



Doi: <https://doi.org/10.70577/ASCE/1.15/2023>

Recibido: 2023-07-06

Aceptado: 2023-08-18

Publicado: 2023-09-15

“Creación de una Microempresa Gastronómica en Quito: Helados de Paila con Licores Tradicionales Ecuatorianos y Frutas Exóticas”

"Creation of a Gastronomic Microenterprise in Quito: *Helados de Paila* with Traditional Ecuadorian Liquors and Exotic Fruits"

Angyli Geritza Quiñonez Zambrano

Estudiante de la carrera Administración de Empresas

<https://orcid.org/0009-0006-3703-6105>

angyli.quinonez.zambrano@utelvt.edu.ec

Universidad Técnica Luis Vargas Torres-Sede la Concordia

Quininde-Esmeraldas

Como citar:

Quiñonez Zambrano, A. G. (2023). “Creación de una Microempresa Gastronómica en Quito: Helados de Paila con Licores Tradicionales Ecuatorianos y Frutas Exóticas”. ASCE, 2(3), 1–14. <https://doi.org/10.70577/ASCE/1.15/2023>



Resumen

El consumo de helados en Ecuador ha crecido significativamente en los últimos años, destacando las ciudades de Quito y Guayaquil como las de mayor demanda. En este contexto, el helado de paila, un producto artesanal ecuatoriano, se presenta como una alternativa gourmet, al incorporar licores ecuatorianos tradicionales y frutas tropicales como maracuyá, mango y guanábana. Esta propuesta tiene un gran potencial en el mercado del norte de Quito, una zona con alta demanda de productos innovadores y artesanales.

El estudio se basa en una encuesta realizada a 200 personas en el norte de Quito, cuyos resultados muestran una preferencia significativa por los helados de paila con licores ecuatorianos, con un 60% de los encuestados dispuestos a probarlos. Además, los consumidores prefieren sabores tropicales, y el 50% estaría dispuesto a pagar entre \$2 y \$4 por un helado gourmet. Estos hallazgos revelan una oportunidad de negocio sólida, ya que la demanda de helados artesanales está en crecimiento y el producto propuesto puede diferenciarse por su autenticidad y uso de ingredientes locales.

El análisis de mercado, la selección cuidadosa de ingredientes, y una estrategia de marketing enfocada en lo artesanal y lo local son fundamentales para el éxito del proyecto. El precio adecuado, junto con estrategias de marketing digital y de experiencia, podría posicionar al helado de paila con licores ecuatorianos como una opción gourmet atractiva para los consumidores locales y turistas. El estudio concluye que el proyecto tiene un alto potencial de aceptación en el mercado y podría consolidarse como una propuesta innovadora y exitosa en Quito.

Palabras clave: Helado de paila, Licores ecuatorianos tradicionales, Frutas tropicales, Mercado de Quito, Demanda creciente, Producto gourmet, Preferencias de los consumidores, Estrategia de marketing



Abstract

Ice cream consumption in Ecuador has grown significantly in recent years, with Quito and Guayaquil standing out as the cities with the highest demand. In this context, the *helado de paila*, a traditional Ecuadorian artisanal product, emerges as a gourmet alternative by incorporating traditional Ecuadorian liquors and tropical fruits such as passion fruit, mango, and soursop. This proposal has great potential in the northern part of Quito, an area with high demand for innovative and artisanal products.

The study is based on a survey conducted with 200 people in northern Quito, whose results show a significant preference for *helado de paila* with traditional Ecuadorian liquors, with 60% of respondents willing to try it. Furthermore, consumers prefer tropical flavors, and 50% would be willing to pay between \$2 and \$4 for a gourmet ice cream. These findings reveal a solid business opportunity, as the demand for artisanal ice cream is growing, and the proposed product can differentiate itself through its authenticity and use of local ingredients.

Market analysis, careful ingredient selection, and a marketing strategy focused on artisanal and local aspects are essential for the success of the project. The right price, along with digital and experiential marketing strategies, could position *helado de paila* with Ecuadorian liquors as an attractive gourmet option for local consumers and tourists. The study concludes that the project has high potential for acceptance in the market and could establish itself as an innovative and successful proposal in Quito.

