

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**

**Facultad de Administración y Ciencias Políticas**



**Facultad de  
Administración y  
Ciencias Políticas**

**“COMERCIALIZACIÓN  
DE YOGUR HELADO:  
INVESTIGACIÓN DE  
MERCADO”**

**Elaborado por:**

**DANIELA AKEL TORRES**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:**

**Ingeniero en Administración y Marketing Estratégico**

**Tutor de la tesis:**

**Ing Suleen Diaz**

**Guayaquil – Ecuador  
2011**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El siguiente documento describe el desarrollo de un Proyecto de Investigación el cual tiene la finalidad de investigar el mercado de los helados y yogures en la ciudad de Guayaquil y vía Samborondon. El cual nos permitirá conocer tanto el manejo del producto como los gustos y preferencias de los clientes a estos negocios.

Basándonos en los resultados de esta investigación propondremos la creación de un negocio innovador, donde se ofrecerá un producto sano a base de yogur hecho helado con una textura mantecada pero sin utilizar químicos o preservantes, combinado con frutos naturales, donde el consumidor tendrá la oportunidad de crear su propia combinación.



## INDICE

1. INTRODUCCION .....	4
2. ANTECEDENTES.....	5
3. JUSTIFICACIÓN .....	6
4. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	7
5. OBJETIVOS DE PROYECTO .....	8
5.1. OBJETIVO CENTRAL.....	8
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	8
6. LA EMPRESA.....	9
6.1. Presentación de la Compañía .....	9
6.2. Tipo de empresa .....	9
7. INVESTIGACION DE MERCADO .....	11
7.1. Limitaciones en la Investigación .....	11
7.2. Objetivos de la investigación .....	12
7.3. Metodología de la Investigación.....	12
7.4. ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	15
7.5. ANALISIS DE LA DEMANDA .....	29
7.5.1. UNIVERSO Y MUESTREO .....	29
7.5.2. Entrevistas .....	31
7.5.3. Grupo Focal.....	35
7.5.4. Encuesta.....	40
8. SEGMENTACION .....	52
9. MERCADO META.....	52
10. CONCLUSIONES .....	53
11. RECOMENDACIONES.....	54
12. BIBLIOGRAFÍA Y/O INFOGRAFÍA .....	55

## 1. INTRODUCCION

¿Qué es el “Yogur Helado”? Es un producto lácteo congelado, elaborado principalmente de yogurt, bajo en grasa y rico en calcio, que aporta grandes beneficios al organismo ya que posee una gran fuente de proteínas, mejora la digestión, ayuda a la formación de la flora intestinal y no contiene colesterol. Ayuda a saciar las necesidades de los amantes de los helados sin perjudicar su salud, debido a que es bajo en grasa y se lo puede acompañar con frutas y cereales como granola, quinua y avena.

Actualmente se ha acentuado el interés por controlar los malos hábitos alimenticios que han sido causa de muchas enfermedades. Debido a ello, los consumidores marcan con sus exigencias, la tendencia al cuidado de la salud que arrastra al resto de la cadena alimenticia (industrias, mayoristas, y distribuidores). Una de estas nuevas demandas es la sensibilización con el medio ambiente, la no utilización de productos químicos que sean beneficios a la salud. Lo anterior demuestra el consumo por los productos sanos.

Para analizar la factibilidad de introducir este producto y la aceptación en el mercado Ecuatoriano, específicamente el de la ciudad de Guayaquil y la Vía Samborondón. Se realizará una investigación de mercado en la que se aplicarán técnicas cualitativas y cuantitativas. Por otro lado las unidades de análisis serán expertos en alimentos, propietarios de negocios de helados y consumidores.

El análisis de los resultados permitirá a los tesisistas determinar la factibilidad de la implementación de un negocio para comercializar el “Yogur Helado” bajo el nombre de una marca local en la ciudad de Guayaquil y la vía a Samborondón. Los resultados de las encuestas serán analizados y presentados por medio de gráficos y para el análisis de las entrevistas y grupos focales, se establecerán categorías.

## 2. ANTECEDENTES

Durante las décadas de los ochenta y noventa se dieron los primeros pasos hacia la introducción en el mercado de productos saludables. Es así como nació el helado de yogur en Estados Unidos, ante una respuesta sana a los helados corrientes. Este producto causó furor entre sus consumidores debido a su bajo contenido calórico y los beneficios para la salud<sup>1</sup>.

Pero, ¿qué es un producto saludable? En la conferencia "Políticas de Gobierno hacia la Inocuidad Alimentaria", dictada el 17 de Agosto de 2005 en la ciudad de Canelones, Uruguay, la Sra. Ministra de Salud Pública, Dra. María Julia Muñoz, indicó lo siguiente: "Resulta difícil explicar qué son los alimentos saludables con una definición formal. Se dice que estos alimentos favorecen el desarrollo de una vida sana. Alimentos con menor contenido de grasas sólidas, bajo contenido en glúcidos simples, elevada fibra y contenido de vitaminas y minerales, entre otros, se consideran generalmente como alimentos saludables".

No obstante en el 2005, Shelly Hwang y Young Lee, fundaron la primera tienda conocida de yogur helado "Pinkberry" en Estados Unidos, según lo indica su sitio web. Su rápida expansión y crecimiento con más de 200 tiendas vino acompañado de una fuerte competencia también. "Red Mango" "Cefiore", "Berri Good" son algunas empresas que copiaron el lucrativo negocio dentro y fuera del país Norteamericano<sup>2</sup>

La importante cadena de noticias internacional CNN publicó el 12 de marzo de 2010 un artículo sobre "Moyo", una marca local mexicana de yogur helado. Sus creadores Frederic Moussali, Delphine Sauvignon y Marcos Tawil contaban con 10 locales para marzo de 2010, que habían sido inaugurados en el corto plazo de 8 meses.

---

<sup>1</sup> <http://pinkberry.com/>

<sup>2</sup> <http://www.taringa.net/posts/noticias/8824549/llega-la-moda-del-yourg-helado.html>



El “Yogur Helado” es un producto muy popular en Estados Unidos y ha llegado a muchos países a nivel mundial. Dentro del continente Europeo, en España e Italia, en Asia se encuentra en Omán, Qatar, Kuwait, Corea del Sur, Tailandia, entre otros. Dentro de los países latinoamericanos se puede encontrar en México, Perú, Chile, Argentina, Colombia

En nuestro país, en el Centro Comercial Las Terrazas, en la vía a Samborondón existe un pequeño local que ofrece helado de yogur en forma de mantecado. Sin embargo, realizando un sondeo entre personas que viven en la zona, indicaron desconocerlo.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

Se ha seleccionado este tema puesto que en la ciudad de Guayaquil y en la vía a Samborondón no existe ningún establecimiento comercial con una marca local de yogur helado que satisfaga las necesidades de consumir un producto rico y saludable. Esta es una gran oportunidad para ofrecer un alimento sano que tendrá gran acogida, como ha sucedido en otros países, incorporando a él los gustos y preferencias de los consumidores de nuestra localidad porque será un producto 100% nacional.

Las tendencias actuales en otros países desarrollados de consumo exigen productos sanos, como lo indica el estudio realizado por el Instituto Nacional del Consumo de España sobre “Las tendencias del consumo y del consumidor en el siglo XXI” el cual prevé que los hábitos y actitudes del consumidor se modificarán por:

- Potenciación de la compra de alimentos con ingredientes y productos naturales, sin salsa y sin condimento.
- Aumento del consumo de productos dietéticos, enriquecidos y concentrados en nutrientes, etc., en los hogares, pero no como sustituto de alguna de las comidas.

- Cambio del concepto de lo natural, admitiéndose perfectamente la comida preparada, siempre que haya sido elaborada a partir de elementos naturales reconocibles y explicitables.
- Incremento decisivo de la calidad en la elección de la alimentación.
- Tendencia generalizada a hacer dietas periódicamente por razones estéticas y de salud.

Dentro de los productos saludables se encuentra el yogur, que aporta los siguientes beneficios:

1. Ayuda a mejorar la digestión
2. Ayuda a la formación de la flora intestinal la cual protege al estómago y ayuda a que los nutrimentos se absorban más fácilmente
3. Aumenta la absorción de los minerales como fósforo, calcio e hierro
4. Mejora los problemas leves de colitis
5. No contiene colesterol
6. Gracias a que contiene sustancias que impiden el crecimiento de bacterias, ayuda a que el organismo desarrolle resistencia a las infecciones
7. Está elaborado con leche descremada
8. Facilita la asimilación de los nutrientes más importantes de la leche como las proteínas y el calcio

#### **4. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO**

Nuestro negocio se basará en comercializar el yogur helado bajo el método de producción de preparado al instante. La idea principal es que el consumidor tenga la oportunidad de crear su propio yogur helado con la combinación de frutas de su elección.

Se trabajará con una máquina especializada de marca "Resfab" es reconocida por su alta calidad y experiencia. "El modelo "Yogurt-Matic" 920 y 925 está diseñada para facilitar la mezcla de frutas congeladas con una porción estandarizada de helado o yogurt congelado para hacerlo refrescante, saludable y un postre único. Desde la introducción de esta unidad 20 años

atrás, Resfab ha manufacturado y vendido más de 20,000 unidades en todo el mundo<sup>3</sup>. Este negocio nos ofrece la oportunidad de brindar una alternativa innovadora y saludable a la hora de consumir helado o yogur, donde el consumidor ya no sólo podrá jugar con la variedad de sus “toppings” o aderezos sino también con los sabores del helado hechos a base de frutas naturales. La Resfab es única en su diseño para la creación de helados, smoothies, batidos, entre otros productos preparados en el momento. Su mayor ventaja es poder ofrecer un producto fresco y con sabor real a fruta, sin preservantes, sin colorantes ni saborizantes.

## **5. OBJETIVOS DE PROYECTO**

### **5.1. OBJETIVO CENTRAL**

Analizar la factibilidad económica de introducir un yogur helado en la ciudad de Guayaquil y Vía Samborondón.

### **5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Explorar la competencia directa e indirecta de establecimientos que venden yogur y helados.
- Analizar los costos de implementación del local con sus respectivos equipos y personal.
- Identificar los gustos y preferencias sobre los helados y yogur en el mercado de Guayaquil y vía Samborondón.
- Explorar referencias nacionales e internacionales del mercado de yogur helado.
- Incrementar las ventas a partir del segundo año de operaciones en un 10%.
- A partir del tercer año lograr una rentabilidad del 50% mediante el adecuado manejo de costos, gastos y expansión de ventas.

---

<sup>3</sup> [http://www.resfab.com/cadres\\_principal\\_a.htm](http://www.resfab.com/cadres_principal_a.htm)



- Fomentar el consumo de un producto sano, innovador y delicioso para así mejorar los hábitos alimenticios de la población.
- Trabajar con proveedores que tengan certificados de calidad y que cumplan con buenas prácticas empresariales.

## 6. LA EMPRESA

### 6.1. Presentación de la Compañía

Nombre: ALICON S.A.

ALICON S.A. es una microempresa que se constituirá en el cantón Guayaquil en la provincia del Guayas como sociedad anónima. Cuenta con las aportaciones de tres accionistas. Tendrá por objeto social dedicarse a la elaboración, industrialización y comercialización de yogur helado y demás productos relacionados y derivados con la heladería, pastelería y agroindustria.

### 6.2. Tipo de empresa

Sector: Alimentos y Bebidas

Subsector: Comida rápida

#### Accionistas

Los principales accionistas de la compañía ALICON S.A. se detallan a continuación:

#### CAPITAL SUSCRITO DE LA COMPAÑÍA (USD \$): 900,00

NO.	IDENTIFICACION	NOMBRE	NACIONALIDAD	TIPO DE INVERSION	CAPITAL	INCAUTADO
1	915972202	AKEL TORRES DANIELA	ECUATORIANA	NACIONAL	\$ 300,00	
2	923651327	GUEVARA PINOS JUAN PABLO	ECUATORIANA	NACIONAL	\$ 300,00	
3	915513055	PLAZA ARIAS MARIA FERNANDA	ECUATORIANA	NACIONAL	\$ 300,00	
					TOTAL (USD \$): 900,00	

Fuente: Superintendencia de Compañías / Elaborado por los autores

### Visión:

Llegar a ser reconocidos en el Ecuador como la mejor marca de productos saludables a base de yogur helado y frutos congelados, distinguiéndonos por nuestra calidad e innovación, llegando a cubrir zonas estratégicas del país con un número estimado de 20 puntos de venta totales al cabo de 10 años.

### Misión:

Ser una empresa comprometida a ofrecer productos naturales, saludables, innovadores de calidad a base de yogur helado y frutos congelados, con un servicio destacado por su amabilidad y atención, que propicien un momento agradable a nuestro consumidor y rentabilidad para nuestro negocio.

### Valores

- Amabilidad
- Honestidad
- Trabajo en equipo
- Cordial atención
- Innovación

### Permisos:

1. Escritura de la constitución
2. R.U.C.: tener facturas o máquina registradora con autorización del S.R.I.
3. La Actividad que se va realizar
4. Permisos municipales (patente municipal): de las instalaciones
5. Permiso de funcionamiento
6. Tasa de habilitación
7. Consulta de uso de suelo: permiso de suelo
8. Permiso de bombero: se lo renueva cada año
9. Normas de seguridad
10. Salud (Registro Sanitario)
  - a. Todo los empleados deben tener certificado de salud
  - b. Permiso de funcionamiento de salud

11. Permiso de interagua:
12. Certificado de trampa de grasa
13. Certificado de desechos sólidos
14. Certificado de turismo
15. Permiso de letrero

## **7. INVESTIGACION DE MERCADO**

### **7.1. Limitaciones en la Investigación**

Según el artículo "Marcas de helados buscan descongelar el consumo" publicado en el Diario El Universo el día 11 de mayo de 2011, el consumo anual de helados por persona en el Ecuador se estima en 1,8 litros, muy por debajo de otros países de la región. Por ejemplo tenemos los casos de Argentina y Brasil con una ingesta de 4,3 y 2,3 litros respectivamente. Al mismo tiempo de impulsar las ventas, se intenta disuadir la idea que los helados engordan, incorporando nuevas fórmulas para disminuir las calorías y eliminar sabores artificiales.

El bajo consumo hace más competitivo este negocio y crea una barrera para el ingreso de nuevos proveedores de este producto. Es por esto que este estudio tiene como propósito investigar los hábitos de consumo y aspectos generales de la implementación de un negocio de helado yogur para establecer la oportunidad de aumentar su consumo y evitar el robo de mercado, presentando nuevas opciones de helados preparados en el momento, con características saludables e innovadoras utilizando productos naturales.



## **7.2. Objetivos de la investigación**

- Analizar la aceptación del producto/servicio.
- Explorar la competencia directa e indirecta de establecimientos que venden yogur y helados, identificando sus productos y precios.
- Identificar las preferencias y gustos sobre helados y yogur en el mercado de Guayaquil y la Vía a Samborondón.
- Identificar el grado de conocimiento y percepción que tienen las personas sobre el helado de yogur.

## **7.3. Metodología de la Investigación**

### **Técnicas a utilizar**

**Observación directa.-** Este método ayudará a determinar las características que posee una heladería y a la vez estudiar de qué manera operan. De aquí, la importancia de estudiar a la futura competencia en el momento de estructurar nuestro negocio y ofrecer un servicio igual o mejor al que hay actualmente en el mercado.

**Investigación bibliográfica.-** Revisar páginas electrónicas de blogs, videos, artículos, entre otros, que nos dará una idea más clara de cómo se originó este negocio y las diferentes formas que se lo comercializará. Por otra parte buscar referencias en artículos y blogs nos da una idea más clara de las experiencias positivas y negativas que tuvieron otros negocios internacionalmente con este producto.

**Entrevistas.-** Se hizo 2 tipos de entrevistas. La primera fue dirigida hacia un nutricionista con el objetivo de determinar qué beneficios y bondades tiene el yogur helado y sus componentes. Con estos resultados podremos estudiar los componentes y sus posibles mezclas para establecer que las características de nuestro producto sean aptas para el consumo enfocado en la salud y bienestar de las personas.



La segunda entrevista es dirigida hacia los dueños de heladerías con el objetivo de determinar qué es lo necesario para ingresar al mercado de los helados, los procesos y características que debemos observar para establecer los montos de inversión que necesitaremos para implementarlo.

**Encuestas.-** Finalmente mediante una encuesta buscamos determinar los gustos y preferencias de helados que tiene el público en general del mercado Guayaquileño y de la vía Samborondón. Por otra parte se exploran las percepciones y grado de conocimiento que tienen y podrían tener del yogur helado.

**Grupo Focal:** Esta técnica nos ayudó a determinar cuáles eran las percepciones del consumidor joven y adulto referente a nuestro producto, con el fin de determinar la aceptación de este nuevo concepto de helado. Por otra parte se hicieron muestreos de nuestro prototipo de helado y de la competencia buscando conocer las fortalezas y debilidades de nuestro producto.

Se realizó una investigación Mixta, Exploratoria y no experimental.

<b>Objetivos</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Unidad de Análisis</b>	<b>Justificación</b>
Explorar la competencia directa e indirecta de establecimientos que venden helados.	Observación directa	Guía de Observación	Heladería: - Sorbetto - Below Zero - Fragola - Pingüino	Identificar la variedad de sus productos, diseño del local precios, selección de los consumidores
Explorar referencias nacionales e internacionales del mercado de yogur helado	Investigación bibliográfica o infografía y documental	Guía de investigación bibliográfica o infografía	-Páginas web de negocios de helados de yogur -Videos sobre el negocio de helado de yogur -Blogs y comentarios -Artículos sobre helado de yogur	-Tener una realidad más acertada sobre los negocios de helados de yogur, así como su desarrollo y aceptación en el tiempo.
Describir los beneficios y cualidades del yogur helado	Entrevista	Guía de Entrevista	-Nutricionista de Toni S.A.	-Conocer los beneficios y bondades del yogur.
Analizar los costos de implementación del local con sus respectivos equipos y personal.	Entrevista	Guía de Entrevista	Dueño de Heladería Sorbetto	-Conocer el negocio de una heladería
Identificar los gustos y preferencias sobre los helados y yogur en el mercado de Guayaquil y vía Samborombón	Encuestas	Guía de encuesta	-Público en general (sondeo 30 personas)	-Identificar el nivel de conocimiento y aceptación sobre el yogur helado -Si conoce los beneficios nutricionales del yogur y la fruta

## 7.4. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Esta se realizó por medio de la técnica cualitativa de observación directa. Se clasificaron a los competidores en directos e indirectos.

### 7.4.1. Objetivos del análisis de la competencia

- Identificar nuestros principales competidores directos e indirectos.
- Identificar la oferta local de helados y yogures
- Identificar los precios de venta al público de la competencia para tener una referencia y poder establecer nuestro precio.

