AAS1969

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
ESTUDIOS DE POSTGRADO
POSTGRADO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALISTA EN MERCADEO

DISEÑO DE UN PROYECTO PARA EVALUAR LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE GALLETAS PARA CELÍACOS, EN EL ÁREA METROPOLITANA DE CARACAS.

Trabajo Especial de Grado, para optar por el Grado de Especialista en Administración de Empresas – Opción Mercadotecnia.

Presentado por:
Rodríguez Rodríguez, Patricia. C.I. 15.183.333

Tutor:
Di Attanasio, Berardo.

En Caracas, Junio del año 2.011

AGRADECIMIENTOS

Debo agradecer en especial a mi tutor, Prof. Berardo Di Attanasio, por su dedicación y apoyo a lo largo de éste tiempo, y por sus sabios consejos. También agradecer a mis padres y esposo, por apoyarme incondicionalmente en los retos que me he propuesto y estar allí siempre, dándome ánimos para seguir adelante, y alcanzar las metas propuestas.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN **1**

A. Resumen 1

B. Planteamiento del Problema 1

C. Antecedentes del Tema 5

D. Justificación 9

E. Objetivo General 11

F. Objetivos Específicos 11

G. Limitaciones 12

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO **13**

A. Mercadeo 13

B. Estudio de Mercado 14

C. Las 4P del Mercadeo 16

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO **18**

A. Consideraciones Generales 18

B. Tipo de Investigación 18

C. Unidad de Análisis 20

D. Materiales e Instrumentos 21

E. Diseño y Procedimiento 22

F. Cronograma de Actividades 29

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS 30

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 41

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 46

ANEXOS 48

CAPÍTULO I. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

A. Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo evaluar la factibilidad de crear una empresa, que se dedique a la elaboración de galletas diseñadas para satisfacer el paladar de todos los venezolanos, y con características nutricionales específicas, aptas para el consumo de personas que padecen celiaquía, ubicada en el área Metropolitana de Caracas.

En primer lugar se analiza la Enfermedad Celíaca, y se evalúan las necesidades que tienen a la hora de consumir alimentos, las personas que la padecen, así como la poca disponibilidad de productos que existe en nuestro país. Para ello, se plantean una serie de Objetivos, los cuales se buscan cubrir a través de ésta investigación.

B. Planteamiento del Problema

El mercado venezolano se ve muy limitado en cuanto a oferta de productos para celíacos se refiere, por lo que a las personas que padecen esta condición, se les dificulta encontrar sustitutos.

La producción nacional es muy escasa o casi inexistente, y los canales de distribución no están claramente definidos. Las empresas alimenticias que laboran en el país, no están concientizadas sobre las

necesidades de alimentación de ciertos sectores de la población, los cuales requieren consumir productos con características específicas. Además, los etiquetados de los productos alimenticios de consumo general, muchas veces no indican claramente los ingredientes que los componen.

Es por esto que los celíacos, se ven obligados a adquirir productos elaborados en otros países, que en el nuestro resultan excesivamente costosos. Existen algunos locales comerciales, donde se pueden encontrar productos especialmente diseñados para estos pacientes, provenientes de países como Estados Unidos o España, cuya adquisición resulta bastante costosa. Y esto debido en gran medida a las políticas gubernamentales que desde hace algunos años se han implementado en el país, las cuales han derivado en la escasez de divisas otorgadas a los importadores.

La idea es entonces, generar una solución viable para mitigar este problema de escasez de productos nacionales, elaborados para el consumo de personas con celiaquía.

Se plantea que la empresa estudiada, elabore galletas libres de gluten, que puedan satisfacer no solo las necesidades de los celíacos sino que además puedan ser consumidas por otras personas, debido a que no contienen sustancias químicas o conservantes. Este es un producto dirigido a personas celíacas, pacientes con autismo, hombres y mujeres, preocupados por su bienestar, deportistas, niños y/o abuelos, residentes en el área Metropolitana de Caracas.

El mercado de consumo de galletas en Venezuela, no tiene distingo de razas, sexo, o estrato social. Un factor importante es el hecho de que el venezolano las incluye dentro de su dieta diaria, bien sean dulces o saladas. Son consumidas a cualquier hora del día, en el desayuno, como complemento del almuerzo y/o cena, a media mañana o media tarde, en el

recreo del colegio, etc. Tanto niños como adultos de todas las clases económicas, son potenciales consumidores. Es por ello que resulta interesante estudiar este mercado de consumo.

La historia de la galleta, se remonta a nuestros antepasados nómadas quienes elaboraron una pasta de cereales sometida al calor, que podían transportar con facilidad. Según señala el Instituto de la Galleta, de España en su página web, se han descubierto galletas de más de seis mil años de antigüedad en yacimientos ubicados en Suiza. Desde esa época hasta la actualidad, la galleta ha evolucionado tanto en su método de elaboración como en sus ingredientes.

En Venezuela el segmento de consumo de galletas, parece fortalecerse debido a que se consideran como un sustituto de bajo precio de alimentos más tradicionales. En el artículo *"Entre gustos y sabores"* (Aurora Pinto, 2003) se aborda el tema con especialistas del área, entre ellos Lino Ojeda, director nacional de ventas de Galletas Puig, "las galletas son productos de relativo bajo precio, y por ser muy accesibles, la gente tiende a utilizarlas para sustituir otros alimentos; por ejemplo, para algunas personas que trabajan en una oficina es más económico comerse unas galletas de soda que comprarse una empanada". Añade que las galletas, como derivados del trigo, son fuente de proteínas "con una proporción de 3 proteínas por cada 25 gramos de galleta; además, tienen carbohidratos como consecuencia del contenido de azúcar".

El producto base para la elaboración de las galletas es el trigo. En Venezuela, las galletas son producidas tanto de manera artesanal, por pequeños empresarios, como a escala industrial por grandes compañías como Kraft, quien lleva en el país más de 60 años, o Nestlé, quien cuenta con más de 100 años de historia en Venezuela, entre otras. Sin embargo

estas últimas, no se han dado a la tarea de cubrir las necesidades dietéticas especiales de personas con padecimientos tales como la celiaquía. Esto quiere decir que en Venezuela no son producidas por las grandes empresas, galletas libres de gluten, a diferencia de otros países. En el caso de la elaboración casera, existen muy pocas microempresas que se han dedicado a su elaboración. Tal es el caso de la empresa Misa´s Gluten Fri quienes elaboran galletas de choco chips, vainilla, canela y coco, en presentaciones de 6 unidades por paquete, las cuales pueden ser ubicadas en tiendas y cadenas de supermercados específicas. Esto indica que existe la posibilidad de que sea creada una empresa que compita en éste nicho de mercado, y que permita explorarlo a profundidad.

Al estudiar la factibilidad de la creación de una empresa que elabore galletas libres de gluten, proponemos a su vez que el producto sea elaborado con materia prima 100% venezolana. Esto sería un incentivo adicional al consumo, pues se fomentaría aún más el nombre de los productos venezolanos y se crearían puestos de trabajo. Los ingredientes básicos que se utilizarán en esta empresa son:

- Harina de Plátano
- Cacao venezolano
- Mantequilla
- Azúcar
- Huevos
- Bicarbonato de sodio
- Vainilla

Resulta interesante sustituir la harina de trigo por harina de plátano, la cual es producida en la actualidad en Barlovento por las haciendas cacaoteras. Este tipo de harina es un alimento muy nutritivo, el cual se elabora sometiendo a un proceso de cocción, el plátano macho para disminuir la savia pegajosa, facilitar el proceso de pelado y mejorar el color de la harina. A continuación se pelan, se cortan en rodajas, se remojan un ácido cítrico, se escurren y se deshidratan a baja temperatura hasta que contenga un 10% de agua aproximadamente. Una vez deshidratados, se muelen hasta conseguir una fina y aromática harina de plátano.

C. Antecedentes del Tema

La celiaquía se define como la intolerancia total y permanente, a la proteína llamada gluten, la cual está contenida en el trigo, la cebada, el centeno y la avena. Así mismo, afecta de manera directa al intestino delgado, y el daño que produce al paciente, compromete la capacidad del cuerpo de absorber los nutrimentos. La palabra celíaco, proviene del griego "koliacos", que quiere decir "aquellos que sufren del intestino". Tal y como se señalan en el *"Manual para celíacos"* (Rodríguez y Marín, 2001) tanto el pan como los cereales han sido la base de la alimentación del hombre durante miles de años. Si bien la espiga de trigo se ha caracterizado por ser un símbolo de salud para la población en general, para los celíacos es una sustancia dañina. El mayor problema al cual se enfrentan diariamente, es saber si los alimentos a consumir, están o no exentos de gluten por lo que deben revisar constantemente, los ingredientes que aparecen en los productos envasados,

y deben tener un claro conocimiento de cuales componentes no les está permitido consumir.