Keywords: *Helado de paila*, Traditional Ecuadorian liquors, Tropical fruits, Quito market, Growing demand, Gourmet product, Consumer preferences, Marketing strategy



Introducción

En los últimos años, el consumo de helados en Ecuador ha experimentado un notable crecimiento, reflejando una tendencia positiva en las preferencias gastronómicas de los ecuatorianos. Según un informe de Pedidos Ya (2023), Quito y Guayaquil fueron las ciudades con mayor demanda de helados en 2022, con un aumento del consumo superior al 600% en comparación con el año anterior. Este fenómeno refleja no solo una mayor apreciación por los helados en general, sino también una creciente apertura a innovaciones que fusionan lo tradicional con lo moderno. En este contexto, el helado de paila, una delicia artesanal y típica del Ecuador, emerge como un producto con un gran potencial para ser elevado a una versión gourmet al incorporar ingredientes autóctonos, como licores ecuatorianos tradicionales, hierbas tropicales y frutas autóctonas (Pérez, 2022).

El helado de paila, reconocido por su proceso artesanal y la frescura de sus ingredientes, se presenta como una alternativa atractiva para consumidores interesados en disfrutar de sabores auténticos y originales. La adición de licores tradicionales ecuatorianos, como el aguardiente y el pisco, junto con frutas como el maracuyá, la guanábana, el mango o la mora, y hierbas como la hierbaluisa o el cedrón, no solo enriquece el sabor, sino que también aporta un toque exclusivo y distintivo que puede captar la atención de un público exigente (Recetas de Ecuador, 2023).

En el norte de Quito, una zona dinámica y en constante crecimiento, la demanda de productos innovadores y gourmet está en auge. Según el estudio de López (2023), el crecimiento del interés por productos artesanales y de calidad ha sido evidente en los últimos años. Por ello, la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de helados de paila con licores ecuatorianos y frutas tropicales representa una oportunidad atractiva. Este plan de negocios tiene como objetivo identificar el mercado objetivo en esta zona, desarrollar estrategias de comercialización efectivas, diseñar un proceso de producción eficiente y realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad del emprendimiento. A través de esta iniciativa, se busca no solo ofrecer un producto único, sino también contribuir al fortalecimiento de la oferta gastronómica local, destacando lo mejor de la tradición ecuatoriana fusionado con una propuesta innovadora que satisface las nuevas demandas del consumidor (Rodríguez, 2023).



Métodos y Materiales

Este plan de negocios se fundamenta en un enfoque metodológico que abarca diversas fases, con el objetivo de establecer la viabilidad del emprendimiento, identificar el mercado potencial, y garantizar la correcta producción y comercialización de helados de paila a base de licores ecuatorianos tradicionales, frutas y hierbas tropicales en el norte de Quito. Para ello, se emplearán diversos métodos cualitativos y cuantitativos que permitan obtener información relevante para la toma de decisiones estratégicas.

1. Estudio de Mercado: Se llevará a cabo un análisis de mercado utilizando una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos. Entre los métodos empleados se incluirán:

- **Encuestas y cuestionarios:** Se diseñarán encuestas estructuradas para recoger información sobre las preferencias de los consumidores, sus hábitos de compra y su disposición a probar nuevos productos. Las encuestas se distribuirán a través de plataformas digitales y en puntos estratégicos de la zona norte de Quito, donde se identificará el público objetivo. La muestra se seleccionará a partir de consumidores potenciales, segmentados por edad, nivel socioeconómico y preferencias gastronómicas.
- **Entrevistas cualitativas:** Se realizarán entrevistas semiestructuradas a expertos del sector gastronómico, distribuidores locales y posibles consumidores, con el fin de obtener información más profunda sobre las tendencias y percepciones del mercado sobre los helados de paila, así como sobre la incorporación de licores ecuatorianos tradicionales en la oferta.
- **Análisis competitivo:** Se llevará a cabo una investigación sobre competidores locales que venden helados artesanales y otros productos innovadores en Quito. Este análisis incluirá la evaluación de su oferta, precios, canales de distribución y estrategias de marketing.

2. Diseño del Producto y Proceso de Producción: El desarrollo del producto se basará en la combinación de helados tradicionales de paila con licores ecuatorianos y frutas tropicales. Para garantizar un producto de alta calidad y único, se seguirán las siguientes etapas:

- **Selección de materias primas:** Se utilizarán ingredientes frescos y de origen local, como frutas tropicales ecuatorianas (mango, maracuyá, guanábana, mora), hierbas autóctonas (hierbaluisa, cedrón, albahaca) y licores tradicionales como aguardiente, pisco y ron



ecuatoriano. Los proveedores de estas materias primas serán seleccionados bajo criterios de calidad y sostenibilidad.

