilla de maní

## **TARTAS Y PIES**

Tarta de frutas \$22,00

Tarta de frutos rojos \$24,00

Tarta Bananas, chocolate y crema \$22,00

Pie de manzana y frutos secos \$24,00

## **PRODUCTOS DE SAL (desde 24 unidades \$10,80)**

Pastelitos de carne

Pastelitos de chorizo

Pastelitos de acelga

Lasaña Vegana \$22,50

## **DIPS Y PIQUEOS**

Copa Mexicana \$15,00 (incluye ronditos)

Hummus clásico \$10,00

Bocaditos de dulce (\*\*\$7,50 las 24 unidades)

\*\*Mini orejas

\*\*Alfajorcitos de limón

\*\*Delicias de nuez

Mini cupcakes \$12 las 24 unidades.

## Restaurantes y microempresas vegetarianos/ veganos de Guayaquil

### -Lorenabo



P. Icaza 429 y General Córdova

Lunes a Viernes de 12:00-17:00

099 3837990

FB: <https://www.facebook.com/pages/Lorenabo>

[-Comida-Vegetariana/349333655103479](https://www.facebook.com/pages/Lorenabo-Comida-Vegetariana/349333655103479)

### -Amaranto



Av. Víctor Emilio Estrada 922, entre Higueras e Ilanes

Lunes a Domingo de 12:00-22:00

Servicio a domicilio al (04) 5124307

FB: <https://www.facebook.com/amaranto1light>

### - Mr. Queen



C.C. Plaza La Garzota, local 30 (junto a Produbanco)

Lunes a Sábado de 12:00-15:00 (04) 2241188

### - Geo Roll's



Cdla. Nueva Kennedy, calle 11 este #103 y

Teodoro Maldonado

(04) 2284712 / 098 9833679 (móvil) Email: [geonaed@gmail.com](mailto:geonaed@gmail.com)

FB: [https://www.facebook.com/pages/Geo- Rolls/665434356839193](https://www.facebook.com/pages/Geo-Rolls/665434356839193)

### - Paja Tokilla Veggie



Guayacanes 125 entre av. Víctor Emilio Estrada y Acacias

FB: <https://www.facebook.com/pajatokillaveggie>

### - Mr. Wang Ho



Av. Víctor Emilio Estrada 1004, entre Ilanes y Jigua

Servicio a domicilio al (04) 2382231

FB: <https://www.facebook.com/MrWanghoRestauranteVegetariano>

### -Shri Ganesha



Cocina hindú

Víctor Manuel Rendón 721 y Boyacá

Lunes a Viernes de 8:00-17:00, Sábados de  
10:00-16:00

### - Free Life



Ébanos 128 y av. Víctor Emilio Estrada

(04) 2880057

FB: <https://www.facebook.com/pages/Free-Life/167445373370036>

### - Bhakti



Cafetería

Cedros 205 y av. Víctor Emilio Estrada

(04) 2387011

FB: <https://www.facebook.com/BHAKTIOM>

**- Famoso**



Cocina taiwanesa

Alborada 3ra etapa, manzana BY, villa 7 (atrás de Plaza Mayor)

Servicio a domicilio al (04) 2271216

FB: <https://www.facebook.com/pages/Comedor-vegetariano-famoso/420427421374197>

**- Jennoso Chef**

Av. Miguel Alcívar, manzana 108, solar 12 (edificio Asimed)

Servicio a domicilio al 099 4630780 (móvil)

FB: <https://www.facebook.com/pages/Jennoso-Chef/158834167534145>

**- La Alimentación del Futuro**

Av. Machala 1001 y Miguel Antonio Hurtado

Lunes a Domingo de 07:00-20:00

(04) 2531629

**-Manso Mix**

Malecón Simón Bolívar 1406 y Aguirre

Lunes a Viernes de 12:30-14:30, 18:00-22:00 (04) 2526644

Web: [www.manso.ec](http://www.manso.ec)

FB: <https://www.facebook.com/mansoboutiquehostal>

**-Maranatha**

Carlos Gómez Rendón 326 y Chimborazo

Lunes a Viernes de 9:00-16:30, Domingos de

9:00-16:30

**- Cafetería Fénix**

Av. Quito 541 y Luis Urdaneta. (04) 2300498

FB: <https://www.facebook.com/RestauranteVegetarianoFenix>

**- La Ferrier**

Nahím Isaías y Vicente Trujillo (diagonal a

Hotel Kennedy, detrás del Hilton Colon)

