



**Carrera: Tecnología Superior en Administración para Economía Popular y Solidaria, Micro y Pequeñas Empresas**

**Elaboración del proyecto integrador para la obtención del título de Tecnólogo en Administración para Economía Popular y Solidaria, Micro y Pequeñas Empresas**

**Tema: Modelo de negocio CANVAS para la heladería YoguHelado cantón Pedro Vicente Maldonado**

**AUTOR: Ojeda Granda, Anderson Joel**

**TUTOR: Romero Montalvo, Humberto W. Fernando**

**PARALELO: 1.0 (4) TSEPS "1"**

**ENERO 2023**

**PEDRO VICENTE MALDONADO - PICHINCHA, ECUADOR**

## CERTIFICADO DEL TUTOR

En el Instituto Tecnológico Universitario “Honorable Consejo Provincial de Pichincha”, es presentado por el ciudadano ANDERSON JOEL OJEDA GRANDA, optar por el título de Tecnólogo en Administración para Economía Popular y Solidaria, Micro y Pequeñas Empresas, CERTIFICO que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evolución por parte del tribunal examinador que se designe.

Atentamente,

Romero Montalvo, Humberto W. Fernando

Correo: [hwromero@tecnologicopichincha.edu.ec](mailto:hwromero@tecnologicopichincha.edu.ec)

Teléfono móvil: 0986101503

Cedula de identidad: 1702666288

## DECLARACIÓN DE IDONEIDAD

Yo, ANDERSON JOEL OJEDA GRANDA, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún Proyecto de Grado aquí o en otra institución o calificación profesional y son absolutamente originales, auténticos y personales; y que, además, he referido las fuentes bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, para el aprovechamiento de futuras generaciones.

Anderson Joel Ojeda Granda

Cedula de identidad: 1727114116

Correo: [anderjoel142001@gmail.com](mailto:anderjoel142001@gmail.com)

Teléfono móvil: 0969211093

## DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico de manera especial y con mucho cariño a mi madre Cecilia Granda, quien se ha involucrado en apoyarme incondicionalmente desde el inicio de mi carrera, a mi padre Julio Ojeda por inculcarme que el estudio es fundamental en mi vida. Ambos impartieron en mí valores como la perseverancia, respeto, responsabilidad y a mantener una actitud positiva ante los obstáculos que se me presenten para resolverlos de la manera más madura.

A mis hermanos Anthony, Julio, Ibeth Ojeda quienes me han ayudado y motivado a persistir en los momentos más difíciles de este proceso de aprendizaje.

A mi can Denyer, que me llena el corazón de felicidad.

Por último y no menos importante, se lo dedico a Dios, por brindarme la dicha de la vida y capacidad para alcanzar las metas que me propongo.

**Anderson Ojeda.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a Dios por guiarme de su mano por el buen camino, a mi familia quienes me han apoyado en todo lo que ha estado a su alcance.

A mis maestros por las enseñanzas y conocimientos impartidos con profesionalismo de una manera clara, precisa además paciente en todo este proceso académico. A mi tutor del presente proyecto de grado Romero Montalvo Humberto W. Fernando, por ser guía en este importante trabajo final para alcanzar mi meta. Al Instituto Tecnológico Universitario Pichincha del cual me siento orgulloso por haber sido parte de mi vida en los estudios de tercer nivel.

**Anderson Ojeda**

## RESUMEN EJECUTIVO

El propósito de este plan de negocios es dar a conocer la viabilidad y factibilidad de aplicar el modelo Canvas en la Heladería YoguHelado cantón Pedro Vicente Maldonado, teniendo en cuenta que es la única heladería que ofrece sus productos a base de yogurt natural o mixto siendo esta una receta Italiana.

Iniciaremos el capítulo I mencionando que en este se realizará la introducción al planteamiento del problema que se ha concluido mediante un previo análisis basado en el tema, plasmando los objetivos, marco teórico con los respectivos argumentos para el desarrollo del proyecto antes mencionado, y dando cavidad al marco legal citando los reglamentos y leyes en los cuales se respalda la investigación.

Capitulo II, se expone el método investigativo aplicado en este proyecto. La obtención de resultados se dio mediante la utilización del diseño metodológico cuantitativa (encuesta) sobre la población de Pedro Vicente Maldonado, para conocer mediante un análisis basado en los porcentajes sobre varios temas como interrogantes de tipo fidelidad, consumo, frecuencia, gustos etc. Como se mencionó en el primer párrafo, YoguHelado es la única heladería que ofrece helados a base de yogurt en la zona.

En el capítulo III queda plasmado la propuesta del proyecto mediante el desarrollo que implica el modelo Canvas. De manera que el diseño permita a la empresa beneficiarse de este trabajo investigativo y lo considere como un modelo de negocio viable, para uso inmediato con el fin de una mejor rentabilidad de la Heladería YoguHelado cantón Pedro Vicente Maldonado.

**Palabras Claves:** Modelo Canvas, Heladería, Negocio Familiar, Viable, Optimización.

## **ABSTRACT**

The purpose of this business plan is to publicize the viability and feasibility of applying the Canvas model in the YoguHelado Ice Cream Parlor Pedro Vicente Maldonado canton, taking into account that it is the only ice cream parlor that offers its products based on natural or mixed yogurt, this being an Italian recipe.

We will start chapter I mentioning that in this the introduction of the approach to the problem will be carried out, which has been concluded through a previous analysis based on the theme, previously setting out the objectives, theoretical framework with the respective arguments for the development of the aforementioned project, and giving cavity to the legal framework citing the regulations and laws in which the investigation is supported.

Chapter II, the investigative method applied in this project is exposed. Results were obtained by using the qualitative methodological design (survey) on the population of Pedro Vicente Maldonado, to find out through an analysis based on percentages on various topics such as questions of fidelity, consumption, frequency, tastes, etc. Bearing in mind that in the YoguHelado area it is the only ice cream parlor that offers yogurt-based ice cream.

In chapter III, the project proposal is reflected through the development that the Canvas model implies. So that the design allows the company to benefit from this investigative work and consider it as a feasible business model, for immediate use in order to improve profitability of the YoguHelado Ice Cream Parlor in Pedro Vicente Maldonado canton.

**Keywords:** Canvas Model, Ice Cream Shop, Family Business, Viable, Optimization.

## ÍNDICE

### Contenido

CERTIFICADO DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE IDONEIDAD.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
RESUMEN EJECUTIVO.....	VI
Palabras Claves: Modelo Canvas, Heladería, Negocio Familiar, Viable, Optimización. ....	VI
ABSTRACT .....	VII
Introducción.....	1
1.- Tema.....	2
2.- Planteamiento del Problema.....	2
2.1.- Características del Problema .....	2
2.2.- Causas del Problema .....	2
2.3.- Pronóstico del Problema.....	2
3.- Formulación del Problema .....	2
4.- Análisis crítico del problema.....	3
5.- Líneas y Sub líneas de Investigación .....	3
6.- Objetivos del Proyecto .....	4
6.1.- Objetivo General .....	4
6.2.- Objetivos Específicos .....	4
7.- Idea a defender .....	4



8.- Justificación.....	4
9.- Eje de formación .....	5
CAPÍTULO I.....	7
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	7
1.1 MARCO TEÓRICO .....	7
1.1.1 Modelo Canvas .....	7
1.1.1.1 Concepto.....	7
1.1.1.2 Creador .....	7
1.1.1.3 ¿Para qué sirve la metodología Canvas? .....	7
1.1.1.4 Importancia.....	8
1.1.1.5 Cuadrantes de modelo Canvas.....	8
1.1.1.5.1 Propuesta de valor .....	8
1.1.1.5.2 Segmento de clientes .....	9
1.1.1.5.3 Canales.....	9
1.1.1.5.4 Relación con clientes .....	9
1.1.1.5.5 Fuentes de ingreso .....	10
1.1.1.5.6 Recursos claves.....	11
1.1.1.5.7 Actividades claves .....	11
1.1.1.5.8 Socios clave .....	12
1.1.1.5.9 Estructura de costes .....	12
1.2.1 Heladería.....	14
1.2.1.1Concepto.....	14
1.2.1.2 Origen .....	14
1.3.1 Tipos de heladerías .....	15
1.3.1.1 Heladerías Yogurteras .....	15
1.3.1.2 Heladerías Artesanales .....	15
1.3.1.3 Heladerías industriales.....	15
1.4.1 Curiosidades del helado.....	16