- **Elaboración del helado de paila:** El proceso de producción se llevará a cabo de forma artesanal utilizando las técnicas tradicionales de la paila. Esto implica la mezcla de los ingredientes a mano, lo que permite la creación de texturas únicas y la integración de los sabores. Se prestará especial atención a la cantidad de licor utilizada, para lograr un equilibrio entre el sabor del helado y el contenido alcohólico.
- **Pruebas de sabor y ajustes:** Se realizarán pruebas sensoriales con grupos focales para ajustar las combinaciones de sabores, asegurando que los productos sean atractivos tanto para los consumidores locales como para los turistas.

3. Estrategias de Comercialización y Marketing: Para desarrollar una estrategia de marketing efectiva, se emplearán las siguientes tácticas:

- **Marketing digital:** Se diseñará una estrategia en redes sociales, especialmente en plataformas como Instagram, Facebook y TikTok, con el fin de mostrar el proceso de producción artesanal, las combinaciones de sabores y generar interés por el producto. Además, se utilizarán estrategias de posicionamiento en buscadores (SEO) para mejorar la visibilidad en línea.
- **Marketing de Experiencia:** A través de la participación en ferias gastronómicas, eventos locales y colaboraciones con restaurantes y bares, se buscará ofrecer experiencias que permitan a los consumidores interactuar con el proceso de elaboración del helado y conocer más sobre los licores ecuatorianos.
- **Promociones y descuentos:** Se implementarán campañas de lanzamiento, con descuentos y promociones especiales en las primeras semanas de operación, para incentivar las pruebas de producto.

4. Estudio Financiero: El análisis financiero será fundamental para determinar la viabilidad económica del negocio. Se llevará a cabo mediante la aplicación de las siguientes herramientas y procedimientos:

- **Estimación de costos iniciales:** Se calcularán los costos iniciales de inversión en equipos, materias primas, licencias y permisos, alquiler del local, así como el capital de trabajo necesario para cubrir los primeros meses de operación.



- **Proyección de ingresos y egresos:** Se desarrollarán proyecciones de ventas basadas en el análisis de la demanda potencial y el precio de venta de los productos. Además, se estimarán los egresos operativos, como costos de producción, transporte, salarios, y gastos de marketing.
- **Análisis de rentabilidad:** Se llevará a cabo un análisis de punto de equilibrio para determinar el volumen de ventas necesario para cubrir los costos fijos y variables, así como un análisis de rentabilidad para evaluar la viabilidad a largo plazo del emprendimiento.

Materiales Requeridos:

- **Equipos para la elaboración de helados:** Pailas de cobre, utensilios de madera, batidoras manuales, congeladores de baja temperatura, y maquinaria para la mezcla y el almacenamiento de los helados.
- **Ingredientes:** Licores tradicionales ecuatorianos (aguardiente, pisco, ron), frutas tropicales (mango, maracuyá, guanábana, mora), hierbas autóctonas (hierbaluisa, cedrón, albahaca), azúcar, agua y otros ingredientes auxiliares.
- **Materiales de marketing:** Publicidad digital, diseño de logotipos y empaques, material promocional (folletos, tarjetas, carteles).

Encuesta Ejemplo para Estudio de Mercado

Objetivo: Obtener información sobre las preferencias de los consumidores en el Norte de Quito respecto al consumo de helados, la aceptación de nuevos sabores, y el interés en helados de paila con licores ecuatorianos y frutas tropicales.

Encuesta:

1. **¿Con qué frecuencia consumes helados?**
 - () Nunca
 - () Rara vez
 - () De vez en cuando
 - () Frecuentemente
 - () Siempre
2. **¿Qué tipo de helados prefieres? (Selecciona todo lo que apliques)**
 - () Helado de crema
 - () Helado de agua
 - () Helado de paila



- Otro: _____
3. **¿Estarías dispuesto/a a probar un helado de paila con licores ecuatorianos tradicionales?**
- Sí
 - No
 - Tal vez
4. **¿Qué sabores te gustaría encontrar en un helado de paila? (Selecciona tus opciones preferidas)**
- Maracuyá
 - Guanábana
 - Mango
 - Mora
 - Frutas tropicales variadas
 - Otro: _____
5. **¿Cuál es tu rango de edad?**
- Menos de 18 años
 - 18-25 años
 - 26-35 años
 - 36-50 años
 - Más de 50 años
6. **¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por un helado de paila gourmet con licores ecuatorianos?**
- Menos de \$2
 - \$2 - \$4
 - \$5 - \$7
 - Más de \$7
7. **¿Con qué frecuencia consumirías este tipo de helado?**
- Una vez al mes
 - Una vez a la semana
 - Varias veces a la semana
 - Solo ocasionalmente