Es importante que los pacientes celíacos, sean diagnosticados a tiempo ya que de lo contrario pudiera padecer de alteraciones gastrointestinales. El único tratamiento posible es eliminar de su alimentación, el gluten. Tal y como se establece en el trabajo *"La enfermedad celíaca y su gastronomía"* (Herrera y Mármol 2006). Esta enfermedad se ve afectada principalmente por tres factores: el ambiental (gluten), el genético del individuo (sistema de histocompatibilidad) y el inmunológico (marcadores serológicos). Estudios realizados en EEUU y Europa demuestran que 1 de cada 130 individuos, padece la enfermedad y es 2 veces más frecuente en mujeres.

La Enfermedad Celíaca (EC) posee 4 características fundamentales:

1) Intolerancia al gluten

2) Carácter permanente, pues no tiene cura hasta el momento.

3) |Normalidad del enfermo al suprimir el gluten

4) Predisposición Genética.

Este trabajo señala además, que económicamente, los alimentos sin gluten resultan más costosos que los que lo poseen.

Respecto a éste tema, se escribió el artículo *"Costo de una canasta básica de alimentos para celíacos en Chile"* (Castillo, 2007). La finalidad del estudio realizado es definir la diferencia entre el valor de una canasta básica de alimentos regulares y el valor de una canasta de alimentos para celíacos. Se estableció un promedio de 53 alimentos básicos que consumen las personas al mes, y se consideró la misma cantidad de gramos tanto para

personas celíacas como para personas que no la padecen. La diferencia se fundamentó en sustituir alimentos contentivos de gluten, por alimentos sin dicho componente. Al comparar ambas canastas por grupo de alimentos, se demostró que para un celíaco el rubro de cereales resulta un 305% más costoso, que para una persona que no la padece. Se destaca además, que el mercado de alimentos chilenos no ofrece una gran variedad de productos sin gluten, esto debido a la falta de conocimiento de la enfermedad hasta tiempos recientes. Por lo que no representaba hasta hace poco, un producto rentable.

El trabajo de grado *"Obtención de harina de yuca para el desarrollo de productos dulces destinados para la alimentación de celíacos"* (Alvarado, 2009), desarrolla el tema de las necesidades alimenticias de los celíacos en Ecuador. Dado que en ese país se cultivan de forma tradicional la yuca, el maíz y el arroz, se explora la obtención de una mezcla a base de estos alimentos, para elaborar pan y galletas. En pacientes que poseen la enfermedad, el gluten destruye las vellosidades que recubren el intestino, lo cual afecta la capacidad del intestino para absorber los nutrientes. En dicho trabajo se exploran tanto los beneficios como el valor nutricional de dichos productos, y se detallan los pasos a seguir para la obtención de la materia prima.

Si bien es cierto que por costumbre culinaria, el uso del gluten está inmerso en la cultura de la alimentación de la mayoría de los países, la Enfermedad Celíaca (EC) ha impulsado la creación de un mercado con características propias, que difiere del mercado culinario tradicional, en cuanto a ingredientes se refiere.

En el estudio *"Los productos dietéticos y el mercado producido por la enfermedad celíaca"* (Fernández, 2002) se analiza el surgimiento de un

mercado diferenciado en España, entre los años 1991 y 1997, la oferta de productos para celíacos, su desarrollo y distribución. La metodología aplicada es de carácter cualitativa, ya que se realizan entrevistas, análisis de la propaganda y finalmente un grupo de discusión. También es cuantitativa, debido a que se analiza el desarrollo y la distribución del producto en España y Europa.

En el caso de España, la oferta de productos para enfermos de celiaquía, era bastante escasa para la década de los 80. Esto originó que pacientes de la enfermedad o sus familiares, crearan asociaciones, las cuales se encargaron de importar productos libres de gluten, de otros países.

Todo esto empuja a los oferentes del mercado español, a adaptarse rápidamente a las exigencias de la demanda, utilizando las experiencias previas obtenidas en otros países.

Otro tema abordado por este trabajo, es el papel que juega el Gobierno de los países europeos, frente a esta problemática. Analizando la condición celíaca en Europa, países como Dinamarca, Francia, Noruega, o Suecia, entre otros, se observa que los niños con EC, reciben ayudas económicas desde su nacimiento hasta los 16 años, en algunos casos, y en otros reciben los productos alimenticios gratuitos, y/o deducciones en la declaración de impuestos, además de estar exentos de cumplir con el servicio militar.

D. Justificación

Aunque resulta poco conocida en Venezuela, la celiaquía es una enfermedad que se encuentra presente en la sociedad actual, no solo por los casos detectados sino que además existen casos en los que puede permanecer asintomática por un período largo, hasta que emerge o se detecta clínicamente, mediante estudios de laboratorio o la aparición de síntomas.

Existe poca información acerca de esta condición de salud en el país, debido en gran medida a la falta de preocupación de las autoridades y a la inexistente campaña de difusión y concientización. Aún y cuando no se tienen cifras oficiales emitidas por el Ministerio de Salud acerca de la cantidad de personas que en Venezuela la padecen, la asociación Somos Celíacos de Venezuela (http://www.celiacosvenezuela.org.ve), tiene en sus registros que la relación es 1 de cada 130 personas. Por lo tanto, se podría hablar de aproximadamente 50 mil pacientes, residentes en el área Metropolitana de Caracas.

Surge entonces, la idea de crear una empresa venezolana, que elabore galletas libres de trigo y gluten, cumpliendo con las siguientes características:

1) Dirigidas al consumo por parte de personas celíacas o que padezcan algún otro tipo de condición especial (ej. autismo)

2) Que además, puedan ser consumidas por cualquier tipo de persona, desde niños a ancianos.

3) Que resulten mucho más competitivas que las importadas en cuanto a precio se refiere.

4) Que cumpla con los requerimientos nutricionales y normas de calidad, emitidos por los organismos competentes.

5) Que sean fácilmente ubicable en kioscos, panaderías, cantinas de colegios, cadenas de farmacias y automercados, entre otros.

¿Los productos dirigidos a personas celíacas, son fácilmente ubicables en Caracas?

¿Existe en el mercado venezolano, variedad de galletas libres de gluten y caseína?

E. Objetivo General

Evaluar la factibilidad de crear una empresa dedicada a la elaboración de galletas libres de gluten en el Área Metropolitana de Caracas, dirigidas principalmente a personas celíacas, que pueden ser consumidas por personas con otras enfermedades relacionadas y por la población en general.

F. Objetivos Específicos

1) Identificar las necesidades y gustos de personas que padecen celiaquía, y público en general.
2) Evaluar las características de los principales productos competidores.
3) Evaluar los requerimientos nutricionales y las materias primas necesarias, para la elaboración de las galletas.
4) Elaborar el estudio de mercado y el plan estratégico para la elaboración de las galletas (tipos, variedades, sabores, etc.)

G. Limitaciones

A la hora de realizar esta investigación, nos encontramos con ciertas limitaciones. La primera de ellas, se refiere a la limitación de ubicación, pues el estudio será realizado únicamente en la Zona Metropolitana de Caracas. Otra limitación es el tiempo, ya que las encuestas serán aplicadas durante los meses de Febrero y Marzo del 2011.

Adicionalmente existe una escasa información acerca de las estadísticas reales de personas que padecen celiaquía en Venezuela. Esto aunado al hecho de la escasez de medios por parte de entes gubernamentales y particulares, para determinar los niveles de gluten en los alimentos existentes. Además, existe falta de conocimiento de la competencia.

Otro aspecto a considerar como limitante, es la poca colaboración por parte de las personas para contestar la encuesta, por la desconfianza que actualmente tienen las personas, debido a la inseguridad que padece nuestra sociedad.

Se puede además mencionar como limitante, los costos que implicará la puesta en marcha de la empresa. Y por último, podemos considerar los permisos necesarios para laborar en la zona donde se ubique la empresa.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

A. Mercadeo

El Mercadeo o Marketing es definido por el autor Philip Kotler como *"un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes"* (Kotler, 1996)

Entonces, no es más que un conjunto de acciones, llevadas a cabo por la gerencia, mediante la cual se organizan y dirigen todas las actividades comerciales que se requieren para verificar las necesidades de los consumidores, y convertir el poder de compra del cliente en demanda efectiva de un producto específico. Es importante tener claramente definidas, las siguientes variantes:

- Producto/servicio: Bien tangible (galletas) que satisface una necesidad.
- Consumidor: Personas a las que se pretende llegar para satisfacer sus necesidades
- Imagen de la marca: Proyección y posicionamiento que se desea generar, y la relación que tiene con el bien para que se sienta identificado con él.
- Distribución: Canales (personas o empresas) que se utilizan para hacer llegar el bien al consumidor final.

