



Ecuador – Agosto 2017 - ISSN: 1696-8352

## **PROMOCIÓN DE LAS COCINAS DE INDUCCIÓN DEL PROGRAMA DE COCCIÓN EFICIENTE EN EL SECTOR SUR OESTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**Ana Andrea Anchundia Holguin**  
**MCA. LCDA. Martha Beatriz Hernández Armendáriz**  
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Ana Andrea Anchundia Holguin y Martha Beatriz Hernández Armendáriz (2017): "Promoción de las cocinas de inducción del programa de cocción eficiente en el Sector Sur Oeste de la Ciudad de Guayaquil", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (agosto 2017). En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/cocinas-induccion-ecuador.html>

### **Resumen**

Este estudio tiene como objetivo analizar la demanda decreciente en la adquisición de las cocinas de inducción del Programa de Cocción Eficiente iniciativa impulsada por el gobierno ecuatoriano, el cual busca reemplazar el uso y nuevas compras de cocinas a gas por cocinas de inducción en la población, para la implementación de este proyecto se tuvo que realizar cambios en la matriz productiva por tal motivo el gobierno brindó apoyo al sector privado al mismo tiempo que se procedió a brindar beneficios por medio de las casas comerciales a las personas que decidan adquirir este artefacto, entre los beneficios se encuentran los 80 kilovatios gratis, facilidades de adquisición y pago por medio de la planilla de luz, cambio de medidor sin costo alguno, entre otros.

Para conocer del porque existe una baja demanda en la compra de las cocinas de inducción en el Sector Sur Oeste de la Ciudad de Guayaquil a pesar de existir beneficios en su adquisición, se realizó una investigación de mercado tomando como grupo objetivo a los jefes de hogar mayores de 18 años de sexo indistinto, obteniendo como resultado que la población tiene confusión en cuanto al consumo de luz de este artefacto, no conocen el beneficio ecológico que brinda, se sienten identificados con la cocina de gas porque han desarrollado un sentimiento de costumbre y sobre todo consideran a este electrodoméstico como un gasto elevado e innecesario.

Debido al fuerte rechazo por parte de la población en la compra de las cocinas de inducción se procedió aplicar estrategias de comunicación, la campaña “vive los beneficios de la inducción” el cual comprende el segundo trimestre del 2017, tiene como objetivo posicionar a este electrodoméstico como una mejor opción de compra, se utilizará publicidades en TV y se realizará casas abiertas donde se le enseñe a la población el uso de la cocina, se creará una página web y redes sociales para que los consumidores dejen sus comentarios los cuales se monitoreará y hará seguimiento, esta parte es fundamental porque permitirá conocer qué nivel de aceptación muestra el usuario y ayudará a tomar correctivos en caso de ser necesarios, por último se utilizará marketing de guerrilla para reforzar el nivel de posicionamiento del artefacto en la mente del consumidor.

## **Introducción**

El Programa de Cocción Eficiente es impulsado por el Gobierno de la República del Ecuador e inició en septiembre del 2014, su objetivo es sustituir 3 millones de cocinas a gas por cocinas de inducción, para incentivar la compra del artefacto se dispuso por medio de Casas Comerciales y Empresas Eléctricas diversos beneficios, pero el impacto obtenido no ha sido el esperado, según reportes de la Empresa Eléctrica de Guayaquil el 80% de hogares de la ciudad ya cuenta con el medidor de 220V, cifras que ayuda a deducir que un gran porcentaje de familias guayaquileñas estarían aptas para implementar en su casa el uso de la cocina, sin embargo la población ha presentado varias posturas de resistencia y no aprueban el hecho de tener que preparar los alimentos por medio de este nuevo sistema de cocción.

A pesar de los esfuerzos que se emplean por los medios de comunicación para mantener informados y brindar respuestas a la población sobre las dudas en cuanto al uso y funcionamiento de la cocina de inducción, no se ha logrado disminuir la problemática surgida sobre la especulación que existe en cuanto al consumo de electricidad de este electrodoméstico, otro factor que tampoco beneficia al Programa de Cocción Eficiente es que según publicación del diario El Universo la población no estaría de acuerdo que el consumo de la cocina de inducción se vea reflejado en el pago de la planilla de luz a pesar de que uno de los beneficios por parte del gobierno es la gratuidad de 80 kW por el uso del artefacto y esto se debe a que el costo del servicio básico es un valor bastante sensible en la familia ecuatoriana.

Según publicación del Diario El Comercio sobre entrevistas realizadas a Gerentes de Casas Comerciales estos indicarían que las ventas de estas cocinas de origen nacional habrían disminuido hasta un 50% a partir de junio de 2016 esto se originó porque la población estaría esperando el ingreso de cocinas de inducción de procedencia China los cuales tendrían costos más económicos cabe mencionar que la importación de estas cocinas fue tomada con el fin de abastecer y ofrecer mayores opciones en cuanto a precios del artefacto y de esa forma poder aumentar la demanda del mismo, pero otra publicación del mismo diario a finales de año revelan que las ventas aún continúan decrecientes a pesar de que ahora el mercado cuenta con variedad en modelos y costos.

Reportes del MEER (Ministerio de Electricidad y Energía Renovable) entidad que se encarga de la regularización en adquisición de cocinas de inducción, indicó que hasta finales de febrero del 2016 a nivel nacional la adquisición de este tipo de cocinas es de 313.845 unidades, cifra que no supera ni el 30% de lo que se busca sustituir, estos datos reflejarían la falta de aceptación al Programa de Cocción Eficiente por parte de la población y en caso de persistir esta situación se correría el riesgo de fracasar, ocasionando pérdidas considerables al estado por las grandes inversiones ya realizadas tanto en el sector eléctrico como en el apoyo brindado a las fábricas que producen estos artefactos, cabe recalcar que Ecuador al ser el primer país que impulsa un proyecto que implica un gran cambio en la matriz productiva por medio del uso de cocinas de inducción, cuenta con muy pocos estudios relativos al tema.

El presente proyecto el cual se fundamenta en el punto número cuatro de la línea de investigación de la ULVR que trata sobre el desarrollo tecnológico y cambio de la matriz productiva, busca incrementar la compra de cocinas de inducción las cuales para su funcionamiento utilizan electricidad recurso que es limpio y renovable, entre su principal beneficiario se encuentra el Programa de Cocción Eficiente el cual tiene como fin reemplazar o evitar futuras compras de cocinas a gas en la población, como segundos beneficiarios se encuentran en primer lugar el consumidor porque tendría mayor conocimiento del artefacto, obtendría beneficios por su adquisición y gozaría de un electrodoméstico moderno al igual que seguro y en segundo lugar el medio ambiente porque se reduciría la emisión de gases de invernadero porque es un artefacto ecológico.

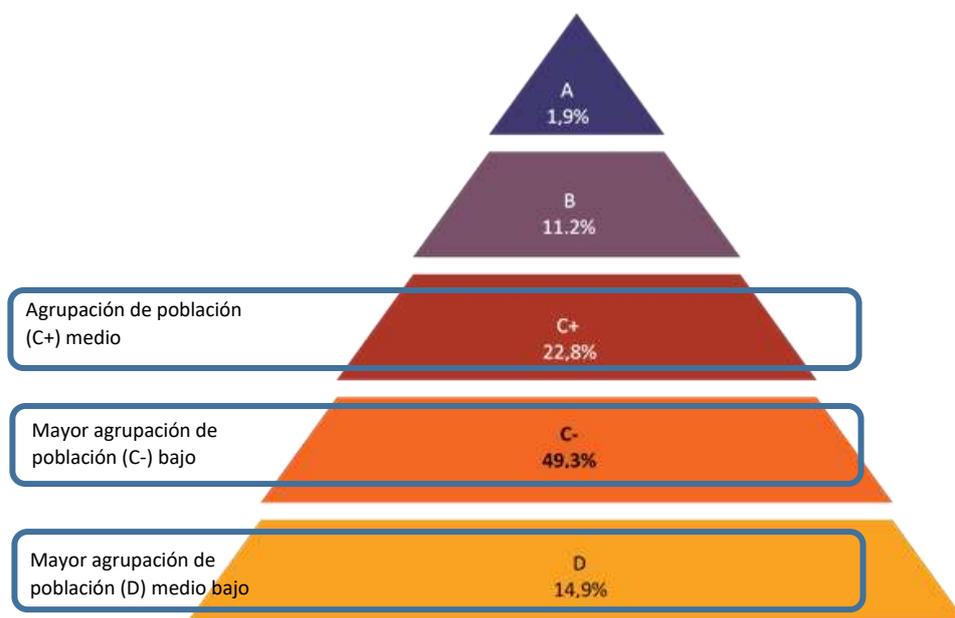
Para promocionar y aumentar la compra de cocinas de inducción, se tomará como base la información recopilada sobre experiencias de personas que ya utilizan este tipo de cocinas así como también de las que todavía se rehúsan al cambio, conocer su apreciación será de considerable ayuda para la elaboración de estrategias de Marketing, las cuales permitirán difundir de forma idónea información clara y correcta para contrarrestar la problemática surgida en cuanto al consumo de electricidad de este artefacto, el fin es conseguir despejar en las personas dudas y miedos para que de esta forma se pueda posicionar a las cocinas de inducción como un método seguro y económico en la preparación de alimentos y de esta manera garantizar una actitud de aceptación al Programa de Cocción Eficiente.