099 1239069 (móvil)

FB: <https://www.facebook.com/pages/La-Ferrier/1529144407311142>

**- Viva Más y Mejor**

Quiquis 214, entre Rumichaca y Riobamba

(04) 2309671

**- Hare Krishna**

Cocina hindú

1 de Mayo y 6 de Marzo (esquina, frente

Parque Centenario)

**- Donde Gopal**

Esmeraldas 911 y av. 9 de Octubre

(04) 2192845

FB: <https://www.facebook.com/DondeGopal?fref=ts>

**- Guan In Zhai**

Cocina taiwanesa

El Oro 802, entre Noguchi y Lorenzo de Garaycoa

**- Ollantay**

Tungurahua 508, entre av. 9 de Octubre y  
Miguel Antonio Hurtado

FB: <https://www.facebook.com/c.i.ollantay>

**-Govinda**

Cocina hindú

Víctor Manuel Rendón 445 y Baquerizo Moreno

**- Haizun**

Cocina china

Víctor Manuel Rendón 442 y General Córdova

**- Light**

Guayacanes, entre Acacias y av. Víctor Emilio  
Estrada (al lado de Paja Toquilla)

**- Súper Light**

Av. Portete 901 y 6 de Marzo (esquina)

## **Anexo #6**

### **Trámite de las quejas por violación a los derechos del consumidor**

El procedimiento para el trámite para la protección de los derechos de los consumidores en la Defensoría del Pueblo, es el siguiente:

**Paso 1.** Las quejas de los consumidores o usuarios pueden presentarse por escrito o verbalmente; y en este segundo caso, el Director Nacional de Defensa del Consumidor o el Funcionario que lo subroga, dispondrá que, por Secretaría, se la reduzca a escrito, con observancia de los requisitos establecidos en la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo y, en el Reglamento de Trámite de Quejas del Consumidor.

Hay que aclarar que “Cualquier persona en forma individual o colectiva que invoque un interés legítimo, sin restricción alguna podrá dirigirse al Defensor del Pueblo para presentar una queja”, como lo señala el Art. 14 de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo, en concordancia a lo estipulado en el Art. 75 de la Constitución de la República, que garantiza la tutela judicial efectiva y expedita de los derechos, y sobre este tema tengo algunos artículos publicados.

**Paso 2.-** Los requisitos de los consumidores o usuarios que deben presentar son los siguientes:

- Los nombres y apellidos del denunciante o reclamante y de la persona o la entidad contra la cual se formula la denuncia o reclamo; en el caso de que aquél actúe en representación de una comunidad, colectividad o grupo de personas, acompañará la constancia escrita de su delegación para este efecto;
- Las circunstancias en las cuales se produjo la violación o inobservancia del derecho cuya tutela se reclama; el lugar, la fecha y la autoridad o persona o empresa particular responsable;
- El domicilio del denunciante o reclamante y el de la persona natural o jurídica presuntamente responsable de la violación de los derechos del consumidor o inobservancia de la ley;

- Las pruebas documentales o testimoniales que fundamenten la queja.

En el caso de registrarse cualquier omisión en el cumplimiento de estos requisitos, la Defensoría podrá, de oficio, ordenar que se complete la queja, debería aclararse que se le otorga el término de tres días para tal efecto, conforme se lo señala en los Arts. 67 y 68 del Código de Procedimiento Civil cuando se refiere a las demandas en esta materia.

**Paso 3.** Las quejas deben ser presentadas por escrito, con su respectivo número de cédula o pasaporte, en caso de que el mismo no pueda firmar, se requerirá de un testigo que declare que conoce al denunciante, pero si no se cumplen los requisitos establecidos en el Reglamento del Trámite de Quejas del Consumidor, dictada mediante Resolución No. 004 por el Defensor del Pueblo el 08 de enero de 1999 y, publicado en el Registro Oficial No. 113 del 21 de enero del mismo año, no serán admitidas a trámite.

Hay que aclarar que presentada y recibida la queja, se procede a su trámite o rechazo, que se hará por escrito de manera motivada, cumpliéndose de este modo lo dispuesto en el Art. 76 número 7, letra l) de la Constitución de la República; además informándole al interesado sobre las acciones o recursos que puede ejercitar, señalando que en todo caso la negativa de una queja, no impide la investigación sobre el tema planteado.