1.5.1 Cantón Pedro Vicente Maldonado.....	16
1.5.1.1 Reseña histórica.....	16
1.5.1.2 Ubicación.....	17
1.5.1.3 Clima .....	18
1.5.1.4 Población .....	18
1.2 MARCO LEGAL .....	19
Constitución de la República del Ecuador.....	19
Ley del Artesano.- .....	19
1.3 MARCO CONCEPTUAL .....	21
1.3.1 Compilar .....	21
1.3.2 Arcaico.....	21
1.3.3 Optimizar .....	21
1.3.4 Homogéneo.....	21
1.3.5 Variable .....	21
1.3.6 Marco legal.....	21
CAPÍTULO II.....	22
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
2.1 Paradigma .....	22
2.2 Método de investigación.....	22
2.3 Tipo de diseño de investigación .....	22
2.3.1 De campo.....	22
2.4 Técnica de investigación .....	22
2.4.1 Encuesta.....	22
2.5 Nivel de investigación .....	23
2.5.1 Exploratorio.....	23
2.5.2 Descriptivo.....	23
2.6 Unidad de análisis.....	23
2.6.1 Población .....	23

2.6.2 Muestra .....	24
2.6.3 Psicográfica .....	25
2.7 Cálculo de la muestra .....	26
2.8 Instrumento .....	27
2.8.1 Cuestionario estructurado .....	27
2.8.2 Análisis e Interpretación de resultados del cuestionario (Encuesta) .....	29
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>40</b>
3.1 Diseño de Modelo de Negocio Canvas.....	40
3.2 YoguHelado.....	42
3.2.1 Reseña histórica .....	42
3.2.2 Misión.....	43
3.2.3 Visión.....	43
3.2.4 Ubicación.....	43
3.2.5 Productos y servicios .....	44
3.2.6 Organigrama estructural de YoguHelado .....	44
3.3 Organigrama funcional de la empresa .....	45
3.4 Conocimiento de las características del producto.....	47
3.4.1 Primera línea de helados de cono .....	47
3.4.2 Segunda línea helados en tarrina y plato de cono.....	48
3.4.3 Tercera línea de helado en copa .....	49
3.4.4 Cuarta línea de extras de fin de semana .....	51
3.5 Proceso de producción heladera .....	52
3.6 Lienzo Canvas .....	53
3.6.1 Preguntas .....	53
3.7 Matriz del lienzo Canvas en YoguHelado.....	56
3.7.1 Propuesta de valor .....	56
3.7.2 Clasificación de clientela.....	56
3.7.3 Canales.....	57

3.7.4 Relación clientes.....	58
3.7.5 Fuentes de ingreso .....	58
3.7.6 Recursos clave .....	59
3.7.7 Actividades clave.....	60
3.7.8 Socios clave .....	60
3.7.9 Estructura de costes .....	61
4 Conclusiones.....	63
5 Recomendaciones .....	64
6 Bibliografía.....	65
7 Anexos.....	68

## **Introducción**

En los últimos años, en el cantón Pedro Vicente Maldonado ha sido notoria la llegada de varias heladerías de distintos tamaños y producción, pero no todas se han mantenido en el mercado competitivo debido a que no han alcanzado la rentabilidad o un punto de equilibrio, por ello, mediante la aplicación del modelo Canvas se tiene la intención de optimizar la viabilidad de la empresa familiar YoguHelado, siendo esta de las más antiguas de la zona y la que más da competencia no sólo por su ubicación beneficiosa, sino por sus llamativos y sabrosos helados a base de yogurt, que es lo que la caracteriza.

A pesar de que el Modelo Canvas es un método sencillo que está al alcance de cualquiera que requiera hacer uso de este, existen muchos negocios, empresas que no manejan un método estratégico, siendo esta una debilidad. Actualmente en internet, (siendo una fuente de búsqueda de información masiva) hay informes, datos que ayudan a comprender todo lo que abarca la metodología Canvas.

YoguHelado siendo una de las heladerías con mayor rentabilidad del territorio, no cuenta un plan estratégico, por ello, este proyecto tiene como objetivo académico y personal crear un modelo de negocio Canvas, con la única intención de darle mayor fortaleza a la empresa. Sustentado en sus nueve cuadrantes bien desarrollados y definidos, posteriormente entregándolo con la satisfacción de que será un valioso aporte para su negocio familiar.

## **1.- Tema**

Modelo de negocio CANVAS para la heladería YoguHelado cantón Pedro Vicente Maldonado.

## **2.- Planteamiento del Problema**

### **2.1.- Características del Problema**

- Poco consumo dentro del establecimiento, generalmente se pide el helado para llevar.
- Producción baja en días entre semana.
- No se administra las cuentas oficiales de YoguHelado de una manera interactiva con el público que sigue sus redes sociales.

### **2.2.- Causas del Problema**

- Establecimiento con una infraestructura que no es lo suficientemente llamativa y acogedora.
- Falta de maquinaria industrial para elaborar en mayor cantidad los helados que son de mayor demanda en fines de semana y feriados.
- Poca publicidad de bajo costo como lo es la online para promocionar los productos heladeros.

### **2.3.- Pronóstico del Problema**

La baja producción industrial del helado conlleva a no satisfacer adecuadamente a sus consumidores, afectando a las metas y objetivos de la empresa. Se cuenta con un número de clientela satisfactorio, pero este se podría mejorar desarrollando estrategias viables que serán ejecutadas por el personal que conforman la entidad.

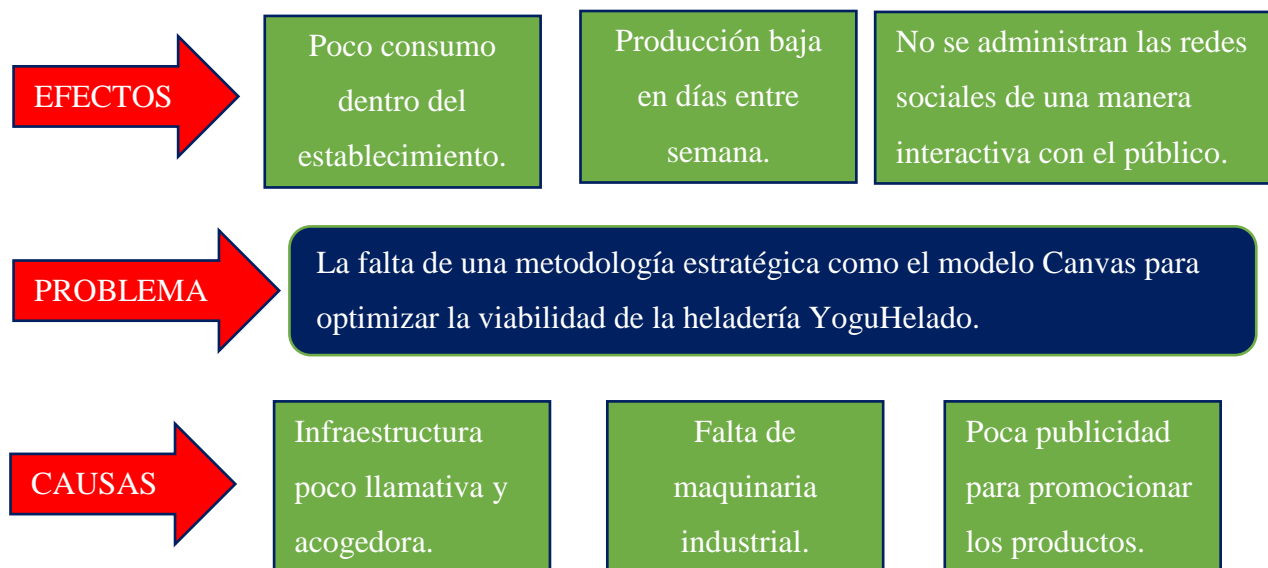
## **3.- Formulación del Problema**

La falta de una metodología estratégica como el modelo Canvas para optimizar la viabilidad de YoguHelado, heladería ubicada en el cantón Pedro Vicente Maldonado.

#### 4.- Análisis crítico del problema

**Figura 1**

*Análisis crítico del problema*



*Fuente:* Elaboración propia, análisis crítico del problema. Investigador Ojeda, A. enero 2023.

#### 5.- Líneas y Sub líneas de Investigación

**Tabla N°1**

*Líneas y Sub líneas de Investigación*

<b>TEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>MODELO DE NEGOCIO CANVAS PARA LA HELADERÍA YOGUHELADO CANTÓN PEDRO VICENTE MALDONADO</b>
<b>LÍNEA DE INVESTIGACIÓN</b>	Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.
<b>SUB LÍNEA DE INVESTIGACIÓN</b>	Crear nuevas oportunidades laborales en condiciones dignas, promover la inclusión laboral, el perfeccionamiento de modalidades contractuales, con énfasis en la reducción de brechas de igualdad y atención a grupos prioritarios, jóvenes, mujeres y personas LGBTI+.  Promoción de iniciativas de la economía popular y solidaria, micro empresas, talleres artesanales y pequeñas empresas.