## Material y Método

Para la obtención de resultados en esta investigación se decidió tomar como fuente de estudio la ciudad de Guayaquil por ser una de las principales ciudades del país, cuya población ha presentado una actitud de rechazo en la adquisición de las cocinas de inducción a pesar de que según cifras brindadas por la Empresa Eléctrica de Guayaquil indica que el 98% de la población de la ciudad cuenta con energía eléctrica y alrededor de un 70% con medidor de 220V lo cual es fundamental o necesario para el funcionamiento de la cocina.

El universo de individuos a estudiar pertenece al sector suroeste de la ciudad de Guayaquil específicamente a los jefes de hogar mayores de 18 años de sexo indistinto y según resultados del INEC de estratos sociales medio y bajo lo cual es idóneo para nuestro estudio debido a que uno de los beneficios por parte del estado es el financiamiento del pago de la cocina de inducción por medio de la planilla eléctrica, el conocer por qué no se adquiere la cocina a pesar de existir facilidades de compra es uno de nuestro interrogantes.

Gráfico 1– INEC / Estudio de la Población Nivel Socioeconómico



Fuente: INEC / Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico / NSE 2011

Para conocer el tamaño de la muestra se ha tomado como referencia el último censo realizado por el INEC en el 2010 el cual indica que existen alrededor de 290.834 familias que radican en el lugar de estudio indicado.

Tabla 1 – Población INEN 2010

Población Guayas INEC 2010 (hogares)	Población Guayaquil INEC 2010 (hogares)	Población ciudad de Guayaquil sector Sur Oeste INEC 2010 (hogares)
958.965	614.453	215.058
<b>Total</b>		<b>215.058</b>

Fuente: INEC / Encuesta de estructura de la población / 2010

Según las cifras que brinda el INEC nos demuestra que la población a estudiar aun es extensa debido a la cantidad de hogares ubicados en el sector de la ciudad razón por la cual se establece aplicar el siguiente cálculo:

$$n = \frac{z^2 \times N \times p \times q}{(N - 1) \times e^2 + z^2 \times p \times q}$$

Dónde:

N: Tamaño de la población

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza asignado

e: Error máximo

P: Proporción estimada de éxito

q: Proporción estimada de fracaso

$$n = \frac{215.058 \times (1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}{(215.058 - 1) \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{215.058 \times (3.845521) \times 0.50 \times 0.50}{(215.058 - 1) \times (0.05)^2 + (3.845521) \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{206752.5138}{538.6038803}$$

n = 384

Como resultado obtenemos que nuestra muestra es de 384 hogares ubicados en el Sector Sur Oeste de la Ciudad de Guayaquil cantidad que se va a encuestar, específicamente al jefe de familia independientemente si es hombre o mujer porque cualquiera de los dos puede tener conocimiento respecto al tema, cabe recalcar que se aplicará una muestra probabilística o aleatorio para de esta manera obtener información diversa que será de gran beneficio para la investigación.

## **Método**

Según su enfoque la investigación procedería como cuantitativa debido a su análisis estadístico que utiliza instrumentos que se pueden cuantificar, el complemento de los estudios en mención ayudará a proyectar de manera segura los gustos, preferencias o inclinaciones de los clientes acerca de los diferentes tipos de cocinas comercializados en el mercado en el que nos desarrollamos, cuales son los que presentan mayor demanda, así como también quien tiene mayor participación de mercado.

Según el método a emplear en la investigación es deductivo porque se parte de un resultado global a lo específico dando la posibilidad de llegar a conclusiones directas siempre y cuando se deduzca cierta información sin intermediarios, el método deductivo permite inferir nuevos conocimientos aun no conocidas por medio de la ayuda de hipótesis.

Según el tipo de investigación es descriptivo porque ayudará a determinar en qué consiste el fenómeno de estudio, conocer en su mayoría con que propiedades, cualidades y características cuenta la población garantizará resultados exactos y confiables el cual permitirá tomar decisiones correctas, además también es de útil ayuda porque permite avanzar en la formación y planteamiento de nuevos conocimientos así como también de responder con bases sólidas a los objetivos/hipótesis planteados con anterioridad.

Según la técnica de investigación es la encuesta, la cual es de carácter estrictamente confidencial y están registradas físicamente en papel, se procederá a realizar en los hogares ubicados en el Sector Sur Oeste de la Ciudad de Guayaquil, la misma que consta de 13 preguntas y que fueron diseñadas por el autor de la investigación. Cabe resaltar que por medio de la encuesta se puede acceder también a realizar observación científica.

## **Recursos**

El personal que se necesita y participa para que colabore en el proceso de desarrollo del proyecto de investigación es el siguiente:

Una asesora de Proyecto de investigación perteneciente a la Carrera de Mercadotecnia la cual es designada por la universidad: esta persona tiene como rol principal brindar pautas de cómo se debe desarrollar el proceso de recolección de datos, así como también del desarrollo de todo el proyecto en general.

Una persona con alto grado de responsabilidad que efectúe las siguientes funciones; levantamiento de información en la población de estudio (trabajo de campo), tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

Muestra de la población a estudiar, para este estudio se tomará a los jefes de hogar mayores de 18 años de género indistinto que pertenezcan al Sector Sur Oeste de la Ciudad de Guayaquil.

También se necesitará utensilios de oficina que sirvan para desarrollar, analizar y tabular la información obtenida en el trabajo de campo tales como; una computadora/laptop, internet, bolígrafos, celular con cámara o cámara fotográfica, encuestas impresas en papel, cronograma y recursos económicos que cubran los gastos que se originan por transporte, movilización, alimentación entre otros.

## **Fuentes**

En la búsqueda de conocimiento que pueda servir de referencia y base para desarrollar una óptima recolección y análisis de información se tomó dos tipos de fuentes: primaria y secundaria

**Fuentes Primarias:** es la información obtenida de forma directa sobre el tema de investigación de una población de estudio. Este proyecto tendrá como dato primario la encuesta realizada a los jefes de hogar mayores de 18 años de género indistinto que radiquen en el Sector Sur Oeste de la Ciudad de Guayaquil.

**Fuentes Secundarias:** es el análisis e interpretación de los resultados de las fuentes primarias, así como también información de estudios realizados, datos proporcionados por los ministerios, publicaciones de diarios, entre otros. Entre los datos secundarios estarían:

- Cifras otorgadas por el INEN (Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censo)
- Publicaciones del MEER (Ministerio de Electricidad y Energía Renovable)
- Publicaciones de CNEL EP (Empresa Eléctrica de Guayaquil)
- Publicaciones de diarios (El universo, El comercio, El ciudadano, Diario electrónico Aldía)
- Publicaciones de estudios realizadas por INER (Instituto Nacional de Eficiencia Energética y Energías Renovables)
- Publicaciones de estudios realizadas por el sector privado
- Publicaciones realizadas por parte del Gobierno ecuatoriano (Enlaces, página web)
- Publicaciones estadísticas por INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo)