**Paso 4.** El denunciante podrá apelar ante la defensoría del pueblo en un periodo de 8 días, sino el mismo será resuelto por otros funcionarios.

Se notificará a los responsables de las acciones u omisiones materia de la queja, con el fin de que den una respuesta en un plazo de 8 días por ocho días más a petición fundamentada de parte y sin perjuicio de lo contemplado en el Art. 16 de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo. Dicha contestación debe ser presentada por escrito y expresar en ella el descargo que tiene que hacer respecto de los hechos u omisiones que se imputan, en el mismo deben presentarse todas las pruebas, cumpliendo de este modo el

principio de lealtad y buena fe procesal, que señala la Constitución de la República y el Código Orgánico de la Función Judicial; anotando que la falta de contestación será tomada como aceptación de la queja, debiéndose en todo caso investigarse sobre sus fundamentos.

Comprobados los fundamentos de la queja, se procederá sin demora alguna a promover los recursos o acciones que impidan los daños y peligros graves, sin que las autoridades requeridas puedan negarse a su conocimiento y resolución; recordando el Art. 87 de la Constitución de la República, que contempla la posibilidad de solicitar medidas cautelares, con el objeto de evitar o hacer cesar la violación o amenaza de violación de un derecho.

**Paso 5.** Hay que tener en cuenta lo siguiente:

- a) Cuando la queja tenga carácter nacional, la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor iniciará la investigación correspondiente, por los medios o a través de las acciones que le faculta la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo y el correspondiente Reglamento.
- b) Cuando la queja tenga carácter provincial, el respectivo Comisionado efectuará la investigación completa en su jurisdicción y emitirá, directamente, la resolución correspondiente, de la que se podrá apelar ante el Defensor del Pueblo, quien para emitir el dictamen definitivo contará con el informe del Director Nacional de Defensa del Consumidor.
- c) Copia de la resolución que adopte el Comisionado Provincial deberá enviarla a la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor.

**Paso 6.-** Sin perjuicio de los informes que se soliciten, el Defensor del Pueblo, o por delegación de él, el Director Nacional de Defensa del Consumidor o el Comisionado Provincial, según el caso, de oficio o a petición de parte podrá convocar a audiencia pública, esto es a una instancia conciliatoria, para que las partes involucradas formulen las alegaciones que consideren pertinentes. De sus deliberaciones y resoluciones se dejará

constancia resumida en acta escrita firmada por el funcionario que hubiere realizado la audiencia y por el servidor público de la Defensoría designado como Secretario.

Hay que aclarar que las instituciones públicas o representantes legales de las empresas privadas que presten servicios públicos, podrán presentar por escrito los informes que se les solicite y la información requerida por el Defensor del Pueblo, la misma que será suministrada por el funcionario en el plazo máximo de ocho días y que serán resueltas en absoluta reserva.

También hay que señalar, que las instituciones públicas o privadas podrán ser representadas en la audiencia, por quienes expresamente se les delegue por escrito. En consecuencia, la audiencia es un acto que solo se aplica en los casos de quejas de afectados, sin que tenga utilidad cuando las acciones se promuevan de oficio, toda vez que en estos casos no hay interés a conciliar, sino explicaciones que ofrecer ante las infracciones verificadas.

Las máximas autoridades de las instituciones públicas o representantes legales de las empresas privadas que presten servicios públicos, podrán presentar por escrito los informes que se les soliciten, pero estarán facultados para hacerse representar en estas audiencias por las personas que expresamente deleguen por escrito.

**Paso 7.-** Concluida la investigación y, si no se ha llegado a una solución de mutuo acuerdo, el funcionario competente emitirá resolución motivada sobre la queja, pudiéndola desechar o acoger total o parcialmente. Si la acogiere, determinará con precisión las infracciones cometidas y los nombres de las personas responsables y emitirá censura pública, conforme lo establece el artículo 8 letra c) de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo.

De lo anotado se desprende que concluida la investigación y, si no se ha llegado a una solución de mutuo acuerdo, el funcionario emitirá resolución motivada sobre la queja, pudiendo desecharla o acogerla parcialmente. Si la acogiera determinará la sanción por la infracción cometida y los nombres de las personas responsables, además emite censura pública.