#### Competidores Directos

<b>Nombre</b>	<b>Below Zero</b>
<b>Origen</b>	Estados Unidos – Franquicia
<b>Concepto</b>	Helados hechos exclusivamente a base de yogur
<b>Ubicación</b>	Centro Comercial: Las Terrazas
<b>Principal Producto</b>	Helado de Yogur
<b>Tamaños y Precios</b>	Kids: \$1,50 Pequeño: \$2,00 Mediano: \$2,70 Grande: \$3,20 ½ Litro: \$4,00 Litro: \$7,50
<b>Sabores</b>	Coco, frutos rojos, natural y chocolate
<b>Aderezos y jaleas</b>	<b><u>Toppings Secos</u></b> Zucaritas, gotas de chocolate, cereales, granola, maní, mini chicles, coco rallado, pasas, nueces, gummy bears <b><u>Topping Frutas</u></b> Piña, frutilla, mora ,frambuesa, durazno, kiwi, cereza, sandia y banano <b><u>Salsas</u></b> Chocolate, fresa, manjar de leche, leche condensada - Valor de cada topping: \$0,50 - Topping de frambuesa: \$0,80
<b>Otros productos</b>	<b><u>Yogurt</u></b> Pequeño (4oz): \$2,00 Mediano (6oz): \$2,70 Grande (8oz): \$3,20 <b><u>Shakes (bebida dulce y fría)</u></b> <b><u>Sabores:</u></b> Sunrise (fresa, banana y yogurt) Berry Mix (fresa, mora, frambuesa y frutos del campo) Isla (piña, banana y yogurt)

	<p>Fiesta (fresa, yogurt de mango) De la casa (3 frutas y yogurt a escoger)</p> <p><b>Precios</b> Mediano (12oz): \$3,80 Grande (16oz): \$4,70</p> <p><b>Smoothies (batido de frutas)</b></p> <p><b>Sabores:</b> Delicia (fresa, mora y banana) Paraíso (fresa, frambuesa, banana y naranja) Tropical (mango, banana, piña y naranja) Passion (maracuyá y mango) Below Zero (4 frutas a escoger)</p> <p><b>Precios</b> Mediano (12oz): \$3,60 Grande (16oz): \$4,50</p> <p><b>Copa Light:</b> Mediano: \$3,70 Grande: \$5,70</p>
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es la única heladería especializada en la venta de helados hecho a base de yogur</li> <li>- Tiene combinaciones de frutas en la preparación de los yogures</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiene únicamente 4 sabores de helados</li> <li>- No ofrece muchos productos adicionales</li> </ul>

### Competidores Indirectos - Helados

<b>Nombre</b>	<b>Fragola</b>
<b>Origen</b>	Argentina - Franquicia
<b>Concepto</b>	Helados Artesanales: en su elaboración se emplean únicamente productos frescos y a diferencia de los industriales, no se utilizan saborizantes, colorantes ni conservantes.
<b>Ubicación</b>	Locales propios: Centro, Urdesa y la Vía a Samborondón
<b>Principal Producto</b>	Helados artesanales
<b>Tamaños y Precios</b>	Pequeño: \$2.00 (Servido en cono o vaso) Mediano: \$2.60 (Servido en cono o vaso) Grande: \$3.00 (Servido en cono o vaso) 1 Litro: \$4,50 2 Litros: \$9,00
<b>Sabores</b>	Frutilla, kiwi, naranja, naranjilla, limón, piña, maracuyá, guanábana, ron pasas, pistacho, menta, menta granizada, chocolate con almendras, mousse de chocolate, chocolate blanco, chocolate amargo, chocolate, crema americana, crema americana granizada, frutilla a la crema, mora a la crema, crema vainilla, crema de café, crema rusa, coco a la crema, banana a la crema, banana splits a almendrado.
<b>Aderezos y</b>	Cobertura de Chocolate \$1.00



<b>jaleas</b>	
<b>Otros productos</b>	Milk shake \$3,00 Fruit shake \$2,90 Brownies \$1,00
<b>Fortalezas</b>	- Es la única que tiene un helado muy popular el cual se estira y luego se vierte en un baño de chocolate que enfría rápidamente. - La textura del helado es de buena calidad ya que no se derrite rápidamente. - Tiene una gran diversidad de helados frutales
<b>Debilidades</b>	- El único topping disponible es la cobertura de chocolate

<b>Nombre</b>	<b>Sorbetto</b>
<b>Origen</b>	Nacional / Guayaquil – Ecuador
<b>Concepto</b>	Helados Artesanales: en su elaboración se emplean únicamente productos frescos y a diferencia de los industriales, no se utilizan saborizantes, colorantes ni conservantes.
<b>Ubicación</b>	Centros Comerciales: La Torre, Garzocentro, Puerto Azul, Piazza Blu, Village Plaza Y Plaza Lagos Town Centro Locales Propios: Urdesa
<b>Principales Productos</b>	Helados Artesanales
<b>Tamaños y Precios</b>	<b>Precios</b> Cono o vaso mediano: \$1,80 Vaso mediano con cono: \$1,95 Cono o vaso grande: \$2,70 Vaso grande con cono: \$2,85 Cono pralinato mediano: \$2,35 (cono con borde de chocolate) Cono pralinato grande: \$3,25 (cono con borde de chocolate) ½ litro tradicional: \$4,15 ½ litro especial y Light: \$4,70 Litro tradicional: \$7,95 Litro especial y Light: \$8,95
<b>Sabores</b>	Limón 0% Light, cioccolato 0% dieta, yogurt fragola (fresa), vaniglia dieta, naranjilla 0% dieta, piña colada, oreo, cioccolato gran cacao, 3 leches, rocca, negrito funge, guanábana, uva, suspiro limeño, manjar con guayaba, crema de menta, ron pasas, mandrino y coco, mora con merengue, arcobaleno chicle, caffe heath bar, pie de limón, tiramisú
<b>Aderezos y jaleas</b>	Granita: \$1,00 Hot fudge chocolate \$0,50 (porción) Crema chantilly \$0,50 (porción) Cobertura de chocolate \$0,50 (porción)
<b>Otros productos</b>	Paletas \$0,90 Cono pralinato: \$0,60 Taco con helado: \$3,00 <b>Pastelería</b> Torta pistacho o torta Browne: \$13,00 Brownie: \$1,20

	Donuts Light al horno: \$0,90 Alfajor: \$1,00 Milhojas torta: \$30,00 Lenguas de gato: \$1,20
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La textura del helado es de buena calidad ya que no se derrite rápidamente.</li> <li>- Gran variedad de helados</li> <li>- Innovación constante de nuevos sabores.</li> <li>- Tiene reconocimiento internacional</li> <li>- Tiene incorporación de aire de 15%</li> <li>- Es la única heladería artesanal que vende sus propias paletas</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El precio del helado aumenta si es servido en vasito con el cono encima.</li> <li>- No tiene gran variedad de aderezos ni jaleas.</li> </ul>

<b>Nombre</b>	<b>Pingüino</b>
<b>Origen</b>	Comercialización de la marca nacional, administrada por la multinacional Unilever.
<b>Concepto</b>	Helado Industrial: Son los helados que podemos conseguir en los supermercados, quioscos o restaurantes económicos.
<b>Ubicación</b>	Centros comerciales, locales propios, supermercados, mini-markets, farmacias etc.
<b>Principales Productos</b>	Helado suave y paletas de helado
<b>Tamaños y Precios</b>	Cono simple: \$1,25 Cono doble: \$1,60 <u>Precios de Litro:</u> 1 Litro Económico: \$4,00 1 Litro Top: \$5,00 (Sabor gourmet) 1 Litro Casero: \$5,75 (Nuevos sabores) 1,8 Litros: \$6,15
<b>Sabores</b>	Vainilla gourmet, oreo, chicle, manjar en almendras, chocolate gourmet, pasas al ron, cereza gourmet, vainilla chips con salsa de mora, coco/piña y napolitano.
<b>Aderezos y jaleas</b>	Jalea de chocolate, frutilla y grajeas. Costo c/u \$0,15ctvs.
<b>Otros productos</b>	Paletas, litro de helado y tortas helado.
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El helado más comercializado a nivel nacional y de mayor reconocimiento</li> <li>- Poderoso canal de distribución ya que se lo puede adquirir fácilmente a través de supermercados, locales propios, islas en malls y en el malecón, carritos ambulantes, farmacias, restaurantes y mini-markets.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La textura del helado se derrite rápidamente ya que es elaborado de forma industrial.</li> <li>- No tienen sabores diferentes a los tradicionales</li> <li>- No tienen variedad de aderezos</li> </ul>

<b>Nombre</b>	<b>Tutto Freddo</b>
<b>Origen</b>	Nacional / Cuenca - Ecuador
<b>Concepto</b>	Helados suaves o cremosos / Helados Personalizados
<b>Ubicación</b>	Centros comerciales: Mall del Sol, Mall del Sur Locales Propios: centro
<b>Principales Productos</b>	Helados y Mantecados
<b>Tamaños y Precios</b>	<u>Helados</u> Cono simple: \$0,95 Cono doble: \$1,75 Cono light: \$1,30 <u>Mantecados</u> Cono: \$0,70 Copa: \$1,15 Copa Junior: \$1,40 Copa Jumbo: \$1,75 Cada aderezo \$0,25
<b>Sabores</b>	Nutella, piña, oreo, fresa, manjar con nuez, straciatella, café, vainilla, chocolate, naranjilla, quitapenas, chicle, crocantino, amore, pistachio, mora, 19plits19ú19o freddo, yogurt, 19plits19ú, menta al bom bom, banana split y coco.
<b>Aderezos y jaleas</b>	Gotas de chocolate, m&m, coco rallado, chicle, pasas y chispitas de chocolate, maní y nueces picadas. Jaleas de frutilla y mora.
<b>Otros productos</b>	Milkshake: \$2,30 Shake Capuccino: \$2,25 Shake Moccaccino: \$2,25
<b>Fortalezas</b>	- Gran variedad de helados - Gracias a su modelo de franquicia es una marca que se expande rápidamente
<b>Debilidades</b>	- A primera vista no se nota la diferencia de los dos paneles puesto que los consumidores no saben que el primero corresponde para helados suaves, mientras que el otro es para mantecados, y debido a ello los empleados tienen que explicarles

<b>Nombre</b>	<b>Planet Ice Cream</b>
<b>Origen</b>	Nacional / Guayaquil – Ecuador
<b>Concepto</b>	Helado Personalizado – el cliente lo arma a su gusto
<b>Ubicación</b>	Centros comerciales: Policentro y Piazza Samborondon.  Local propio: Urdesa.
<b>Principales Productos</b>	Helados y variedad de toppings (aderezos)
<b>Tamaños y Precios:</b>	



<b>Precios</b>	Cono pequeño: \$1,50 Cono mediano: \$2,50 Cono grande: \$3,25 (canasta, dos bolas, 2 toppins y 1 jalea)
<b>Sabores</b>	Choco-late, vainilla moon, coco especial, mora de mora, banana de marciano, piña solar, frutilla galáctica, pistacho macho, rock and ron pasa, makadamia vainilla, chocolate light, vainilla Light, crema de vainilla,, chocolate forte, chicle lunático
<b>Aderezos y jaleas</b>	Chocolate huevito de la universal, tango, Crunch, snickers, twix, nutella, kinder, manicho, browne, oreo, chocochip, barquillo, chispitas de chocolate, gummy bears, chicles, marshmallows, m&m, chispitas de colores, trozos de fruta como piña, durazno, mora, frutilla y cereza, pasas, galleta molida, cono partido en trozos pequeños, almendras. Jaleas: leche condensada, majar, chocolate y leche chocolate.
<b>Otros productos</b>	Milkshakes y sándwiches
<b>Fortalezas</b>	- Es la única heladería especializada en helados personalizados - Tiene una gran variedad de aderezos y jaleas - Gran variedad de helados
<b>Debilidades</b>	- Los trozos de frutas que son aderezos tienen mala presentación, como si estuvieran pasados.

<b>Nombre</b>	<b>Baskin Robbins</b>
<b>Origen</b>	Estados Unidos – Franquicia
<b>Concepto</b>	Helado Industrial estilo americano ya que incorpora sabores más artificiales que naturales, dejando a un lado el ciudadano saludable.
<b>Ubicación</b>	Centros comerciales: Mall del Sol, San Marino, Village Plaza y Riocentro Norte.
<b>Principales Productos</b>	Helados
<b>Tamaños y Precios</b>	<u>Conos</u> Cono mediano (2,5oz) Normal: \$1,45 Waffle: \$1,55 Cono grande (4oz) Normal: \$1,75 Waffle: \$1,89 Cono doble (5oz) Normal: \$1,99 Waffle: \$2,09 <u>Helado para llevar</u> ½ litro: \$3,75 1 litro: \$7,35
<b>Sabores</b>	Chocolate blanco y chocolate negro, chocolate con almendras y marshmallows, algodón de azúcar, vainilla y chocolate con cinta de caramelo, chocolate blanco y frambuesa con cinta de frambuesa y chocolate relleno de frambuesa, café con almendras tostadas y una cinta de coco, vainilla con pedazos de nueces acarameladas y cinta de



	caramelo, praliné de crema (vainilla con pedazos de nueces acarameladas y una cinta de caramelo), nuez con nueces tostadas, vainilla con pedazos de galleta y chispas de chocolate, sherbet de naranja, sherbet de naranja, fresa y pina, helado de coco, mango, helado de frutilla cargado con trocitos de frutilla, dulce de leche, vainilla con chispas de chocolate, vainilla con pedazos de galleta de chocolate, helado de vainilla, pistacho con almendras, helado de chocolate, helado de vainilla con chispas y chocolate.
<b>Aderezos y jaleas</b>	Aderezos: gummy bears, oreo, snickers, milkyway, twix, mini-chicles, m&m, chocopasas, marshmallows y sweet drops. Jaleas: frutilla, mora y chocolate.
<b>Otros productos</b>	<u>Blasts</u> : cappuccino, mochaccino y chocolate. 12oz: \$2,50 16oz: \$2,80 <u>Fruit blast</u> : mango, frutilla, frutas tropicales y mora 12oz: \$2,50 16oz: \$2,80 <u>Shakes</u> 12oz: \$2,60 16oz: \$3,60 <u>Triple Shakes</u> 12oz: \$2,99 16oz: \$3,75
<b>Fortalezas</b>	- Los nombres de los helados son llamativos
<b>Debilidades</b>	- Si bien tiene muchas combinaciones de sabores, éstos se concentran principalmente en vainilla y chocolate.

<b>Nombre</b>	<b>Dolce Latte</b>
<b>Origen</b>	Guayaquil, Ecuador
<b>Concepto</b>	Helados Artesanales: en sus helados se emplea una elaboración de derivados productos artesanales y distintos sabores
<b>Ubicación</b>	Locales propios: en Victor Emilio Estrada, Riocentro Sur y Riocentro Ceibos
<b>Principal Producto</b>	Helados artesanales con diferentes topping
<b>Tamaños y Precios</b>	Pequeño: \$1 (servicio cono) Mediano: \$1.95 (Servido en cono o vaso) Grande: \$ 3.40 (Servido en cono forma de canasta )
<b>Sabores</b>	Frutilla con vainilla,, mora con vainilla, kiwi, naranja, naranjilla, limón, piña, maracuyá, guanábana, ron pasas, pistacho, menta, pina colada , chocolate con almendras, frutilla, mora, vainilla, , crema rusa, coco a la crema, banana a la crema, banana splits a almendrado.
<b>Aderezos y jaleas</b>	Las distintas variedades de topping, entre ellos caramelos, chocolate, bombones, barquillos
<b>Otros productos</b>	Negritos Waffles: Simple 2.80, manjar 2.28, nutella 2.30

<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sus helados son artesanales y con una variedad de sabor muy grande</li> <li>- Ofrece waffles para acompañar con los helados como algo adicional</li> <li>- Le mezclan los topping con los helados para crear una solo producto</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	- No se muestra mucho movimiento de helado

<b>Nombre</b>	<b>Friolatte (helados tipo frappe)</b>
<b>Origen</b>	Nacional
<b>Concepto</b>	Helados Frappe: ventas de helados Frappe en maquina de helado, con una variedad de topping para combinar con el helado
<b>Ubicación</b>	Locales propios (islita): Rio Centro Ceibos, San marino
<b>Principal Producto</b>	Helados Frappe de distintos sabores para combinar con variedades de topping
<b>Tamaños y Precios</b>	Tamaño estándar todos son vasitos tenían combinaciones de distintos topping y los precios estaban 1.25, 1.50 a 1.90 y 0.20 por cada topping adicional
<b>Sabores</b>	Tiene helado Frappe chocolate y vainilla
<b>Aderezos y jaleas</b>	Variedad de coberturas: barquillo, topping, jarabe, cereales, chocolate, caramelos y galleta
<b>Otros productos</b>	No tenía productos adicionales solo los la variedades de topping
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiene helados frappe de base</li> <li>- Tiene distintos coberturas para los helados</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	- tiene sabores limitados de helado frappe

#### Productos sustitutos - Yogur

<b>Nombre</b>	<b>Naturissimo</b>
<b>Origen</b>	Nacional / Guayaquil – Ecuador
<b>Concepto</b>	Comer yogur con pan de yuca.
<b>Ubicación</b>	Centros Comerciales: Riocentro Ceibos, San Marino Locales propios: Centro y Urdesa
<b>Principales Productos</b>	Yogur y pan de yuca
<b>Tamaños y Precios</b>	Yogurt pequeño normal: \$1,45 Yogurt mediano normal: \$1,70 Yogurt grande normal: \$2,15 Yogurt litro normal: \$4,20 Yogurt pequeño Light 0% grasa: \$1,55 Yogurt mediano Light 0% grasa: \$2,10 Yogurt grande Light 0% grasa: \$2,45 Yogurt litro Light 0% grasa: \$4,80



<b>Sabores</b>	Mora, frutilla, naranjilla, durazno, natural, guanábana, ciruelas pasas, higo, banano y mango.
<b>Otros productos</b>	Frozen de frutas \$1,65 (Mora, frutilla, naranjilla, durazno, mango y guanábana) Pan de yuca, tortilla de maíz, gorditas, empanadas al horno, mini corn dog y pizzotas (versión mini de una pizza), colas y aguas.
<b>Fortalezas</b>	- Tiene sabores únicos de yogur como guanábana, ciruelas pasas e higo - Con el pasar de los años Naturissimo no ha perdido su concepto de disfrutar un agradable momento mientras se degustan unos ricos panes de yuca y yogur.
<b>Debilidades</b>	- No venden yogur bajo su propia marca de forma comercial

<b>Nombre</b>	<b>Yogurt Persa</b>
<b>Origen</b>	Nacional / Guayaquil – Ecuador
<b>Concepto</b>	Comida Típica y Americana
<b>Ubicación</b>	Centros comerciales: Mall del Sur y Garzocentro. Locales propios: centro
<b>Principales Productos</b>	Yogur y pan de yuca
<b>Tamaños y Precios</b>	<u>Pequeño (9oz)</u> \$1,30: frutilla, mora, mago, naranja, durazno y banano \$1,40: sabores combinados <u>Mediano (12 oz)</u> \$1,75: frutilla, mora, mago, naranja, durazno y banano \$1,85: sabores combinados <u>Grande (16oz)</u> \$ 2,35: frutilla, mora, mago, naranja, durazno y banano \$2,45: sabores combinados <u>Litro:</u> \$4,50: frutilla, mora, mago, naranja, durazno y banano \$4,60: sabores combinados \$1,50: presentación comercial con sabores durazno y frutilla
<b>Sabores</b>	Frutilla, mora, mago, naranja, durazno y banano <u>Sabores combinados</u> Pasion mix: frutilla y banano Tropical mix: mango y frutilla Love mix: banana y mora Summer mix: mora y durazno
<b>Otros productos</b>	Tacos, patacones, arroz con menestra o lenteja, chaulafán, pasteles de carne, salchipapa, submarino, chicken fingers, bolones de verde, huevo frito, tortillas de verde, café, waffles, dulce de tres leches, torta de chocolate.
<b>Fortalezas</b>	- Venden yogur bajo su propia marca en presentaciones de 1 litro a \$1,50 - Tienen presentaciones personales de yogur que viene incluido en los combos de desayuno.

	- Tiene combinaciones de frutas en la preparación de los yogures
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El concepto de restaurante que vende yogur y pan de yuca como productos estrella se pierde con la infinita variedad de otros alimentos que oferta</li> <li>- Los pedidos de los clientes son entonados a viva voz</li> <li>- El yogur persa no se comercializa en importantes canales de distribución como supermercados o tiendas.</li> </ul>

<b>Nombre</b>	<b>Chivería</b>
<b>Origen</b>	Nacional / Guayaquil – Ecuador
<b>Concepto</b>	Consumo de yogur en dos presentaciones: yogur tradicional o granizado de yogur
<b>Ubicación</b>	Centros comerciales: Las Terrazas Islas: algunas paradas de la metrovía como el Correo o la Caja del Seguro, así como la estación principal del Terminal Terrestre. La maquina que hace yogur granizado tiene un mayor alcance ya que se encuentra en los bares de las universidades y colegios.
<b>Principales Productos</b>	Yogur y yogur granizado con mermelada
<b>Tamaños y Precios</b>	<u>Granizado de Yogur con mermelada</u> 6oz: \$0,70 12oz: \$1,30 <u>Yogures</u> Yogur clásico: \$0,56 Yogur con cereal: \$0,62 Postre de yogur: \$0,80 Chivigur: \$0,67 Yogur clásico 1 kilo: \$2,44 Yogur clásico 2 kilos: \$4,28 <i><b>Nota:</b> estos valores son referenciales, pues varían según el punto de venta.</i>
<b>Sabores</b>	Sabores de yogur: natural, durazno, mora y frutilla. Mermeladas: frutilla, durazno y mora
<b>Otros productos</b>	Productos congelados: yapingacho, tortelinis, espaguetis, raviolis, humitas, lasagna de carne, lasagna de vegetales, lasagna de hongos, rissotto de pato, rissotto de mariscos, seco de pato, seco de borrego, guatita, bolón de queso, bolón de chicharrón, bolón mixto.
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Venden yogur bajo su propia marca en varias presentaciones</li> <li>- El yogur granizado, uno de sus productos estrellas se comercializa ampliamente.</li> <li>- Venden productos marca Facundo, que son del mismo grupo</li> <li>- Utilizan importantes canales de distribución como los supermercados y tiendas</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	- Tienen únicamente 4 sabores de yogur que son los tradicionales (frutilla, mora, durazno y natural)



## **Conclusiones**

### **Below Zero**

- Es una franquicia americana y ataca un segmento medio alto y alto ya que el precio de sus productos es elevado. Se encuentra ubicado en el Centro Comercial Las Terrazas en la Vía a Samborondón. Below Zero vende productos a base de yogur, pero no los promociona como productos light. Sin embargo el local tiene información en inglés sobre los beneficios del yogur. Es la única que destaca por su amplia variedad de frutas. Los aderezos que utiliza se diferencian del resto de las heladerías. Si bien incorpora chispitas de chocolate o mini-chicles como lo hacen otras, también tienen otros más saludables como los frutos secos tales como las nueces o almendras y cereales como la granola o zucaritas.