## Resultados

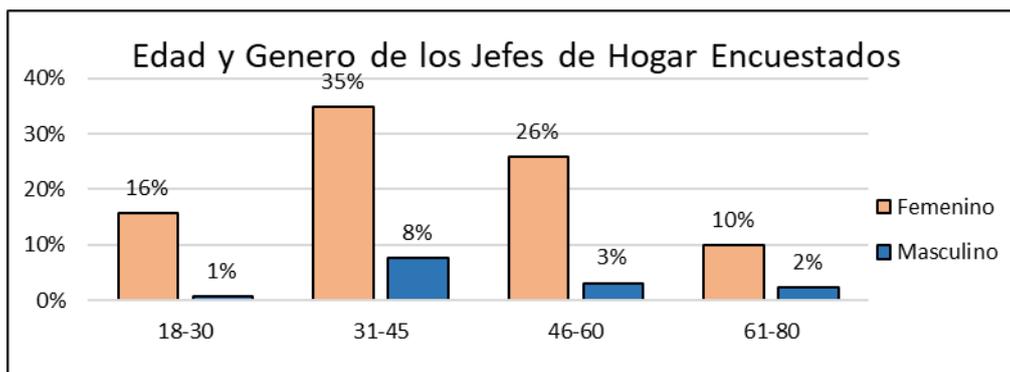
Con la finalidad de recolectar la mayor información posible sobre las cocinas de inducción se procedió a realizar encuestas a los jefes de hogar ubicados en el Sector Sur Oeste de la Ciudad de Guayaquil, la encuesta tuvo 2 grupos los que respondieron que si usan la cocina culminaron la encuesta hasta la pregunta 7 y los que indicaron que no, avanzaron a la pregunta 8 hasta culminar la encuesta, en la cual se obtuvo los siguientes resultados detallados a continuación:

Tabla 2 – Edad y Genero de las personas encuestadas.

<b>Edad</b>	<b>Femenino</b>		<b>Masculino</b>		<b>Total F/M</b>	
<b>18-30</b>	60	16%	3	1%	63	<b>16%</b>
<b>31-45</b>	134	35%	29	8%	163	<b>43%</b>
<b>46-60</b>	99	26%	12	3%	111	<b>29%</b>
<b>61-80</b>	38	10%	9	2%	47	<b>12%</b>
<b>Total</b>	331	86%	53	14%	384	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Gráfico 2– Edad y Genero de las personas encuestadas



Fuente: Autor del documento

De las personas consultadas el 43% conforman las edades de 31 a 45 años, de los cuales el 35% son de género femenino y el 8% masculino, estas cifras obtenidas reflejan que son los hogares conformados por personas de edad media principalmente las amas de casa quienes serían las más propensas a adquirir la cocina frente a un 12% que se encuentran en las edades 61 a 80 años a quienes se podría catalogar como los menos animados con esta iniciativa.

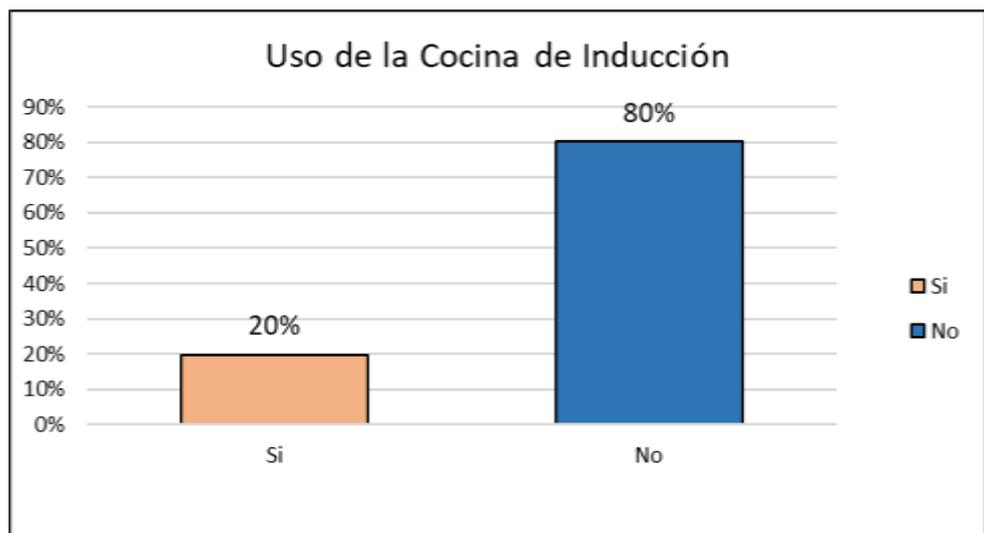
**Pregunta # 1** ¿En su hogar usted ya está utilizando la cocina de inducción?

Tabla 3 – Uso de la Cocina de inducción

Uso de la Cocina de Inducción		
Si	76	20%
No	308	80%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Gráfico 3 – Uso de la Cocina de inducción



Fuente: Autor del documento

Se pudo determinar que el 80% de las personas aún no están utilizando las cocinas de inducción, porcentaje que es muy alto frente a un 20% que ya tomaron la decisión de uso. Cabe mencionar que dentro del 20% que si adquirieron el artefacto solo un 8% utiliza el artefacto de inducción como único medio y el 12% alternan su uso, es decir preparan alimentos en la cocina de gas y la cocina de inducción, según los encuestados esta es la forma más económica de cocinar ya que se cuenta con un subsidio del 20% en electricidad por estar utilizando la cocina de inducción al igual que se mantiene subsidiado el precio del cilindro de gas.

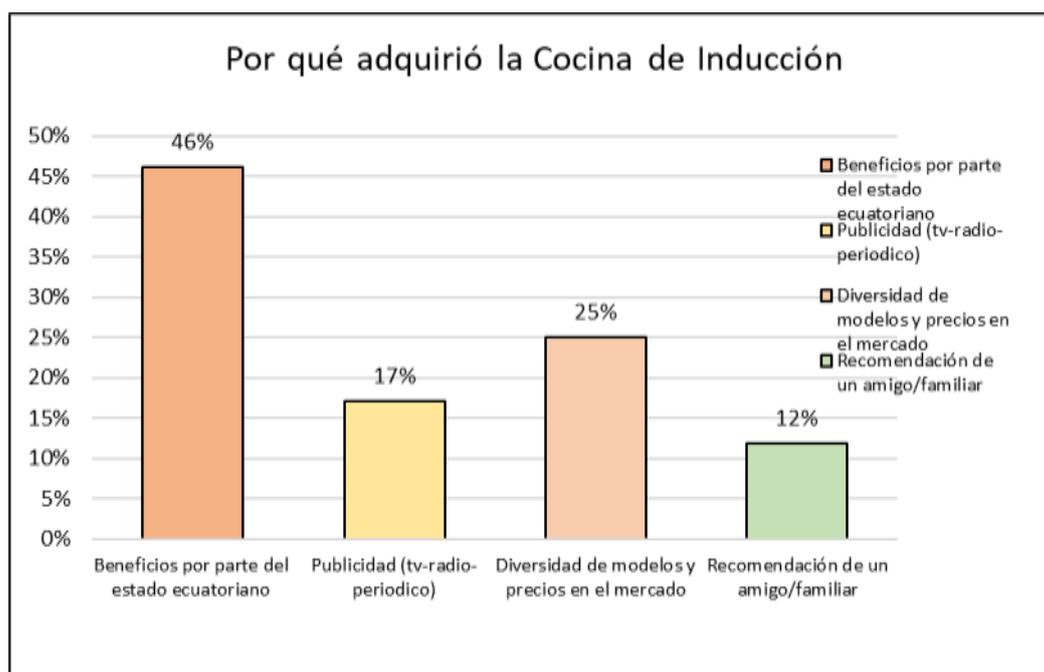
**Pregunta # 2** ¿Por qué usted decidió adquirir la cocina de inducción?

Tabla 4 – Por qué adquirió la Cocina de Inducción

Por qué adquirió la Cocina de Inducción		
<b>Beneficios por parte del estado ecuatoriano</b>	35	46%
<b>Publicidad (Tv-Radio-Periódico)</b>	13	17%
<b>Diversidad de modelos y precios en el mercado</b>	19	25%
<b>Recomendación de un amigo/familiar</b>	9	12%
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Gráfico 4 – Por qué adquirió la Cocina de inducción



Fuente: Autor del documento

El 46% respondió que los beneficios ofrecidos por el estado ecuatoriano fue la clave que los incentivó entre lo que destaca el financiamiento por medio de la planilla de luz, los 80 kW gratis, entre otros; mientras que el 12% restante se los recomendó un familiar o un amigo en el cual los comentarios a favor les ayudo a considerar que era una buena opción de compra.