Para lograr los objetivos propuestos, el plan de mercadeo debe apoyarse en una investigación de mercados, que no es más que un

proceso que permite hacer un diagnostico sobre una situación específica del mercado.

B. Estudio de Mercado

El mercado puede definirse como un lugar físico especializado en las actividades de compra y venta, de productos y servicios. También se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, derivadas de las relaciones existentes entre la oferta y la demanda de dichos bienes o servicios. Esto no es más que un conjunto de movimientos a la alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías y además en función del tiempo o lugar.

El estudio de mercado, tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción. Con esto se busca asegurar a los inversionistas la recuperación del capital invertido, basándose en un mercado potencial factible, recibir un flujo de caja, efectuar estimaciones económicas, y seleccionar los procesos y equipos que serán necesarios.

Antes de llevar a cabo un proyecto, es necesario realizar un estudio de mercado que permita conocer *a priori* las condiciones de éste, pero sobre todo si las posibilidades de venta son reales y si los bienes o servicios podrán colocarse en las cantidades pensadas, de modo tal que se cumplan los propósitos del empresario.

Dentro del estudio de mercado, es importante definir:

1) *Oferta:* se refiere a las cantidades del bien que el productor está dispuesto a colocar en el mercado (Frank, 2005). Juega un papel importante, la definición del precio de venta. Lo realmente importante es conocer cuál es la oferta (competencia) existente de los bienes existentes en el mercado, analizar sus características, para determinar si el bien que deseamos introducir cumplen con las características deseadas por el público.

2) *Demanda:* se refiere a las cantidades que está dispuesto a adquirir un consumidor, con la finalidad de satisfacer sus necesidades. (Frank, 2005). En sus decisiones de compra, juegan un papel importante el precio y la calidad.

La demanda tiene, adicionalmente, modalidades que ayudan a ubicar al oferente de bienes y servicios, en función de las necesidades de los demandantes. En primer lugar hay bienes necesarios y bienes superfluos o de lujo. Para el caso de los bienes necesarios se trata de productos o servicios indispensables para el cliente, con los cuales satisface sus necesidades más importantes. En algunos casos, en función de los estratos sociales, algunos bienes o servicios se vuelven indispensables, pero no es igual para todos los niveles de consumo.

C. Las 4P del Mercadeo

El mercadeo no es más que un conjunto de técnicas que intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto, a través de estudios de mercado. Esto permite, entre otras cosas, conocer a qué tipo de público le interesa el producto ofrecido. Para lograr la satisfacción del cliente (potencial o actual), esta técnica busca diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas.

La herramienta conocida como "las 4 P del mercado", diseñada por el Prof. Eugene Jerome McCarthy, es utilizada por la empresa para implantar las estrategias de mercadeo y alcanzar los objetivos establecidos. Conocida también como "Marketing Mix", se refiere a los siguientes elementos (Fisher, 2003):

1) *Producto*: se refiere a cualquier bien o servicio ofrecido en el mercado que es adquirido para su uso o consumo, con la finalidad de generar valor y satisfacer las necesidades de los consumidores. Éste es un elemento clave en la oferta del mercado. Resulta fundamental entender cuáles son las características que ofrece el producto, de manera de poder compararlo con los de la competencia y analizar las ventajas comparativas.

2) *Precio*: es el valor de intercambio del producto en el mercado, el cual viene determinado por la satisfacción o utilidad derivada de la compra y el uso o el consumo del producto. Este es el único elemento de las 4 P, que genera ingresos, puesto que los demás generan costo. La fijación de precios de un producto o servicio, conlleva un análisis por parte de la empresa, en el cual se deben considerar los costos de producción y distribución, el margen de ganancia que se desea obtener con la venta del producto, las acciones y

características de la competencia, las estrategias de mercadeo adoptadas y los objetivos establecidos.

3) *Plaza o Distribución*: forma en la cual el producto llegará a manos del consumidor. Forman parte fundamental de este elemento del mix de marketing:

a) Canales de distribución: agentes encargados de movilizar el producto desde el proveedor hasta el consumidor.

b) Planificación de la distribución: conlleva un proceso de toma de decisiones, mediante el cual se crea un sistema para llevar el producto a manos del consumidor, a través de los agentes intermediarios (mayoristas, minoristas)

4) *Promoción*: consiste en un mecanismo de transmisión de información, el cual incluye las actividades que desarrollan las empresas para comunicar las características de sus productos y persuadir al público objetivo. Entre las técnicas de promoción más conocidas tenemos: publicidad, promoción de ventas, venta personal, propaganda o relaciones públicas.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

A. Consideraciones Generales

Se utilizará una metodología de tipo cuantitativa, dado que se recolectarán y analizarán datos, con el fin de dar respuesta a las preguntas planteadas en el problema, y lograr así los objetivos propuestos. Juega un papel fundamental la utilización de estadísticas, las cuales ayudaran a establecer con exactitud los patrones de comportamiento de la población.

Los estudios exploratorios generalmente determinan tendencias, identifican contextos y situaciones de estudio, relacionadas con las variables estudiadas.

Para la recolección de información se aplicaran encuestas a personas celíacas, sus familiares, y personas que no padecen dicha condición. La idea es determinar cuáles son los gustos y expectativas, que éste tipo de galletas deben cubrir.

B. Tipo de Investigación

Para este trabajo de grado, se realizará una Investigación de Tipo Exploratoria, debido a que en Venezuela, en los últimos años, no se ha realizado ningún estudio sobre la elaboración de alimentos para celíacos o la escasez de los mismos. Por lo tanto, los antecedentes de la investigación

son escasos y se hace necesario analizar las estadísticas y los trabajos realizados en otros países sobre el tema.

Para éste trabajo, la investigación puede ser clasificada con base a los siguientes criterios:

1. Según el propósito o las finalidades perseguidas:

a) Investigación Aplicada. La finalidad de este tipo de investigación es la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren. Sin embargo, lo que le interesa al investigador son las consecuencias prácticas.

2. Según el propósito la clase de medios utilizados para obtener los datos:

a) Investigación Documental. Este tipo de investigación es la que se realiza, apoyándose en fuentes de carácter documental (investigación bibliográfica y la hemerográfica).

b) Investigación de Campo. Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

Como es compatible desarrollar ambos tipos de investigación simultáneamente, primero se consultarán las fuentes de carácter documental, lo cual sentará las bases teóricas de dicha investigación. Luego se realizará la investigación de campo, mediante la aplicación de encuestas a la muestra de la población.

3. Según el nivel de conocimientos que se adquieren:

a) Investigación Descriptiva. Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una

situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en trabajo indagatorio. Puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad.

b) Investigación Explicativa. Mediante este tipo de investigación, que requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, se trata de responder o dar cuenta de los porqués del objeto que se investiga.

C. Unidad de Análisis

En esencia, la muestra es un subgrupo de la población, objeto de estudio. De la población es conveniente extraer muestras representativas del universo. Para este estudio en particular, el universo está constituido por la población del Área Metropolitana de Caracas (aproximadamente 6,7 millones de habitantes). Como resulta difícil poder medir la población total, se seleccionará una muestra, esperando que éste subgrupo refleje el comportamiento estándar de la población. El tamaño de la muestra es de 100 personas, ubicadas en los Municipios Baruta, Chacao, Sucre, El Hatillo y Libertador,

Básicamente se categorizan las muestras es dos grandes ramas: las probabilísticas y las no probabilísticas. Entiéndase por muestras probabilísticas aquel subgrupo de la población en el que todos los elemento de este, tienen la misma probabilidad de ser escogidos. Las muestras no probabilísticas se dan cuando la elección de los elementos no depende la

probabilidad, sino con causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. En este caso, serán escogidas al azar 50 personas (muestra probabilística) y otras tantas serán elegidas por su característica de padecer celiaquía o ser familiar de quien la padece (muestra no probabilística).

Por otra parte, la selección de la muestra también puede categorizarse en muestra cuantitativa y muestra cualitativa. Ésta última, es la unidad de análisis o conjunto de personas, contextos, eventos o sucesos sobre la cual se recolectan los datos sin que necesariamente sea representativo. La muestra cuantitativa es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo en dicha población. En éste estudio se realizará una muestra cuantitativa.