### **Fragola**

- Es una franquicia Argentina y su segmento de mercado es el medio alto y alto por el precio de sus helados. Sin embargo el local que tienen en el centro no solamente está enfocado a estos niveles sino también personas que laboran en el sector tales como bancos y otras importantes compañías ubicadas en la zona, y en los fines de semana sus principales consumidores son las clases populares que visitan el Malecón con sus familias. Fragola no se especializa en personalizar los helados con toppings y otros aderezos, pero tiene una gran variedad de helados, especialmente sabores frutales. Uno de estos productos helado que vende bastante es el que tiene cobertura de chocolate y se estira. Los helados pueden ser servidos en conos o en vasos. Si es servido en un vaso, se coloca encima el cono.

## **Sorbetto**

- Es una heladería nacional y su propietario es Aldo Faidutti, reconocido empresario con amplia experiencia en la elaboración de helados artesanales. El segmento de mercado es medio alto y alto, ya que los precios son elevados. Estos al ser elaborados con varios ingredientes en la preparación tales como chocolates, negritos, frutas frescas y frutos secos como almendras, pistachos, macadamia, avellanas entre otros, no requieren adicionar aderezos porque el helado sería muy cargado.

La contextura del helado es muy buena, ya que es consistente y no se derrite rápidamente. Esto se debe a que sus helados contienen únicamente 15% de aire. Los industriales le agregan aire al helado porque aumenta el volumen del producto y reduce considerablemente el precio, pero afecta la calidad y sabor. Sorbetto constantemente innova en nuevos sabores teniendo gran variedad de productos.

## **Pingüino**

- Sin dudas es “la heladería de los ecuatorianos” por su larga permanencia en el país. Esta marca es comercializada a nivel nacional y administrada por la multinacional Unilever. Su participación de mercado y su poderoso canal de distribución lo hace el líder indiscutible. Sus paletas son muy conocidas al igual que los sabores de sus helados. Sin embargo, estos últimos no tienen mucha variedad, tienen pocos aderezos y se derriten rápidamente puesto que durante su elaboración le introducen grandes cantidades de aire. Al ser estos comercializados a gran escala, permite que su precio de venta al público sea económico.

## **Tutto Freddo**

- Es una heladería cuencana y poco a poco se ha expandido gracias a su modelo de franquicia. Esta vende dos conceptos de helados: los suaves, los tradicionales, y los cremosos o los mantecados. Todas sus tiendas tienen dos paneles, uno con imágenes de copas, tamaños y diversas

presentaciones con aderezos de los helados suaves, y el otro con imágenes del mantecado. Por la ubicación de sus locales, ataca principalmente la clase media y media-baja. Prueba de ello son sus dos ubicaciones en el centro, que es visitado por personas de sectores populares principalmente los fines de semana, así como sus dos ubicaciones en el Mall del Sur o en Riocentro Sur. Aún así se podría decir que es un “helado top” dentro de su segmento.

### **Planet Ice Cream**

- Es un nuevo concepto de heladerías en el país; ofrece helados personalizados, es decir, el cliente escoge los sabores y “toppings” a su elección para luego mezclarlos y servirlos en una canasta de galleta o vasito. Muy popular, especialmente entre los niños, tiene una gran variedad de aderezos y jaleas. Son los únicos especializados en este concepto. Al estar ubicados en Urdesa, Policentro y la Piazza, en la Vía a Samborondón así como el precio de sus productos, están dirigidos a una clase media-alta y alta.

### **Baskin Robbins**

- Es una franquicia americana y vende sabores de helados con nombres muy llamativos y descriptivos. Los sabores más comunes son el chocolate y la vainilla. Estos se asemejan mucho en textura, calidad y sobretodo apariencia a los helados de Sorbetto, ya que esta última incorpora muchos ingredientes en su elaboración. También ofrece 10 variedades de aderezos y 3 de jaleas, a diferencia de Sorbetto. Están dirigidos a la clase media-alta y alta, puesto que tienen locales en Mall del Sol, San Marino, Village Plaza y Riocentro Norte.



### **Dolce Latte**

- En conclusión esta heladería está dirigida a un target medio, medio alto ofreciendo una amplia variedad de sabores de helados artesanales como sabores populares, pina colada, tres leches, y negritos, ofrece conos sencillos desde un dólar hasta 3. 95 que son canasta de base de cono.

### **Naturissimo**

- Tradicional por vender sus conocidos yogures y panes de yuca, tiene gran variedad de sabores como los tradicionales tales como frutilla, mora, durazno y natural, y otros más exóticos y únicos como guanábana, ciruelas pasas e higo. Otro producto de gran acogida son las tortillas de maíz rellenas de queso. Naturissimo se enfoca en la clase media media-alta y alta, ya que tiene varios locales ubicados en Urdesa, Riocentro Ceibos y Entreferíos, San Marino y Village Plaza.

### **Yogurt Persa**

- Yogurt Persa es ecuatoriano, pero de origen árabe debido a su fundador Fereidoun Mansouri. El producto más conocido de esta cadena de comida rápida es el yogur que lleva el mismo nombre del local, así como los panes de yuca. Sin embargo, este ha ampliado su concepto de comidas ofreciendo no solo comida típica ecuatoriana como los bolones, tortillas de verdes, arroz con menestra o chaulafan, sino que también vende comida propia de la cultura americana como chicken fingers, salchipapas y hamburguesas.

Debido que Yogurt Persa se ha ampliado, los sabores de sus yogures son los tradicionales sin ofrecer nuevas propuestas. Cuando uno realiza un pedido, los empleados tienen que vocear en alto el pedido para que se tome nota y sea despachado. Este restaurante está dirigido a la clase



media y media-baja debido a sus ubicaciones en el centro o Mall del Sur, así como los clientes que lo frecuentan.

### **Chivería**

- Chivería es de origen ecuatoriano y, al igual que Facundo, es una de las tantas marcas administradas por el Grupo Fadesa. El yogur granizado es muy conocido y este se ofrece en los puntos de venta que dispongan la máquina proporcionada por la compañía. Por lo general se encuentran en los bares de colegios y universidades, islas y quiscos.

Por otra parte, los yogures son principalmente comercializados en los supermercados y mini-markets. Cada tienda de Chivería es diferente, esto varía según su ubicación. Por ejemplo, el local ubicado en el centro vende almuerzos congelados Facundo, sin embargo los quiscos ubicados en las paradas de la Metrovía no los venden, pero por el contrario venden empanadas de queso. Debido a sus ubicaciones así como al bajo precio de sus productos Chivería se enfoca en la clase media, media baja y baja. No obstante tienen un local ubicado en el centro comercial Las Terrazas, en la Vía a Samborondón.

## **7.5. ANALISIS DE LA DEMANDA**

### **7.5.1. UNIVERSO Y MUESTREO**

Para este estudio no se considero el área rural, ni las personas que comprenden el nivel socioeconómico medio bajo y bajo de la población de Guayaquil y Vía Samborondon. Se tomo esta decisión en base a que nuestro producto posee características diferenciadoras a la competencia como lo es un helado natural, de calidad y preparado al gusto del consumidor. Por este motivo su valor comercial será superior a un helado dedicado a estos segmentos y apuntara mayormente a competir en los mercados de sorbetto entre otros establecimientos.

Zona	Área Urbana	Clase Med - Alta (41%)
Guayaquil	2.286.772,00	-
Samborondon	12.704,00	-
<b>Total</b>	<b>2.299.476,00</b>	<b>942.785</b>

**UNIVERSO POBLACIONAL**

Fuente: Inec - Proyección población 2001 – 2010

Mercaper S.A. – Pedro montero

## Muestreo

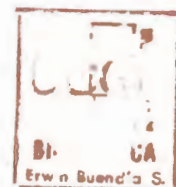
Para el cálculo de la muestra obtuvimos ayuda de la pagina [www.feedbacknetworks.com](http://www.feedbacknetworks.com), la cual nos indica los siguientes parámetros:

- Formula 
$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

- N: Universo o población
- K: Representa el nivel de confianza es decir la probabilidad de que nuestros resultados estén correctos

k	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

- E: Margen de error muestral
- P: Es el número de individuos que poseen las características de estudio. (Generalmente este dato es desconocido y se utiliza 0,5)
- Q: Es el número de individuos que no poseen dichas características (Generalmente P y Q son datos desconocidos y se utiliza 0,5 para ambos)
- n: Equivale a nuestro resultado, es decir el tamaño de la muestra a encuestar.



- **Resultados**

N:	942.785
K:	2
E:	5%
P:	50%
Q:	50%
n:	400

Elaborado por el Autora

### **7.5.2. Entrevistas**

#### **Entrevista con Nutricionista e Ingeniero en Alimentos**

Fecha de la entrevista: 5 de mayo del 2011

Hora de la entrevista: 4:30pm- 6:20pm

Después de entrevistar al señor Marcelo Uscocovich nutricionista e ingeniero en alimentos se llegaron a estas conclusiones

- Las propiedades del yogur son muy importantes para una alimentación funcional. Este contiene muchas vitaminas, proteínas, carbohidratos y grasas en equilibradas cantidades lo cual hace de este producto un alimento completo. Incorporar ciertos tipos de bacterias que ayuden a la digestión también ofrece beneficios como por ejemplo el "Lactobacillus". Por esta razón es recomendable consumirlo diariamente
- No existe una diferencia nutricional entre un yogur normal y el yogur helado. El único factor que se podría considerar es que el yogur es más concentrado, en cambio en el helado al yogur se le incorpora aire a la mezcla por ende el porcentaje de proteína, carbohidrato y grasa van a disminuir, pero en teoría es lo mismo.

- La dieta es la alimentación que seguimos cada uno de nosotros habitualmente. Al ser el Yogur Helado un producto natural puede ser incorporado en una dieta diaria siempre y cuando se cuiden los índices de grasas y azúcares.
- Las frutas no llegan a hacer un alimento completo pero sí llegan a aportar mucha energía porque son carbohidratos, vitaminas y minerales.
- Es recomendable consumir la fruta a diario e ir variándolas porque cada una de ellas ofrece nutrientes diferentes. Sin embargo, las personas tienen la percepción que las frutas engordan y no tienen el hábito de consumirlas muy a menudo.
- La fruta congelada no pierde sus propiedades nutricionales cuando está en este estado. Se produce una pérdida de estas propiedades solo en caso de que la fruta sea descongelada y pierda agua.
- El yogur helado como lo desean comercializar es muy nutritivo por su materia prima, considerando que el yogur es un alimento completo, que combinado con fruta natural hacen de este producto altamente beneficioso para el cuerpo humano.
- Una forma de incrementar los beneficios del producto es añadiéndole otro tipo de productos como fibra, antioxidantes o tan simple como toppings de frutos secos que incorporan grasas buenas.
- Este producto aportaría mucho a la sociedad, enseñándole que se puede comer rico y sano. Por otra parte, la falta de oferta de este tipo de productos hace más difícil la batalla en contra de la obesidad.



## **Entrevista con Propietario de una Heladería**

**Fecha de la Entrevista:** 24 de Mayo del 2011

**Hora de la Entrevista:** 9:00am – 10:45am

Después de entrevistar al señor Aldo Faidutti, propietario de la heladería artesanal Sorbetto, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- Los consumidores prefieren acudir a los centros comerciales debido a la inseguridad de las calles. “En la calle el cliente va a la heladería, en el centro comercial uno está donde está el cliente”, comenta.
- Para el empresario es difícil entrar en un centro comercial ya que los administradores prefieren arrendar sus locales a los establecimientos conocidos en vez de darles la oportunidad a los nuevos negocios.
- Lo que atrae al cliente hacia una heladería es el producto, si el producto es bueno dará una buena imagen
- Los helados deben tener una amplia variedad de sabores y presentaciones para satisfacer los gustos y exigencias de los consumidores. Es por ello que la innovación es muy importante. Una de las claves del éxito en el negocio de las heladerías es conocer muy bien el producto.
- Es necesario estar preparado y tener medidas de precaución ante las eventualidades improvisadas que pudieran surgir en el local.
- Usualmente el comportamiento del consumidor al adquirir un helado no se planifica, surge de forma improvisada, por eso es importante disponer de parqueaderos cercanos al local.
- En Guayaquil la distribución del producto no es complicada porque las distancias son cortas.

- Apertura de varias sucursales ofrece mayor comodidad a los consumidores, pero en general si el cliente gusta mucho del producto lo va a buscar.
- El consumo de helado per-cápita es bajo por lo que ingresar con un nuevo concepto de helado no entraría a robar mercado sino a incrementarlo.
- La rentabilidad del negocio de los helados industriales consiste en producir grandes volúmenes para así obtener precios de venta al público económicos.
- Los consumidores confunden dos conceptos: la “cremosidad” y la “introducción de aire” en un helado. Los helados artesanales italianos contienen entre 5,5% y 7% de grasa, mientras que los industriales tienen mínimo 10% hasta 25% de grasa.
- Las tendencias actuales apuntan hacia el consumo de productos naturales, saludables y orgánicos que mantengan el cuidado de la salud, debido a ello hay que ofrecer alimentos sanos. Una alternativa idónea son los helados light. Estos normalmente contienen bajos niveles calóricos, es decir, unos no tienen azúcar pero si grasa, y otros no contienen grasa pero sí azúcar.
- Los adultos son quienes consumen mayores cantidades de helado, ya que ellos valoran más la calidad y son más exigentes con sus gustos y preferencias. Usualmente busca frutas secas como almendras y pistachos. Por el contrario, los niños son conformistas. Normalmente se fijan en el color y en el sabor dulce.
- Al momento de selección su helado, la mayoría de chicas jóvenes que cuidan su figura consumen productos Light, mientras que las personas obesas no les preocupa su alimentación.

- La dolarización ayudó al crecimiento de consumo de helado ya que la diferencia entre sus precios, según sus ingredientes, dejó de ser muy marcada.

### 7.5.3. Grupo Focal

#### Conclusión del grupo Focal

Número de participantes	8 personas entre los 18 a 25 años
Lugar	Aventura plaza local Traviesa
Día	27 de Mayo del 2011
Hora	5pm

- Muy pocas personas del grupo tenía un claro conocimiento de los beneficios del yogur, de los pocos que respondieron dieron a entender que uno de su mayor beneficio era la ayuda al sistema digestivo y es sano para el cuerpo.
- Si se tiene un conocimiento de los beneficios de las frutas y entre ellos mencionaron que tenía vitaminas y cualidades digestivas
- Todo los integrantes tenían en su mente que “yogur helado” es el producto tubino (producto Toni) o yogoso ya que en si dan una presentación de un yogur congelado. También dan confundirlo con el granizado del Nutriyogur
- Consumen con frecuencia el helado dentro de heladerías, colegios o carretillas y prefieren sabores extraños entre chocolate, oreo, vainilla y pistacho, pie de limon. Buscan el helado en lugares donde les queda más cerca y cómodo.

- Todos los integrantes estaban de acuerdo que le gusta el helado en general, ya que es un producto dulce, artesanal lo que mencionaron (Sorbetto) otros les gusta algo como productos mantecados y menos empalagoso
- Al momento de preguntar al grupo ¿Qué percepción tienen sobre la fruta congelada? Muchos respondieron que está en un congelador, que al momento de congelación de la fruta pierde sus componentes, piensa que se pierde el sabor y otro optaron por no consumir frutas y la congelan para que no se dañe
- Dentro del grupo se pudo ver que la percepción de las personas hacia el helado yogur es muy poca, tienen la imagen de algo cremoso, que se va derretir fácil, dulce que es un helado diferenciador, piensan que el helado no va tener un cuerpo solido como un mantecado de helado
- En el grupo todos estaba de acuerdo que los beneficios de un helado yogur son los mismo que brinda un yogur normal, con sus mismas propiedades
- El yogur helado no lo ven como una golosina, lo ven como algo más saludable que un helado normal
- Las palabras más comunes que se dio en respuesta sobre que palabra relacionan el yogur helado fue: cremoso, yogur helado, frio, granizado, rico.
- Cuando al grupo se les comento su opinión sobre qué imagen se les viene a la mente con el yogur helado respondieron como algo nutritivo, algo nutritivo para los niños, como una golosina, un helado para los niños pero saludable



- Al momento de mencionar sobre qué color debería tener nuestro yogur helados opinaron morado, durazno, blanco, rojo, colores pasteles.
- Luego se llegaron a mencionar varias ideas sobre el nombre comercial de nuestro producto y aportaron ideas de cómo llegar hacia ese nombre entre eso que sea un nombre italiano que le de cómo estilo gourmet otros dijeron que sería como algo complementario y de que concepto se va llevar con el producto para darle un nombre que vaya con el servicio ofrecido
- Luego que enseñamos el video del concepto de nuestro producto y de que se trata el yogur helado, les cambio totalmente la idea de que es el yogur helado, mucho llegaron a dar interés del costo de la maquina y como lo podrían obtener, otros se les aclaro mas la idea y estaban dispuesto a probarlo, les gusto mucho el concepto de un helado personalizado que se les puede preparar en el momento con las frutas que uno seleccione, vieron el producto como algo más elaborado y de calidad.
- A todos los integrante del grupo les cambio totalmente la imagen de que era un yogur helado, lo vieron más atractivo, y otros con ganas de probarlo
- Todos dieron su opinión de agregarle frutos secos, crema, o jarabe para darle un sabor extra al producto
- Al momento de hacer el muestreo de nuestro producto el helado yogur, mucho no llegaron a tener buena aceptación por el sabor pero si llegaron aportar sus opiniones para dar un mejoramiento a nuestro producto. Luego se dio de proba el segundo muestreo (helado yogur de la competencia) y llegaron dar una opinión positiva sobre el helado yogur

por su sabor y textura dando a concluir que si les ofrecíamos un

Número de integrantes	8 personas, entre los 30 a 75 años
Lugar	Circumbalación sur, casa familia Torres
Hora	8pm
Fecha	2 de junio del 2011
Numero de grupo focal	2

helado yogur con esas características si lo comprarían

### **Conclusión del grupo Focal Número 2**

- Dentro de este grupo focal nos dimos cuenta que tienen un poco más de conocimiento sobre los beneficios del yogur. Entre ellos ayuda a la digestión, te protege el estómago al momento de comer algún medicamento, flora intestinal, etc
- El grupo focal dio sus opiniones acerca de los beneficios de las frutas como el contenido de vitaminas, potasio y están de acuerdo que es importante el consumo a diario de las frutas para llevar una vida saludable y las vitaminas adecuadas.
- Al momento que se habló sobre el conocimiento del yogur helado todos lo conocían pero tienen una idea distinta de que es el yogur helado, unos mencionaron el yogur con un sorbete, otros como yogur granizado otros tenían la idea que un yogur helado es un yogur congelado, les gusta lo que han probado y es refrescante.
- Los lugares mencionados donde han encontrado o consumido el yogur helado son en chivería, se vio dentro del grupo que no tienen un concepto claro que es un yogur helado
- Al momento de preguntar la percepción sobre los helados es algo delicioso, como un sustituto para consumir lácteos, es una golosina