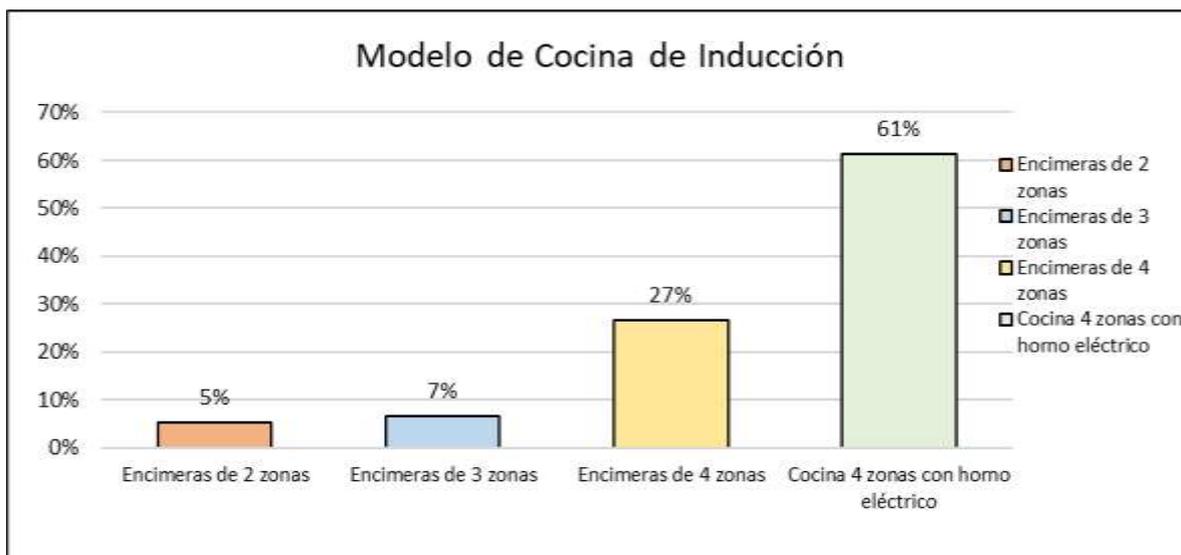
**Pregunta # 3** ¿Qué modelo de cocina de inducción usted adquirió?

Tabla 5– Modelos de Cocina de Inducción

Modelos de Cocina de Inducción		
Encimera de 2 zonas	4	5%
Encimera de 3 zonas	5	7%
Encimera de 4 zonas	20	27%
Cocina 4 zonas con horno eléctrico	47	61%
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Gráfico 5 pregunta 3.6.3 – Modelo de Cocina de inducción



Fuente: Autor del documento

El 61% se decidieron por las cocinas de inducción con horno eléctrico y según sus comentarios recalcaron que por ser más completas se puede preparar mayor diversidad de alimentos, mientras que solo un 5% de la población prefieren las encimeras de 2 zonas, estos resultados nos permiten conocer claramente la preferencia que tiene la población por la adquisición de un artefacto de cocina con mayores características.

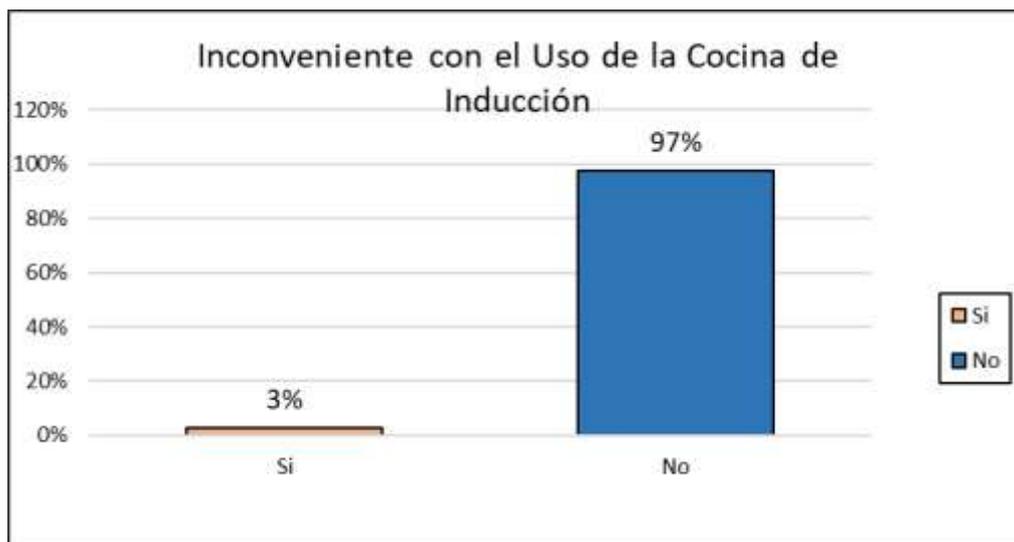
**Pregunta # 4** ¿Ha tenido algún inconveniente al utilizar la cocina de inducción?

Tabla 6 – Inconveniente con el Uso de la Cocina de Inducción

Inconveniente con el Uso de la Cocina de Inducción		
<b>Si</b>	2	3%
<b>No</b>	74	97%
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Gráfico – Inconveniente con el Uso de la Cocina de inducción



Fuente: Autor del documento

El 3 % sostuvo que si habría tenido un inconveniente entre lo que podemos mencionar es que el consumidor al no tener el suficiente conocimiento sobre el uso correcto de los niveles de temperatura de la cocina se tenía como resultado que al momento de preparar la comida esta se quemara, ocasionando molestias, en cambio, el 97% de los encuestados sostuvo no haber tenido ningún tipo de problema, estos porcentajes nos revelan que los consumidores que se animaron a comprar la cocina de inducción están en su mayoría conformes con lo adquirido.

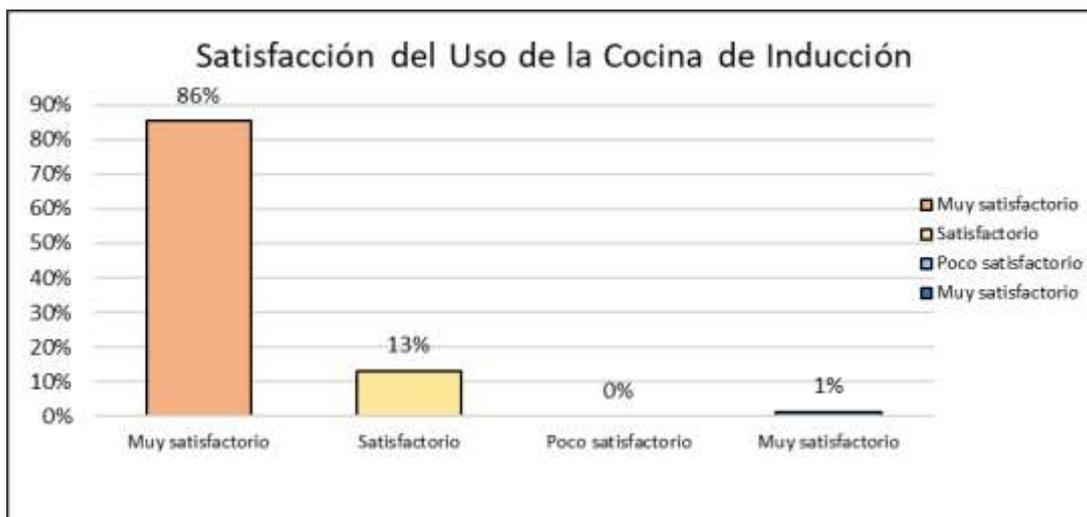
**Pregunta # 5** Con respecto a la experiencia obtenida con el uso de la cocina de inducción, ¿Cuál es su grado de satisfacción?

Tabla 7 – Satisfacción del Uso de la Cocina de Inducción

Satisfacción del Uso de la Cocina de Inducción		
<b>Muy satisfactorio</b>	65	86%
<b>Satisfactorio</b>	10	13%
<b>Poco satisfactorio</b>	0	0%
<b>Muy satisfactorio</b>	1	1%
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Gráfico 7 – Satisfacción del Uso de la Cocina de inducción



Fuente: Autor del documento

El 86% calificó de muy satisfactorio su experiencia, resultados que contrastan con la negativa del 1% que manifestó una postura de muy insatisfactorio los cuales señalaron no sentirse identificados con el electrodoméstico, esta información evidencia el alto grado de satisfacción que tiene el consumidor que ya está utilizando la cocina debido a que más del 86% de los encuestados se sienten conforme con lo adquirido, resultados que permite plantear que por las características que posee el artefacto de línea blanca este tendría altas probabilidades de crecimiento y aumento en la participación de mercado.