D. Materiales e Instrumentos

Los materiales e instrumentos, constituyen los medios a través de los cuales se hace posible la obtención de la información requerida para la investigación. En ésta investigación se utilizó como instrumento, la encuesta. En la misma se formularon nueve (09) preguntas de tipo cerradas.

Como materiales, podemos destacar los trabajos escritos previamente (bibliografía), los cuales permiten sustentar y apoyar el estudio llevado a cabo. La revisión de la documentación existente sobre el tema permite conocer de qué se trata la celiaquía y cuáles son las necesidades alimenticias específicas de la población que la padece. Además de darnos

los elementos teóricos que nos ayudarán a comprender mejor el problema de investigación planteado. ¿Cómo hacerlo?

E. Diseño y Procedimiento

1. Selección y Tamaño de la Muestra.

Actividad por medio de la cual se toman ciertas muestras de la población, de los cuales se van a extraer algunos criterios de decisión. El muestreo es importante porque a través de él se puede realizar el análisis de alguna situación en particular. La muestra debe ser representativa, pues va a ser usada para estimar las características de la población. Los métodos para seleccionar una muestra representativa son numerosos, dependiendo del tiempo, dinero y habilidad disponibles.

Entre los tipos de muestra más utilizados y que serán aplicados en ésta investigación, tenemos:

a) Muestreo Aleatorio Simple. La forma más comúnmente utilizada para obtener una muestra representativa, es la selección al azar. Mediante esta, cada uno de los individuos pertenecientes a la población, tiene la misma posibilidad de ser elegidos. Este requisito es indispensable pues de lo contrario, se considera que la muestra está viciada.

b) Muestreo por Cuotas. Se divide a la población en estratos o categorías, y se asigna una cuota para las diferentes categorías y, a juicio del investigador, se selecciona las unidades de muestreo. La muestra debe ser proporcional a la población, y en ella deberán tenerse en cuenta las diferentes categorías.

c) Muestreo Mixto. Se combinan diversos tipos de muestreo. Por ejemplo: se seleccionan las unidades de la muestra en forma aleatoria y se aplica el muestreo por cuotas.

En vista de que resulta imposible medir los gustos de la totalidad de individuos que componen el universo en cuestión, se utilizará la siguiente fórmula estadística para determinar el número de personas a ser entrevistadas. (Gallardo, 1999)

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Donde n_0 es la primera aproximación al tamaño de la muestra y se calcula así:

$$n_0 = \frac{Z_\alpha{}^2 * P * Q}{d^2}$$

En esta fórmula, tenemos las siguientes variables

- $Z_\alpha{}^2 = 1.645^2$ (ya que la seguridad es del 90%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0,05)
- q = 1 – p (en este caso 1 – 0,05 = 0,95)
- d = precisión (en este caso deseamos un 3%)

Se utiliza:

- Para un nivel de confianza del 90% Z = 1.645
- Para un nivel de confianza del 95% Z = 1.96

- Para un nivel de confianza del 99% Z = 2.58

La población total de celíacos en el Área Metropolitana de Caracas, comprende alrededor de 50 mil personas, por lo que la encuesta debería ser aplicada a 142 personas aproximadamente, a saber, pacientes con celiaquía, familiares y público en general.

$$n_o = \frac{1{,}645^2 \times 0{,}05 \times 0{,}95}{0{,}03^2} = 142{,}82$$

$$n = \frac{142{,}82}{1 + \frac{142{,}82}{50.000}} \qquad n = 142 \text{ personas}$$

En el caso de ésta investigación, se utilizará el Muestreo Mixto pues de las 142 personas a las cuales se aplicará la encuesta, 100 serán obtenidas al azar mediante un Muestreo Aleatorio Simple y las 42 restantes, serán aplicadas a personas que padecen celiaquía o sus familiares.

2. Recolección de Datos.

Para la recolección de datos en una investigación como ésta, se utilizará como herramienta la encuesta, puesto que constituye el término medio entre la observación y la experimentación. En ella se cuestiona a la persona participante sobre ello. Se dice que la encuesta es un método descriptivo con el que se pueden detectar ideas, necesidades, o preferencias, entre otras. Constituye una fase completamente mecánica, la cual puede llevarse a cabo de forma manual o computarizada. Todo depende

del tipo de muestra que se haya determinado dentro de la investigación, es decir, la muestra que representa el objeto de estudio.

Si la muestra es pequeña, el investigador puede manejar los datos utilizando sus medios manuales, pero si la muestra es grande, necesitara apoyarse en medios más tecnificados como el uso de computadoras que permitan ofrecerles resultados más rápidos y quizás menos riesgosos que si los realizara manualmente.

En cualquiera de las dos formas que emplee, deberá llevar a cabo todo un proceso sistematizado, que parte de clasificar los datos de tal forma que le sea fácil su estudio.

Previamente los ordenará y procederá a elaborar su propia guía, permitiendo así el fácil procesamiento de los datos. Para ello deberá considerar cuatro pasos, los cuales son: Agrupación, Categorización, Codificación y Tabulación. (ACCT).

Cualquiera que sea el instrumento o medio utilizado para recabar la información, esta tendrá carácter meramente empírico. Los datos recogidos están en función de los tipos de preguntas elaboradas. Algunas respuestas serán directas y otras teóricas, que permitirán comprobar la validez de las hipótesis.

Las respuestas deben analizarse y el primer paso será el proceso de agrupación.

a) Agrupación: Consiste en la facultad que tiene el investigador de agrupar todas las respuestas similares o con gran parecido, de tal manera que la información obtenida pueda manejarse con mayor comodidad, tratando que los grupos que la conforman no serán demasiados y se haga fácil el proceso.

b) Categorización: La agrupación anterior conlleva al señalamiento de las categorías o ítems en que estas respuestas deben concentrarse. Establecerá las que considere convenientes para su estudio según lo señalado en la fase de operacionalización.

c) Codificación: Consiste en la expresión numérica a la que será sometida cada una de las respuestas verbales y que en el caso estudiado, corresponderá asignarle a cada una de las categorías. El código podrá ser también en letras, queda a elección del sistema que elija el procesador de datos.

d) Tabulación: Consiste en la contabilización que se efectúa de cada una de las preguntas para determinar numéricamente las respuestas obtenidas.

La investigación no tiene sentido sin las técnicas de recolección de datos, estas técnicas conducen a la verificación del problema planteado.

Cada tipo de investigación determinara las técnicas a utilizar y cada técnica establece sus herramientas, instrumentos o medios que sean empleados. Todo lo que va a realizar el investigador tiene su apoyo en la técnica de recolección de datos. Aunque utilice medios diferentes, su marco metodológico de recolección de datos se concentra en la técnica de la observación y el éxito o fracaso del proceso investigativo dependerá de cual empleo.

Los instrumentos que se construirán, llevaran a la obtención de los datos de la realidad y una vez recogidos se podrá pasar a la siguiente fase del procesamiento de los datos obtenidos como información.

3. Análisis de Datos.

En el área Metropolitana de Caracas, existen alrededor de 50 mil pacientes con celiaquía, según datos manejados por la Escuela de Nutrición y Dietética de la UCV. Los datos en sí mismos tienen limitada importancia, por lo que es necesario encontrarles significado. En esto consiste, en esencia, el análisis e interpretación de los datos. Es la etapa en la que son organizados y analizados los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas. Lo primero que se debe hacer al analizar los datos recabados, es ver qué dicen las respuestas en relación con el problema que se había planteado previamente.

El análisis e interpretación de datos es la culminación de todo el proceso de la investigación, porque las fases precedentes se ordenan en función de esta tarea.

4. Presentación de los resultados.

Con el material ya recogido y organizado, inicia una de las etapas más interesantes que consiste en darle sentido y explicación a los resultados obtenidos. En ésta etapa se procesan los datos, se analizan e interpretan.

5. El Diseño de la Encuesta.

La encuesta debe diseñarse de la manera más sencilla y clara posible, de manera que no presente dudas a la hora de ser aplicada a la muestra de la población seleccionada. Existen diferentes maneras de aplicarla, sin embargo para ésta investigación se utilizará:

a) Encuesta Auto Administrada: La encuesta se proporciona directamente a los respondientes, quienes lo contestan. No hay intermediarios y las respuestas las hacen ellos mismos.

En los anexos de éste trabajo se observa la encuesta aplicada a la muestra de la población. Su finalidad es determinar los gustos y hábitos de consumo, que en cuanto al consumo de galletas tiene la población en general y los celíacos. Así mismo, resulta interesante estudiar cómo se relacionan dichos resultados, con el rango de edades y el sexo de las personas encuestadas. La misma será aplicada en centros comerciales de los diferentes municipios que conforman el Área Metropolitana de Caracas, y serán así mismo consultados, un porcentaje de personas que padecen celiaquía o sus familiares más cercanos.