**Paso 8.-** La resolución será notificada a los interesados, pero éstos podrán apelar de aquélla en el término improrrogable de ocho días ante el Defensor del Pueblo, cuando no sea este funcionario el que la hubiere expedido.

Hay que aclarar como dice la doctrina “Que el interés en este tipo de procedimientos, no puede confundirse con arribar a una solución económica, sino en proteger adecuadamente los intereses de los consumidores”.

**Paso 9.** Resuelta la apelación, las partes podrán utilizar esta Resolución definitiva para los fines que la ley les faculte, sin perjuicio de que se publique, de oficio o a petición de parte, por los medios de comunicación social.

**Paso 10.-** Ejecutoriada la resolución, la Defensoría del Pueblo, de establecerse responsabilidades contra las personas acusadas, solicitará a las autoridades respectivas que se inicien las acciones civiles o penales a que hubiere lugar.

Es necesario que las personas tengan conocimiento de las leyes que los amparan en el momento de adquirir algo, sus derechos e incluso para que puedan transmitir este mensaje a sus familiares y demás personas ya que un cliente o consumidor mal atendido puede generar muchos problemas al tener un mal servicio.

## **Restaurantes vegetarianos de Guayaquil**

**Ilustración 1: Restaurante Amaranto**



Fuente: [www.amaranto.com](http://www.amaranto.com)

**Ubicación:** Urdesa Central, Av. Víctor. Estrada 0922 entre Higueras e Illanes.

Se realizó la primera observación el día 26 de junio aproximadamente al medio día, en donde además de observar el restaurante, se aprovechó para encuestar a las personas que se encontraban dentro del mismo.

El lugar cuenta con 3 aires acondicionados, baños tanto para hombres como para mujeres, es un restaurante que está catalogado de 4 estrellas. Ofrecen menú del día que tiene un costo de \$4.00, así mismo ofrecen platos a la carta, hamburguesas, jugos naturales endulzados con Splenda, y sándwich vegetarianos a la carta, así mismo en cuanto a dulces ofrecen cupcakes veganos y barras de proteínas para el mismo. En cada mesa se encuentra una lámpara que da un aspecto más íntimo, ya sea familiar o de pareja de quienes acuden a este sitio, así mismo están enumeradas. Desde las mesas se puede observar la cocina, los platos para quienes vayan tenga la seguridad de que los alimentos están en perfectas condiciones higiénicas. Dicho restaurante se encuentra en la Av. Principal de Urdesa Central, no cuenta con parqueo exclusivo, sin embargo el día que fuimos notamos que se pueden parquear los autos en la misma avenida dando facilidades a las personas que van. Las personas que se encontraban en el sitio eran mayores de 30 años, estaban acompañadas de amigas, eran personas de clase media alta. La forma de pago puede ser tarjeta de crédito, débito o en efectivo. Cuenta con las respectivas señaléticas, atención de lunes a domingo, aceptan reservas en fechas especiales, día de la madre o domingos familiares atención 17:00 y para las personas que no conocen de la existencia de este sitio de comida vegetariana podría pasar en muchos casos desapercibido ya que el nombre del mismo a pesar de ser notorio, no denomina a qué tipo de alimentación pertenece.



**Ilustración 2: Cafetería y Restaurante vegetariano**

Fuente: Fotografía por autoras

## **MR. WANG HO**

**Ubicación:** Urdesa Central, Victoria Emilio Estrada 1004, entre Ilanes y Jiguas

El mismo día que visitamos Amaranto acudimos a este sitio que está justo en la cuadra siguiente siendo un competidor directo dentro de la zona, tiene un estilo más chino, siendo su dueño quien atiende junto con dos personas más. Nos ofrecieron menú del día, junto con platos a la carta, sin embargo no de la misma magnitud de Amaranto. Sus sillas tienen un estilo diferente no es común como en otros lugares, tiene aproximadamente entre 8 a 10 mesas en forma de pera, con cuadros muy coloridos, no tiene parqueo propio, sin embargo al igual que Amaranto pueden ubicar sus autos en la avenida principal de Urdesa, la principal bebida que ofrecen es leche de soya y los tipos de te helado.