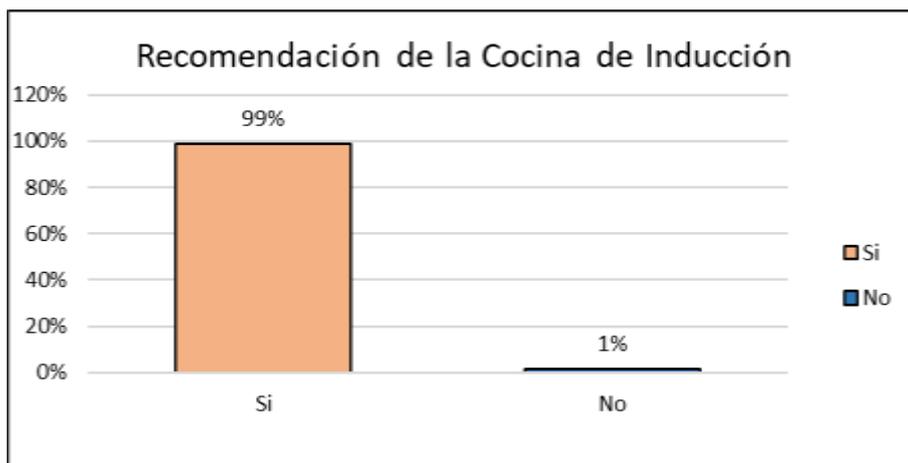
**Pregunta # 6** ¿Recomendaría usted a sus allegados el uso y adquisición de la cocina de inducción?

Tabla 8 – Recomendación de la Cocina de Inducción

Recomendación de la Cocina de Inducción		
<b>Si</b>	75	100%
<b>No</b>	1	0%
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Gráfico 8 – Recomendación de la Cocina de Inducción



Fuente: Autor del documento

El 98% de la población asegura que si recomendaría a sus allegados el uso de la cocina de inducción, entre los motivos que mencionaron se encuentra que es un artefacto rápido y eso les ayuda notablemente porque tienen mayor tiempo para realizar otras actividades; otro punto es que resulta económico lo cual deja a un lado los rumores que dicen que al usar este tipo de cocina el costo de la luz se eleva considerablemente; otra razón en la que también hicieron énfasis es lo seguro que se sienten al cocinar los alimentos porque como no usa gas para que funcione disminuye drásticamente la opción de que explote y provoque incendios además de que solo calienta la olla y no sus alrededores, solo el 1% restante indicó que no recomendaría su uso ni adquisición por otro tipo de factores personales los cuales son ajenos al estudio realizado.

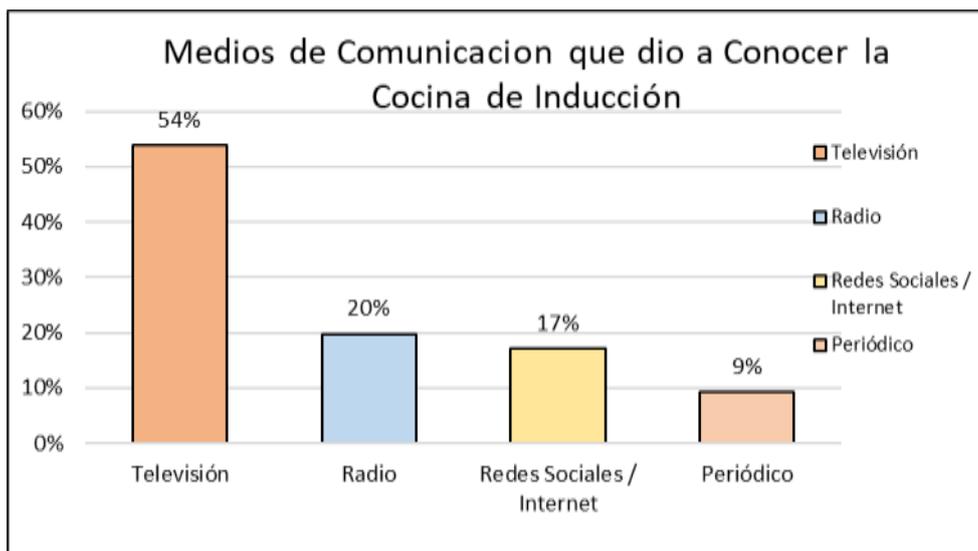
**Pregunta # 7** ¿Por qué medio de comunicación usted se enteró de las cocinas de inducción?

Tabla 9 – Medio de Comunicación que dio a conocer la Cocina de Inducción

Medios de Comunicación que dio a conocer la Cocina de Inducción		
<b>Television</b>	41	54%
<b>Radio</b>	15	20%
<b>Redes sociales / Internet</b>	13	17%
<b>Periódico</b>	7	9%
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Gráfico 9 – Medios de Comunicación que dio a Conocer la Cocina de inducción



Fuente: Autor del documento

El 54% resaltó que conocieron sobre que trataba esta cocina por medio de la televisión, cifra que revela que, a pesar de vivir una era tecnológica avanzada, más de la mitad de la población consultada aún sigue prefiriendo este artefacto como medio principal para mantenerse informado, el cual lo ubica como el medio de comunicación principal que permite llegar de forma rápida al usuario a diferencia del 9% que contestó el periódico porcentaje que muestra que no es muy recomendable la emisión de publicidad por este medio.

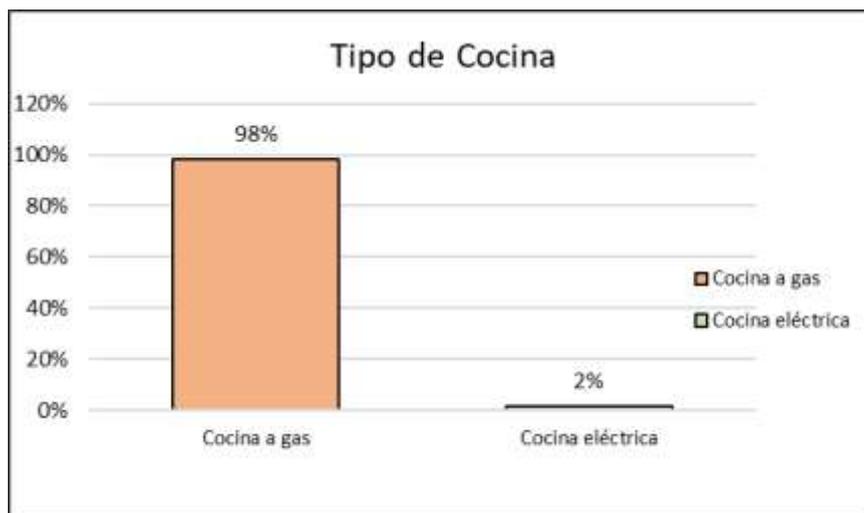
**Pregunta # 8** ¿Qué tipo de cocina usted utiliza en su hogar?

Tabla 10 – Tipo de Cocina

Tipo de Cocina		
Cocina a gas	303	98%
Cocina eléctrica	5	2%
<b>Total</b>	<b>308</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Cuadro 10 – Tipo de Cocina



Fuente: Autor del documento

El 98% de las personas encuestadas contestaron que el tipo de electrodoméstico que usan en sus hogares es la cocina a gas de la cual se puede resaltar según las propias opiniones de los encuestados que brinda buenos resultados razón por la cual no es necesario reemplazarla por otra cocina de distinto funcionamiento y el 2% manifestó utilizar en sus hogares la cocina eléctrica y de igual forma respondieron que están conforme el funcionamiento de la misma razón por la cual sería un gasto innecesario cambiarla.