*Fuente:* Líneas de investigación. Plan de Creación de Oportunidades. Sr. Guillermo Lasso.

## **6.- Objetivos del Proyecto**

### **6.1.- Objetivo General**

Desarrollar un modelo de negocio Canvas para la heladería YoguHelado cantón Pedro Vicente Maldonado.

### **6.2.- Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente el modelo de negocio Canvas para la heladería YoguHelado.
- Compilar la información referida al modelo de negocio Canvas para la heladería YoguHelado.
- Elaborar el modelo de negocio Canvas para la heladería YoguHelado cantón Pedro Vicente Maldonado.

## **7.- Idea a defender**

El beneficio de implementar un modelo de negocio basado en el método Canvas para la heladería YoguHelado en el cantón Pedro Vicente Maldonado, ayudaría a la fácil identificación de análisis estratégicos que contribuirán a la detección de las debilidades y fortalezas.

La construcción del modelo, hace referencia a que es posible tener un método simplificado que facilita la comprensión de la información. Plasmando que mediante una metodología fácil de utilizar y por medio de su ejecución se persigue alcanzar los objetivos ya sea en un periodo de corto, mediano o largo plazo.

## **8.- Justificación**

Siempre se ha considerado que el no contar con un plan de estrategias es una desventaja para las heladerías en general. La no implementación del modelo Canvas en YoguHelado se consideraría definitivamente como un punto débil para la empresa, impidiéndole progresar. Uno de los puntos a fortalecer es el incremento de personal debido a que este es muy reducido y en fechas de feriados la clientela aumenta y no se logra dar una atención de calidad para satisfacer a los demandantes del producto.



Motivado en el ámbito académico por las enseñanzas impartidas por el Tecnológico Universitario Pichincha y de manera personal apoyado por las diferentes fuentes de información, se demostrará la viabilidad de este plan de negocio Canvas, para que en el cantón de Pedro Vicente Maldonado YoguHelado logre aumentar el número de su clientela y llegue a posicionarse como la primera heladería viable en ofrecer helados de yogur, brindando diferentes presentaciones de tipo natural, mixta, acompañada por varias frutas tropicales, galletas y toppings.

Una de las razones que conlleva a tomar la decisión de consumir en YoguHelado es porque este negocio es la única heladería en la región que ofrece helados a base de yogurt, captando la atención de la población ya que es una opción diferente que reemplaza a lo habitual. Se pudo compilar que las heladerías tienen su punto de acogida por las vitaminas que contienen sus helados, en este caso se da en el yogurt siendo este la base de los helados que ofrece la empresa. Además proporcionan a nuestros organismos dosis de proteína de alto valor por sus azúcares y otros minerales saludables.

Con la aplicación del modelo Canvas se manifestará que mediante la redacción dinámica, precisa, entendible y editable de sus nueve cuadrantes se logrará que la empresa mejore, optimice en un corto o mediano plazo de una manera notoria. Sustentar que es trascendental que todas las empresas heladeras cuenten con un modelo/plan de negocio sumándose este como fortaleza de la empresa, en este caso sería para YoguHelado.

Sin duda uno de los beneficios directos para YoguHelado, sería que plasmando el modelo de negocio Canvas convirtiéndose este en viable, se podría romper la actual temática de negocio familiar y en alguna instancia podría surgir la necesidad de aumento de personal, brindando oportunidades de empleo a personas del cantón Pedro Vicente Maldonado que pasarían a ser parte de la organización de la empresa.

## **9.- Eje de formación**

### **Tabla 2**

*Eje de formación*

	<b>MATERIAS INTEGRADORAS</b>	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJES</b>
<b>Eje de formación.</b>	<b>Metodología de la investigación y desarrollo de emprendimiento.</b>	Analiza la utilidad del manejo de fuentes de información. Desarrolla la capacidad de análisis y síntesis para el tratamiento del conocimiento científico y aplica al a solución de un problema de investigación en el campo de la Administración.
	<b>Métodos de producción para economía popular y solidaria y talleres artesanales.</b>	Está en la capacidad de aplicar los conocimientos para la creación y gestión de la producción en empresas pequeñas y de economía popular y solidaria. Puede desarrollar sistemas de producción de bienes o generación de servicios.
	<b>Administración de Presupuestos.</b>	Entiende la importancia de los presupuestos como reflejo cuantitativo de los objetivos y herramienta de evaluación del actuar empresarial, así como técnica de planeación financiera. Planea las actividades de la empresa de acuerdo a los objetivos propuestos, a través de la recolección de información financiera dependiendo del tipo de empresa.
	<b>Marketing para emprendedores.</b>	Elabora y aplica los elementos del marketing que se diseñan en los emprendimientos con el fin de proyectar una gestión de excelencia en la pyme. Aplica de manera práctica las estrategias genéricas y alternativas a fin de generar alternativas de competitividad en el mercado a cualquier tipo de organismo económico –social.
	<b>Gestión de la Calidad.</b>	Analiza, identifica y comprende problemas administrativos de manufactura y servicios locales para realizar investigaciones de nivel exploratorio, con enfoque prospectivo para el uso adecuado de métodos que conserven el ecosistema, a fin de promover el desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y Economía Popular y Solidaria.
	<b>Finanzas Corporativas.</b>	Aplica técnicas de análisis financiero y planeación para comprender la situación financiera actual de la organización y proyectarla a futuro de acuerdo a la capacidad y estructura. Calcula la viabilidad y rentabilidad de inversiones, mediante la valoración de diferentes indicadores que administran el riesgo y el rendimiento

*Fuente:* Ejes del proyecto integrador. Investigador Ojeda, A. Tomado del documento de la carrera de Administración para Economía Popular y Solidaria, Micro y Pequeñas Empresas, enero 2023

## CAPÍTULO I

### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 1.1 MARCO TEÓRICO

##### 1.1.1 Modelo Canvas

###### 1.1.1.1 Concepto

Siendo básicamente una metodología para crear modelos de negocio en un formato dinámico y ajustable al contexto que se requiera mediante una plantilla, basándose en una herramienta de gestión estratégica que le ayudará a analizar y crear los métodos necesarios de una manera dinámica y visual. (Silva, 2022)

Como herramienta ayuda a comprender de una manera rápida y eficaz sobre lo que trata la metodología una vez plasmada, gracias a sus nueve cuadrantes los mismos que se presentarán más adelante.

###### 1.1.1.2 Creador

En 1974 nació Alexander Osterwalder en el país de Suiza. Siendo escritor, conferenciante y asesor de innovación de desarrollo empresarial, a su corta edad se convirtió en el mayor experto en innovación empresarial. (Larriba, 2016)

Con el lanzamiento del libro “Business Model Generation” o traducido al español “Generación de Modelos de Negocio” se dio origen al modelo Canvas en el año 2010. Actualmente siendo una de los métodos más usados por emprendedores y empresas a nivel mundial, manteniéndose dentro de la metodología lean-startup que tiene como principal enfoque dar valor al cliente. (Silva, 5 de abril 2022).

###### 1.1.1.3 ¿Para qué sirve la metodología Canvas?

Implementar el modelo de negocio Canvas es una gran ayuda para quien vaya a utilizarlo, ya que permitirá:

- Mantener una información actualizada y de fácil edición a medida que sea notoria la viabilidad de la empresa.
- Comprender el negocio desde diferentes puntos de vista, como la logística, comercio, mercado etc.
- Facilitar la comprensión del modelo de negocio, ya que es una herramienta intuitiva, visual y muy sencilla.
- Dar diferentes puntos de vista y enfoques mientras se trabaja en equipo en la construcción del modelo de negocio.
- Promover en los equipos de trabajo el pensamiento creativo.

(Silva, ¿Qué es el modelo Canvas? Tu plan de negocio paso a paso, 2022)

#### **1.1.1.4 Importancia**

Un punto importante a mencionar es que el método de negocio Canvas reemplaza a los arcaicos modelos gerenciales, dándole oportunidad de ser plasmado en emprendimientos, negocios y empresas por ser el más práctico para agregar a la idea inicial del negocio e impulsar el éxito de la misma de una manera innovadora, teniendo en cuenta que a medida que se van dando los resultados se podría hacer una edición o ajuste del modelo, dándole la oportunidad de hacerlo aún más viable. (Latinoamerica, 2021)

#### **1.1.1.5 Cuadrantes de modelo Canvas**

Se basa específicamente en cuatro áreas fundamentales como: infraestructura, oferta, clientes y finanzas; a partir de estos puntos se construyen nueve bloques o módulos de contenido, los mismo que se mencionan y fundamenta a continuación.