No cuenta con aire acondicionado, tiene lámparas pequeñas dentro del mismo, la forma de pago es solo en efectivo. Tiene baño, al momento que fuimos habían personas en el mismo lugar, tienen una pizarra frontal en la parte superior y en la parte inferior se puede observar una parte de la cocina, el lugar se ve higiénico y acogedor.

**Ilustración 3: Camelliastea**



**Fuente:**Fotografía por autoras

**Ubicación:** Víctor Emilio Estrada 706 y Ficus

El miércoles 1 de junio se asistió a la dulcería para vegetarianos y veganos Camelliastea ubicado así mismo en Urdesa, desde la parte de enfrente se desconoce que realiza este tipo de sitio, ya que los vidrios están de color café oscuro y paredes blancas, en donde en la puerta se tiene el horario de atención que es de lunes a sábado a partir de las 10:30 de la mañana y la forma de pago ya sea tarjeta de crédito a partir de \$10.00 o en efectivo, no tiene un parque exclusivo, simplemente se pueden ubicar en la avenida principal de Urdesa, tiene baño tanto para hombre como para mujer. Tiene un menú extenso que variedad de dulces, empanadas, tortas, te, jugos, galletas.

Tiene televisor, aire acondicionado, decoración de flores, colorido, colores blancos con verde, no cuenta con guardia de seguridad y se encuentran 3 personas dentro del mismo, la dueña a la cual se aprovechó y se encuesto ya que es vegana, y dos jóvenes que se encargan de dar atención personalizada a quienes acuden. La atención es inmediata y tienen música relajada. Tienen un televisor en donde reflejan recetas de dulces internacionales. El día que visitamos el mismo se encontraba un grupo de amigas en donde daba la impresión que se reunían para conversar en dicho establecimiento, haciendo de este un lugar acogedor en donde se alimentaban sanamente con dulces. El sitio es muy llamativo y con un estilo original.

**Ilustración 4: Restaurante El Parque**



Fuente: [www.elparque.com](http://www.elparque.com)

**Ubicación:** Ciudadela Puerto. Azul Mz. 101 solar 121, Vía a la Costa

Este es un sitio para comer sano, en sí no es un restaurante, este estudio abarca la ciudad de Guayaquil incluyendo vía la Costa y para ello se pensó en este lugar en donde ofrecen ensaladas de vegetales como de frutas, sándwiches con su respectivo pan integral, su atención es a partir de los días martes de 16:00 hasta las 22:00. No cuenta con aire acondicionado, tiene su respectivo baño tanto para mujeres como hombres. Las personas que observamos el día que visitamos el establecimiento eran personas que acudían en familia y se guiaban principalmente por las ensaladas y los sándwiches, así mismo acudía en autos propios

**Ilustración 5: Green Bar**



**Fuente:** [www.greenbar.ec](http://www.greenbar.ec)

**Ubicación:** Centro Comercial La Torre Km 1 vía Samborondón.

Green Bar es una buena opción en cuanto a desayunos su atención es de lunes a sábados en el horario de 7:30 – 9:00 los días domingos no abren, cuenta con parqueo y baño tanto para hombre como mujer. El día que visitamos el establecimiento se notó que tiene gran acogida principalmente para las personas que se dirigen a sus trabajos y por aquellos que hacen ejercicios al ser un jugo natural que elimina toxinas.

Ofrecen una amplia variedad de batidos de proteínas, sandwiches orgánicos, minihojaldres de tomates deshidratados, fruta picada con granola, waffles de avena, de tal manera que tiene su propia línea de jugos llamada Juice Up Detox, jugos desintoxicantes que ayudan a limpiar el organismo con frutas y los vegetales, los precios de sus productos se encuentran a partir de \$ 5.00 en adelante, ofreciendo así mismo combos que como se observó era lo que

más pedían los consumidores junto con las bebidas desintoxicantes. Algunas personas se guiaban por seguir los tratamientos basados en jugos diarios que ofrece el establecimiento teniendo un costo de \$ 33.00 en adelante dependiendo de a cantidad de botellas que lleven. Green Bar es un lugar muy acogedor con sus respectivas señaléticas.