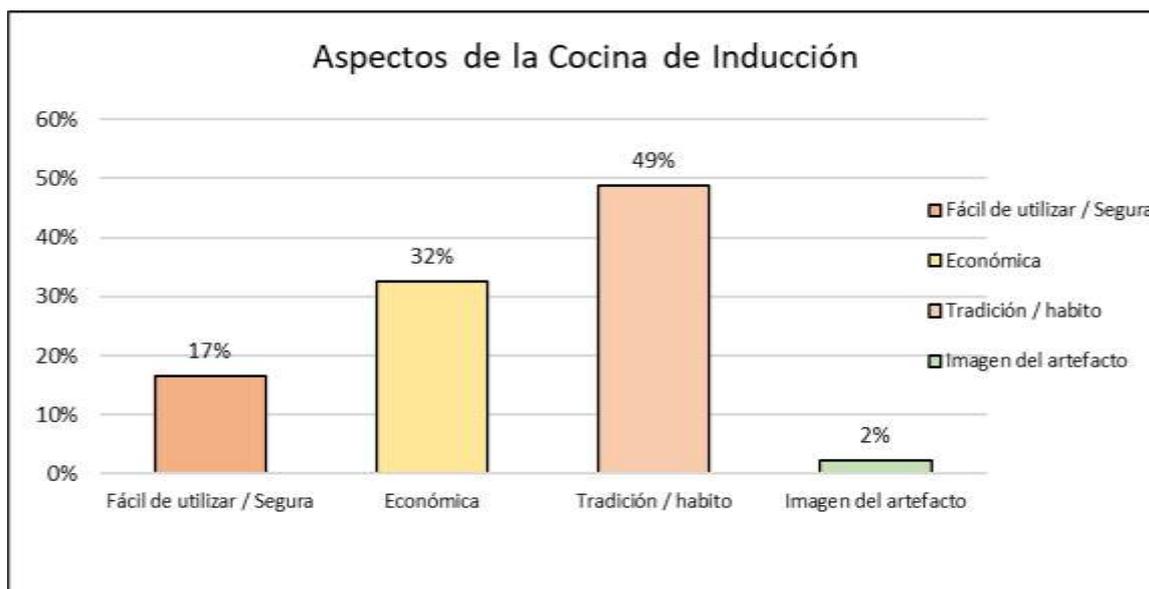
**Pregunta # 9** ¿Cuál de los siguientes aspectos es el que a usted más le atrae de la cocina que utiliza?

Tabla 11 – Aspectos de la Cocina que Utiliza

Aspectos de la Cocina que Utiliza				
	Gas	Eléctrica		
Fácil de utilizar/Segura	46	5	51	17%
Económica	100	0	100	32%
Tradición / habito	150	0	150	49%
Imagen del artefacto	7	0	7	2%
<b>Total</b>			<b>308</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Cuadro 11 – Aspectos de la Cocina que Utiliza



Fuente: Autor del documento

Cuando se procedió con la pregunta sobre los aspectos que más le atrae de la cocina que utiliza en su hogar, se obtuvo dos escenarios el primero son las personas que usan la cocina a gas y el segundo los que usan la cocina eléctrica, lo cual se detalla a continuación:

En el primer escenario se encontró que un 49% de los encuestados utiliza la cocina a gas por tradición/habito los cuales manifestaron que en su mayoría crecieron viendo a sus familiares utilizar este tipo de cocinas y ahora que también la usan se sienten conformes con su funcionamiento; el 32% respondió que económica debido a que como todavía se mantiene un precio subsidiado del tanque de gas resulta un gasto bastante accesible; el 17% respondió que es fácil de utilizar/segura porque como mencionaron están acostumbrados a su funcionamiento y por esa razón les resulta fácil emplear su uso y el 2% restante recalzó que lo que más le atrae su cocina es la imagen estética de la misma.

En el segundo escenario se pudo identificar con un 2% en las personas que utilizan las cocinas eléctricas lo que más les atrae es la facilidad en su uso y la seguridad porque como manifestaron para que funcione este artefacto solo necesitan de electricidad y no se ven en la obligación de suministrar energía cada cierto tiempo como sucede con las cocinas a gas que hay que cambiar el tanque de GLP, y que es segura porque se disminuye la probabilidad de que ocurran accidentes como casos de intoxicación o incendios porque de existir una fuga de gas puede generar explosiones.

Estos resultados permiten interpretar que la mayoría de la población aun prefiere mantenerse y le atrae su cocina a gas porque como resaltaron en reiteradas ocasiones la costumbre en cuanto a su uso y eso a ellos les brinda seguridad; en cuanto a las cocinas eléctricas es muy bajo el porcentajes de personas que la usan porque para que funcione necesita electricidad al igual que las cocinas de inducción, pero pese a ello, este grupo de personas optan por una actitud de espera antes de tomar la decisión del cambio.

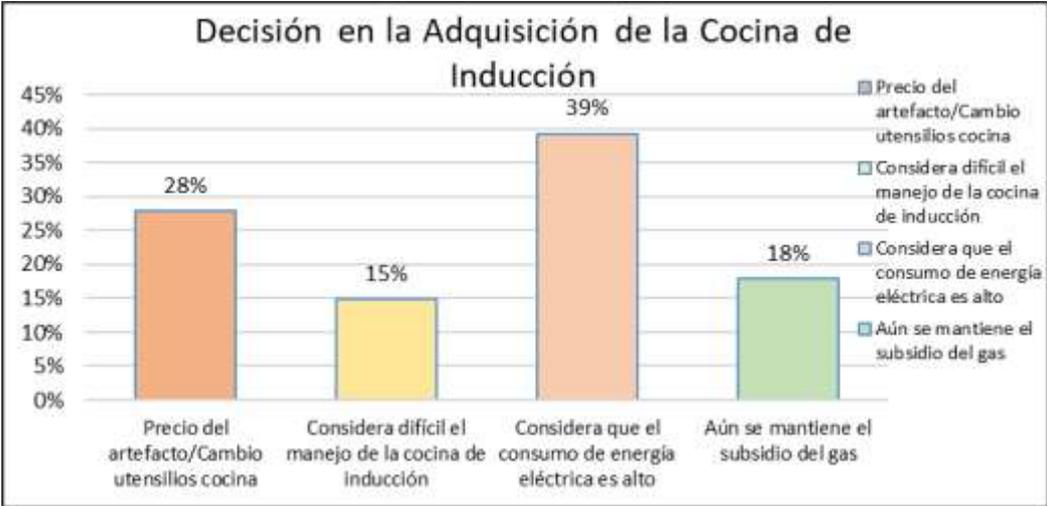
**Pregunta # 10** ¿Por qué usted aún no ha decidido adquirir la cocina de inducción?

Tabla 12 – Decisión que intervienen en la adquisición de la Cocina de Inducción

Decisión que intervienen en la adquisición de la Cocina de Inducción		
Precio del artefacto/ Cambio de utensilios de cocina	86	28%
Considera difícil el manejo de la cocina de inducción	46	15%
Considera que el consumo de energía eléctrica es alto	121	39%
Aún se mantiene el subsidio del gas	55	18%
<b>Total</b>	<b>308</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Cuadro 12 – Decisión que intervienen en la adquisición de la Cocina de Inducción



Fuente: Autor del documento

El 39% resaltó que unos de los motivos por la cual aún no compran la cocina de inducción es porque consideran que el consumo de energía eléctrica es alto, según sus propias opiniones adujeron que han escuchado comentar que el consumo de la tarifa de luz se incrementa considerablemente con el uso de esta cocina lo cual no sería beneficioso porque podría ocasionar problemas económicos en el hogar al tener que cancelar planillas de luz con costos elevados, en cambio el 15% aún no se decide por la cocina de inducción porque consideran difícil su manejo, entre los temores que resaltaron fueron que se les puede complicar su uso y como resultado podrían quemar la comida o dañar el artefacto.

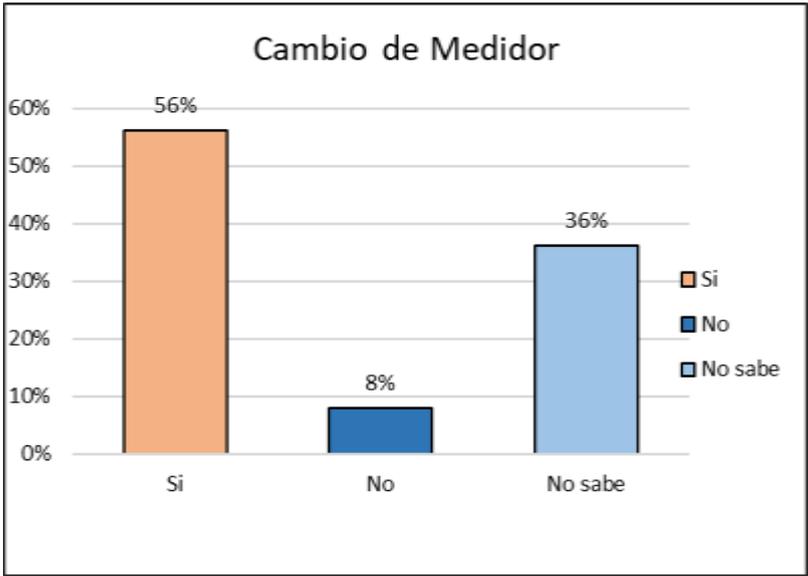
**Pregunta # 11** ¿En su hogar a usted ya le cambiaron el medidor de 110 a 220 voltios?