##### **1.1.1.5.1 Propuesta de valor**

¿Qué valor estamos otorgando a los clientes? ¿Qué necesidad estamos satisfaciendo o resolviendo? Son preguntas claves para saber que debemos incorporar, mejorar u optimizar para solventar los problemas o necesidades que tienen nuestros clientes. Demostrando que podemos brindar la mejor opción. (Larriba, 2016)

#### **1.1.1.5.2 Segmento de clientes**

¿Quiénes son tus clientes?, en este segmento se concretan los diversos tipos de clientes o nichos de mercado concretos los cuales serían acreedores de los servicios o productos que la empresa ofrece. Estos grupos deben compartir rasgos, características de manera homogénea, siendo más fácil poder enfocarse en sus necesidades, con el objetivo de investigar de forma sencilla datos demográficos y geográficos. Unos ejemplos de los grupos de clientes que se busca alcanzar serían los mercados segmentados, mercado masivo, mercado diversificado. (García, Modelo de Negocio: Metodología Canvas , 2017)

#### **1.1.1.5.3 Canales**

Es un elemento fundamental de toda empresa, dado que aquí se redacta la forma en que la entidad pretende llegar a los clientes incluyendo la distribución. Los canales son puntos de acercamiento con el consumidor que ejecuta un papel importante en su experiencia.

Entre sus funciones destaca la importancia de que los clientes compren sus productos o servicios para poder ser una entidad que se mantenga en el mercado competitivo, brinda al consumidor una propuesta de valor así mismo los clientes ayudan a evaluar la propuesta de valor de la empresa. Una de las preguntas a utilizar en este segmento es ¿Cómo promueves, vendes y entregas tus productos o servicios? (García, 2017).

#### **1.1.1.5.4 Relación con clientes**

¿Cómo interactúas con los clientes? Es una pregunta para partir en este segmento. Las empresas por instinto deben cuidar, mantener y saciar a los clientes, por eso, en este cuadrante se debe plasmar las estrategias que se tomarán para fidelizar al consumidor. Buscar la manera de mantener un vínculo con el cliente antes, durante y después de haberse hecho acreedor al producto o servicio, dado que mediante esta técnica se garantiza una buena impresión y experiencia para el cliente. (Silva, 2021)

La relación con el cliente se puede dar de diferentes categorías o de forma variada. A continuación se mencionan unas de ellas:

- Asistencia personal exclusiva.
- Servicios automatizados.
- Autoservicio.
- Asistencia personal.
- De manera colectiva.
- En comunidades.

#### **1.1.1.5.5 Fuentes de ingreso**

En el modelo Canvas esta es la parte financiera. Siendo un negocio inicial se buscaría la manera de financiarlo, en otras palabras de donde se va a obtener el dinero para poner en marcha la idea motivante y que la misma resulte viable para poder mantenerse. Por ello, se considera a esta parte como principal, por el hecho de que sin una fuente de inversión inicial es difícil sacar un negocio a flote. (Larriba, 2016)

La fuente de ingreso conocido también como flujo de ingreso, es la forma en que los negocios, empresas diseñan planes estratégicos para monetizar la propuesta de valor, de esta manera logrando mantenerse en el mercado de una manera favorable. El flujo de ingreso no necesariamente siempre debe provenir de las ventas de un producto o servicio, sino también de diferentes fuentes que se complementen. (Rodríguez, Flujo de ingresos: qué es y cómo obtenerlo (incluye ejemplos) , 2021)

Unas de las importancias de la fuente de ingreso es que por este cuadrante se podrá saber la cantidad de clientes que se necesitan, para que el emprendimiento o empresa genere ganancias que lo hagan rentable o le ayuden a alcanzar el punto de equilibrio. Favorece en la definición del precio que se cobrara a los clientes, también ayuda a tener conocimiento del coste de la propuesta de valor. (Rodríguez, 2021)

Una manera de obtener flujo de ingreso es revisando como marcha el punto de venta, analizando la cantidad de dinero que se necesita para operar en el mercado, lo que están dispuestos a pagar los clientes por el producto o servicio. (Rodríguez, 2021)

### **1.1.1.5.6 Recursos claves**

Iniciaremos este segmento con la siguiente pregunta. ¿Qué activos estratégicos tiene la empresa para competir? Aquí se mencionan los activos más relevantes para que el modelo sea viable.

Mencionaremos algunos de los recursos que se consideran indispensables en una organización.

Humanos: Manifiesta el valor humano que ayuda a la rentabilidad de la empresa.

Físicos: Aquellos que ocupan un lugar en el espacio y se los puede describir, tales como máquinas, carros, motos etc.

Económicos: Aquí se puede mencionar dinero en efectivo, garantías, créditos etc.

Intelectual: Asociaciones, patentes, marcas, derechos de autor etc.

Los recursos claves no siempre son de exclusiva propiedad de la empresa, pueden ser de parte de socios, alquilados o solicitados de manera prestada. (Crespo, 2022)

### **1.1.1.5.7 Actividades claves**

Es la principal actividad que realizará la empresa para poner en plan el proyecto, en otras palabras son las acciones fundamentales para que el negocio se mantenga de una manera rentable. De operación, de categorías, de gestión entre otros, son tipos que servirán para la propuesta de valor, para mejorar la relación con los clientes o las fuentes de ingreso.

Si estas acciones no se manejan o desarrollan correctamente, la empresa debe tener conocimientos de que puede fracasar, dado el caso, es indispensable mantener informados de una manera constante a los empleados, socios o quienes lideren la entidad. El lienzo Canvas conecta sus cuadrantes, debido a que influyen unos con otros. Dicho esto, para plasmar las actividades claves es necesario plantear unas preguntas, tales como ¿Qué actividades podrían lograr que se aumenten los ingresos en la empresa?, ¿Cuáles son las actividades indispensables en los medios de distribución?, ¿Cuáles son los métodos más viables para mejorar la relación con los clientes?, ¿Cuáles actividades estimulan mejor la propuesta de valor? Son estas unas preguntas importantes en el cuadrante de actividades claves. (Fernández, 2022)

#### **1.1.1.5.8 Socios clave**

Hace referencia exclusivamente a las conexiones estratégicas que mantiene la empresa para su viable desarrollo. Los principales aliados para una empresa son los socios inversionistas, socios estratégicos, socios industriales esto por mencionar unos. Este segmento tiene como objetivo plasmar una conexión de proveedores y socios, que aporten en el funcionamiento y desarrollo del modelo de negocio.

ES importante plasmar que los proveedores son fundamentales en toda empresa, imagina que no cuentas con un proveedor quien es el que te suministra de mercadería, qué le vas a ofrecer al mercado si no cuentas con el producto que hace rentable el negocio. Cabe mencionar que es importante saber distinguir entre los proveedores que se podrían remplazar por diferentes motivos y los que son esenciales la organización por el valor que aportan. (Sánchez, 2020)

Las relaciones entre los socios claves en su mayoría de veces son de carácter netamente comercial, pero hay que pensar en el motivo por el cual no se ha roto esa conexión, podría ser mediante una pregunta como ¿Cuál es la necesidad de mis socios de trabajar conmigo?, dado que se podría ir más allá de una conexión de carácter comercial y pensar en plantear una propuesta de fidelidad. (Sánchez, Qué son los socios claves en el modelo Canvas y por qué te interesa saberlo, 2020)

#### **1.1.1.5.9 Estructura de costes**

Es beneficioso empezar por este segmento antes de plantear el precio de la propuesta de valor, por la circunstancia que la estructura de costes ayudará a desarrollar métodos para planificar la economía de la empresa de una manera general y de forma concisa. Ser organizado en este bloque ayuda a disminuir las amenazas financieras de la empresa y perfeccionar la viabilidad. (Yun, 2022)

En este modelo Canvas hay varios tipos de costes, los cuales se mencionan a continuación:

Costes variables: Como su nombre lo indica es un consumo variable que puede cambiar en diferentes tiempos, como por ejemplo la energía eléctrica.



Costes fijos: Son aquellos por los que se acostumbra pagar la misma cantidad de dinero.

Costes directos: Aquí entra la mano de obra y las materias primas que son esenciales para la elaboración del producto.

Costes indirectos: Los recursos utilizados para pagar como por ejemplo los salarios de los trabajadores.

Costes de productos fabricados: Aquellos planificados para la producción en un específico periodo de tiempo.

Costes de bienes comercializados: Se los debe diferenciar de productos fabricados porque hay los manufacturados en el pasado.

Según el sector: Los costes tienen que estar separados de acuerdo al área que les corresponde.