**Ilustración 6: Restaurante CleanFood**



Fuente: [www.cleanfood.ec](http://www.cleanfood.ec)

**Ubicación:** Km 2.5 vía a Samborondón Tornero 3 frente al centro comercial Plaza Nova.

CleanFood ofrece almuerzos vegetarianos, su horario de atención es de lunes a sábados a partir de las 12:00 pm hasta las 21:00, así mismo ofrece entrega a domicilio a partir de \$ 40.00 con las promociones que ofrece a partir de 20 pedidos de entrega, al estar ubicado junto a un centro de ejercicios como lo es Crossfit tiene gran acogida por parte de los mismos que asisten a este centro ya que así mismo ofrece bebidas tales la leche de almendras, nuez, avellana y soya y los consumidores que principalmente observamos son estos. Cuenta con parqueo propio es un lugar bastante pequeño ya que su especialidad es la entrega a domicilio y tiene su propio baño. Se notó que la mayor parte de los consumidores son aquellos que hacen ejercicios y se alimentan de manera saludable.

### Ilustración 7: Magdalena Bakery



Magdalena's Bakery no cuenta con local propio, sin embargo ofrece parte de su menú como hamburguesas, frapuccino de leche de coco cupcakes veganos en la panadería punto caliente que está ubicado en el centro comercial Mall del Sol.

Ofrece un sinnúmero de dulces veganos en donde se puede pedir con 2 días de anticipación vía correo electrónico o por mensaje de Facebook, fue así como nos contactamos y nos ayudaron con el menú completo desde pan, piqueos hasta torta. Cuentan con el mismo horario de atención del centro comercial, hasta la misma hora de salida. Al estar ubicado en este lugar tiene su propio parqueadero, baños y seguridad. El precio de sus productos se encuentran entre \$ 10.00 hasta \$ 28.00.

### Ilustración 8: GrubQuickly



Fuente: [www.grubquickly.ec](http://www.grubquickly.ec)

**Ubicación:** Edificio WorldTrade Center, primer piso local #108 (Avenida Francisco de Orellana).

Las personas que acuden a este lugar son principalmente personas que se encuentran laborando en los alrededores de este establecimiento, a pesar

de ello no es muy conocido, ofrece alimentos ricos en proteínas, frutas y vegetales, su horario de atención es desde las 08:00 – 17:00 de lunes a viernes. Las personas se guiaban más por pedir platos tales como ensaladas a partir de \$ 4.00 en adelante, cuenta con baño, el lugar está decorado con imágenes de frutas, tiene un estilo original que hace que el consumidor se sienta bien y regrese al mismo.

**Ilustración 9: Manso Mix**



Fuente: [www.mansomix.com](http://www.mansomix.com)

**Ubicación:** Avenida Malecón 1406 y Aguirre Abad, 090313, Guayaqui

La mayor parte de los consumidores de este lugar son turistas que se alimentan de manera saludable, dicho restaurante pertenece al hotel Manso Boutique Hostel ubicado en el centro de la ciudad frente al Malecón 2000, cuenta así mismo con un spa orgánico y cafetería, tiene 3 horarios de atención tanto para desayunos hasta las 11:00am, de 12:30 hasta 14:30 pm y el horario de la tarde que es a partir de la 18:00pm,. Es normal que se encuentren extranjeros, pero así mismo se notó que hay personas que se encuentran ya sea laborando como nos dimos cuenta o por la cercanía al mismo ya que sus precios no son tan inaccesibles a partir de \$ 4.50 en adelante teniendo como menú arroz integral, ensaladas, crepes rellenos de frutas. El consumidor se dirige a este sitio por ser un lugar central, ya que su diseño es tradicional y ecológico, teniendo una principal concientización sobre el medio ambiente.

**Ilustración 10: Prashadam**



**Ubicación:** Urdesa, Dátiles 426 entre 5ta. Y 6ta.

Según lo analizado, se puede deducir que este restaurante es el más completo, y es aquel que lleva principalmente el vegetarianismo como filosofía de vida ya que no solo cuenta con la preparación que es dentro del comedor como tal, sino que realizan reuniones de yoga, retiros espirituales, clases de cómo preparar los alimentos, participación en ferias de comida criolla vegetariana, su horario de atención es de 11:00 am hasta 15:30 ofreciendo leche de almendras, mousse de mango, Hot Dog vegetarianos. Los consumidores que asisten a este sitio son 100% vegetarianos y veganos eso se pudo constatar al visitar a este sitio que tiene un ambiente bastante relajado, con música delicada con el fin de que éste se sienta a gusto y satisfecho. Tiene su baño independiente, ellos mismo elaboran las leches y las comercializan.