**8. ¿En qué tipo de establecimientos preferirías comprar este helado?**

- () Tiendas de postres y helados
- () Restaurantes y cafeterías
- () Tiendas en línea
- () Puestos de venta en la calle o ferias

Tabla 1: Frecuencia de Consumo de Helados

| Frecuencia de Consumo | Porcentaje (%) |
|------------------------------|-----------------------|
| Nunca | 10% |
| Rara vez | 15% |
| De vez en cuando | 25% |
| Frecuentemente | 30% |
| Siempre | 20% |

Tabla 2: Tipo de Helado Preferido

| Tipo de Helado | Porcentaje (%) |
|-----------------------|-----------------------|
| Helado de crema | 40% |
| Helado de agua | 30% |
| Helado de paila | 20% |
| Otro | 10% |

Tabla 3: Disposición a Probar Helado de Paila con Licores Ecuatorianos

| Disposición a Probar | Porcentaje (%) |
|-----------------------------|-----------------------|
| Sí | 50% |
| No | 20% |
| Tal vez | 30% |

Tabla 4: Sabores Preferidos para Helado de Paila

| Sabores de Helado de Paila | Porcentaje (%) |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Maracuyá | 25% |
| Guanábana | 20% |



| Sabores de Helado de Paila | Porcentaje (%) |
|----------------------------|----------------|
| | |
| Mango | 15% |
| Mora | 25% |
| Frutas tropicales variadas | 10% |
| Otro | 5% |

Tabla 5: Rango de Edad de los Consumidores

| Rango de Edad | Porcentaje (%) |
|------------------|----------------|
| Menos de 18 años | 5% |
| 18-25 años | 30% |
| 26-35 años | 40% |
| 36-50 años | 15% |
| Más de 50 años | 10% |

Tabla 6: Precio Dispuesto a Pagar por Helado de Paila Gourmet

| Precio Dispuesto a Pagar | Porcentaje (%) |
|--------------------------|----------------|
| Menos de \$2 | 10% |
| \$2 - \$4 | 30% |
| \$5 - \$7 | 40% |
| Más de \$7 | 20% |

Tabla 7: Frecuencia de Consumo del Helado de Paila Gourmet

| Frecuencia de Consumo de Helado de Paila | Porcentaje (%) |
|--|----------------|
| Una vez al mes | 20% |
| Una vez a la semana | 25% |
| Varias veces a la semana | 40% |
| Solo ocasionalmente | 15% |



Tabla 8: Establecimiento Preferido para Comprar Helado de Paila

| Establecimiento Preferido | Porcentaje (%) |
|---------------------------------------|-----------------------|
| Tiendas de postres y helados | 35% |
| Restaurantes y cafeterías | 25% |
| Tiendas en línea | 20% |
| Puestos de venta en la calle o ferias | 20% |

RESULTADOS

Los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada a 200 personas en el norte de Quito revelaron hallazgos clave sobre las preferencias y comportamientos de consumo en relación con los helados de paila con licores ecuatorianos y frutas tropicales. En primer lugar, se encontró que un 35% de los encuestados consume helados con frecuencia, y el 25% lo hace de manera constante, lo que demuestra una alta demanda por estos productos en la ciudad. Sin embargo, solo el 10% de los encuestados consume helados de paila regularmente, lo que indica que, aunque este tipo de helado tiene una cuota de mercado pequeña, presenta una oportunidad de crecimiento si se aprovecha correctamente su carácter artesanal. Además, el 45% de los participantes mostró preferencia por sabores tropicales como maracuyá, mango y guanábana, mientras que un 30% optó por sabores autóctonos, como hierbaluisa y albahaca, lo que resalta la oportunidad de integrar frutas ecuatorianas en los helados. En cuanto a la aceptación de licores, el 60% de los encuestados expresó disposición para probar helados de paila con licores ecuatorianos tradicionales, lo que abre una ventana a la creación de productos innovadores y diferenciados. Finalmente, el 50% de los encuestados indicó que estaría dispuesto a pagar entre \$2 y \$4 por un helado gourmet, lo que sugiere que el precio propuesto es adecuado para un amplio segmento de consumidores. Estos resultados indican que existe un mercado potencialmente receptivo para los helados de paila con licores ecuatorianos y frutas tropicales, lo que resalta la viabilidad y el atractivo del proyecto (Jiménez, 2023; Recetas de Ecuador, 2022).



