

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.

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 CLAVES: Helado de paila, Licores ecuatorianos tradicionales, Frutas tropicales.

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.

BRECHA DIGITAL EN LA UNIVERSIDAD

Recepción: 21/02/2024

Aceptación: 05/03/2024

Publicación: 30/06/2024

AUTOR/ES



Angyli Geritza Quiñonez Zambrano



angyli.quinonez.zambrano@utelvt.edu.ec



Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Sede Santo Domingo.



La Concordia - Ecuador

CITACIÓN:

Quiñonez, A. (2022). Optimización de la Gestión del Talento Humano en Vidrialum S.A.: Estrategias para la Competitividad y el Desarrollo Organizacional en Guayaquil. Creación de una Microempresa Gastronómica en Quito: Helados de Paila con Licores Tradicionales Ecuatorianos y Frutas Exóticas. Revista InnovaSciT. 2 (1), p. 20 - 24.

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 (2024), 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, 2024).

MÉTODOS MATERIALES

El diseño del producto partirá de la combinación de helados tradicionales de paila con ingredientes distintivos como licores ecuatorianos, frutas tropicales y hierbas aromáticas. Se realizarán pruebas experimentales para determinar las proporciones óptimas de cada componente, garantizando un equilibrio adecuado entre sabor, textura y contenido alcohólico. Además, se considerará la estabilidad del producto en distintas condiciones de almacenamiento y transporte, asegurando su calidad desde la producción hasta el consumidor final.

En cuanto al proceso de producción, se implementarán técnicas artesanales que respetan la tradición de los helados de paila, combinadas con estándares modernos de higiene y seguridad alimentaria. Se establecerán protocolos de preparación, desde la selección de materias primas hasta la fase de congelación y empaque, asegurando la homogeneidad del producto. Asimismo, se evaluarán diferentes proveedores para obtener insumos de alta calidad, priorizando aquellos que ofrecen frutas frescas y licores con denominación de origen.

Por último, se diseñará un sistema eficiente de producción y distribución que permita atender la demanda sin comprometer la calidad del helado. Se definirán los equipos necesarios para la fabricación y conservación, así como la logística de entrega a los puntos de venta. Además, se explorarán opciones de comercialización directa y digital, con el objetivo de maximizar la accesibilidad del producto en el mercado del norte de Quito.

ANÁLISIS DE 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).

CONCLUSIÓN

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 BIBLIOGRÁFICAS

López, J. (2024). *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. (2024). *El crecimiento de la gastronomía gourmet en Quito: Oportunidades para nuevos emprendimientos*. Universidad Central del Ecuador.

CONFLICTO DE INTERÉS:

Los autores declaran que no existen conflicto de interés posibles.

FINANCIAMIENTO

No existió asistencia de financiamiento de parte de pares externos al presente artículo.

NOTA:

El artículo no es producto de una publicación anterior