- Piensan que la fruta congelada es perfecto para hacer jugos, no piensan que se les va sus vitaminas al momento de congelar, otras personas tienen la costumbres de congelar la fruta, que las frutas al congelar se pierde el sabor de la fruta
- Dentro del grupo se menciona de las propiedades beneficiarias que daría un yogur helado que te dan las propiedades del yogur, daría una nueva presentación diferente de consumir el yogur
- El yogur helado lo ven como una golosina pero más sano, menos dañino que un helado normal
- Las palabras que mas asocian sobre el yogur helado es sano, refrescante, dietético, rico
- Las imágenes que mas relacionaron sería algo fresco, imágenes naturales cosas con frutas y naturaleza
- El helado yogur lo ven como algo sano y nutritivo ya que si le dan una imagen dietético no se vería como algo rico
- Los colores que mas asociaron fueron colores pasteles entre esos blanco, rosado, celeste
- Al momento de mencionar que nombre le pondría a nuestro producto se quedaron en blanco si una idea clara que se podría llamar el producto
- Luego que observaron la idea de nuestro producto y la forma que se manejar la maquina que vamos a brindar les gusto la idea y les dio más interés en probar y ver como seria ya ese producto físicamente, les gusto mucha la idea de poder seleccionar las frutas de mayor gusto y hacer un helado con base de yogur



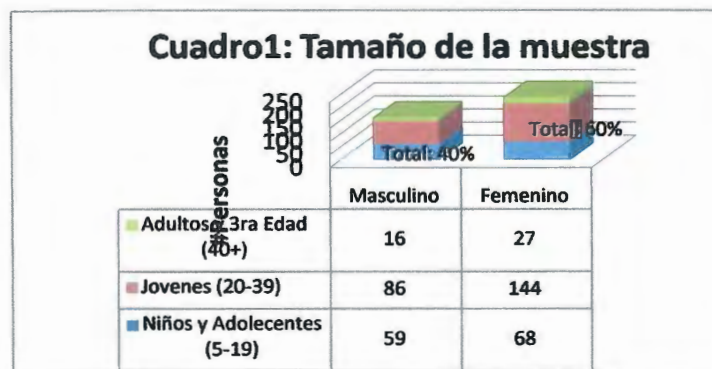
- Las personas dieron la sugerencia de combinarlo con frutas secas, chocolate o aderezo de salsa como miel, fresa otros sabores dieron la idea de hacer crema de leche pero base de yogur como algo distinto que ofrecer
- Luego que nuestro grupo focal probó nuestro producto dieron su opinión respecto a ella, unos dijeron que les gustó la mezcla de las frutas con el yogur muy bueno, el sentirlo cremoso daba la sensación de un helado normal y atractivo, otros que no les gusta el yogur lo vieron una forma distinta de consumirlo y que no sea a su agrado. Da una sensación refrescante y saludable, el producto lo ven muy natural que no utilizaron químicos en su elaboración
- El público estaba interesado en comprarlo probarlo
- Dieron su opinión que no debería agregarle cosas si ya viene la sensación de la fruta dentro del yogur helado, pero de los helados nuestros como vainilla o chocolate si debería darle un topping
- Les gustó mucho nuestro topping de frutas rojas triturada encima del helado. Aseguraron que la combinación dulce del helado y ácido de la fruta hacían del producto algo excepcional.

#### **7.5.4. Encuesta**

Fueron realizadas 400 encuestas en la ciudad de Guayaquil y Vía Samborondón. La misma fue direccionada a clase media típica a alta debido a que es un público que valorará mejor nuestro producto por su nivel de conocimiento y educación, además del poder adquisitivo que poseen para pagar por un producto nuevo en el mercado y de calidad.

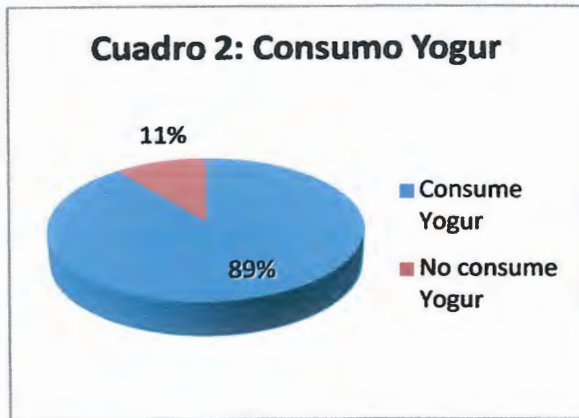
Por esta razón se tomaron todos los días muestras aleatorias en horarios distintos, en diferentes partes de la ciudad que cumplen con este target como colegios (IPAC, Ecomundo), Universidades (Casa Grande, Santa María, UESS, Católica), a las afueras de centros comerciales (San Marino, Mall del sol), empresas (Edif. Cámaras, La Bolsa de Valores) y sectores residenciales (Alborada, Kennedy, Urdesa, Samborondon, Vía a la costa). Finalmente para ser parte de esta encuesta los participantes debían consumir yogur o helado, de lo contrario la encuesta se daba por terminada y no se la tomaba en cuenta.

Como podemos observar en el cuadro 1 sobre el tamaño de la muestra, el 60% de los participantes fueron mujeres mientras que el 40% hombres. De los mismos que divididos por edades encontramos en mayor proporción a gente joven (230 participantes) y a niños (127 participantes). Por método de observación durante la implementación de la encuesta determinamos que el segmento adultos mayores de 40 años son más difíciles de encontrar debido a su rutina diaria de trabajo y los fines de semana solo salen de sus casas para realizar actividades específicas.

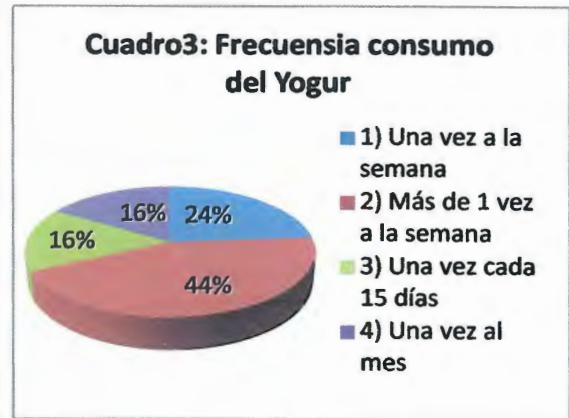


Elaborado por la autora

Como lo especifica el cuadro 2 , el 89% de los encuestados consumen yogur, los mismos como está expuesto en el cuadro 3 se dividen por frecuencias demostrando que el 44% de los encuestados asevera consumirlo más de una vez a la semana y el 24% una vez a la semana. Este resultado nos es favorable en la implementación de nuestro negocio, ya que ofreceremos una nueva forma de consumirlo en un mercado que ya está acostumbrado a incluir el yogur en un su dieta diaria.

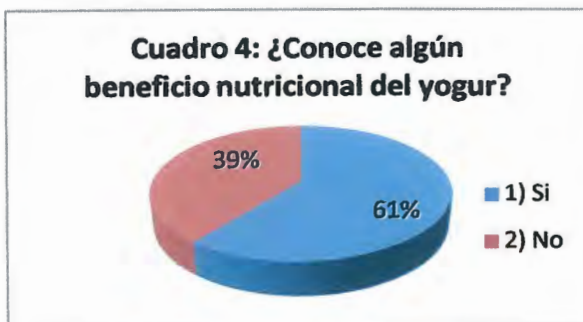


Elaborado por la autora

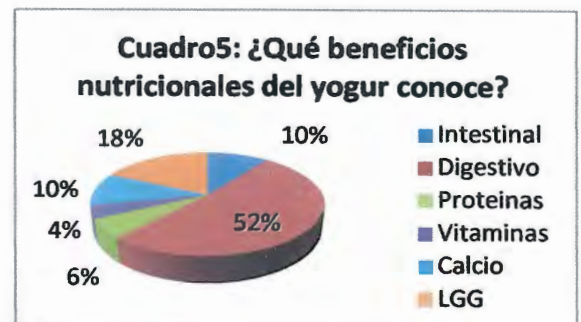


Elaborado por la autora

Del número de encuestados que consumen yogur se quiso determinar el nivel de conocimiento del beneficio nutricional de este producto y obtuvimos el resultado, como lo indica el cuadro 4, que el 61% de los consumidores lo poseían. De este número de personas el 52% conocían los beneficios digestivos de acuerdo al cuadro 5. Esta información nos ayuda a tener una idea de que tanto podemos vender el yogur helado como un producto saludable y que beneficio nutricional debe ser enfocado.



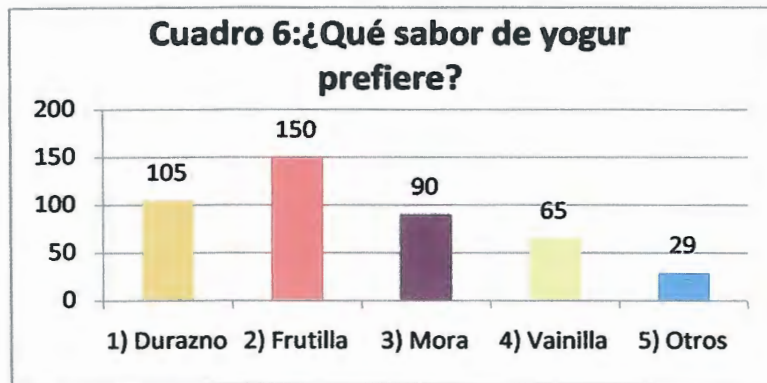
Elaborado por la autora



Elaborado por la autora

Por otra parte se buscaba conocer un poco más sobre los gustos y preferencias relacionados al consumo de yogur y obtuvimos como resultado que la mayor parte de los consumidores les gusta el yogur de frutilla, seguido del de sabor a durazno como lo muestra el cuadro 6. Esto nos ayudara a seleccionar los sabores que deberemos tener en nuestra cartera de productos.





Elaborado por la autora

En el cuadro 7 se analizó que tanto le gusta al consumidor el yogur con trozos de fruta y pudimos descubrir que tiene una buena aceptación con un 21% de personas que les gusta y un 35% que les gusta muchísimo. También consideramos positivo el 27% de personas que dijeron más o menos gustarle porque tendrán la aceptación y tolerancia de que nuestro producto contenga trozos de fruta.



Elaborado por la Autora

De la misma manera para tener una realidad más acertada sobre los aderezos que podríamos considerar para nuestro producto creímos conveniente encuestar que combinaciones hacían con el yogur. Se obtuvo de resultado como lo muestra el cuadro 8 que las combinaciones más comunes eran con cereal (50%), granola (20%) y frutas frescas (15%).



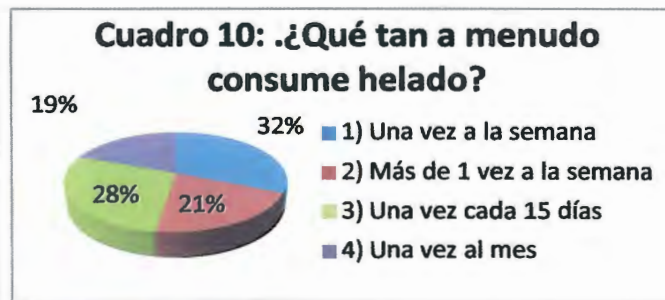
Elaborado por la Autora

Así como se estudio los gustos y preferencias del yogur también se lo hizo con el helado y obtuvimos como resultado que el 96% de los encuestados lo consumían, mostrado en el cuadro 9. Este punto es importante definirlo porque será el que garantizara el éxito de nuestro negocio, si las personas no consumen helado perdemos nuestra razón de existir.

Para soportar la información de este consumo se estudio la frecuencia como esta expresado en el cuadro 10, en el que el 32% de los consumidores de helado aseveran consumirlo una vez a la semana, mientras que el 21% más de una vez a la semana. Esta información es valiosa porque me indica que el 53% de la población consumirá helado al menos una vez a la semana o más. De todas maneras cabe a recalcar que la frecuencia de consumo aun es baja pero lo tomamos como una oportunidad debido a que me indica que el mercado aun no se ha explotado en su totalidad y podemos entrar con nuestro producto sin necesidad de robar mercado.



Elaborado por la autora

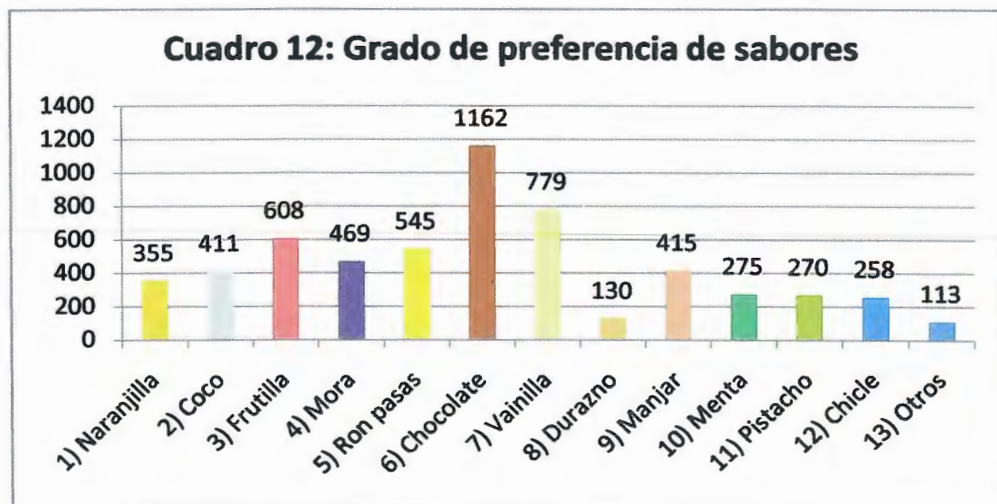


Elaborado por la autora

El cuadro 12 nos muestra en una forma clara las preferencias de sabores de consumidores de helado, poniendo en primer lugar al chocolate, seguido por el de vainilla. Entre los sabores frutales más preferidos, nombrados en orden de importancia, tenemos al de frutilla, mora y coco. De la misma manera como los

sabores del yogur esto nos ayuda a saber que sabores debe contener nuestra cartera de productos.

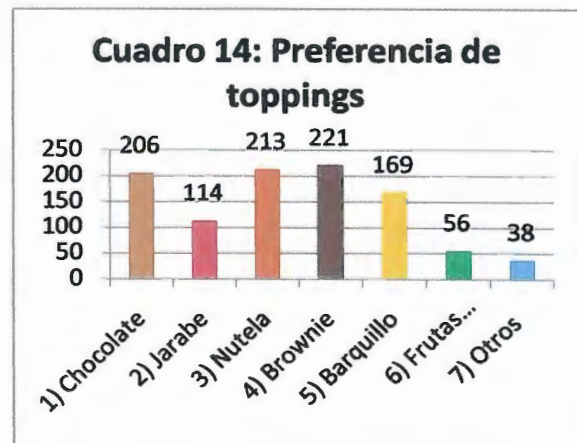
Por otra parte como se encuentra expresado en el cuadro 13 también analizamos si a los consumidores les gusta su helado con toppings y la respuesta que obtuvimos fue positiva con un 85% de los encuestados. Entre los 3 toppings mas preferidos como lo muestra el cuadro 14, tenemos el brownie, nutela y chocolate.



Elaborado por la autora



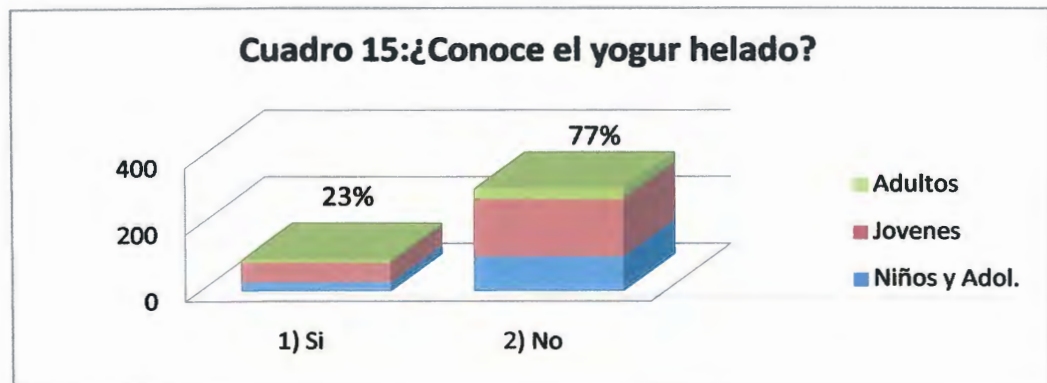
Elaborado por la autora



Elaborado por la autora

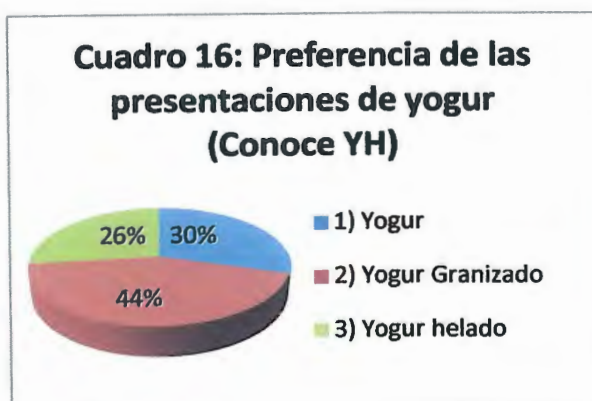


En cuanto #15 al conocimiento del yogur helado como lo muestra el cuadro 15, el 77% desconoce este producto, mientras que 23% lo conoce pero la mayoría de estos se mostraron dudosos al escuchar yogur helado puesto a que en la mente del consumidor esta como helado de yogur. Durante la encuesta en muchas ocasiones fue confundido el yogur helado con el Yogoso o Tubiño y en otras ocasiones con el yogur granizado.

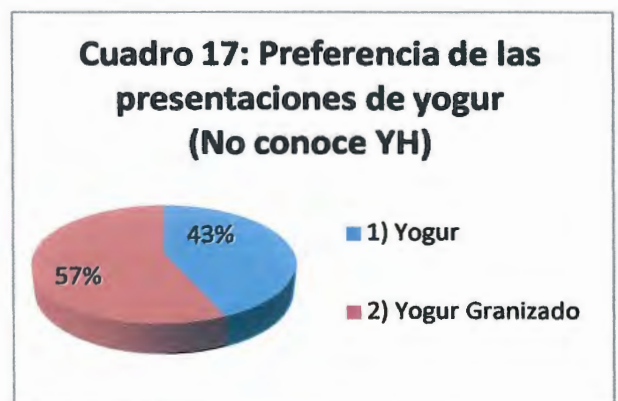


Elaborado por la Autora

De acuerdo al cuadro 16, el 44% de los conocedores del yogur helado prefieren la presentación en granizado al igual que los no conocedores en el cuadro 17 con un 57%. Este resultado es importante debido a que podemos deducir que el consumidor prefiere el yogur en una presentación diferente a la tradicional y en este caso en un estado frio.

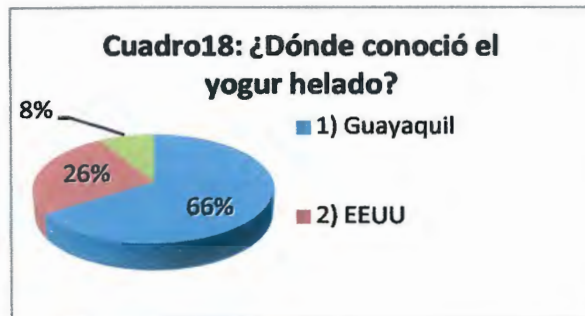


Elaborado por la Autora



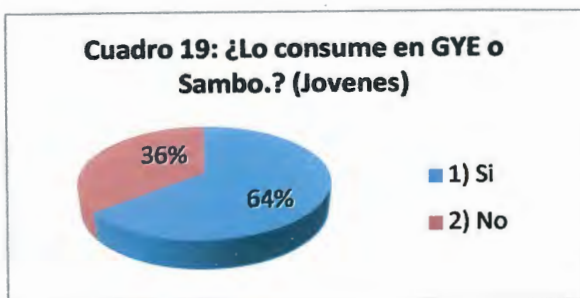
Elaborado por la Autora

Como lo muestra el cuadro 18 la mayor parte de personas que conocieron el yogur helado fue en Guayaquil con un 66%, mientras que el 26% asevera haberlo conocido en EEUU. Esto nos ayuda a saber qué grado de conocimiento tienen del consumidor sobre el producto.