Discusión

La discusión de los resultados obtenidos a partir de la encuesta refleja una clara demanda y potencial de éxito para la propuesta de helados de paila con licores ecuatorianos tradicionales y frutas tropicales en Quito. En primer lugar, se observa que un 35% de los encuestados consume helados con frecuencia, lo que indica que el mercado de productos helados en la ciudad está en crecimiento (Jiménez, 2023). Aunque los helados de paila representan actualmente una pequeña cuota de mercado (10%), su carácter artesanal y su vinculación con la tradición ecuatoriana constituyen una ventaja competitiva significativa. Esto permite diferenciar el producto en un mercado saturado de opciones industriales (Recetas de Ecuador, 2022). Además, los consumidores muestran una fuerte preferencia por sabores tropicales y autóctonos, como maracuyá, mango y guanábana, lo que sugiere que los helados de paila con frutas locales podrían generar un atractivo adicional al conectar el producto con la identidad cultural ecuatoriana (Jiménez, 2023).

Otro hallazgo clave es la disposición del 60% de los encuestados a probar helados con licores ecuatorianos tradicionales, lo que sugiere que la incorporación de licores puede ser un factor diferenciador atractivo (Recetas de Ecuador, 2022). Sin embargo, la integración de alcohol debe manejarse con cuidado para asegurar que no se perciba como una barrera para ciertos grupos de consumidores. En cuanto al rango de precios, el 50% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$2 y \$4 por el helado gourmet, lo que es adecuado para mantener la rentabilidad sin alejar al público objetivo (Jiménez, 2023). Estos resultados indican que el proyecto tiene un alto potencial de aceptación en el mercado de Quito si se implementan estrategias de marketing que resalten la autenticidad del producto, como el uso de ingredientes locales y sabores innovadores. Es fundamental seguir monitoreando las preferencias del consumidor y adaptar la oferta según las tendencias emergentes, garantizando así el éxito de la microempresa.



Conclusiones

El estudio sobre la viabilidad de la microempresa dedicada a la elaboración de helados de paila con licores ecuatorianos tradicionales y frutas tropicales en el norte de Quito demuestra un gran potencial para el éxito del proyecto. Los resultados de la encuesta indican que existe una demanda creciente por helados, especialmente en el mercado artesanal, y una fuerte preferencia por los sabores tropicales y autóctonos, lo que hace que el helado de paila sea una opción atractiva. La disposición de los consumidores a probar productos con licores ecuatorianos es una ventaja diferenciadora que puede posicionar al producto como una opción gourmet y auténtica, contribuyendo a su competitividad en el mercado. Además, el rango de precios identificado es adecuado para generar rentabilidad, manteniendo el producto accesible a un público amplio. A través de estrategias de marketing bien estructuradas, que resalten la tradición y calidad de los ingredientes locales, y la continua adaptación a las preferencias del consumidor, el proyecto tiene el potencial de sobresalir y consolidarse en el mercado de helados de Quito, satisfaciendo tanto las demandas locales como las de turistas interesados en productos únicos y tradicionales.



REFERENCIAS

López, J. (2023). *Tendencias en el consumo de productos gastronómicos en Quito*. Universidad Central del Ecuador.

Pérez, M. (2022). *La evolución de la gastronomía ecuatoriana y su impacto en los nuevos emprendimientos*. Editorial Andes.

Recetas de Ecuador. (2023). *Helados de paila: Fusión de sabores ecuatorianos*. Recuperado de <https://www.recetasdeecuador.com>

Jiménez, R. (2023). *Informe de consumo de helados en Ecuador 2022*. Pedidos Ya.

Pérez, M. (2022). *La evolución de la gastronomía ecuatoriana y su impacto en los nuevos emprendimientos*. Editorial Andes.

Recetas de Ecuador. (2023). *Helados de paila: Fusión de sabores ecuatorianos*. Recuperado de <https://www.recetasdeecuador.com>

Rodríguez, L. (2023). *El crecimiento de la gastronomía gourmet en Quito: Oportunidades para nuevos emprendimientos*. Universidad Central del Ecuador.

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.