F. Cronograma de Actividades

Las actividades que serán llevadas a cabo durante el desarrollo de éste trabajo, se especifican a continuación:

Actividad	Nov´10	Dic´10	Ene´11	Feb´11	Mar´11	Abr´11
Selección y delimitación del Problema						
Revisión bibliográfica						
Elaboración del Marco Teórico						
Elaboración del Marco Metodológico						
Elaboración de Instrumento de Recolección de Datos						
Revisión por parte del Tutor						
Aprobación del Proyecto de Trabajo Especial del Grado						
Aplicación de Instrumento de Recolección de Datos						
Análisis e Interpretación de Datos						
Redacción del Borrador del Trabajo Especial de Grado						
Revisión del Borrador por parte del Tutor						
Presentación Final del Trabajo Especial de Grado						

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

La encuesta fue aplicada a un total de 142 personas (con celiaquía y público en general), todas ellas ubicadas dentro del área metropolitana de Caracas.

Una vez analizados los resultados, tenemos que el 50% de los encuestados tiene edades comprendidas entre los 20 y los 40 años, el 48% más de 40 años y el 16% menos de 20 años. Esto nos hace pensar que la mayoría de la muestra, se refiere a personas de mediana edad, estudiantes universitarios, y jóvenes profesionales. Así mismo, en cuanto a género tenemos que fueron encuestadas 95 mujeres (67%) y 47 hombres (33%).

A continuación, se observan los resultados obtenidos en la aplicación de las 10 preguntas planteadas.

Pregunta 1 **Consumo de Galletas**

	Diario	Semanal	Mensual	No consume
N° personas	78	36	19	9
%	55%	25%	13%	6%

Cuando se le solicitó a los encuestados que revelaran su parámetro de consumo de galletas, el 55% aseguró consumirlas a diario, seguido de un 36% que las consume semanalmente, tal y como se observa en la Tabla 1. Esto nos hace pensar que el consumo de galletas está afianzado dentro del público venezolano, lo cual hace de éste un mercado atractivo para nuevas empresas como la nuestra.

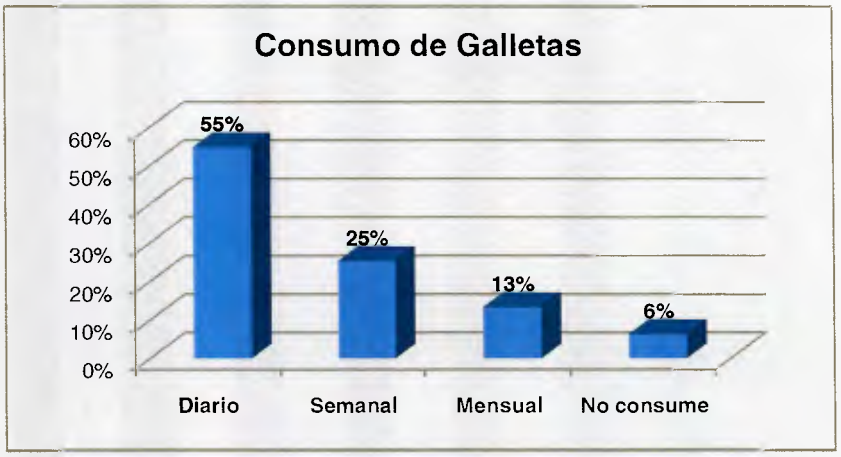

Tabla 1. Consumo de Galletas según encuesta

Pregunta 2 **Preferencia en Tipos de Galletas**

	María	Chocolate	Frutas	Energéticas	Dietéticas
N° personas	39	62	11	6	24
%	27%	44%	8%	4%	17%

En la segunda pregunta, buscamos cubrir con el objetivo planteado acerca de indagar los gustos y necesidades de los consumidores de galletas. Como se observa en la Tabla 2, el 44% prefiere las de sabor a chocolate seguido por un 27%, quienes se inclinan hacia el consumo de galletas tipo María. Con esto podemos concluir que la empresa debe arrancar sus operaciones, fabricando galletas de chocolate y las tradicionales, tipo María.

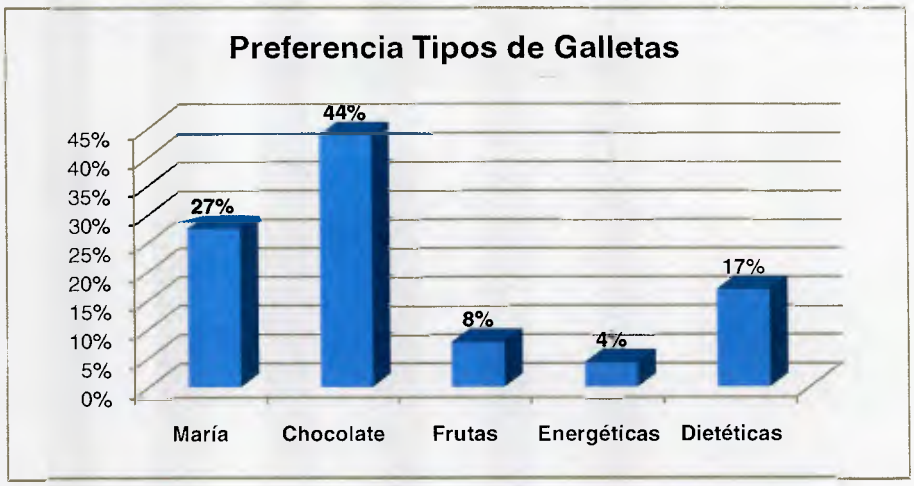

Tabla 2. Preferencias en tipos de galletas según encuesta

Pregunta 3 **Lugar de consumo habitual de las galletas**

	Hogar	Trabajo	Colegio	Otros
N° personas	68	61	13	0
%	48%	43%	9%	0%

Con la tercera pregunta se buscaba identificar los lugares habituales de consumo de galletas, de manera de conocer en qué puntos de venta ubicar nuestro producto. Tal y como se observa en la Tabla 3, la mayoría de las personas las consume en el hogar y el trabajo, lo cual nos hace pensar que como punto de partida, podemos ubicar nuestras galletas en kioscos que se encuentren en zonas empresariales, para luego negociar con cadenas de supermercados.

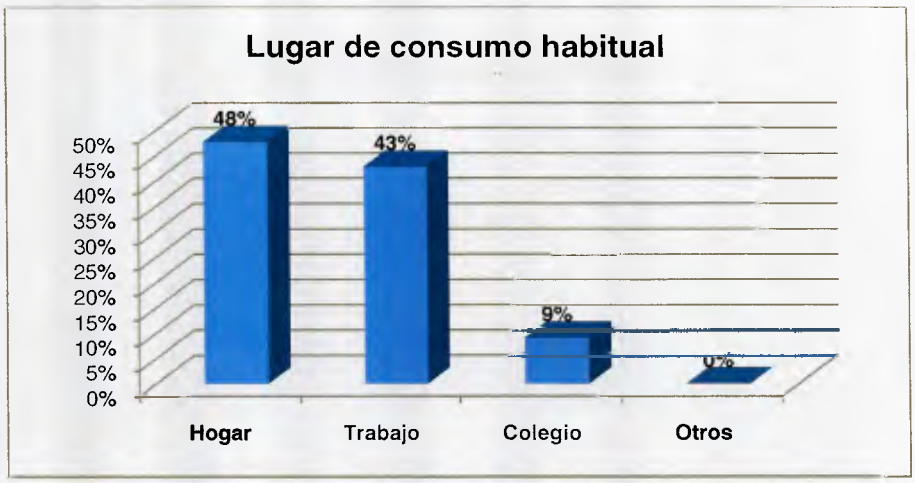

Tabla 3. Lugar de consumo habitual de galletas según encuesta

Pregunta 4 **Momento en que se consumen galletas**

	Desayuno	Almuerzo	Cena	Entre comidas
N° personas	65	4	1	72
%	46%	3%	1%	51%

Otro punto importante era identificar en qué momento se consumen las galletas. Los patrones de consumo más importantes son entre las comidas, como "snack", y en el desayuno, tal y como se puede observar en la Tabla 4. En vista de esto, podemos pensar en comenzar el sistema de producción de galletas en empaques pequeños, bolsitas de no más de 10 unidades que satisfagan dichas necesidades de consumo.