Tabla 13 – Cambio de Medidor

<b>Cambio de Medidor</b>		
<b>Si</b>	171	56%
<b>No</b>	24	8%
<b>No sabe</b>	113	36%
<b>Total</b>	<b>308</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Cuadro13 – Cambio de Medidor



Fuente: Autor del documento

El 56% indicó que si cuenta con el medidor de 220V dicho cambio lo efectuó la empresa eléctrica sin costo alguno frente a un 8% que resaltó que aún no cuenta con el medidor mencionado, estos resultados nos corroboran que a pesar de que el 56% de los hogares ya cuentan con el medidor el cual es necesario para el funcionamiento de la cocina de inducción no es suficiente, porque aún mantienen una actitud de rechazo en la compra de la misma.

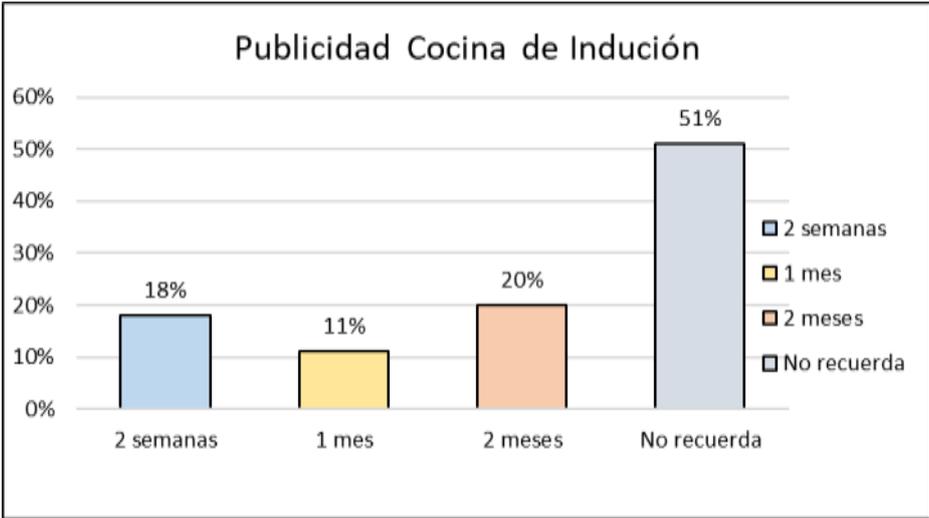
**Pregunta # 12** ¿Cuándo fue la última vez que usted escucho o vio publicidad sobre las cocinas de inducción?

Tabla 14 – Publicidad Cocina de Inducción

Publicidad Cocina de Inducción		
2 semanas	57	18%
1 mes	34	11%
2 meses	61	20%
No recuerda	156	51%
<b>Total</b>	<b>308</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Cuadro 14 – Publicidad de Cocina de Inducción



Fuente: Autor del documento

El 51% manifestó haber visto y escuchado publicidad sobre las cocinas de inducción pero que no recuerda hace cuánto tiempo, frente a un 11% que sostuvo que la última vez que vio publicidad

respecto al tema fue hace 1 mes, estos resultados permiten deducir que la publicidad transmitida no es la apropiada porque no está despertando el interés en la población debido a que el nivel de recordación es bajo.

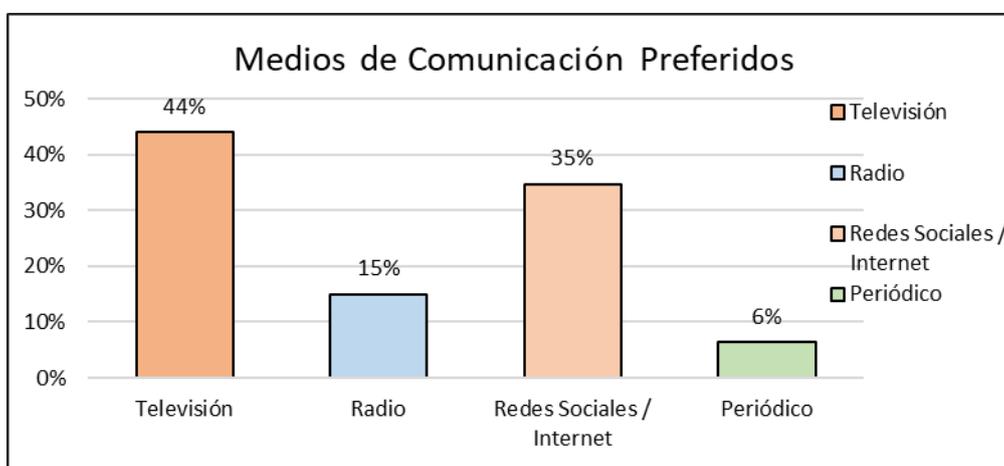
**Pregunta # 13** ¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza usted para mantenerse informado?

Tabla 15 – Medios de Comunicación Preferidos

Medios de Comunicación Preferidos		
Televisión	132	44%
Radio	47	15%
Redes sociales /Internet	109	35%
Periódico	20	6%
<b>Total</b>	<b>655</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autor del documento

Cuadro 15 – Medios de Comunicación Preferidos



Fuente: Autor del Documento

El 44% indicó que aún sigue prefiriendo la televisión como medio para mantenerse informado, este resultado vuelve a corroborar la información detallada en la pregunta # 7 en la que se resalta que este medio es el más utilizado por la población convirtiéndose en un medio idóneo para transmitir información sobre las cocinas de inducción y solo un 6% prefirió como medio de comunicación para mantenerse informado el periódico, cabe recalcar que el 80% de la población que eligió esta opción fueron los hombres.

## Discusión

Los resultados obtenidos en la investigación de campo realizada en el sector Sur Oeste de la ciudad de Guayaquil, nos revelan que la población aún mantiene un alto grado de desconocimiento en cuanto a la funcionalidad y consumo eléctrico que implica el uso de este artefacto, también se pudo corroborar el sentimiento de costumbre que ha desarrollado el consumidor por las cocinas de gas, pues según sus propios criterios es un artefacto que han utilizado sus familiares desde que recuerdan y no encuentran ningún inconveniente en seguir utilizándolo, además de que aun cuentan con una cocina en buen estado y resulta innecesario hacer el cambio.

Tomando en consideración los esfuerzos del gobierno ecuatoriano por cambiar los medidores de 110V por los de 220V en la población los cuales son esenciales para que se pueda utilizar la cocina de inducción no se incrementa la demanda por el artefacto, resultados que confirman la poca aceptación al Programa de Cocina Eficiente. Con respecto a los medios de comunicación se pudo corroborar que los usuarios que ya adquirieron la cocina como quienes no la han adquirido escucharon por primera y última vez información sobre la cocina por medio de la televisión, ubicando a este medio como el primer recurso que la población utiliza para mantenerse informado.

Por otro lado, el principal factor que motivó a las personas que ya utilizan la cocina de inducción a adquirirla fue los beneficios que brinda el estado ecuatoriano, entre lo que resalta las facilidades de adquisición y financiamiento del valor del artefacto por medio de la planilla de luz, también fue de gran motivación la publicidad que muestra información sobre las cocinas y la gran diversidad de oferta en el mercado ya sean estas en precios accesibles y modelos.

Entre los modelos que adquirió la población se encuentra que un 61% prefieren las cocinas de inducción de 4 zonas con horno eléctrico pues las consideran completas y acorde a sus necesidades; otro punto importante a mencionar es que se pudo detectar que el 97% de las personas no han tenido ningún inconveniente al usar las cocinas de inducción, lo cual permite deducir que este artefacto tiene un alto porcentaje de aceptación, fortaleza que puede ubicarlo en el mercado ecuatoriano como una buena opción de compra.