## Figura 2

### Lienzo Canvas



Fuente: Modelocanvas.net

## **1.2.1 Heladería**

### **1.2.1.1 Concepto**

Cuando nos referíamos a una heladería, estamos hablando de un espacio comercial, donde el producto principal a vender es el helado y sus derivados, aún existen las heladerías portátiles que en otras palabras más sencillas vienen a ser los carritos de helado. Por lo general este espacio se centra en la venta de helado sin embargo las diferentes heladerías han optado por otro tipo de atractivo o productos relacionado. (Educalingo, 2023)

### **1.2.1.2 Origen**

Si hablamos de heladería, tenemos que analizar el origen del producto clave que la caracteriza, con lo cual nos vamos a referir a los inicios de la elaboración del helado. Ahora si bien es cierto el origen como tal, se cree que ya existía una primera versión del helado alrededor del año 2000 a.C. esta se trataba de una bola hecha con arroz, leche y especias que metían en la nieve para que se congele antes de consumirla. (Desi, Historia del helado, 2018)

Se dice que en el año 400 a.C. los persas comían algo parecido a lo que conocemos como pudín o flan lo cual estaba hecho de rosas y cabellos de ángel, lo consumían esencialmente para los días calurosos de verano. Por otro lado, Alejandro Magno hacía que sus esclavos trajeran nieve de las montañas a la que le agregaban miel y néctar. Nerón realizaba algo similar, pero le añadía sumo de distintas frutas. (Desi, Historia del helado, 2018)

El navegante Marco Polo en el siglo XIII llevó consigo a Italia recetas de postres que en Asia tenían ya una extensa tradición.

En China, el emperador Tang tenía conocimiento de una forma para elaborar mezclas de leche con hielo. Dicho método viajó hasta la India, Persia y después Grecia y Roma gracias a marco Polo.

De esta manera podemos evidenciar una cierta evolución en la receta de la elaboración del helado, estas distintas formas de hacer el helado, naturalmente llevó a que años más tarde, en

1660, el que es considerado como padre del helado, Francesco Procopio Dei Coltelli, inventara una máquina que homogenizaba el azúcar, frutas y hielo. De esta manera se obtenía una crema parecida a la que conocemos hoy en día, Procopio inauguró en París el Café Procope, lugar altamente acudido por artistas e intelectuales, lo cual contribuyó notablemente a la popularización del helado. No obstante, lo que haría que llegue a la cumbre de su popularización sería la apertura de una primera heladería en Estados Unidos a finales del siglo XVIII, así llegando años más tarde a una gran industrialización. (Desi, 2018)

### **1.3.1 Tipos de heladerías**

#### **1.3.1.1 Heladerías Yogurteras**

Este tipo de heladerías han conseguido tener una gran aceptación a nivel mundial, principalmente en España los últimos 5 años. Este se basa específicamente en su elaboración a base de yogurt, derivado de los lácteos. En Estados Unidos unos de los primeros helados hechos con yogurt fueron comercializados por la empresa Dannon. La producción de los helados de yogurt se lo realiza en máquinas, ofreciendo a los consumidores un producto de manera rápida y sencilla. (Gerogelato, 2021)

#### **1.3.1.2 Heladerías Artesanales**

Se caracterizan por realizar la elaboración de sus productos de una forma manual, y al contrario de las heladerías industriales que utilizan colorantes, conservantes y saborizantes artificiales, esta se basa en usar solamente productos frescos. Su precio al público sabe tener un porcentaje un poco mayor a comparación de otros helados, debido a que tiene una mejor calidad y cantidad de productos empleados. Alemania, Argentina, Italia y Japón son unos de los países donde se desarrolla a gran escala los helados artesanales. (EcuRed, Heladería, 2021)

#### **1.3.1.3 Heladerías industriales**

Sus productos se realizan de manera masiva en plantas industriales, su elaboración está conformada esencialmente por saborizantes, colorantes artificiales y estabilizadores para mejorar su sabor y aspecto, lleva una gran cantidad de aire incorporado. Mantiene un fuerte

posicionamiento en el mercado por ser un producto económico y que se lo ofrece en diversas presentaciones. (EcuRed, 2021)

### **1.4.1 Curiosidades del helado**

A nivel mundial Estados Unidos es considerado como el mayor consumidor de helado, por ello el 14 de julio se estableció como el día nacional del helado de dicho país.

En el siglo XX, en estados Unidos surgió la copa de helado Sundae, la cual era servida exclusivamente los días domingos.

En Rio de Janeiro, envolvían el hielo en aserrín y lo metían en grandes cuevas para que no se derrita, llegaba a durar cinco meses, tiempo adecuado para que los heladeros inculquen a la población carioca el gusto por el helado.

Al norte de América, Nancy Johnson fue la precursora de las primeras máquinas de helado. Inventó un congelador, que trabajaba por medio de una palanca la cual cuando se la giraba mezclaba los ingredientes que se le coloquen, manteniendo una camada de hielo y sal en su parte inferior que congelaba.

(EcuRed, 2021)

## **1.5.1 Cantón Pedro Vicente Maldonado**

### **1.5.1.1 Reseña histórica**

En el año 1950, se inicia la colonización del noroccidente de la provincia de pichincha, con Teodoro Arrieta y un grupo de ciudadanos. Logrando legalizar en 1963 la más grande cooperativa denominada “Jhon F. Kennedy” (GoRaymi, 2022) La primera casa comunal se construyó en el Km 111 en el año 1965, definiéndose este lugar para la creación del centro poblado, mismo que se ubica en el Km 115 y 116 de la actual vía Calacalí – La Independencia.

Se parroquializa San Miguel de los Bancos el 29 de Septiembre de 1972, significando independizarnos de la antigua parroquia de Mindo, dando origen jurídicamente al recinto de Pedro Vicente Maldonado perteneciente a la Parroquia de San Miguel de los Bancos. Bajo la dirección del señor Hugo Pérez, primer presidente del Comité de Cantonización, una vez

completados los requisitos y formalidades, el 9 de Noviembre de 1987 se daba inicio al estudio del proyecto de cantonización de la Parroquia Pedro Vicente Maldonado. (GoRaymi, 2022)

El 14 de enero de 1992, el Plenario de las Comisiones Legislativas tenía planteado debatir el proyecto de Ley de Creación del cantón Pedro Vicente Maldonado de la Provincia de Pichincha, por lo cual la junta parroquial respaldada por el padre Josué Izaguirre y guiado por el Comité de Cantonización decidieron llegar al H. Congreso Nacional, en la ciudad de Quito. El 15 de enero de 1992, el Plenario de las Comisiones Legislativas expide la Ley de creación del cantón Pedro Vicente Maldonado, misma que se publica el 24 de enero del mismo año, y plasmada el 28 de enero de 1992 en el Registro Oficial N° 802. (GoRaymi, 2022)

Actualmente, el cantón Pedro Vicente Maldonado se caracteriza por ser un lugar mágico, que resalta por sus diversos atractivos turísticos. Su población, está también integrada por emigrantes de diferentes provincias e incluso por personas peruanas, colombianas y de manera notoria venezolanos, que se han decidido quedarse a residir por su agradable clima cálido húmedo y la gente amable que caracteriza a los pedrovicentinos.

### **1.5.1.2 Ubicación**

Pedro Vicente Maldonado se encuentra situado en los extremos de la cordillera occidental de los Andes, a una altitud de 605 msnm. Es una de las zonas con mayor pluviosidad a nivel noroccidental de Ecuador. Ubicándose al final de la hoya del río Guayllabamba le brinda una gran riqueza hidrológica.

Norte: Provincia de Imbabura – Limite interprovincial – Río Guayllabamba.