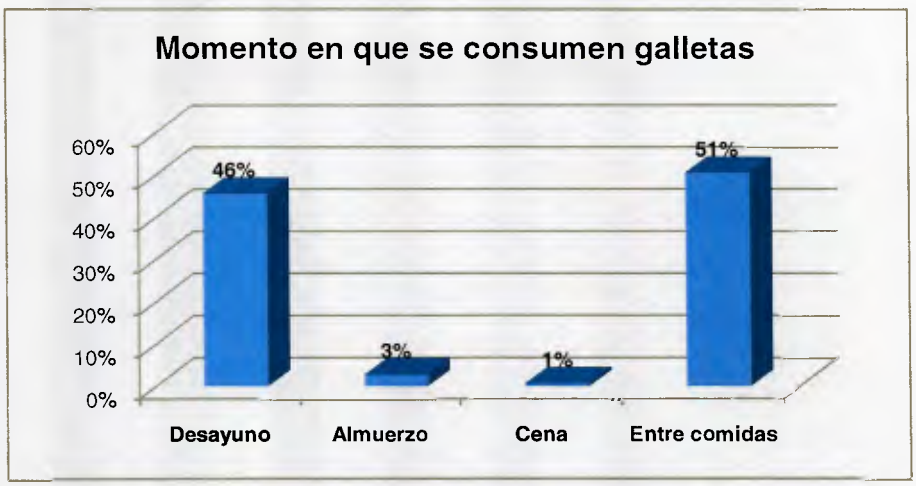

Tabla 4. Momento de consumo de galletas según encuesta

Pregunta 5 **Compraría galletas libres de gluten**

	Sí	No
N° personas	137	5
%	96%	4%

De acuerdo a lo que se observa en la Tabla 5, dado que el 96% de los encuestados, sí compraría galletas libres de gluten, podemos pensar que nuestro producto además de ser bien recibido por celíacos, será consumido por público en general.

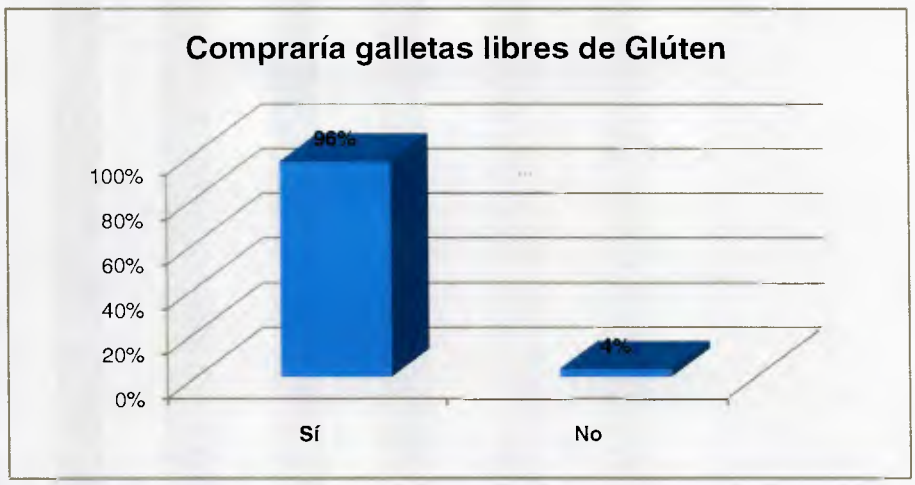

Tabla 5. Compra de galletas libres de gluten según encuesta

Pregunta 6 **Qué tipo de empaque consume habitualmente**

	Individual	Familiar
N° personas	129	13
%	91%	9%

Como se observa en la Tabla 6, la casi totalidad de la muestra afirma que consume galletas en empaque individual, por lo que las estrategias de ésta compañía deben centrar sus esfuerzos de producción en éste tipo de empaque.

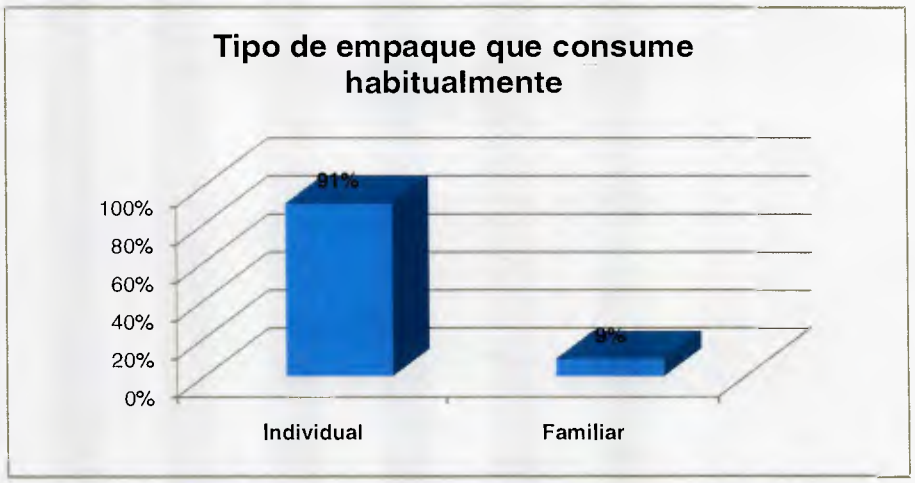

Tabla 6. Tipo de empaque consumido según encuesta

Pregunta 7 **Valoración de los atributos de las galletas**

	Precio	Calidad	Beneficios salud	Empaque	Variedad sabores
N° personas	47	56	39	0	0
%	33%	39%	27%	0%	0%

En la Tabla 7 se observan los resultados obtenidos, al solicitarle a los consumidores que clasificaran los atributos más importantes del producto, o aquellos que más valora. Resalta por encima de todos la calidad y el precio, seguidos por los beneficios para la salud. Es por ello que nuestras galletas deben elaborarse con materia prima de primera calidad, los precios de los empaques ofrecidos deben ser competitivos y además es importante que se destaquen los beneficios que pueden traer el consumo de alimentos libres de gluten, no solo en celíacos sino en personas que quieran cuidar su salud.

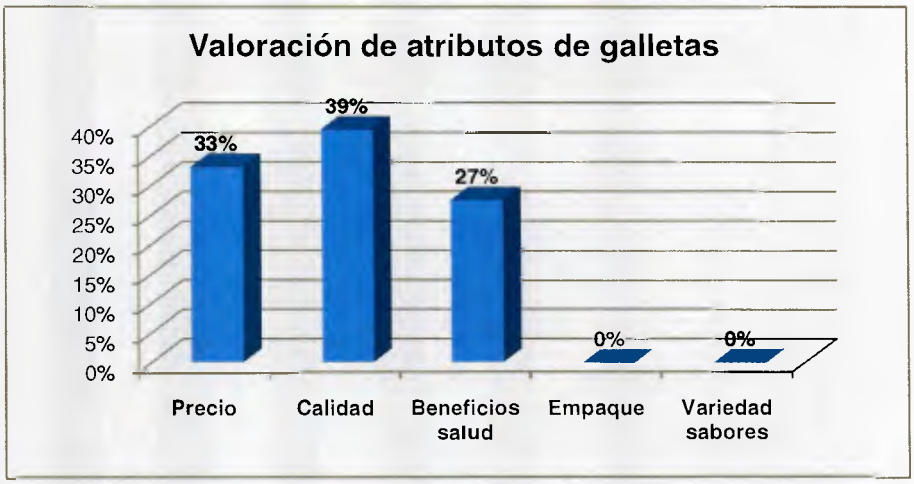

Tabla 7. Valoración de atributos de las galletas según encuesta

Pregunta 8	Marcas de galletas que consume habitualmente		
	Oreo	María	Santiveri
N° personas	56	49	37
%	39%	35%	26%

Nuevamente observamos, en la Tabla 8, la preferencia del consumidor por galletas de chocolate (Oreo) y las tradicionales (María). Sin embargo, entra en juego un competidor importante, que se encuentra especializado en problemas de salud, como lo es Santiveri. Así identificamos a nuestros principales competidores, dado que en el mercado de elaboración nacional, resulta muy difícil encontrar empresas especializadas en galletas libres de gluten.