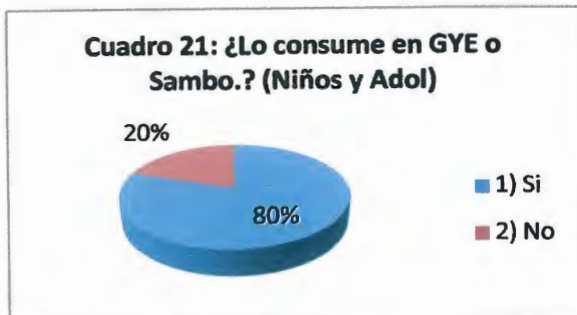
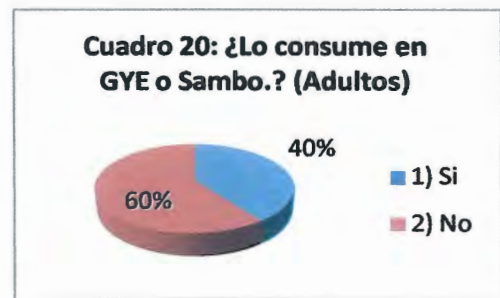
Elaborado por la autora

Por otro lado como lo muestran los cuadros del 19 - 22, la mayoría de los niños con el 80% y jóvenes con el 64% aseguran comerlo en Guayaquil o Vía Samborondon, mientras que el adulto apenas el 40%. Con esta información podemos concluir el bajo conocimiento y consumo de yogur helado por el público adulto lo cual es una oportunidad ya que es un mercado aun no explotado.

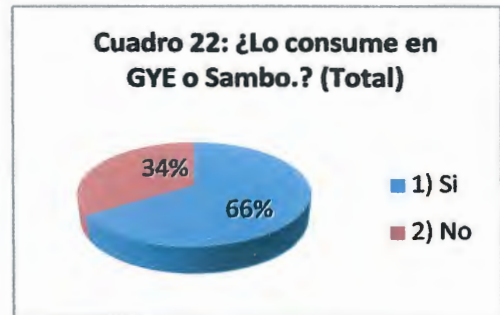


autora

Elaborado por la autora  
Elaborado por la

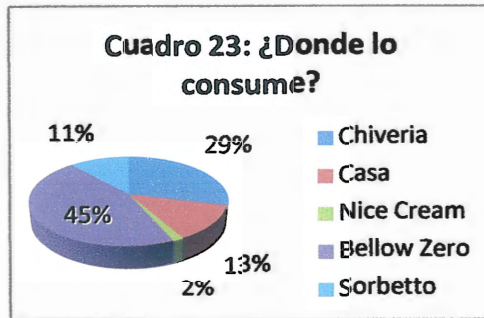


Elaborado por los Autora



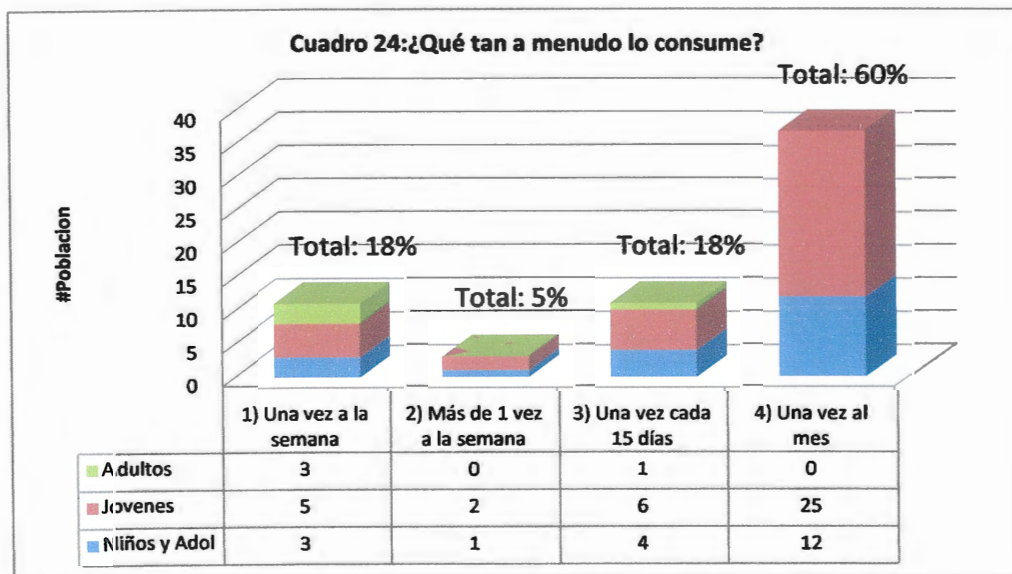
Elaborado por los Autora

Por otra parte el cuadro 23 nos indica que la marca más consumida de yogur helado es BellowZero con un 45% seguido por chivería con un 29%. Es importante determinar nuestros principales competidores ya que nuestro producto y servicio tiene que ser mejor o igual al que está disponible en el mercado.



Elaborado por la autora

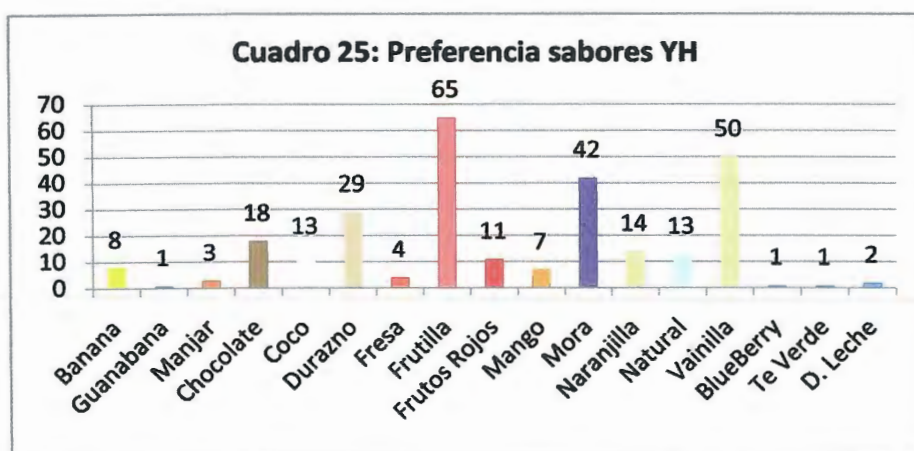
Luego de establecer quienes consumen yogur helado dentro de Guayaquil o Via Samborondon es importante establecer en que frecuencia lo están consumiendo y obtuvimos de resultado como lo muestra el cuadro 24 que el 60% lo consume una vez al mes. Esta información no la tomamos como una desventaja debido a que solo refleja el bajo conocimiento y cultura de consumo que ya antes habíamos determinado, sino que lo tomamos como una oportunidad y establecernos como meta lograr que los consumidores tengan una mayor frecuencia de consumo.



Elaborado por la autora

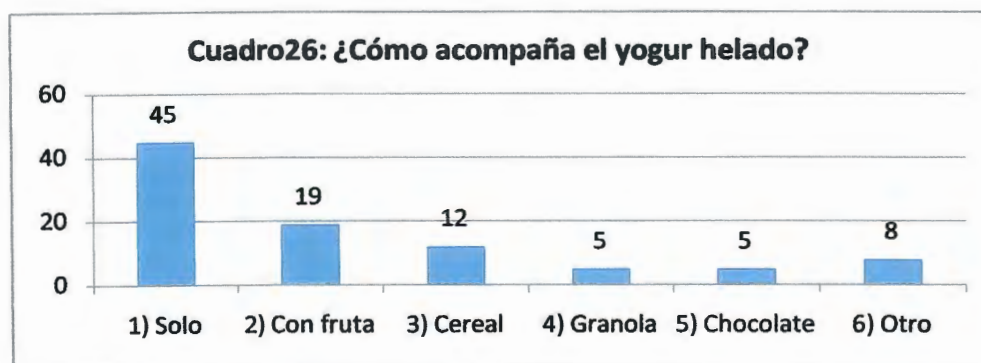


Entre los diferentes sabores de Yogur helado como esta expresado en el cuadro 25, tenemos los más preferidos que son el de frutilla, vainilla, mora y durazno. Una similitud entre las preferencias de sabores de yogur, helado y yogur helado es que siempre se encuentran entre los más preferidos el sabor de frutilla. Es por esto que es un sabor que no podrá faltar en nuestra cartera de productos.



Elaborado por la autora

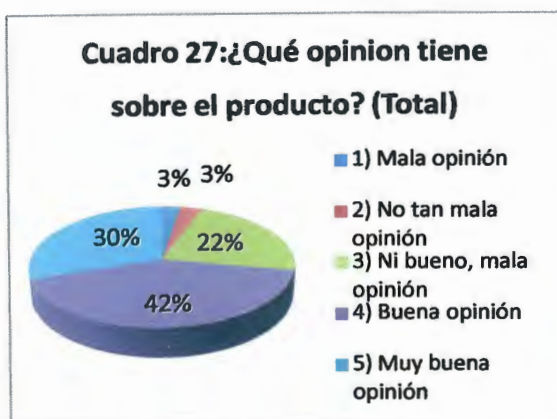
De la misma manera se analizo las combinaciones o toppings con el cual consumen el Yogur helado y nos dimos cuenta que las personas lo prefieren solo como lo muestra el cuadro 26. El segundo preferido es con fruta pero habría que analizar muy bien este topping ya que según comentarios de los encuestados suelen estar en mal estado.



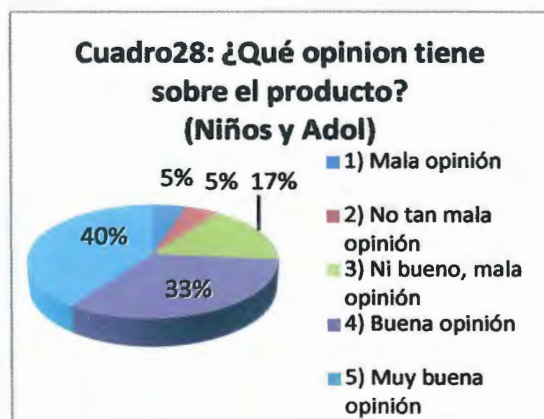
Elaborado por la autora

Del numero de encuestados que no conocen el yogur helado, se les pregunto cuál era su apreciación cuando escuchaban de este producto y las respuestas más comunes fueron que les recordaba el yogoso o el tubiño, otro grupo de personas dijeron que les sonaba a yogur congelado, finalmente hubo otro grupo que decían que les sonaba a un helado mas cremoso.

A los encuestados no conocedores del yogur helado, luego de explicarles un poco de que se trata el negocio se les pidió que califiquen su opinión como lo muestran los cuadros 27 - 30 lo cual nos dio buenos resultados generales con un 42% de buena opinión y 30% muy buena opinión. Si analizamos los resultados por edades encontramos que el segmento que mejor opinión tuvo del producto son los adultos. De acuerdo a esta información podremos definir posteriormente a que segmento nos vamos a dirigir.



Elaborado por la autora



Elaborado por la autora



Elaborado por la autora



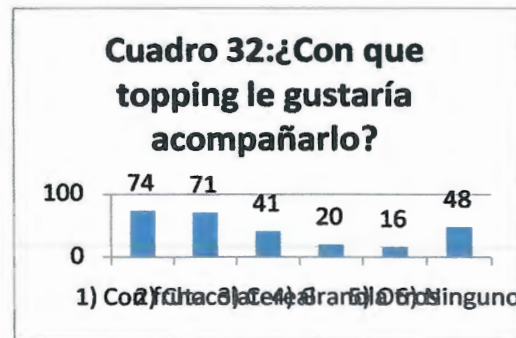
Elaborado por la autora

Del universo de no conocedores del yogur helado el 88% está dispuesto a comprarlo como lo muestra el cuadro 31. El nivel de aceptación es bastante aceptable, el cual justifica la implementación del proyecto.

Por otra parte en el cuadro 32, de los que aseguran comprarlo la mayoría prefieren combinarlo con fruta y chocolate, mientras que otro grupo significativo asegura preferirlo solo. Con esta información podemos analizar también un poco las expectativas del consumidor sobre nuestro producto, es por esto que deberemos contar con una variedad de aderezos enfocada en los gustos y preferencias del consumidor.



Elaborado por la Autora

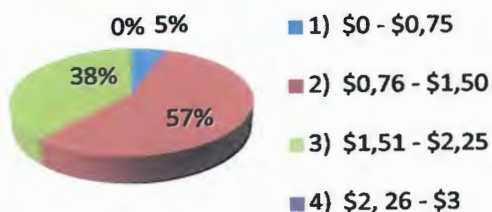


Elaborado por la Autora

Finalmente se analizó el precio como está expresado en los cuadros 33 -35. Dentro de los resultados por un lado tenemos al grupo de personas que conocen el yogur helado quienes un 57% aseguran pagar por el producto entre \$0,76 y \$1,50, mientras que el 38% pagaría un poco más hasta el límite de \$2,25. Por otro lado tenemos a los que no conocen el yogur helado, estos valores no difieren muchos a los anteriores ubicándose en un 56% el rango de precio de \$0,76 - \$1,50 mientras que el 20% pagaría \$1,51 - \$2,25. Es por esto que se consideraría que del total encuestado el 82% pagaría un precio razonable por nuestro producto.

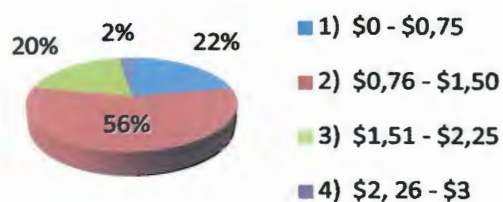


**Cuadro33: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cono de helado yogur? (Conocen YH)**



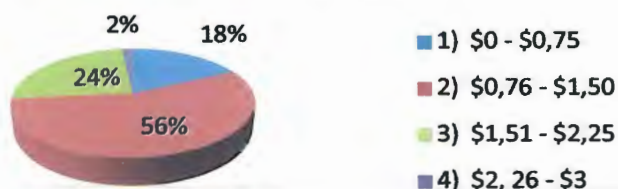
Elaborado por la autora

**Cuadro34: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cono de helado yogur? (No conocen YH)**



Elaborado por la autora

**Cuadro35: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cono de helado yogur? (Total)**



Elaborado por la Autora

## 8. SEGMENTACION

Toda persona de 30 – 54 años residente en la ciudad de Guayaquil o Vía Samborondon, de nivel socioeconómico de medio, medio alto y alto, que gusten del yogur y el helado.

## 9. MERCADO META

Zona	Población	41%	32%	2%
		<b>Clase Med - Alta</b>	<b>Edades 30 - 54</b>	<b>Gustan del Yogur y helado (Lo consume 1 o más veces a la semana y pagaría más de \$1,50 por un YH)</b>
Gya y Samb	2.299.476,00	942.785	301.691	6.033

## **10. CONCLUSIONES**

Dentro del proyecto de investigación de mercado del yogur helado, se inició realizando observaciones a las marcas existentes que se centran en la venta de helados y/o yogures, y enfocado a las preferencias del cliente, el local y el tratamiento de productos. También se realizaron entrevistas a personas relacionadas al tema de nutrición y el movimiento del mercado de helados en Guayaquil, y por último se elaboraron encuestas y grupos focales para sondear las opiniones de las personas respecto a este nuevo producto, yogur helado, y el alcance y aprobación dentro del mercado.

Una vez recopilada la información, procedimos al análisis de la competencia donde concluimos lo siguiente:

- El único competidor directo de yogur-helado, dentro del mercado guayaquileño, es "Below Zero". Presenta un yogur-helado mantecado, pero de un sistema de venta distinto, ya que ellos tienen el producto armado, mientras que "Yogurtfruit" lo alista en el momento que el cliente lo pide.
- Los competidores indirectos del Yogur-helado tales como heladerías, locales donde ofrecen el yogur granizado o el yogur solo afectan a nuestras ventas por la decisión de compra.
- Hemos comprobado que el yogur es un alimento que se puede incluir en una dieta balanceada rica en fibra, calcio, proteínas, posee probióticos que ayuda a la flora intestinal. Mezclado con frutas naturales y sus propios beneficios, ofrecemos un producto sano, aparte de ser agradable al paladar. Esto nos crea una ventaja competitiva, ya que nos da un valor agregado comparado a los otros productos que ofrece el mercado.
- En base a lo que los expertos dicen y las observaciones realizadas a los competidores, el consumidor, especialmente el grupo de jóvenes adultos, busca calidad en el producto por la variación de sabores y la presentación del producto.

## **11. RECOMENDACIONES**

Luego de realizarse la investigación de mercado con sus respectivas herramientas se llegaron a las siguientes recomendaciones:

Ya que el concepto de “yogur helado” es innovador, hay más oportunidad de entrar al mercado ya que no tenemos una mayoría de competidores directos, y estaríamos incrementando las oportunidades de consumo de este producto.

Dado que está comprobado que a través de la investigación, la gente está interesada en consumir el yogur-helado, ya que es innovador, hay una curiosidad sobre consumir un producto rico al paladar y al mismo tiempo saludable, hay una oportunidad de iniciar un negocio ofreciendo este producto con frutos naturales.

Un factor importante que la población toma en cuenta en un local, es la seguridad, por esta razón la decisión de la ubicación del local sería dentro de un centro comercial. En las calles, el cliente va directo a la heladería, por otro lado, en el centro comercial, se está donde está el cliente.

Las personas interesadas en este producto, buscan un precio intermedio entre setenta y seis centavos (\$0.76) y un dólar y cincuenta centavos (\$1.50). Pero nuestro segmento dirigido que son entre 30 a 54 años de edad de estatus socioeconómico medio alto y alto dentro de la ciudad de Guayaquil y Vía Samborondón, podrían pagar un valor superior a dos dólares (\$2.00).



## **12. BIBLIOGRAFÍA Y/O INFOGRAFÍA**

### **Sitios web**

[http://www.sabormediterraneo.com/salud/yogur\\_nutr.htm](http://www.sabormediterraneo.com/salud/yogur_nutr.htm) . Valor nutricional del yogur Consulta realizada el 15 de abril de 2011.

LICATA, Marcela, Lic. (s.f.). Ventajas del consumo del yogur. Consultado en: <http://www.zonadiet.com/alimentacion/yogurt-ventajas.htm>, el 15 de abril de 2011.

MORENO, Tania, M. (2010). Consultado en: <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2010/03/11/moyo-helado-de-yogurt-emprendedores> , el 12 de abril de 2011.

Frutas. Consultado en:

<http://www.fundaciondelcorazon.com/nutricion/alimentos/frutas.html>, el 15 de abril de 2011.

Valor Nutricional del Yogur. Consultado en:

[http://www.sabormediterraneo.com/salud/yogur\\_nutr.htm](http://www.sabormediterraneo.com/salud/yogur_nutr.htm), el 15 de abril de 2011.

Video del proveedor de la maquina consultado en

[http://www.resfab.com/yogurtmatic\\_920\\_925\\_a.htm](http://www.resfab.com/yogurtmatic_920_925_a.htm)

Fórmula para el cálculo de la muestra consultado en

<http://feedbacknetworks.com/>

pág 1. <http://www.pinkberry.com/> 2010

Pág 1. <http://www.taringa.net/posts/noticias/8824549/Llega-la-moda-del-yogur-helado.html> fecha 18.01.2011

## **Libros**

Montero Pedro, Estudio cualitativo/ cuantitativo de niveles socio-económico de Guayaquil y Quito,2009



# ANEXOS



Nombre del entrevistado:	Aldo Faidutti
profesión	Dueño de la heladería Sorbetto
Fecha de la entrevista:	24 de mayo del 2011
Hora de la entrevista:	9am- 10 y 45am
Entrevistadores	Juan Pablo Guevara y Daniela Akel

JP- ¿Qué aspectos debemos considerar para implementar una heladería?

JP- bueno nos puede decir quien es

AF- bueno mi nombre es Aldo Faidutti dueño de la heladería de sorbetto,, bueno tengo 29 años de experiencia, implemente el primer negocio cuando tenia 26 años mi primera heladería, y bueno como implementar un local?