Para disminuir el impacto negativo sobre la confusión que existe en cuanto al consumo alto de electricidad que provocan las cocinas de inducción, se propone como propuesta diseñar estrategias de comunicación y promoción las que servirá para incentivar la compra del electrodoméstico; entre los beneficiarios directos se encuentra los jefes de hogar ubicados en el Sector Sur Oeste de la Ciudad de Guayaquil y en los beneficiarios indirectos estarían involucrados la población en general al igual que el estado ecuatoriano.

Entre los beneficios que aportará la estrategia de comunicación se encuentran; primero el conocimiento que obtendrá la población acerca de las cualidades desconocidas de este electrodoméstico entre los que se puede mencionar la seguridad que brinda al momento de preparar los alimentos porque reduce los accidentes por quemaduras, disminuye hasta en un 50% el tiempo de cocción de alimentos, es económica y cuenta con subsidios en consumo de luz y ecológica porque para su funcionamiento utiliza energía que es renovable reduciendo la contaminación en el medio ambiente y segundo sería que la población al conocer en que consiste el Programa de Cocción Eficiente podrán tomar decisiones de compra basándose en las necesidades reales que buscan satisfacer dejando a un lado la adquisición de artículos por costumbre.

Una de las herramientas de comunicación el cual nos ayudará en la correcta difusión del mensaje a los jefes de hogar es la publicidad, entre sus funciones destaca motivar a las personas a realizar cierta acción de compra, se tomará con suma responsabilidad el mensaje que se quiere transmitir sobre las cocinas de inducción como por ejemplo resaltar entre la población que al adquirir una cocina con esta funcionalidad no solo estará contribuyendo con el medio ambiente, sino que también con la economía y bienestar de su hogar, de igual forma hacer llegar la información adecuada sobre las ventajas y beneficios que conlleva adquirir este artefacto.

Para poder tener información de primera fuente se procederá con la creación de una página web, en donde los usuarios podrán exponer sugerencias, experiencias, dudas, inconformidades, etc. sobre las cocinas de inducción, de esta forma se evaluará el impacto obtenido en la población, ayudará en la toma correctivos al igual forma que se conocerá que aspectos son los aun vulnerables que no le permite al jefe de hogar tomar la decisión de compra.

También se desarrollará casas abiertas donde asistan autoridades como por ejemplo representantes de la empresa eléctrica de Guayaquil, a quienes se les será asignado un stand en donde se solicitará que el personal efectúe demostraciones visuales basándose en las planillas de luz de usuarios que ya utilizan la cocina para que en presencia del público se pueda hacer la comparación en cuanto al consumo de kilovatios de luz y sea la misma población quien evalúe si realmente para el bienestar de su hogar es conveniente que adquieran la cocina de inducción, se recopilará información personal de los asistentes lo que servirá para emplear marketing directo.

Para causar un mayor impacto se empleará marketing de guerrilla debido al gran alcance que genera en las personas y su bajo costo de inversión, basándonos en que las cocinas de inducción es un artefacto con características únicas en el mercado motivo por el cual llama la atención, se utilizará la curiosidad que genera en el consumidor para brindar información de forma responsable pero impactante, el objetivo principal que se busca alcanzar es que el consumidor conozca con mayor

detalle los beneficios que ofrece este electrodoméstico y que lo consideren como la opción más rentable al momento de tomar una decisión de compra.

## **Conclusión**

El Programa de Cocción Eficiente ocasionó cambios positivos a la Matriz Productiva, esto originó que las industrias ecuatorianas busquen modernizar e implementar mejoras en sus instalaciones para la producción de las cocinas de inducción, el proyecto a implementar cuenta con una gran apertura en el mercado y esto se debe a que el artefacto posee cualidades únicas, también es necesario mencionar que toda producción y comercialización que se haga de este electrodoméstico cumple con los lineamientos ambientales, económicos, energéticos y sociales impuesto por el Gobierno ecuatoriano, cabe resaltar que este artefacto busca reemplazar el uso de la cocina de gas.

Las cocinas de inducción deben cumplir con varios aspectos antes de poder ser utilizado por el consumidor; el primer aspecto es que la casa debe contar con un medidor de 220V si se cuenta con un medidor de 110V se debe solicitar el cambio el cual no tiene ningún costo, en segundo el responsable del hogar debe solicitar a la empresa eléctrica de su localidad que realice las instalaciones adecuadas para que se pueda conectar la cocina de inducción no es recomendable que estas instalaciones se tomen a la ligera y lo realice cualquier técnico, estas instalaciones tienen costos y serán cobradas por medio de la planilla de luz y por último el cliente deberá tomar la decisión de compra, ya sea que decida adquirirla por medio del financiamiento de 36 meses en la planilla de luz o por cuenta propia.

Destacando que este proyecto es impulsado por el gobierno ecuatoriano, este ha dispuesto por medio de casas comerciales diversidad de beneficios en la población para incentivar la compra de estas cocinas, pero resultados obtenidos en la encuesta demuestran un panorama negativo hacia el proyecto, la población mantiene conocimientos confusos sobre las cualidades de este artefacto además también muestran actitudes de descontento al conocer que el consumo de luz puede aumentar con el uso de este artefacto o que no puedan preparar alimentos por posibles cortes de energía, razón que les permite considerar como más rentable contar con una cocina a gas que con una cocina de inducción.

En otro ámbito analizando los roles de los clientes, se determinó que los jefes de hogar mayores de 18 años indistintamente su género es quien toma la última decisión de compra, debido a que es la persona encargada de la economía del hogar, si él considera que la adquisición de este artefacto será de gran ayuda y aportará mejoras considerables en ahorro y bienestar de su familia tomará la decisión de compra de lo contrario mantendrá una posición de rechazo absoluto, cabe destacar que

el uso de esta cocina es nuevo en la población y las personas por lo general les cuesta mucho aceptar los cambios.

Por último, se ha dispuesto del uso de estrategias con el fin de posicionar al artefacto de inducción en la mente del consumidor como un electrodoméstico económico, ecológico y moderno, tendrá un tiempo de duración de tres meses el cual sería el periodo de introducción, además se recomienda desarrollar ejemplos prácticos donde se demuestre a la población cual es la diferencia entre el uso de la cocina de inducción y la cocina de gas en aspectos como ahorro, tiempo de cocción, seguridad, aporte al medio ambiente, entre otros. Se puede hacer uso de testimonios de personas que ya utilizan este nuevo sistema de cocción.

### **Fuentes Bibliográficas**

Nassir Sapag Chain (2011) Proyectos de inversión formulación y evaluación, segunda edición, Pearson Educación de Chile S.A. total páginas 544

Philip Kotler & Gary Armstrong (2012) Marketing, decimocuarta edición, Pearson Educación México, total pág. 720

Lisette Cando Cevallos (2014) <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2638/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-41.pdf>

INER (2013) Estudio sobre menaje para cocinas de inducción eléctrica y requerimientos de la red para incorporación masiva de cocción eficiente, revisada 12/05/2016 obtenido en <http://www.iner.gob.ec/presentacion-de-resultados-del-proyecto-menaje-para-cocinas-de-induccion/>

Econ. Rafael Correa (2014) Programa de cocinas de inducción enlace #366, revisada 20/05/2016 obtenido en <http://www.ecuadorcambia.com/>

Diario El Comercio (2015) La venta de cocinas de inducción todavía registra altibajos, revisada el 13/06/2016 obtenido en <http://www.elcomercio.com/actualidad/venta-cocinas-induccion-consumo-comercio.html>

INEC (2010) Población promedio por hogares Ecuador, revisado 20/08/2016  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUK EwiCrOK2n5LSAhVW1mMKHU7iD1oQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.inec.gob.ec%2Ftabulados\\_CPV%2F28\\_Promedio%2520de%2520Personas%2520por%2520Hogar.xls&usg=AFQjCNGTGkqas\\_rcCRz2sBdtk8GDwKySyA&bvm=bv.147134024,bs.2,d.amc](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUK EwiCrOK2n5LSAhVW1mMKHU7iD1oQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.inec.gob.ec%2Ftabulados_CPV%2F28_Promedio%2520de%2520Personas%2520por%2520Hogar.xls&usg=AFQjCNGTGkqas_rcCRz2sBdtk8GDwKySyA&bvm=bv.147134024,bs.2,d.amc)