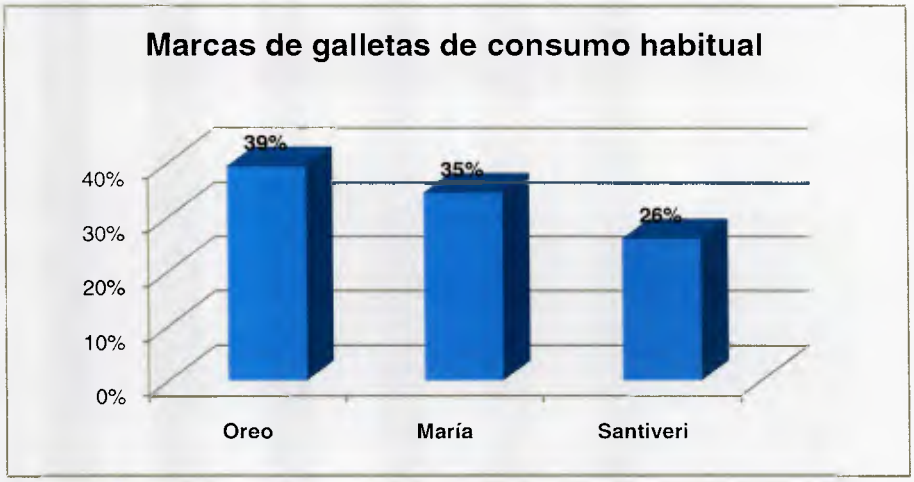

Tabla 8. Marcas consumidas habitualmente según encuesta

Pregunta 9	Compraría una nueva marca de galletas caseras para celíacos, beneficiosas para la salud	
	Sí	No
N° personas	142	0
%	100%	0%

Tal y como podemos ver en la Tabla 9, los consumidores parecen tener inclinación hacia el consumo de productos de elaboración casera. Esto es un punto a favor de nuestra empresa.

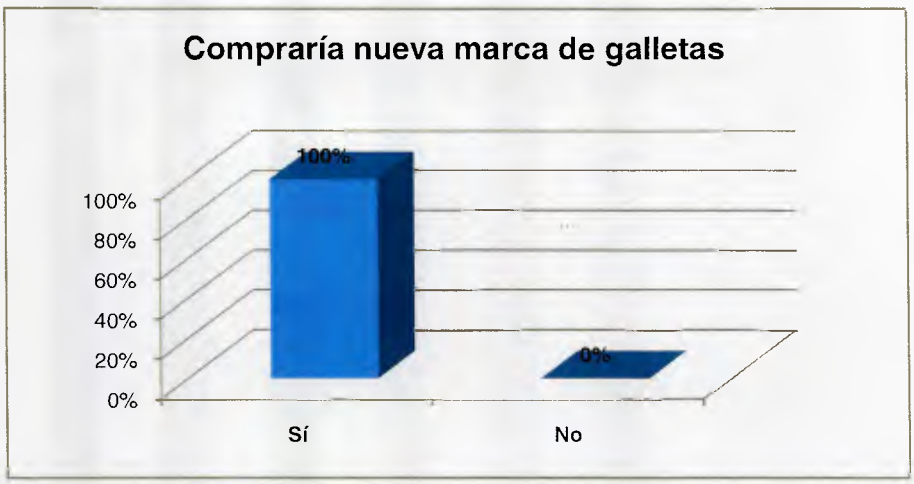

Tabla 9. Pregunta Compraría nueva marca de galletas según encuesta

Pregunta 10 **Qué precio pagaría por un empaque de 100 gr. de estas galletas**

	Menos Bs.10	De Bs.10-15	Más Bs. 15
N° personas	34	101	7
%	24%	71%	5%

La idea de esta pregunta es poder determinar el rango de precios, que podemos fijar para nuestras galletas. Como se observa en la Tabla 10, el 71% de los encuestados considera que pagaría entre Bs.10 y Bs.15 por un paquete de galletas de aprox. 100 gr.

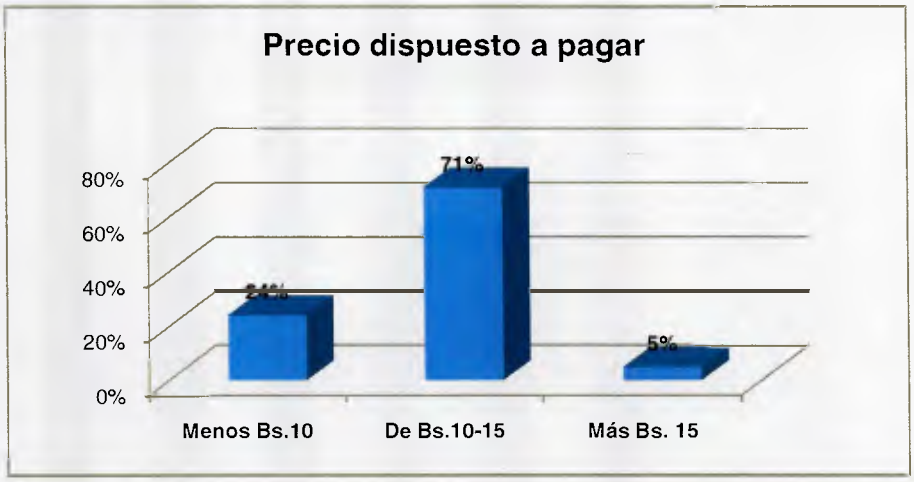

Tabla 10. Precio que está dispuesto a pagar el consumidor según encuesta

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La finalidad de aplicar esta encuesta a la población muestral, es para alcanzar los objetivos planteados al inicio de éste trabajo de investigación. Gracias a ello podemos concluir entre otras cosas que el venezolano, celiaco o no, es un consumidor habitual de galletas, por lo que pareciera muy factible la creación de una nueva empresa dedicada a la elaboración de éste producto.

Al estudiar el mercado consumidor de galletas en el área metropolitana de Caracas, podemos observar que el mismo está integrado por:

1) Demanda: compuesta por todas aquellas personas consumidoras de galletas, que se encuentren ubicadas en el área metropolitana de Caracas. Como se ha señalado con anterioridad, y a los fines de este trabajo, la demanda puede dividirse en personas con celiaquía y personas no padecientes de celiaquía. La demanda de galletas puede identificarse en individuos con edades comprendidas entre los 1 y 100 años de vida, por lo que las estrategias de mercadeo deben ir dirigidas a todos los grupos de edad.

2) Oferta: en el mercado venezolano se ofertan galletas libres de gluten (elaboradas en otros países) y galletas elaboradas a partir de harina de Trigo (de elaboración casera e industrial).

Si bien es cierto que existen muchas variedades de galletas artesanales o procesadas por industrias, no existen empresas que se dediquen a la producción de este tipo de alimento, libre de gluten. Sin

embargo, se pueden conseguir en farmacias especializadas dicho tipo de galletas, que al ser elaboradas en otros países, resultan sumamente costosas. Tal es el caso de las Galletas Santiveri, cuyos costos oscilan alrededor de los Bs. 30 por paquete. Las galletas nacionales identificadas como nuestros competidores, por la población consultada, elaboran paquetes de galletas individuales, de 4 unidades cada uno, cuyo precio aproximado es de Bs. 4.

La idea es ofrecerle al mercado venezolano, un producto artesanal, cuya materia prima fundamental sea el cacao venezolano y la harina de plátano. Ésta última resulta muy novedosa ya que actualmente es poco conocida, y solo es utilizada por una empresa de cacao mirandina, en la elaboración de masa para Brownies.

Además de enaltecer los productos venezolanos, la harina de plátano es un excelente sustituto de la harina de trigo que resulta tan perjudicial para los celíacos, y a la vez, puede ser consumida por todas las personas. Según la nutricionista María Mercedes Alayón, del Instituto Nacional de Nutrición, "En Venezuela tenemos un excesivo consumo de trigo que está vulnerando nuestra soberanía alimentaria. Nos hace dependiente de importaciones, pues el trigo que se produce en el país es sólo de carácter artesanal, cultivándose en pequeñas cantidades en algunas regiones como Mérida, Trujillo y Táchira, utilizado en la preparación de las arepitas andinas- Per se, el trigo no es un cereal que se produce en Venezuela para garantizar las demandas que hay en el consumo" (Prensa INN, 2010).

En la Tabla 11, se comparan las características de los principales tipos de galletas, identificados por los encuestados, como favoritas.

TIPO DE GALLETA	TIPO DE EMPAQUE	PRECIO	PRODUCCIÓN	MARKETING
Oreo	4 und. / familiar	Bs. 4 / Bs. 25	Extranjera	Agresivo
María	4 und. / familiar	Bs. 3 / Bs. 20	Nacional	Medio
Santiveri	Familiar	Bs. 30	Extranjera	Bajo

Tabla 11. Comparación Oferta de Galletas

Observando estas características, y basándonos a su vez en las 4 P´s del mercado, obtenemos una serie de conclusiones a partir de los Objetivos planteados al inicio, las cuales se derivan de la aplicación de las encuestas a la población muestral.

1) - Objetivo: Identificar las necesidades y gustos de personas que padecen celiaquía, y público en general.