AF- primero es buscar la ubicación, es importante hoy en día talvez se esta poniendo mas complicado por que la gente se esta yendo mas hacia los centros comerciales por la seguridad

JP- claro!

AF- cada vez la gente no prefiere para en un local en la calle, nosotros ahora podemos ver en la victor Emilio estrada, un día domingo cuanto antes no se podía andar por el trafico y ahora un día domingo a las siete de la noche el trafico fluye como si nada en pleno victor Emilio estrada

JP- cual diría que seria el beneficio de tener un local dentro del centro comercial y la diferencia de tener un local acá

AF- que la gente esta en los centros comerciales

JP- en la comodidad, en los aires acondicionados

AF-Seguridad

JP- ¿seguridad?

AF- si, básicamente por la seguridad, ósea hoy en día la gente esta dentro de los centros comerciales

AF- En la calle el cliente va a la heladería, en el centro comercial uno esta donde esta el cliente

JP- claro!

AF- ese seria la diferencia

JP- y la apertura de la entrada del centro comercial no es tan amplia como tener un local fuera, hay que esperar cupo para entrar

AF- si muy costoso

AF- es difícil, digamos los administradores o los propietarios de los centros comerciales, cuando van a abrir un centro comercial lo primero que hacen es reunirse con los conocidos, por ejemplo KFC tiene como 13 franquicia entre esas tienen Baskin Robbins, si dejan negociar todo de una sola, seria mas fácil entrar

JP- que aspecto de imágenes deberíamos considerar para implementar una heladería; ósea ¿que le llama la atención hacia el cliente respecto al imagen?

AF- yo creo que el producto

JP- ¿el producto?

JP- ¿el producto es esencial en la imagen?

AF- un local más bonito no, acaban de cerrar ahí con una inversión fuerte

JP- en realidad la imagen más fuerte para una heladería seria su producto

AF- definitivamente, ósea un local bonito la novelería durara poco

JP- cuanto a producto, ¿que se debe considerar para lanzar un producto, que aspecto se debían considerar en cuanto sabores, textura, colores?

AF- en la heladería debe a ver una variedad muy grande, yo tengo como 56 sabores para todo tipo de gusto, es importante eso, de ahí pues conocimiento por que al momento de implementar un negocio sale muchos improvisados y uno lo que hace es Internet sacar una receta hacerla pero siempre dar una innovación constante, entonces si es de copiar recetas no creo que tenga mucho éxito

JP- listo. Una pregunta aparte de esto, ¿el negocio de los helados al momento de vender es un negocio de impulso hacia la atracción de comer helado?

AF- muy poca gente se programa, la gente se guía mas por lo que ve en el momento, por eso que es importante el parqueo, por ejemplo para comprar una refrigeradora camina dos cuadras se estacionan y busca parqueo pero para un helado no se baja.

JP- en los aspectos de distribución, hablando de distribución tanto de disponibilidad de los locales y llevar los productos hacia otras partes, ¿que complicado es?

AF- no

JP- ¿no es tan complicado?

AF- no

JP- ¿el sistema de refrigeración que puede tener un camión?

AF- bueno aquí las distancias de guayaquil son cortas

AF- en Ecuador si importa, pero mmm ósea no hay problema

JP- la disponibilidad local es importante tener varias sedes alrededor de Guayaquil o como somos pequeños se puede tener una sede principal que la gente va acudir a nosotros

AF- ósea, abrir sucursales es lo mas cómodo para la clientela, cuando el producto es bueno, bueno la gente viene no mas. Como se le antojo un domingo vamos a pasear por allá, la población mas o menos tensa para que el local tenga su ocupación, el consumo per cápita en nuestro país es bien bajo nada que ver como en otro país

JP- ¿De qué factores depende la inversión del negocio? Que debemos considerar para que alguien quiera invertir en este negocio de los helados si el producto es bueno, si necesita una buena infraestructura para la elaboración, si yo fuera un accionista que debería tomar en cuenta

AF- los requisitos seria el conocimiento del producto el helado, por que hasta mano se lo puede hacer y mucha suerte por que crear una marca es duro es difícil toma años, entonces entrar a un negocio nuevo al principio es fuerte es duro, por que primero la competencia, hay gente que hablamos del impulso, en la esquina conseguimos un congelador de un helado industrial y lo consume en el momento por ejemplo pingüino que es líder indiscutiblemente que esta por todos lados tiene una cobertura bien completa y de buena calidad para ser helados industrial.

JP- aparte que es el líder que es pingüino, ¿usted como ve la competencia aquí en el Ecuador? Ve que es un mercado que esta copado, si entraría una nueva marca, entraría a robar mercado o va ser un mercado que nació...



AF- yo diría que algo de los mercados robaría, pero el consumo per cápita es tan bajo que entra una marca y crece el mercado

JP- YA!

AF- si crece el mercado por que si es impulso, en realidad no iría mal ya que pingüino esta por todos lados pero en realidad no esta por todo lados, cuando se va a otro país ha Chile mismo entra una tienda y hay como cuatros marcas en una tienda y eso realmente es competencia y un local alado de otro local igual con cuatro marcas mas y así cuatro mas y todo el mundo consume helado eso hace suba el consumo per cápita, yo si creo que hay espacio por el lado industrial

JP- ¿De qué depende la rentabilidad del negocio de los helados? El negocio de helado se vende por volumen o depende mas de...

AF- el helado industrial y el artesanal

JP- o se trata de mantener un bajo costo para mantener una mayor rentabilidad, ¿como es el negocio de los helados?

AF- bueno el helado industrial se trata de mantener bajo costo para obtener bajos precios y hacer volumen, pero el helado artesanal esta limitado a la materia prima ósea es una inmensa diferencia entre helado industrial y artesanal, el helado industrial la mitad es aire dejas derretir y se va la mitad del baso automáticamente ósea eso en calidad. Hay un helado nuevo industrial uno por acá que es mi vecino que ese tiene 60% aire, luego al helado industrial le tratan de dar cuerpo al helado con grasa , primero que es un veneno y segundo para que permita aceptar es aire tiene que meterle grasa, a los helados artesanal se juntas cuerpo con el sólido , mas leche mas concentrado mas ingrediente eso le da la forma y eso le da cuerpo entonces al helado industrial uno dice que es cremosito que es, bueno la gente confunde cremosidad con aire, como un helado como el Mc Donalds que son puro aire uno lo prueba y es puro aire y es cremoso eso es lo que menos tiene cremosidad, bueno cuando digo artesanal es artesanal me refiero a lo mío tipo italiano, por que alguien puede hacer un helado así como el de paila son bastante artesanales pero son concepto el helado artesanal italiano tienen cinco y medio y máximo siete porciento de grasa el helado industrial mismo tiene mínimo tiene diez porciento de grasa y los mismo helados pueden llegar hasta dieciocho hasta veinticuatro porciento de grasa

JP- ya que estamos tomando en consideración las porciones de grasa mientras como ha ido evolucionando en el Ecuador esta era fitness del cuidado del cuerpo, usted creé que es importante ir de la mano hacia esta tendencia o la gente sigue prefiriendo que deba tener un poco de grasa para que el producto sea bueno

AF- es necesario un helado Light, nosotros sacos en el 2005 creo, sacamos el de cero grasa y cero azúcar y he sido felicitado por el contemplo, me han llamado me han analizado por gente que tiene hijos extremadamente diabéticos, con diabetes infantil y me llamaron del contemplo que hicieron la prueba del helado después y que no le subieron nada el índice leucémico como se llame; cuando antes no había eso es muy difícil hacer un helado cero grasa y cero azúcar es muy difícil

AF- uno normalmente ve bajas calorías entonces hay helados sin azúcar pero con grasa y otras o sin grasa pero con azúcar yo logre hacer un helado con cero grasa y cero azúcar ustedes lo prueban y no se dan cuenta que no hay diferencia de textura ni sabor que eso es lo difícil

JP- entonces si seria importante tratar de elaborar cierto producto amigable para el cuerpo y para sociedad y funcione también mejorando nuestra costumbre de consumir helado, ¿usted lo ve así?

AF- no entendí

JP- es importante desarrollar helados que sean amigables para....

AF- pero hacerlo conocer, el helado tiene es responsable por que la clientela esta mal informado tiene poca cultura de lo que es saludable y lo que no es saludable por eso que la gente compra en la calle cualquier cosa, hay gente que le da lo mismo un helado industrial de baja calidad que una de buena calidad, solo les interesa algo que se llame helado y que sea barato

JP- ¿Cuáles son los obstáculos que podríamos encontrar al implementar una heladería? Puede ser la competencia, puede ser la inversión, que tipo de obstáculos se puede ver

AF-siempre es la inversión, es una limitante

JP- ¿se necesita una fuerte inversión grande para poder entrar al mercado de helados?

AF- más que todo el conocimiento, insisto es tener el conocimiento. El helado es complejo, yo veo la comparación el heladero no es chef, ni el chef es heladero, no por que alguien estudio en la escuela de chef piensa que va poder hacer de todo pero el helado es como una cosa parte tiene que ser bien balanceado para que no se derrita, para que tenga cuerpo para que tenga cremosidad para que sea dulce. Si tu le das a dos chef un pesado de carne y que cada uno lo cocine a su manera uno quedara un poco salado pero por ultimo si la carne queda salado queda ahí mismo pero el helado si queda muy dulce se derrite pierde cuerpo se cristaliza es mas complicado que la forma de cocinar

JP- ¿debería elaborar una persona en ingeniería en alimento?

AF- no necesariamente no, estudiar el helado conocerlo

JP- conocer los componentes

JP- ¿Cómo considera que se ha ido desarrollando el mercado de los helados en el Ecuador?

AF- bueno si ha crecido, el mismo hecho de una empresa multinacional como Unilever "pingüino" que invierta en publicidad eso ayuda por que una publicidad en el periódico en una revista y piensa no necesariamente va y compra pingüino sino mas bien compra un helado, yo si creo que si ayuda al crecimiento percápita

JP- bueno en los últimos años si considera que si hay crecimiento, y piensa que en el futuro va seguir creciendo mucho más o se va manteniendo

AF- no tiene que crecer mucho más el consumo es bien bajo repito tiene que seguir creciendo es elemental estamos uno coma ocho litros por año cuando estados unidos hasta 24 ósea, en chile estamos hablando de ocho litros es demasiado bajo

JP- ¿Qué tipo de personas (sexo, edad, nivel socioeconómico, etc) tiene un mayor consumo de helado?

AF- los adultos, la gente piensa que son los niños en realidad pero con el niño no se hace nada, con el niño se contenta si le das una paletita de agua de quince centavos y con quince centavo no ganas ni el industrial ni nada pero igual uno debe tenerlo en su círculo de cartera, pero no creo que sea el negocio ello

JP-¿Qué gustos y preferencias tienen los diferentes tipos de consumidores? Que busca el niño, que busca el adulto

AF- el niño busca el color y los sabores fuertes. Los adultos por frutas secas almendras, pistachos chocolate

JP- ¿y el consumidor el de tercera edad que busca?

AF- lo mismo, si chocolates vainilla ese tipo de cosas

JP- y usted considera que consumidor niño o joven no están responsable como es el consumidor adulto, ósea capaz el consumidor adulto escoja un sabor mas natural mas



AF- los helados dietéticos, lo saludable y todo eso no lo consumen los gordos sino no fueran así, las personas muy delgadas las chicas jóvenes son los que consumen por que son las que quieren seguir cuidando su línea. Igual aunque al gordo le pongas sus restricciones y todo igual se va comer su helado y el niño ni enmendara que es eso

**JP-¿Según su criterio cómo ha evolucionado el consumo de helado en el Ecuador? Si la gente come mas ahora no come helado como lo comía antes, como una de las cosas que han evolucionado es que ahora la gente le gusta combinar mas los helados con los topping**

AF- en que ha evolucionado el país, bueno lo ayudo al helado fue la dolarización, cuando yo comencé con este negocio era le gobierno de OsvaldoHurtado cuando todo era prohibido importar, hasta un repuesto uno iba a la calla y no había como arreglar una maquina ni nada todo era no había materia primas entonces estamos limitado a lo sabores nacional pero igual había el sucre pero igual hay un abismo entre digamos así un cono que costaba treinta sucres verdad pero si uno hace un helado pistacho brillante de almendras tenia que costar sesenta sucres y nadie podía pagar entonces era abismal la diferencia ya la dolarización permitió que la calidad de los helados mejoren, mejoro la materia prima fue por la brecha fue mas asequibles se puede comprar mejores cosas y al momento de importa nacional mejora su calidad

JP- claro mayor competencia

AF- la leche a mejorado notablemente antes la leche se repartida sin refrigeración en balde ósea en tachos sin costelisar, antes la leche venia hasta con pescaditos ósea no exagero antes cogian un tacho le ponían agua para diluirla y en vez en cuando un pescado por ahí, de verdad no es broma ósea todo eso ha mejorado, la calidad ósea ahí sale favorecido es el consumidor. Por eso hay gente que decía que cuando era chico que rico tal helado pero no es verdad lo tiene grabado por era rico en esa época pero uno que consigue la receta original de ese helado y e muy elemental muy precario

JP- a pasado tiempo ha llegado a desarrollar lo que es los mercados de yogures en cuanto a la calidad, forma y textura

AF- bueno el helado mismo ha evolucionado ha hecho mejores, mas estudios se ha logrado mejor textura

JP- en la comparación de los topping como ha cambiado el consumo de helados

AF- los topping para mi es una manera de enmascarar la mala calidad del helado, un helado de sorbetto ya va con las cosas ahí por decirlo ya vienen incorporado, y el helado en si uno lo prueba puro y es desastroso nada que ver cuando uno prueba helados industriales y le pones ciertos topping para engañar la mala calidad del helado y darle valor agregado como ponerle tres cositas que cuestan cincuenta centavos o sesenta centavos

## **Entrevista con Nutricionista e Ingeniero en Alimentos**

Fecha de la entrevista: 5 de mayo del 2011

Hora de la entrevista: 4:30pm- 6:20pm

**N-** nutricionista en ingeniería en alimento, En este momento vamos a dar la entrevista de preguntas acerca de proyecto de yogur ha base de frutas

**JP-** primera pregunta

**N-** Primera pregunta ¿Que es el yogur?, el yogur es una es un producto hecho base de leche, totalmente de leche natural ehh pasterizada que va ser acumulada por bacteria para la transformación de producto llamado yogur obviamente

**N-** Aquí se va descomponer por la bacteria tenemos dos tipos de bacterias que aquí que son las **estretofamofilo y lactobacilio** estas van a crear el yogur le van a dar el aroma y el acides requerida para que sea el producto tal

**JP** ¿Estas bacterias se lo utilizan en todo los yogures?

**N-** si en todo los yogures, bacteria como lactobacilo gg son aplicadas eh por valor agregado a esto se le llama alimento funcional

**N-** aquí dice que beneficio tiene su consumo, bueno el yogur es una bebida Láctea con excelentes cantidades. perdón equilibradas cantidades de proteína, carbohidratos y grasa lo cual hace un alimento completo contiene vitaminas y minerales que son necesarias para interacción de la **omostalgia** del cuerpo, realmente es un buen alimento, es un alimento completo como ya lo dije y sus beneficios no solo, puede mejorar aun si el tipo de yogur se la hace funcional, se puede hacer un alimento funcional, se puede hacer que el yogur sea un alimento funcional agregando elemento que mejore la calidad de vida de las personas es decir: podemos incrementar ciertas tipos de bacterias que ayuden a la digestión u antioxidantes como implica la **tetactequina** que utilizan en algunas empresas .

**N-** ¿Con que frecuencia es recomendable consumirlo?, bueno yo diría que a diario al ser pues un alimento completo, pues los alimentos completos debe ser consumidos a diario puesto que aportan nutrientes necesarios para que el cuerpo funcione bien.

**N-** ¿En qué horario es recomendable consumirlo?

**JP** si es mejor en la mañanan, en la tarde o en la noche

**N-** cualquier horario es bueno

**JP** no es como la leche que es bueno consumirlo en la mañana

**N-** la leche es bueno consumirlo a cualquier momento si no tenemos ningún problema como galactosemia que es intolerancia a la lactosa puedes consumirlo en cualquier momento no hay ningún problema.es mas siempre se usa como base como crema la verdad la leche lo consumes mucho



N- pregunta sobre el helado yogur

N- ¿Has escuchado sobre el helado de yogur?

N- si, se que es un helado yogur

JP Donde lo conociste?

N- en viajes, he tenido la oportunidades de probarlo, exclusive estos helados tienen este cierto tipo son alimento nutricionales. Generalmente estos tipos de productos se venden como un alimento funcional, estos alimentos funcionales son alimentos que aportan un valor agregado en este caso el helado que consumí era muy bueno por que tenia fibra micronizada este tipo, esta fibra ayuda muchísimo a la digestión, excelente pues había otros que tenia un antioxidante muy bueno, que es el te verde muy buen producto, un buen sabor

N- ¿Cuál es la diferencia nutricional entre el yogur y el helado de yogur?

N- ninguna, seria el porcentaje de nutrientes, ya que pues en el yogur es mas concentrado, en cambio en el helado de yogur nosotros vamos a incorporar aire a la mezcla por ende el porcentaje de proteína, carbohidrato y grasa van a disminuir, pero en teoría es lo mismo

JP ¿Pero digamos por estar congelado no le afecta en nada?

N- no, ningún problema para nada

N- ¿Cuál es la diferencia de beneficios entre ambos?

JP- dan beneficios osea

N- lo mismo lo mismo

N- ¿Se podría incorporar en una dieta al helado de yogur?

N- si, por su puesto, si en una dieta, a ver las personas que piensan que dieta es meterse en un régimen para perder peso. Dieta se asocia con perder peso.

N- yo digo que dieta, eh el agregado suficiente de nutrientes para que la alimentación sea optima, existen dieta para subir, dietas para bajar pero en teoría el concepto va ser el mismo

JP- pero en caso de una persona que este buscando disminuir su porcentaje de grasa

N-ya eso te refieres

N- Si, podemos hacer un helado que contenga pues nivel bajo de azúcar y un nivel bajo de grasa

N- y si, bueno ahora no por esto tenemos que eliminarlo totalmente no pues si se puede jugar con un producto que disminuya bastante por su nivel de azúcar vamos a obtener un producto de calidad no lo veo por ningún problema por el cual se pueda aplicar en una dieta para bajar de peso, se lo puede aplicar

**N-** ¿Qué tan a menudo sería conveniente consumirlo?

**N-** mmm, habría que verlo, habría que estudiarlo en la dieta yo pienso que uno podría consumirlo, toda las cosas con moderación son buenas consumibles, la comida no engorda, lo que engorda es comerlo mucho, claro si uno come mas de lo que puede quemar en la semana obviamente se va engordar

**JP-** en el caso que dices que se puede consumir a diario el yogur, también se puede consumir el helado de yogur a diario

**N-** si, es correcto no hay ningún problema, claro viendo que este helado no tenga nivel alto de grasa ni alto nivel de azúcar, probablemente vaya a interferir con un proceso de bajada de peso, si el yogur helado o helado de yogur tiene azúcares o niveles alto de grasa no digo que no puede consumirlo, sería bueno consumirlo con menos frecuencia ya que tiene un nivel un alto nivel de carbohidratos, grasas y azúcares que no va a favorecer la bajada de peso.

**N-** hablemos sobre Preguntas sobre fruta

**N-** ¿Qué propiedades tienen las frutas en general?

**N-** la frutas tienen...

**JP-** que te aporta?

**N-** por lo general aportan muchas energía porque son carbohidratos, tienen bastante vitaminas y minerales ehmm hay frutas que contienen mas glucosa que otras, otras que tienen mas fructosas que otras, tienen mas fibras, la fruta ayuda mucho ha saciar el hambre del cuerpo, que es un buen alimento, no es completo, pero realmente es muy importante

**N-** ah aquí está la pregunta ¿Qué importancia tiene el consumir frutas?

**N-** la importancia en vitaminas, muy buena muy alta, te imaginas con la naranja con una media o cuarto de naranja obtenemos la cantidad de vitamina c requerida en el día, te imaginas no consumirla, la fruta debe ser consumida la variedad buena, tiene que darse la cantidad de variedad a diario ya que no todas tienen las unidades de vitaminas necesarios para que las personas funcionen bien en el día, entonces si es necesario consumir variedades, también es una importante fuente de carbohidratos, va dar mucha energía.