Sur: Cantón San Miguel de los Bancos y provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

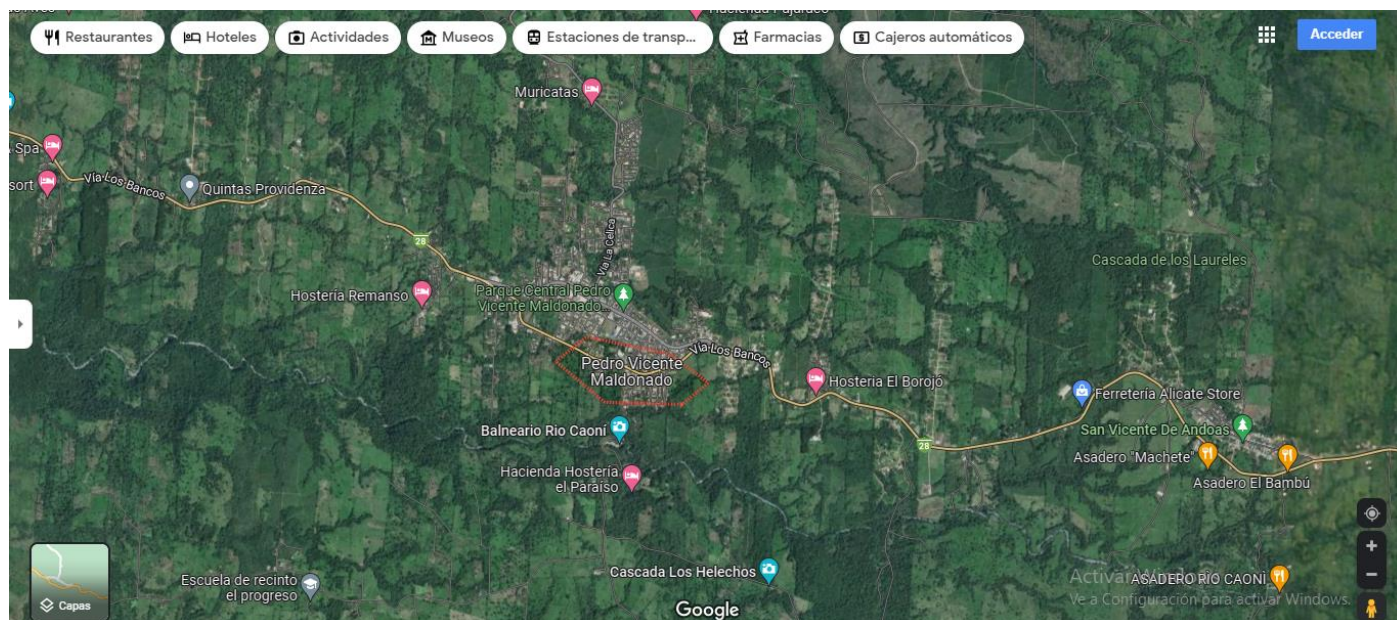
Este: Cantón San Miguel de los Bancos y Distrito Metropolitano de Quito.

Oeste: Cantón Puerto Quito.

(GoRaymi, 2022)

### Figura 3

#### Ubicación cantón Pedro Vicente Maldonado



Fuente: (Google Maps, 2023)

#### 1.5.1.3 Clima

Tiene un clima cálido húmedo, con un promedio habitual de 16°C y un cambio de 25°C en los meses de febrero, marzo, abril y mayo. Su humedad rota entre 84.5% y 87.5%. (GoRaymi, 2022)

#### 1.5.1.4 Población

El cantón de Pedro Vicente Maldonado cuenta con una población de 12.924, según datos del INEC 2010. Con la cantidad de 7.363 habitantes siendo la zona rural la más grande, y la urbana con 5.561 habitantes.

## **1.2 MARCO LEGAL**

### **Constitución de la República del Ecuador**

#### MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD SUBSECRETARÍA DE CALIDAD

Que de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 52 de la Constitución de la República del Ecuador, “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características”;

El Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN, de acuerdo a las funciones determinadas en el Artículo 15, literal b) de la Ley No. 2007-76 del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, reformada en la Novena Disposición Reformatoria del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 351 de 29 de diciembre de 2010, y siguiendo el trámite reglamentario establecido en el Artículo 29 de la misma Ley, ha formulado el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 070 “Helados”;

#### **Ley del Artesano.-**

Artículo 285.- Aquellos que se consideren artesanos.- Las disposiciones de este capítulo comprenden a operarios, aprendices maestros de taller, y artesanos autónomos, sin perjuicio de lo que con respecto de los aprendices se prescribe en el Capítulo VIII, del Título I.

Se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo, hubiere invertido en su taller en maquinarias, materias primas, implementos de trabajo o una cantidad no mayor a la que señala la ley, y que tuviere bajo su dependencia no más de cinco aprendices quince operarios; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller. De igual forma se considera

como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios. (Library, 2016)

### **Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 070 “Helados”. Objeto.-**

1.1 Este reglamento técnico plantea los requisitos que deben cumplir los helados y las mezclas para helados con la finalidad de prevenir los riesgos la vida y salud de las personas, y evitar prácticas que puedan inducir a error a los consumidores. (Library, 2016)

### **Campo de aplicación**

2.1 Este reglamento técnico se aplica a helados listos para el consumo y a las mezclas para helados en forma líquida, concentrada o pulverizada.

2.2 Este reglamento técnico también se aplica a los componentes que entran en la elaboración del helado, tales como: preparados a base de harinas, frutas y otros.

### **Régimen de sanciones**

13.1 Los proveedores de estos productos que no cumplan con lo establecido en este reglamento técnico recibirán las sanciones previstas en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad y demás leyes vigentes, según el riesgo que implique para los usuarios y la gravedad del incumplimiento. (Library, 2016)



## **1.3 MARCO CONCEPTUAL**

### **1.3.1 Compilar**

Proviene del latín *compilatō*, en términos sencillos es la acción de juntar, reunir información que se sea parecida o que comparta la misma temática, esta puede ser extraída de textos, libros, blogs etc. (Pérez Porto, 2018)

### **1.3.2 Arcaico**

Hace referencia a lo antiguo, pasado de moda, que no sigue tendencias actuales o que no ha alcanzado su desarrollo. (Ucha., 2018)

### **1.3.3 Optimizar**

Es una palabra bastante común que se presenta más en el ámbito de informática, y se traduce en términos fáciles de comprender como mejor rendimiento, mejor realización de actividades, más eficiente. (ColmenaresJ, 2019)

### **1.3.4 Homogéneo**

Es de origen griego. Que está formado por elementos de su misma naturaleza o clase, puede ser usado en diferentes contextos pero en este caso se refiere a lo parecido, similar, semejante o uniforme. (Significados.com, 2019)

### **1.3.5 Variable**

Pueden ser de carácter cualitativo siendo todo lo que se refiere a cualidades o características, y cuantitativas cuando trate de términos numéricos. También hace referencia a aquellas cosas, situaciones que son propensas a ser modificadas, o cambiadas de manera determinada o indeterminada por ser de poca estabilidad. (Etecé, 21)

### **1.3.6 Marco legal**

Conjunto de reglamentos y leyes, que marcan las bases y límites sobre los que una empresa puede actuar. (Indeed, 2022)

## **CAPÍTULO II**

### **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 Paradigma**

Para YoguHelado el enfoque de la investigación se da de manera cuantitativa, que hace referencia al método basado en aspectos numéricos. Mediante preguntas elaboradas y planteadas de una manera concreta, se lanza una encuesta de manera online, dirigida a un segmento de población de Pedro Vicente Maldonado, siendo estos de interés, con la finalidad de obtener análisis y resultados estadísticos exactos sobre lo que se busca saber.

#### **2.2 Método de investigación**

Siendo en este proyecto el más viable usaremos el método científico, el cual se ha destacado desde el siglo XVII, por basarse en el análisis sistemático, la experimentación, la medición, formulación, análisis y la modificación de hipótesis. Dicho esto, nos será útil mediante técnicas y procedimientos que servirán para elaborar y solucionar problemáticas de la investigación.

#### **2.3 Tipo de diseño de investigación**

##### **2.3.1 De campo**

La investigación de campo es aquella que alude a la obtención de información y datos de carácter real extraídos de la población investigada, misma que es recolectada por el investigador. Para la empresa YoguHelado se emplea el método de la encuesta, para crear el modelo de negocio Canvas en base a los resultados obtenidos.

#### **2.4 Técnica de investigación**

##### **2.4.1 Encuesta**

Es un método altamente utilizado como procedimiento de investigación, que tiene como finalidad obtener resultados de información o datos exactos sobre un grupo o población

analizada, sobre la cual es lanzada la encuesta de manera online basándose en interrogantes enfocadas en un tema determinado, las preguntas pueden darse con la intención de obtener respuestas abiertas o cerradas, esto dependerá de la persona o entidad que la estructure.

## **2.5 Nivel de investigación**

### **2.5.1 Exploratorio**

Conocido también como enfoque de teoría fundamentada o investigación interpretativo, debido a que responde a las interrogantes qué, por qué y cómo. Teniendo una investigación efectuada básicamente cuando se tiene como objetivo examinar un problema o tema de investigación de bajo estudio. Cabe mencionar que este tipo de temática busca originar hipótesis que encaminen al desarrollo de un profundo estudio para generar conclusiones.

### **2.5.2 Descriptivo**

La investigación del subtema tratado tiene como objetivo describir una demografía, en este caso la del cantón Pedro Vicente Maldonado, haciendo a un lado los motivos por los cuales se produce un definido fenómeno. Es decir, detalla el tema de investigación sin cubrir el “por qué” sucede, debido a que su metodología se enfoca en el “qué” y no en el “por qué”.