   - Análisis 4P: en este caso se analizan las características que debe tener el producto para satisfacer al cliente potencial. Se pudo conocer que en cuanto a gustos se refiere, la población muestral prefirió las galletas sabor a chocolate (Oreo) y las tradicionales, tipo María

   - Plan de acción: de acuerdo a las respuestas obtenidas en la encuesta, sería ideal salir al mercado con una galleta "híbrida", es decir, una galleta de chocolate que no sea demasiado dulce, y que dentro de sus ingredientes incluya el cacao venezolano y la harina de plátano, como sustituto de la harina de trigo, lo cual las convertiría en las primeras galletas venezolanas libres de gluten. Y hacia éste tema en específico, se debe publicitar el producto.

2) - Objetivo: Evaluar las características de los principales productos competidores.

- Análisis 4P: en este caso se analiza el Producto y Promoción de la competencia y sus Precios

- Plan de acción: observamos que en el caso de las Galletas Oreo y las Galletas María, se comercializan en empaques de 4 unidades y sus precios no son superiores a Bs. 4. Caso contrario a las Galletas Santiveri, las cuales se venden en empaques más grandes y cuyo precio mínimo es de Bs. 30. Por ello, se concluye que este tipo de galletas deben comercializarse en empaques individuales de 6 galletas, con un peso de 45 gr., y ofertarse a un precio aproximado de Bs. 6.

3) - Objetivo: Evaluar los requerimientos nutricionales y las materias primas necesarias, para la elaboración de las galletas.

- Análisis 4P: se manifiesta nuevamente el estudio del Producto

- Plan de acción: el 39% de los encuestados considera que la característica fundamental que deben tener las galletas es la calidad por lo que la materia prima utilizada en su elaboración, debe ser de primera. En cuanto a los requerimientos nutricionales, el consumo de galletas y cereales forman parte del grupo de alimentos que los especialistas aconsejan ingerir más raciones diarias.

4) - Objetivo: Elaborar el estudio de mercado y el plan estratégico para la elaboración de las galletas (tipos, variedades, sabores, etc.)

- Análisis 4P: para lo cual se evalúan Producto, Precio, Promoción y Plaza.

- Plan de acción: dado que la mayoría de las personas consume galletas en su hogar y el trabajo, mayormente en el desayuno y entre las comidas, pareciera razonable comercializar el producto en cadenas de supermercados y kioscos ubicados en zonas de oficinas y colegios. En cuanto a la Promoción del producto, resultaría muy interesante que el empaque contenga una etiqueta colocada de manera visible, que asegure que son libres de gluten y elaboradas con materia prima 100% venezolana. Además sería importante destacar que son elaboradas a base de harina de plátano, lo cual las hace únicas en el país.

Una vez realizado este estudio, concluimos que es factible crear una empresa dedicada a la elaboración de galletas libres de gluten, dirigidas tanto a personas celíacas como a la población en general, ya que el mercado puede seguir siendo explotado.

El hecho de que se utilicen materias primas novedosas en su elaboración, como lo es la harina de plátano, puede atraer al público y crear nuevos nichos de mercado. Todo esto hará que otras empresas tomen conciencia de las necesidades específicas de alimentación que tienen ciertos grupos de la población, lo cual seguramente hará que los organismos de salud competentes, se preocupen por evaluar la calidad de los alimentos e invertir más recursos en la investigación de este tipo de enfermedades o condiciones nutricionales especiales, lo cual traerá un beneficio social importante y mejorará la calidad de vida de muchas personas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, Fidia. (1999). *El Proyecto de Investigación, Guía para su elaboración*. Caracas, Editorial Episteme.

- Alvarado T., Lourdes G. (2009). Tesis de Grado: *Obtención de harina de yuca para el desarrollo de productos dulces destinados para la alimentación de celíacos*. Consultado el día 08 de Octubre de 2010, en: http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-39364.pdf

- Castillo, Cecilia. (2007). *Costo de una canasta básica de alimentos para celíacos en Chile*. Consultado el día 09 de Octubre de 2010, en: http://www.fundacionconvivir.cl/archivos/art10.pdf

- Fernández M., Sergio. (2002). Los *productos dietéticos y el mercado producido por la enfermedad celíaca*. Consultado el día 08 de Octubre de 2010, en:

  http://www.celiaconline.org/Secciones%20Web/Descargas/Archivos/los%20productos%20dieteticos%20y%20el%20mercado%20producido%20por%20la%20enfermedad%20celiaca.pdf

- Fisher, Laura. (2003). *Mercadotecnia*. México, Editorial Mc Graw Hill.

- Frank, Robert. (2005). *Microeconomía y Conducta*. Madrid, Editorial Mc Graw Hill.

- Gallardo, Yolanda & Moreno, Adonay (1999). *Serie Aprender a Investigar. Módulo 3: Recolección de la Información*. Consultado el día 01 de Febrero de 2010, en: http://contrasentido.net/wp-content/uploads/2007/08/modulo-3-recoleccion-de-informacion.pdf

- Herrera B., Agustín & Herrera de P., Esther & Mármol G., Rafael. (2006). *La enfermedad celíaca y su gastronomía.* Consultado el día 07 de Octubre de 2010, en:

  http://books.google.co.ve/books?id=dDT6vMzx3EIC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

- Kotler, Philip. (1996). *Dirección de Mercadotecnia.* México, Prentice-Hall

- Prensa Instituto Nacional de Nutrición. "El consumo de trigo quebranta nuestra soberanía alimentaria" Consultado el día 05 de Abril de 2011, en: http://www.inn.gob.ve/modules.php?name=News&file=article&sid=551

- Pinto, Aurora (2003). "Entre gustos y sabores" Revista Producto Consultado el día 26 de Abril de 2011 en: http://www.producto.com.ve/238/notas/informe.html

- Rodríguez de M., Adelaida & Martín G., Isabel. (2001). *Manual para celíacos.* Consultado el día 09 de Octubre de 2010, en : http://www.hvil.sld.cu/bvs/archivos/221_manual%20%20para%20%20celiacos%20.pdf

- Santalla P., Zuleyma del R. *(2008). Guía para la elaboración formal de reportes de investigación.* Caracas, Publicaciones UCAB.

- http://www.celiacosvenezuela.org.ve/celiacos/somos_celiacos_venezuela.php

- http://www.institutodelagalleta.com/historia.php?cl=2

ANEXOS

MODELO DE LA ENCUESTA

Requerimos su cordial participación en la realización de esta encuesta con fines académicos, cuyo principal objetivo consiste en conocer cuáles son sus gustos y actitudes, en el consumo de galletas. Para ello le pedimos que conteste a las preguntas formuladas, de manera anónima.

Por favor, coloque una "x" delante de la opción que muestre su elección.

Edad: _____ Menos de 20 años

_____ Entre 20 y 40 años

_____ Más de 40 años

Sexo: _____ Femenino

_____ Masculino

¿Es usted celíaco/a? _____ Sí

_____ No

1. Indique por favor, si su consumo de galletas es:

_____ Diario

_____ Una vez por semana

_____ Una vez al mes

_____ No consumo galletas

2. Sería usted tan amable de indicar cuál de estos tipos de galleta prefiere:

_____ Galletas tipo María

_____ Galletas de Chocolate

_____ Galletas con Sabor a Frutas

_____ Galletas Energéticas

_____ Galletas Integrales o Dietéticas

3. Dónde las consume, habitualmente:

_____ Hogar

_____ Trabajo

_____ Colegio

_____ Otros

4. En qué momento las consume:

_____ Desayuno

_____ Almuerzo

_____ Cena

_____ Entre comidas

5. Compraría usted galletas libres de gluten, que satisfagan sus gustos:

_____ Sí

_____ No

6. Por favor indique qué tipo de empaque consume habitualmente:

_____ Individual (menos de 6 und.)

_____ Familiar (cajas o empaques)

7. Valore los siguientes atributos a la hora de adquirir galletas (del 1 al 5, siendo 1 lo peor y 5 lo mejor):

_____ Precio

_____ Calidad

_____ Beneficios para la salud

_____ Empaque

_____ Variedad de sabores

8. Sea tan amable de nombrar tres marcas de galletas que consuma habitualmente:

_____

_____

_____

9. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir una nueva marca de galletas caseras, que pueden ser consumidas por celíacos debido a que no contienen gluten y que además, sean beneficiosas para la salud de las personas que no la padecen?

_____ Sí

_____ No

10. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un empaque de éste tipo de galletas, de aproximadamente 100 gramos?

_____ Menos de Bs. 10

_____ Entre Bs. 10 y Bs. 15

_____ Más de Bs. 15

Muchas gracias de nuevo por haber completado esta encuesta, y contribuir así al desarrollo de nuevos productos que satisfagan el paladar de los venezolanos.

Que tenga usted un feliz día.