**N-** ¿Qué tan a menudo se debería consumir fruta?

**N-** todo los días, yo diría a diario. A mi me gusta mucho la fruta, yo la como siempre, hay personas que no la consume pensando que se van engordar comiendo frutas, comen una racima de guineo puede ser que se engorde pero no creo que se coman un racimo de guineo; la gente tienen mas capacidad de comer granos que frutas, no conozco nadie que se engordo por la fruta, yo

conozco a gente come tanto pan que se engordo. No pienso que comiendo frutas te vas a engordar, ahora comiendo frutas y en sima me engordo es porque me comí unos negrito o una torta de chocolate, la gente le hecha la culpa a la fruta, la fruta es buena consumirla todo los días, no creo que haya algún problema, es una forma de equilibrar.

**N-** ¿Qué tipo de frutas deberíamos incorporar en nuestra dieta?

**N-** Todas

**N-** ¿Cuál es la diferencia nutricional de la fruta al natural y congelada?

Bueno, cuando se habla de fruta obviamente la diferencia va ser que los cristales, al congelar la fruta vamos a cristalizar, van a ver cristales en la fruta, al dañar el producto al descongelarse y nada para mi la fruta congelada da igual.

**JP-** ya pero en relación digamos hemos visto paginas en internet que dicen que al congelar la fruta pierde, por ejemplo el 80 por ciento de sus nutrientes

**N-** al descongelarlo, si

**JP-** ¿entonces si se la consume congelada sigue teniendo totalmente sus propiedades?

**N-** exactamente no, eliminas liquido, en el momento que tenemos la fruta congela se cristaliza el agua que está dentro de la fruta por un mal congelado, esos cristales comienzan crear puntas y púas y comienzan a dañar la superficie de la fruta y al descongelarse al exiliarse todo estos nutrientes que se van en el agua, ahí obviamente vamos a tener una perdida, pero general son las vitaminas ciertas vitaminas con el calor se pierde, por el cambio de temperaturas

**JP-** en el caso de las frutas, también se ha escuchado que mucha gente tienen preferencia por tener antioxidantes o tener ciertos valores que la identifica, digamos que muchos se van por las frutas rojas que para ellos son buenas, eh esto a que se debe, ¿por que las personas tienen esta tendencia?

**JP-** en realidad se está dando un aporte bueno?

**N-** el color de la fruta no tiene nada que ver que sea oxidante o anteoxidante, hay frutas que no son rojas y realmente tienen mucho antioxidantes, por ejemplo hay ciertos arboles que tienen mucho antioxidante que no son frutas no se consume, no por el color que me indica que tenga más antioxidante.

**N-** Preguntas acerca del producto

**N-** ¿Qué opinas de un helado a base de yogur y frutas congeladas?

**N-** yo diría que tuviera, fuera un helado nutritivo, las frutas da un valor nutritivo muy bueno, al yogur al ser un alimento muy bueno complementaria mucho es más cierto indicaciones en mi dietas es consumir yogur con frutas, me parece bueno que todo este unido

**JP-** ¿motivaría esto a la población a que consuma de una manera más divertida el yogur y la fruta?

**N-** si, fuera más divertido como tú lo dices y distinto

**N-** ¿Qué propiedades y beneficios nutricionales tendría?

**N-** bueno



**JP-** la mezcla entre el yogur y el helado

**N-** yo lo considero un alimento completo, mas ciertas vitaminas y minerales que contiene la fruta pienso excelente combinación, si se controla mucho los niveles de glicemia que se vayan incorporal al producto

**N-¿**Podría ser incorporado este producto en una dieta?

**N-** si puede ser incorporado, me gusta, el producto me gusta

**N-¿**Qué tipo de productos sería bueno combinarlo con este helado?

**JP-** si, digamos si lo va hacer como una especie de topping, sería bueno combinarlo con cereales, con granula, con trozos de frutas

**N-** si, si también podría ser frutos secos, ahí se hablaríamos bastante de nivel de las grasas buenas, inclusive le daremos fibras, me parece muy bueno

**N-** bueno ahora nosotros también podemos poner te verde, extracto de te verde para que dar un antioxidante único

**N-¿**Brinda algún aporte a la sociedad implementar este negocio?

**N-** pues si, este realmente las personas estuvieran comiendo algo natural por qué asumo que el producto va cuidar al máximo la naturaleza del producto del mismo, se va trabajar con la pulpa fruta, hacer un buen yogur, me parece que bueno

**JP-** eh en el sentido la gente está también un poco; ósea esta nueva generación fitness y al cuidado del cuerpo y del medio ambiente; tú crees que es un gran aporte ir de la mano a esta nueva era

**N-** si claro, ahora las personas tratan de comer un poco más sano, y al buscar esta, al tener este proyecto tener un producto para las personas que quieren estar más en forma, quieren estar más sano de tener una opción más.

**N- ¿**Cuáles son los beneficios del yogur que más se explotan comercialmente?



### Grupo Focal 1.

Numero de participantes	8 personas entre los 18 a 25 años
Lugar	Aventura plaza local Traviesa
Día	27 de Mayo del 2011
Hora	5pm – 6 y 45pm

- María Fernanda: da la introducción: estamos aquí reunidos para hacer un grupo focal y prueben nuestro producto que queremos sacar al mercado que se llama yogur helado este, quisiéramos que se presenten, su nombre, profesión y edad para conocernos un poco mejor
- Primer participante: Me llamo **Arnaldo Bayona**, ya me gradúe en la universidad estudie ingeniería civil, trabajando horita y tengo 23 años
- Segunda participante: me llamo **Domenica Jimenez** soy diseñadora grafica
- Tercer participante: me llamo **yamile** y soy ingeniero civil
- Cuarto participante: soy **Valeria** y estudio y tengo 18 años
- Quinto participante: soy **Xavier santo** y estudio derecho en la universidad espíritu santo
- Sexto participante: me llamo **Gonzalo** tengo 17 año estoy en sexto curso y estudiante
- Séptimo participante: me llamo **María laura** estudio negocios
- Octava participante: yo soy **María José** y esto haciendo tesis
- MF- ¿conocen los beneficios del yogur?
- X.S.-si
- L- si
- X.S.- claro tiene lacto bacilo GG
- MF-ya eso es lactosa
- X.S.el lacto bacilo GG ayuda al sistema intestinal, la flora intestinal ayuda a descomponer las eses para que no se forma una bola intensa ósea la caca para decirlo de otra forma, eso es lo quehacer esa bacteria y realmente esa es la flora bacteriana que necesitamos todo los seres humanos para descomponer las eses humanas
- MJ- ya lo que dijo el
- ( todos se rien)
- MF- yamir tu?
- J- no, no lo mismo que el dijo
- G- yo iba decir eso (diciendo en forma sarcástico)
- MF- ya Xavier explico todo y muy grafico
- Mf- ¿bueno en general de las frutas? ¿Que me pueden decir de ella? Los beneficios
- MJ- que da vitaminas
- X- que da vitamina, potasio, la manzana tiene alto de fibra, ósea la fruta en si es parte de nuestro alimento
- MF- pero acabas de decir algo muy importante, especificaste que..



- X- claro que la manzana tiene fibra por ejemplo, el guineo potasio, la naranja vitamina C. la pera también tiene fibra y es dulce
- JP- podrás concluir que es importante..
- X- que es importante comer frutas y que aparte tiene la azúcar
- D- pero igual el exceso y la eficiencia es malo
- A.B.- parte que nos dijo la gente
- D.J. fue Xavier solo
- Tiene azúcares que consumimos y los nutrientes del cuerpo y nos complementan y lo podemos usar
- MF. Este es un grupo focal. Nosotros queremos sacar al mercado un nuevo producto que es el yogur helado , es como un helado con sabor a yogur, muy diferente a lo que ustedes pueden encontrar en sorbetto, planet icecream que es helado como tal pero ahí lo complementan con mucho sabores artificiales y mucha azúcar
- Y. bueno cuentan como eso tubitos que eran de yogur
- MF- que tubiño?
- Todos – si tubiño
- Y- yo me acuerdo de eso y que habían otros mas creo que Yugoso
- G. yo me comí un Yugoso esta semana
- Y. pero ese es mismo target que..
- MF- ehh No, Yugoso era como un tipo Bonice pero con sabor a yogur, pero lo vendían ahí como que en la calle tengo entendido, ¿si verdad?
- L- era barato, que 10 centavos
- G- no, quince
- MF-¿Conocen algún lugar donde lo vendan dentro de Guayaquil o vía samborondon?
- XS- claro en Samborondon en las terrazas,
- MF- ya, y ¿como se llama?
- XS. no me acuerdo el nombre pero fui a comer ahí y es rico
- MF- define que es rico
- XS- eh, era rico era un helado de yogur, era dulce, tenia frutas, y eso complementaba mucho el sabor, ósea era satisfactorio para mi paladar.
- MF- ¿en relación a los otros lugares?
- X- el único lugar que conozco es el de samborondon que venden yogur helado algo que recién entro al mercado; pero yogur helado en otras partes, y la gente te pregunta que es un Yogur helado y uno piensa un yogur congelado y si hay lugares que venden. pero en este de aquí es un local especializado y muy caro por que es gourmet y venden este producto que es bien rico pero no me acuerdo el nombre que queda por la bombonier
- MF- yamil y tu?
- Y- yo solo el yogu yogu
- D- el yogur chiveria
- MF- ¿Qué piensa de los helados en general? Lo consumen
- Y- claro por su puesto, a diario
- MF-¿a diario?
- Y- claro
- MF- ¿cuales son tus sabores favoritos?
- Y- menta, frutilla, café, pistacho
- X- chocolate y vainilla

- MF- ¿a ti también te gustan los helados?
- V- si
- G- igual
- MJO- Chocolate y capuchino
- MF- bueno, y ¿donde lo comen con frecuencia?
- MJ- en el Fragola
- Y- en al heladería
- MF-¿cual es su favorito?
- MJ-¿como tienda o como helado?
- MF- como tienda
- MJ. Como tienda Fragola por que me gustan los helados artesanales y por que me queda cerca de donde trabajo
- X- fragola por que le puedes poner la cobertura de chocolate, es riquísimo
- MF- ¿siempre comes ese en Fragola?
- X- cuando voy, casi nunca voy a Frangola
- MF- ¿y el de ustedes cual es su favorito? (señalando a Domenica y Arnaldo)
- D- chocolate blanco con macadamia
- MJ- en Fragola
- X- pingüino ya paso de moda
- MJ- si ya pingüino paso de moda
- L- el casero helado de ron pasas de pingüino es bueno
- D- el magnum es bueno
- G- para mí el helado más cómodo es Sorbetto
- X- pie de limón de Sorbetto es riquísimo
- G- a mi me gusta el de chocolate
- L- el de pistacho
- MF-¿y Planet ice cream? ¿Que les parece?
- MJ- a mi me parece rico
- A- a mi si me gusta el helado de ahí
- L- a mi me parece muy rico y me gusta pero es muy empalagoso
- X- es rico así todo mezclado
- L- no es súper empalagoso
- MJ- a mi si por que soy muy dulcera y me gusta el chocolate
- X- los ricos del planet ice cream son los sánduche, yo cuando voy Allah como los sánduche
- L- ¿ha planet ice cream?
- X- si, a planet ice cream los sánduche son riquísimo con salsa pasto y son riquísimos
- MF- ¿Qué percepción tienen sobre la fruta congelada?
- L- que esta en el congelador
- D- para mi no es lo mismo la fruta congelada
- L a mi me han dicho que si la fruta la metes en la refrigeradora pierde su sabor
- D- eso si pierde los nutrientes
- MF- ¿no comes frutas?
- X- mejor congélala para que no se te pudra pero pierda el sabor
- A- pienso que fruta congelada pienso que pierde el sabor
- X- no, no creo que pierda su sabor

- D- cuando se descongela es diferente
- L- claro sabe como hielo
- MF- ¿Cómo se imaginan al yogur helado? (textura, forma, apariencia, color)
- X- yo lo he probado
- JP- recalco que no todo los yogur helados son iguales
- X- bueno ahí esta Bonice. Que es un yogur congelado
- JP- desde tu percepción ¿como es para ti el yogur helado? Que es suave
- Claro que es suave y cremoso, como un helado normal pero mas suave y se derrite mas rápido
- L- no es tan así como hielo helado
- JP- ¿en el caso de tu que has probado Chiveria? (señalando a Domenica)
- D- para mi es mas espesa mas que se derrite fácilmente, la presentación que vaya a tener no vaya hacer igual al de los conos
- L- según yo va ser más aguado. Siento que no me van a poner una bola en el cono por que se va derretir mas rápido
- MJ- yo una vez lo probé y es como un mantecado de Mc Donalds que sale en la maquina, es como un mantecado
- MF- ¿Qué tipo de propiedades nutricionales ven en un yogur helado?
- Y- lo que tiene un yogur normal
- D- lo mismo que un yogur normal ,ósea puedes regresar el video y poner la parte que Xavier explico tan gráficamente las propiedades del yogur
- MF- las mismas propiedades que tiene el yogur pero no tan grafico
- D- la misma flora bacteriana pero congelada
- MF- pero en un cono
- J- si jajaj
- Los beneficios del carbohidrato en el cono
- X- aquí hay mas carbohidratos por el cono, por que ya el yogur ya tiene carbohidrato
- MF-¿y lo sirve en vasito?
- X- en vasito, igual tiene carbohidrato por el yogur
- D- son los nutrientes
- Y- ¿el yogur va a venir con frutas o no?
- D- ya vas a ver
- Y- bueno
- MF- ¿Lo consideran una golosina o alimento Nutricional?
- D- como golosina
- X- como algo placentero
- A- un complemento
- MJ- no me daría cargo de conciencia comerlo
- MF- ¿crees que es más saludable comer helado yogur que un helado normal?
- MJ- si
- L-si, pero igual yo lo vería como una golosina
- X- azúcar igual engorda por ende igual va ser como algo que engorda
- JP- si yo les digo que se puede diseñar un helado de yogur rico pero bajo de caloría ¿cual seria su percepción?
- D- que es de agua, que no sabe a yogur



- X- bueno esto no he probado pero generalmente las cosas de baja caloría son malísimas
- MJ- que capaz sea un poco insípido por que ya tendría el yogur dietético, sin azúcar y cosas así
- MF- ¿Qué palabras asocian con este producto?
- Y- ¿el yogur helado?
- D- que es helado
- MJ- que esta frío
- L- cremoso
- V- frío
- L- aguado
- A- leche
- X- liquido
- D- granizado
- L- blanco
- MF- ¿Qué imagen asociarían con el producto?
- X- con algo nutritivo, por ejemplo mas o menos como nestle
- MF- así como un pollito en una cajita
- MJ- no con un libro
- MF- ¿ósea un pollito nutritivo?
- D- depende en que se vayan a enfoque, cual es el argumento
- X- yo se, doy un ejemplo es pequeño y luego crece es algo que te hace nutrir en el grupo objetivo de los niños en vez del helado de lo otro que te engorda entonces va asociado para los niños
- MF- entonces ¿los adultos no fuera parte de consumir este producto?
- No pero también por que los niños insisten a sus padres para el helado y ellos también terminan comiendo
- MF- ¿eso tú le hacías a tus padres?
- X- no, esas son tácticas que tenemos las personas, que insisten a sus padres para el consumo
- D- tu como lo venderías ¿como un postre o un yogur helado?
- A- como un yogur helado, pero igual es un helado
- L- ya tiene la palabra helado entraría como un postre
- D-claro y si tú te das cuenta todas las campanas y toda las heladerías están enfocadas al postre a la golosina y a los niños
- MJ- igual ha helados dietéticos, helado libre de azúcar igual sigue enfocado a los niños en general
- X- sorbetto tiene helados sin azúcar para diabéticos
- L- pero es como una golosina sino lo podrías comer todo los días
- MF-¿Qué colores debería tener?
- L- morado
- Y- verde
- X- color morado, por la mora
- D- colores claros
- X- color durazno
- L- medio naranja
- MJ- color melón
- JP- seria como color pastel
- X- no color blanco, por coco y por vainilla
- L- rojo

- MF- ¿rojo por?
- L- por la frutilla
- L- el azul por blueberry
- X- pero ese sabor no hay en el yogur
- L- pero sería un color chévere
- MF- ¿Qué nombre le darías?
- A- no se me ocurre
- D- dependería de los elementos que vayas a elegir, es decir los aspectos gráficos de los beneficios que tiene tu helado
- Y- un yoguwhash
- D- ósea si a mí se me ocurre un postre, y tu público es abierto así desde niños de 5 años hasta más grandes, ponte si yo me enfoco yo estoy en la oficina estoy almorzando quiero comerme un helado, estoy trabajando todo el día y quiero comerme un helado, no lo veo como un postre sino como alternativa ya que uno se cansa de comer lo mismo todo los días yo tomo el helado de esa forma para mí es como un complemento
- X- yo lo llamaría un nombre francés que atraiga así como la bombonier que atrae, art de glacé un helado artístico no sé por qué es algo innovador
- D- pero depende tú lo sabes leer y lo sabes pronunciar
- X- no importa tu lo vez en francés y algo así y lo vas a buscar
- MJ- pero depende a quien te vas a dirigir
- L- pero es difícil de pronunciar
- X- es como la bombonier
- L- porque son bomboner
- D- ya pero es como que te diga vamos a la bombonera el cliente si lo entiende así
- X- pero artestec asitictic que lo puedas pronunciar así
- D- pero no es lo mismo porque la idea es que pronuncies la marca tal como es, tu porque tu lo entiendes ese es el éxito
- MF- ¿ustedes creen que el nombre varía según el lugar donde esté ubicado?
- X- por supuesto, depende tu grupo objetivo si la gente está en samborondon la gente te va entender, por que el nivel de la gente allá es más nivel más alto y superior, no es por ofender pero ahí te van entender mejor un nombre francés
- D- claro si lo pones en el san marino el nombre sería "helado yogur"
- X- pero puedes cambiar el nombre en un lugar helado de yogur y en otro lugar otro nombre, punto para así llegar a los puntos objetivos
- D- no tendría lógica porque tendrías que manejar dos imágenes separadas
- L- claro
- D- y el costo
- X- no creo que sea tan complicado
- L- aparte no creo que va ser un helado caro, o qué?, yo no voy a pagar más de 2 claro
- D- yo voy a comer en la casa de Daniella
- L- es que sabes que es lo que pasa si tú tienes tantas heladerías que son como Sobertto Fragola o Planet ice cream que sería entre dos dólares cincuenta que es lo máximo tú tienes que poner algo más barato

o por ahí porque si tu pones cuatro dólares y tengo otra opción de dos dólares cincuenta que se que son ricas yo no me voy a poner a comprar ahí al menos que

- X- ¿cómo se dice niño en italiano?
- Y- bambino
- X- sería algo como lo bambino, sería algo familiar
- D- pero esa empresa ya quebró
- X- sí, pero el nombre se lo puede usar
- D- si pero quebró
- Y- santo yogures podemos ponerle
- L- yoguleate
- X- helado bambino
- MF- y por que con el helado y no te enfocas en el yogur como yogur bambino
- MJ- a mi me daría la impresión que el yogur bambino me van a dar vasito de yogur
- X- porque igual es helado

### **Observación del video**

En este momento los integrantes del grupo focal observan el video de la idea de nuestro producto

- JP- básicamente esta es la idea del negocio darle un producto como ustedes vieron, poner la fruta poner la base del yogur y prepararlo en el instantáneo sería un producto fresco
- L- claro, eso sí sería interesante
- JP- claro un concentrado de frutos en el helado yogur
- JP- luego de ver el video ¿qué opinan de este producto? Ósea ¿cuál es su opinión?
- X- que no tiene azúcar me parece nutritivo
- A- me parece que hay varias opciones, por el gusto que es personalizado
- Y- excelente para que
- D- nunca me imagine que iba ser así
- L- yo tampoco, así si lo compraría
- D- porque tu vez la fruta y vez como se hace el helado
- L- yo me imaginaba que los sabores iban a estar puestos y que las cosas ahí mezclada y que ya estaba hecho y que yo iba a decir deme este, si es como esta en el video me parece mejor
- G- me gusta cómo se mezcla el yogur
- L- porque ahí te fabrican el helado a tu gusto
- Y- la verdad me pareció excelente
- MJ- viendo el video es un concepto diferente estilo planet ice cream pero sano póngamelo de esa manera, yo escojo los ingredientes ustedes lo mezclan y ya.
- JP- bueno un poco de lo que estaban diciendo sobre textura, su apariencia, ¿ustedes se lo imaginaban antes así como lo vieron ahora? En que ha cambiado su manera de verlo
- L- este me parece así tipo mantecado más o menos te sirven así igualito pero más elaborado estilo más personalizado que el mantecado en si