## **2.6 Unidad de análisis**

### **2.6.1 Población**

YoguHelado tiene su único establecimiento en el cantón Pedro Vicente Maldonado, ubicado al noroccidente de Pichincha, cuenta con una población total de 12.924, desglosado en 7.363 habitantes de la zona rural y 5.561 de la zona urbana, según el INEC 2010. PDyOT 2015: Dirección de Planificación y Territorialidad.

### **Figura 4**

*Mapa del cantón Pedro Vicente Maldonado*



*Fuente:* WIKIPEDIA, Mapa de Pedro Vicente Maldonado, Pepe Dávila.

### **2.6.2 Muestra**

Considerando que la población cuenta con un número muy alto de habitantes, este modelo de negocio Canvas estará enfocado en la unidad investigativa en la población de la cabecera cantonal de Pedro Vicente Maldonado, misma que cuenta con 5.561 habitantes, siendo este el segmento directo que YoguHelado prioriza como clientela por ser el que más hace demanda del producto.

### **Figura 5**

*Ubicación de la cabecera cantonal de Pedro Vicente Maldonado*



*Fuente:* (Municipio de Pedro Vicente Maldonado)

### 2.6.3 Psicográfica

Nos permite elegir de un mercado general a un grupo específico de demandantes fijos de consumidores del producto, en este caso del helado que ofrece YoguHelado. Teniendo como objetivo principal fidelizarlos como compradores constantes y poder manejar sus intereses personales sobre el producto, anhelos y motivaciones.

**Tabla 3**  
*Matriz psicográfica*

PSICOGRÁFICAS			
ESTILO DE VIDA	OCUPACIÓN	BENEFICIOS DEL PRODUCTO	CONSUMO DEL PRODUCTO
Saludable	Estudiantes Trabajadores	Beneficia a la salud Refrescante	En momentos de fechas especiales, momentos familiares o por deseo personal

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. febrero 2023.

**Tabla 4**  
*Matriz geográfica*

GEOGRÁFICAS		
PROVINCIA	CANTÓN	CLIMA
Pichincha	Pedro Vicente Maldonado	Cálido húmedo
CANTIDAD DE POBLACIÓN A INVESTIGAR		ACCESO DE PERSONAS Y TRANSPORTE
5.561 habitantes según el INEC 2010. PDyOT 2015: Dirección de Planificación y Territorialidad.		Ubicándose el establecimiento en una zona urbana se facilita el acceso caminando o en transporte

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. febrero 2023

## 2.7 Cálculo de la muestra

Para calcular la muestra a estudiar se usara la siguiente formula correspondiente.

Formula:

n= Tamaño de la muestra	¿?
PQ=	0.17
E2= Error estándar máximo error posible	0.8
K=	2=4
N= Tamaño de la población	(5.561)

$$n = \frac{PQ \times N}{N - 1 \left( \frac{E^2}{K^2} \right) + PQ}$$

$$n = \frac{0.17 * 5561}{5561 - 1 \left( \frac{0.08^2}{2^2} \right) + 0.17}$$

$$n = \frac{945}{5560 \left( \frac{0,0064}{4} \right) + 0,17}$$

$$n = \frac{945}{9,066}$$

$$n = 104 \text{ muestra}$$

## 2.8 Instrumento

### 2.8.1 Cuestionario estructurado

## TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO PICHINCHA

### Encuesta de opinión

**Objetivo:** Recolectar información relacionada con la heladería YoguHelado, por lo cual se solicita responder con la mayor sinceridad posible para poder realizar este proyecto. Gracias por su información.

**Instrucciones:** Por favor señale con un punto la alternativa que considere adecuada a su criterio.

#### 1 ¿Conoce usted la heladería YoguHelado?

- ❖ Sí la conozco
- ❖ No la conozco

#### 2 ¿Con qué recurrencia consume helado?

- ❖ Frecuentemente
- ❖ Regularmente
- ❖ Pocas veces

**3 ¿Es de su agrado sus productos a base de yogurt?**

- ❖ Bastante
- ❖ No mucho

**4 ¿Cuál característica lo motiva a consumir sus productos?**

- ❖ Sabor
- ❖ Precio
- ❖ Calidad

**5 ¿Cuál presentación es la de su preferencia?**

- ❖ Cono
- ❖ Tarrina
- ❖ En copa

**6 ¿Considera usted que debería haber una oferta especial para estudiantes?**

- ❖ Sí con los helados de cono
- ❖ Con los helados de tarrina

**7 ¿Está de acuerdo en los precios de los productos según sus presentaciones?**

- ❖ Sí estoy muy de acuerdo
- ❖ No estoy de acuerdo

**8 ¿Prefiere consumir dentro o fuera del establecimiento?**

- ❖ Dentro del establecimiento
- ❖ Fuera del establecimiento

**9 ¿Qué factor infiere en la motivación del consumo?**

- ❖ Antojo repentino
- ❖ Por plan
- ❖ Clima



**10 ¿Si tuviera la oportunidad de volver a consumir uno de los productos lo haría?**

- ❖ Sí con mucho gusto
- ❖ No lo haría

**2.8.2 Análisis e Interpretación de resultados del cuestionario (Encuesta)*****Datos informativos***

***Género:*** Indiscriminado

***Edad:*** Indiscriminado

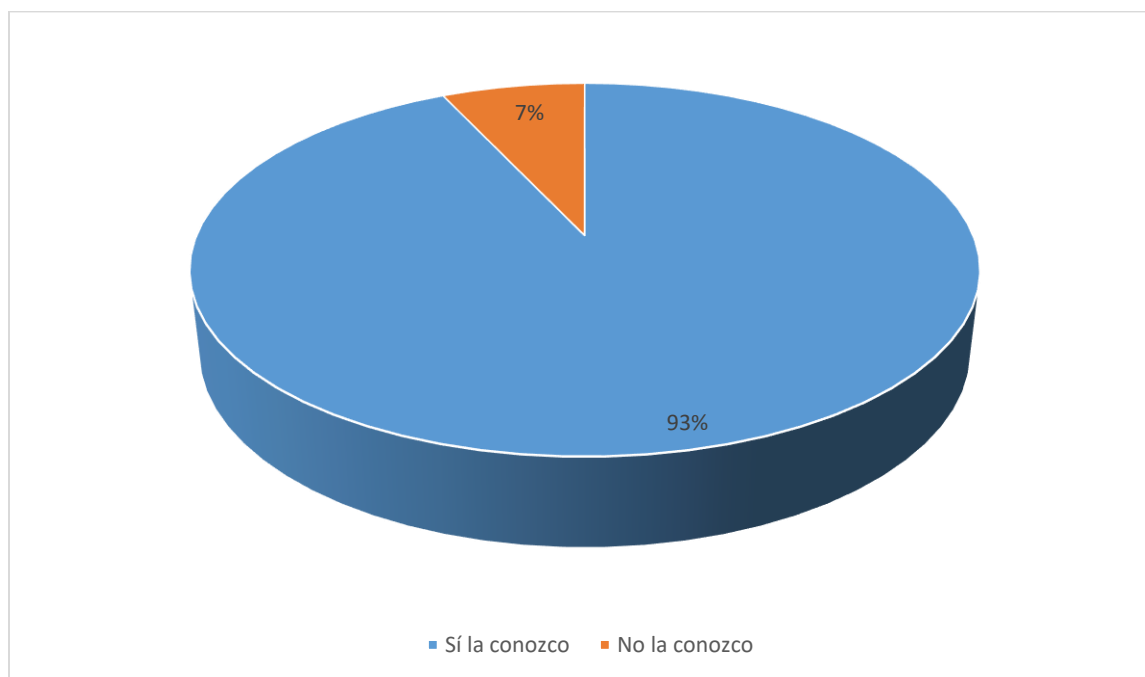
***Ocupación:*** Indiscriminado

***Cuestionario***

1 ¿Conoce usted la heladería YoguHelado?