- A- me parece interesante ya que uno elige las frutas que le va a poner, mas seguridad que le va a salir al gusto uno va a tener la idea como va a saber eso
- D- ¿y cuál sería el helado base?
- L- ¿cualquiera? Ósea ustedes van a tener el helado base de chocolate, vainilla etc.
- D- y yo lo mezclo con lo que yo quiera
- JP- la base es el helado de yogur
- L- ah el helado están hecho de base de yogur
- JP- es un cubo congelado de base de yogur, le incorpora las frutas, lo triturado y sale debajo de forma de mantecado como vieron en el video
- JP- ¿Qué le agregaría al producto?
- X- granula, avena pura, uvas, frutas pero no la fruta que lo van a mezclar sino las que hechas encima
- D- almendra
- Y- macadamia
- L- crema chantillí

### Muestreo

- Se les dará a probar el yogur helado de la competencia y nuestro prototipo; primero se les dio de probar nuestro helado y luego el de la competencia
- X- el primer helado está un poco ácido
- JP- ¿luego de probar este producto de aquí qué opinión tiene sobre el?
- X- muy ácido
- L- está muy ácido
- D- le falta azúcar
- X- está un poco ácido y tiene que regularle un poco el PH y más dulce
- MJ- deberían ponerle algo para que no sepa tanto a yogur así cuando uno pone el yogur en la refrigeradora
- JP- bueno, ¿Es igual a como se lo imaginaban? ¿En que difiere?
- X- en su textura sí
- L- este me sabe mucho a yogur, como yogur pasado
- X- si no estuviera tan ácido estaría mejor, la textura es suave para mi paladar
- MJ- le falta más sabor
- D- sabe muy yogur de casa
- A- le falta un poco de azúcar
- JP- Y ¿Lo compraría?
- X- si lo compraría pero le daría modificaciones de sabor
- L- la verdad es que cuando voy a comer helado yo nunca voy a comprar helado de frutas, ósea sí voy a pecar poco bien
- D- claro con el chocolate, la Nutela
- L- yo no compro el helado de naranja, u otras frutas

- Se repartió el helado de la competencia
- X- el producto es muy rico, aquí ya esta mejorada la contextura
- L- este está más clarito
- X- está más suave, menos acido
- A- este me gusto más
- L- está más rico
- X- tengo un orgasmo en la boca
- JP- ¿ya que probaron los dos productos que le modificarían a cada uno?
- X- el primero estaba muy acido
- MJ- le faltaba azúcar
- L- que el segundo estaba más dulce, el primero parece más helado y es cremoso pero esta malo, y sabe a yogur pero congelado ese que uno pone un yogur con frutas al congelador; igual no lo compraría porque es un helado de frutas

## Grupo Focal 2

Número de integrantes	8 personas, entre los 30 a 75 años
Lugar	Circunvalación sur, casa familia Torres
Hora	8pm
Fecha	2 de junio del 2011
Numero de grupo focal	2

- JP- bueno el objetivo de nuestro grupo focal es sobre los helados y sobre el yogur, bueno la primera pregunta que tenemos es ¿Conocen algún beneficio del yogur? Ósea ¿Qué beneficio conoce del yogur?
- Q- ayuda a la digestión
- F- e protege cuando tomas un medicamento, la flora intestinal
- G- la flora intestinal
- JP- ¿algo más? Bueno, ¿Conocen los beneficios de la fruta? Algo en general la importancia de la fruta
- P- bueno que tiene vitaminas como vitamina C, vitamina A depende de la fruta, el guineo es full vitamina
- F- es potasio
- P- es potasio
- PP- limpia el cuerpo
- JP- estarían consiente que hay que tener un consumo diario de frutas
- M- claro
- G- por su puesto
- JP- ¿Han escuchado sobre el "Yogur helado"?
- G- ¿yogur perdón?
- JP- yogur helado
- JP- ¿conocen el yogur helado? Como lo han visto, en que presentaciones
- M-yogur con un sorbete
- G.O.- es riquísimo, nosotros lo tomamos toda la semana
- F-pero helado de yogur
- M- yogur helado
- G.O.- es como un yogur helado
- JP- a ver la diferencia es que yogur helado y helado de yogur es diferente,
- M- claro el yogur helado es el liquido que uno toma con el sorbete y la mermelada
- F- el de Naturísimo
- JP- mm no, el yogur helado, es un helado pero la mayor cantidad proporción del helado es yogur. El helado de yogur es un helado que tiene sabor a yogur pero la cantidad de composición es crema es base de helado



- M- ah no sabía yo creía que era el yogur normal pero que estaba frio o congelado y que uno lo mueve ahí
- JP- claro ese sería la definición de las dos, y bueno ¿cómo lo conocen?, ¿Dónde lo han probado?, ¿les pareció rico?
- Q- el yogur helado que es como el de chivería
- JP- si el de vasito
- Q- claro, el que le pone la fruta o la mermelada, a mi me gusta me parece refrescante
- JP- ¿conocen algún lugar donde lo vendan en Guayaquil o vía Samborondon?
- Q- chivería, es el único lugar que tengo
- P. donde venden los panes de yuca donde Nutriyogur
- JP- pero eso es yogur granizado
- P- ah eso es yogur granizado
- JP- cuando es liquido es Yogur granizado
- P- ah ya, me parece que alguno de los moles hay una cosa que dice que es de yogur como un frouzen de yogur
- G- me parece que en el supermercado también lo venden, en el supermercado no
- Q- pero es la de chivería
- P- la otra vez una, no estoy segura una islita celeste
- F- en el Alban Borja
- P- si en el Alban Borja lo venden, no me parece que lo he visto en el Rio centro ceibos
- M- ¿no son Smoothies?
- P-no, tienen como la maquinita de helado y el cono. No he probado pero sé que hay un.
- JP- helado de yogur y yogur helado ambos son helados pero si es diferente a lo que es el granizado
- Q- el granizado es el que se comen en el pan de yuca y yogur ese es yogur granizado
- JP- claro el de Naturisimo, Nutriyogur
- M- el de chivería es granizado con hielo
- JP- no ese es igual granizado
- M-y el que venden en el naturisimo
- JP- si también es un yogur granizado
- M- no es el mismo yogur congelado que lo licuan
- JP- no es lo mismo porque no tiene el cuerpo de mantecado
- P- este el que te digo de Rio centro si es como un mantecado y te lo ponen en el cono, no me he arriesgado de probarlo pero si es un helado yogur

- JP- ¿Qué piensa de los helados en general? ¿cuál es su percepción?  
Algunas personas les parecerá que engorda, otros dirán que es un dulce
- Q- definitivamente es golosina
- G- es delicioso
- P- no es otra manera de consumir la leche, para mi para los chicos que no les gusta, se toman con el helado y vayan con el helado y con la leche
- Q- es una golosina
- G.O.- ahora si se lo van a tomar todo los días
- P- tampoco todo los días tampoco, pero si puedes llegar a sustituirle
- P.P. ahora hay helados que son puras crema y hay helado que son frutas
- M- pero hay helados normales que le ponen chocolate y otros dulces que ya eso deja de ser algo nutritivo y sano
- P. igual se están comiendo la leche
- M- se toman uno de eso y luego uno de dieta después
- JP- ¿Qué percepción tienen sobre la fruta congelada?
- Q- para hacer jugos
- JP- ¿Es bueno para hacer jugos?
- P.P. se te templan los dientes cuando uno muerde una fruta congelada
- Q- me ayuda hacer los jugos mas rápidos
- G.O. es una comodidad
- JP- digamos muchas personas piensan que las frutas congelas, la fruta pierde sus nutrientes
- P- yo no creo
- Q- no
- P- supuestamente dicen las teorías al momento que congelas se mantiene todo, lo que quiere decir que va mantener todo las vitaminas dentro de la fruta si se congela
- F- pero si hay algunas frutas que si se descomponen o se oxidan
- P- no se te oxidan pero en el momento que las descongelas se te hacen aguadas
- Q- así como la naranjilla
- P- pero si tu coges la fruta congelada en ese momento y la pones en una licuadora te queda divino
- M- claro, lo procesas congelada
- G.O.- por ejemplo parto la pina en trozo y la congelo para luego hacer jugos
- Q- yo congelo todas las frutas
- G- yo pienso que las frutas congeladas si pierden algo de su sabor original, no es lo mismo que la fruta fresca
- Q- el sabor si llega a perder
- P- todo lo que tu congelas pierdes su sabor original
- Q- la papaya si se conserva normal

- F- el guineo se te oxida
- JP- ¿Qué tipo de propiedades nutricionales ven en un yogur helado?
- P.P. leche
- P- calcio, te va proteger de la flora intestinal
- JP- sería una oportunidad más de tener un nuevo producto para poder seguir consumiendo el yogur
- P- es otra presentación que puedes llegar a los chicos que no les gusta mucho el yogur
- Claro, y ustedes ¿Lo consideran una golosina o alimento?
- P.P. para mí un alimento
- G.O. como un alimento
- P- Si es el yogur helado, si podría ser un alimento
- Q- depende del sabor que tenga
- JP- ¿en el momento que ustedes se acercan a una tienda a consumirlo ustedes lo harían por quererse comer una golosina o porque en si es un producto bueno en alimento?
- P- claro por qué vas a decir que esto es mas dietético, a lo que piensas y vez que el yogur tiene más caloría que la leche. Igual tu pones la leche y el yogur y la gente te va coger el yogur por que tiene más propiedad sanas y te van a decir que el yogur es dietético
- Q- es más sano
- P- claro es más sano
- Q- es menos dañino que la leche
- JP- ¿qué palabras asocian cuando yo les digo yogur helado?
- P.P helado
- JP- puede ser bueno, alimenticio
- F- refrescante
- P- refrescante
- Q- sano
- F- dietético
- G- nutritivo
- JP- ¿Qué imagen asociarían con el producto? Que les recuerdan, ven un cono ustedes le recuerda un helado
- P.P – de algo fresco
- JP- de frescura
- P.P por ejemplo cuando caen las gotitas así del helado, un yogur frio me recuerda a eso y algo fresco que me cuida
- JP- puede ser imágenes naturales, Paisajes, o puede ser algo mas elaborado, ¿se irían mas por lo natural?
- Yo diría más por lo natural, algo con frutas algo con naturaleza lo que representa lo que vaya a tener el helado yogur



- JP- ¿lo considerarían enfocarlo como dietético?
- P- podría ser, si
- JP- o puede ser que el consumidor podría sentirse rechazado por que el producto es dietético no es tan bueno como el normal
- P- mas que dietético lo puede enfocar como mas nutritivo
- Q- como algo más sano
- P- sano y nutritivo más que dietético
- JP- ¿Qué colores debería tener?
- F- rosado
- M- blanco
- P.P. colores como el de la frutilla
- F- color pastel
- JP- ¿Qué nombre le darían al producto?
- Todos se quedaron en blanco

### Observación del video

- JP- Luego de ver el video, ¿Qué opinión tiene de este producto?
- M- te imaginas una heladería donde uno entra y escoge las frutas que uno quiere como el de pistacho, mora, chocolate y el que uno quiere y le hace el helado en el momento sería buenísimo
- P- muy importante es el sabor de la base del yogur, porque a esa fruta rica y natural le pones un yogur muy agrio, la gente no se te va ir por el yogur pero sí en cambio así que tu le digas que es splenda y va con el yogur natural
- Q- pero hay el yogur natural tipo vainilla que no necesita fruta
- JP- no, claro dentro del proceso no se vio la parte que le ponen la azúcar pero en Chile te preguntan si quieren que te lo endulzan con azúcar normal, con splenda o para otras personas con manjar
- M- claro ahí también tienes la alternativa de la forma de endulzar
- JP- digamos ellos tenía también una base de yogur pero de chocolate y a eso le ingresaban las frutas. lo bueno de esta máquina que uno puede jugar mucho con la variedad y se pueden hacer diferentes tipos de helados
- M- se puede poner con ensalada de frutas y no te da cargo de conciencia
- JP- ¿Es igual a como se lo imaginaban? ¿En que difiere?
- F- la maquina es innovadora
- M- yo me imagine yogur normal pero con frutas
- Q- es que esa es la idea que te entre por los ojos y luego probarlo
- Hay que ver el sabor pero por los ojos yo lo veo y quiero comprar rápido
- JP- ¿Lo comprarían?
- G.O. si lo compraría

- Q-si
- F- si
- Q- claro aunque sea probarlo y ver que tal
- F- si esta malo no regresamos
- JP- ¿Qué le agregarían al producto? Así como lo vieron ¿Qué le aumentaría?
- F- un topping o frutas frescas alrededor
- M yo le pondría una salsa
- P- o también si lo vas a enfocar mas nutritivo podría ponerle granola, las distintas formas de granola, pasas, nueces, almendra
- F- claro eso sí pero ponerle chocolate ya no sea igual
- P- claro chocolate pero si frutas frescas que ya lo tiene en el congelado y en el helado
- Q- en el helado la fruta ya va machacada
- P- el adorno encima es como decoración, no le vas a poner crema por que le quitas las parte nutritiva pero si le puedes poner nueces molida, o almendra molida
- M- puede ser una salsa de frutilla o de mora
- G.O. una salsa de cualquiera de ello
- Q- pero que es ¿decoración o Topping? , si es decoración puede ser con frutas si es como Topping es mas con una mermelada
- JP- el Topping es como un agregado seria como una decoración
- M- aparte que te cobran los toping
- G.O. eso ahí depende de la personas si quieres con eso te cuesta tanto, el que no quiere no s ele pone
- G- ya debería a ver sabores donde tu digas quiero este o ver ejemplo de combinaciones de los más populares y que ya estén en un menú o algo donde uno pueda elegir
- P- inclusive hay como hacer una crema de leche de base de yogur, la novedad podría ser que mi crema de leche no es crema de leche normal sino mas bien es yogur y ahí le pones encima y queda hasta como un topping light
- G.O ahora todas las personas en general nos cuidamos de las grasas, entre menos cosas grasosas hay es mejor
- M- la tendencia ahora es que todo los alimentos sean sanos que todas las personas hagan deporte, esa es la tendencia y ahora que puedes sacar un postre que sea sano y nutritivo nos vamos por ahí

En este momento los participantes del grupo focal prueban nuestro producto y el de la competencia y darán sus opiniones respecto a la muestra que se les dio (primero se dio de probar el Nuestro)

- JP- Luego de probarlo, ¿Qué opinión tiene del producto?, ¿Es igual a como se lo imaginaban? ¿En que difiere?
- F- para mi cambio mucho la idea esta mas rico de lo que pensaba
- M- yo al ver el video me imagine que iba ser mas cremoso, pero el que probé me gusto, es que a ver la maquina en el video que salía de forma de mantecado pensé que iba ser mas cremoso
- G- pero si era cremoso me pareció mas cremoso que un yogur normal
- Q- la mezcla de los topping y la mezcla de la frutas es espectacular, el acido con lo dulce me parece espectacular
- G- si, muy bueno
- M- ni ser tan dulce por que la combinación me pareció perfecta.
- G- y eso que a mi no me gusta el yogur
- M- bueno a mi no me gusta sentir las pepitas de frutas dentro del helado, pero es algo natural que se siente en el helado
- Q- ósea ella no pediría ese tipo de helado, pero la consistencia ¿es para servirla en copa verdad o en cono también?
- JP- puede ser en cono también, como vieron en el video lo estaban sirviendo en copa pero también se lo puede servir en cono
- Q- ¿y no se desbarata?
- JP- se derrite mas rápido que un helado, si pero igual si te lo puedes comer
- Q- ósea ¿si tienes tiempo para comer?, por que yo si soy lentísima para comer helado eso es para que me lo hecho enzima todo si lo pido en cono
- P- claro por eso tu pides en vasito con el cono aparte
- M- para las personas así también vendemos en vasito
- P.P.- ustedes van a preparar el yogur así como se ve en el video
- JP-. Claro vamos a traer la maquina
- P.P eso de ver como ustedes preparan el producto y que el consumidor lo vea
- P- y eso que vez que te están poniendo azúcar natural
- F- que no existe tanto químico
- G.O- a mi me gusto la presentación que vi en el video con la fruta fresca poniéndola
- P- y el sabor del helado es así de refrescante
- P.P.- se ve dietético
- Q- dietético no lo creo pero si mas nutritivo
- M- pero si tiene un sabor agradable de la fruta
- F- si por que ahora los productos estos tiene mucho preservante, esto si se ve muy natural
- M- claro, aquí si tienes la seguridad que es natural por que lo estas viendo como te ponen la fruta en el yogur
- F- claro lo estas viendo en el momento



- JP- bueno podemos concluir como antes que si lo comprarían
- M- claro
- JP- ¿Qué le modificaría o agregaría al producto? Lo harían mas dulce, mas acido menos acido
- Q- bueno el sabor que probamos de frutos rojos bueno
- G- a mi si me gusto
- P- ese dulce es perfecto
- Q- mira con tal que tengas las variedades de sabores, así como el que le gusta el guineo, o el guineo y la naranja y así
- M- imagínate uno de estos helado de yogur pero de naranjilla debe ser buenazo
- F- hay que buscarle una gracia para ponerle como cobertura
- M- pero imagínate de maracuyá, ahí ya no
- P- claro pero ahí le puedes hacer la crema de leche con base yogur, y al helado de naranjilla le puedes poner un topping de crema pero de yogur y te va quedar natural
- JP- claro hay gente que le gusta tomar el helado al natural

En este momento los participantes están probando el helado de la competencia

- F- sabe mucho a yogur
- P- es rico pero tiene un sabor artificial, sabe a yogur
- Q- no me gusto para nada
- G.O. me gusto mas el anterior
- M- a mi también
- F- yo creo que es lo mismo que un sabor a dieta
- P- se ve que no es natural, se ve que es esencia de cereza, de frutilla de algo pero no es natural
- P.P tiene un sabor de fondo raro
- Q- sabe a jarabe
- F- sabe a yogur que te venden en las heladerías
- F- falso sabe malo eso, sabe a jarabe
- P- claro por que esto no es hecho de frutas natural
- JP- ¿después de lo que vieron en el video les cambio la idea de que se trata realmente?
- G.O. claro totalmente
- Q- aquí no
- P.P.- no se siente el sabor de la fruta
- JP- se concluyo el grupo focal

## propietarios de heladería

- ¿Qué aspectos debemos considerar para implementar una heladería?
  - Infraestructura
  - Imagen
  - Producto
  - Precio
  - Distribución
- ¿De qué factores depende la inversión del negocio?
- ¿De qué depende la rentabilidad del negocio de los helados?
- ¿Cuáles son los obstáculos que podríamos encontrar al implementar una heladería?
- ¿Cómo considera que se ha ido desarrollando el mercado de los helados?
- ¿Qué tipo de personas (sexo, edad, nivel socioeconómico, etc) tiene un mayor consumo de helado?
- ¿Qué gustos y preferencias tienen los diferentes tipos de consumidores?
- ¿Según su criterio cómo ha evolucionado el consumo de helado en el Ecuador?

## propietarios de heladería

- ¿Qué aspectos debemos considerar para implementar una heladería?
  - Infraestructura
  - Imagen
  - Producto
  - Precio
  - Distribución
- ¿De qué factores depende la inversión del negocio?
- ¿De qué depende la rentabilidad del negocio de los helados?
- ¿Cuáles son los obstáculos que podríamos encontrar al implementar una heladería?
- ¿Cómo considera que se ha ido desarrollando el mercado de los helados?
- ¿Qué tipo de personas (sexo, edad, nivel socioeconómico, etc) tiene un mayor consumo de helado?
- ¿Qué gustos y preferencias tienen los diferentes tipos de consumidores?
- ¿Según su criterio cómo ha evolucionado el consumo de helado en el Ecuador?