**Figura 6**

*Interpretación pregunta 1*



*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

**Tabla 5**  
*Tabla de la encuesta*

Categoría	Resultado	Porcentaje
<b>Sí la conozco</b>	96	93%
<b>No la conozco</b>	8	7%
<b>Total</b>	104	100%

*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

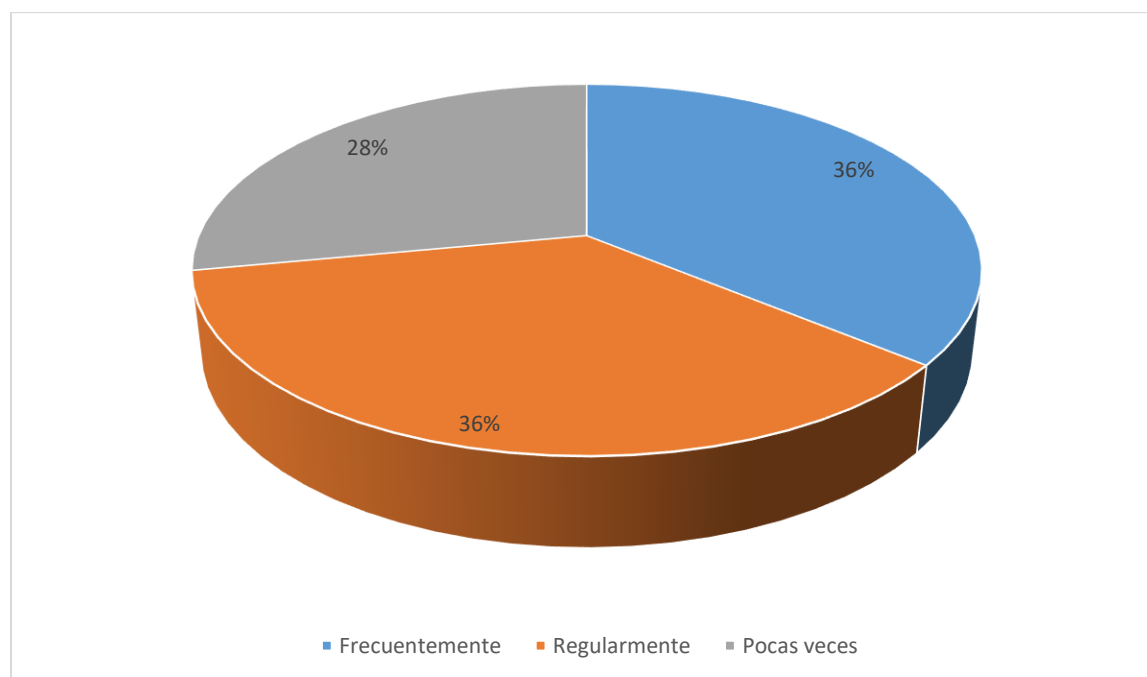
**Interpretación:**

La figura correspondiente a la pregunta uno muestra que el 93% sí conoce la heladería YoguHelado, y un porcentaje bastante bajo del 7% no la conoce.

2 ¿Con qué frecuencia consume helado?

**Figura 7**

*Interpretación pregunta 2*



*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

**Tabla 6**  
*Tabla de la encuesta*

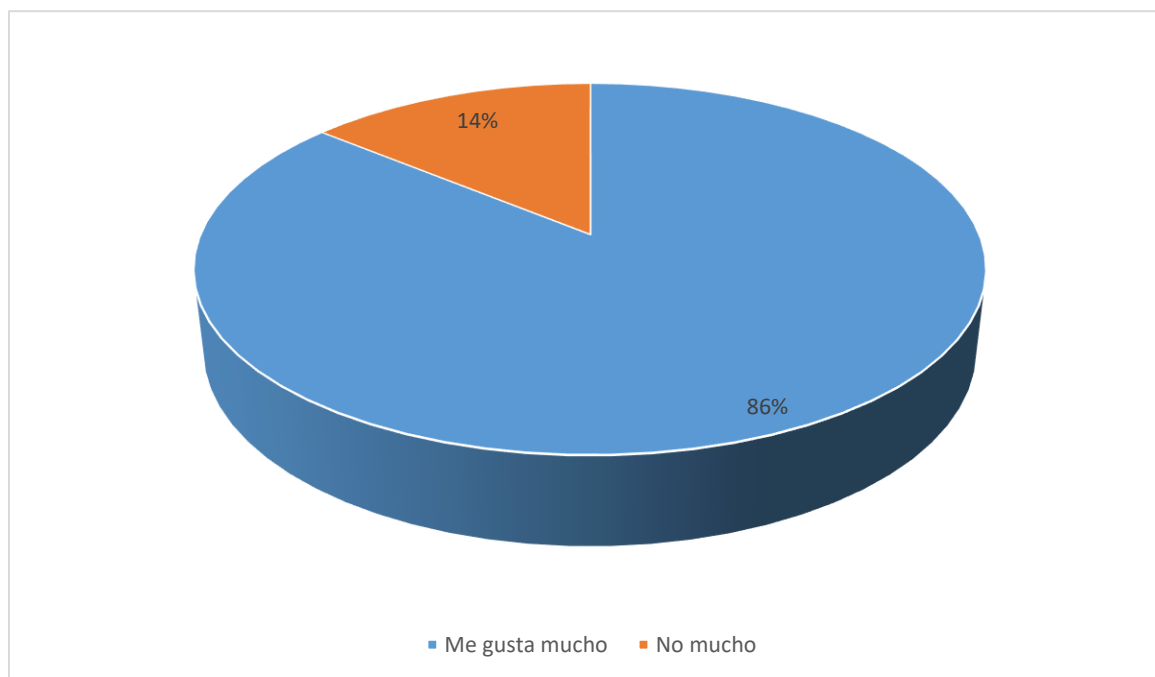
<b>Categoría</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Frecuentemente</b>	37	36%
<b>Regularmente</b>	37	36%
<b>Pocas veces</b>	30	28%
<b>Total</b>	104	100%

*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

**Interpretación:**

Sobre la recurrencia del consumo existe un empate de 36% en consumo frecuente y un 36% en consumo regular, un 28% es el porcentaje de personas que consumen pocas veces el helado.

3 ¿Es de su agrado sus productos a base de yogurt?

**Figura 8***Interpretación pregunta 3*

*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

**Tabla 7***Tabla de la encuesta*

Categoría	Resultado	Porcentaje
<b>Me gusta mucho</b>	89	86%
<b>No mucho</b>	15	14%
<b>Total</b>	104	100%

*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

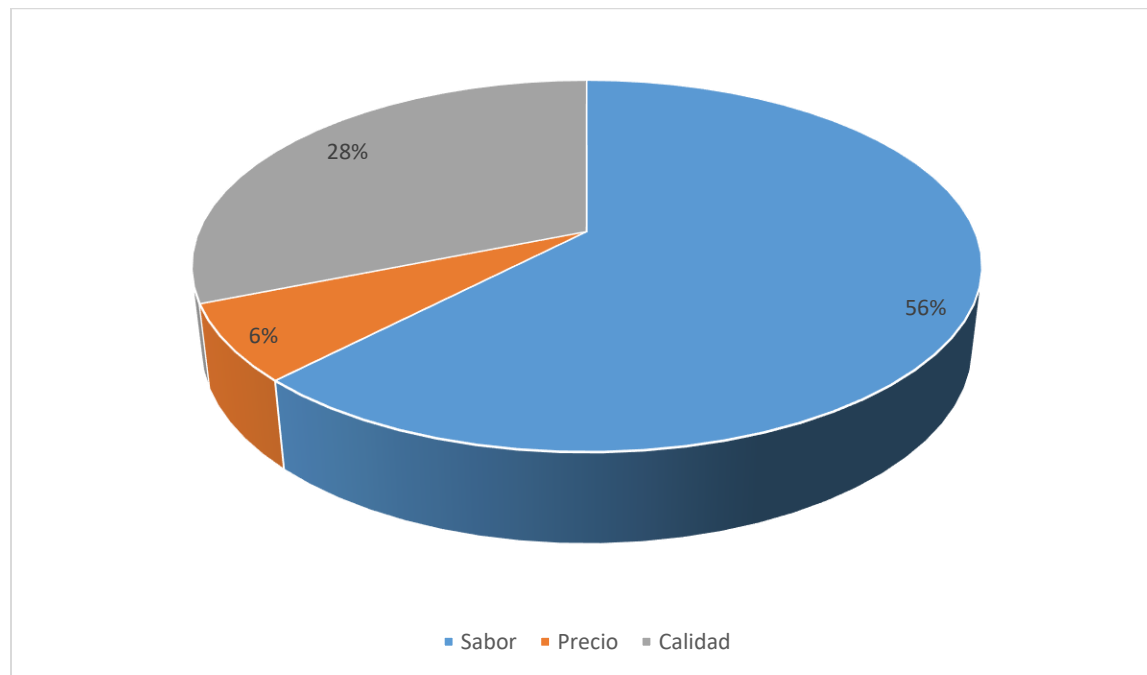
**Interpretación:**

Los datos obtenidos de la pregunta tres sobre el agrado del producto arroja como resultado que al 86% de consumidores les gusta el sabor de sus helados a base de yogurt, y a un 14% no le gusta mucho

4 ¿Cuál característica lo motiva a consumir sus productos?

**Figura 9**

*Interpretación pregunta 4*



*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

**Tabla 8**

*Tabla de la encuesta*

Categoría	Resultado	Porcentaje
<b>Sabor</b>	58	56%
<b>Precio</b>	6	6%
<b>Calidad</b>	40	28%
<b>Total</b>	104	100%

*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

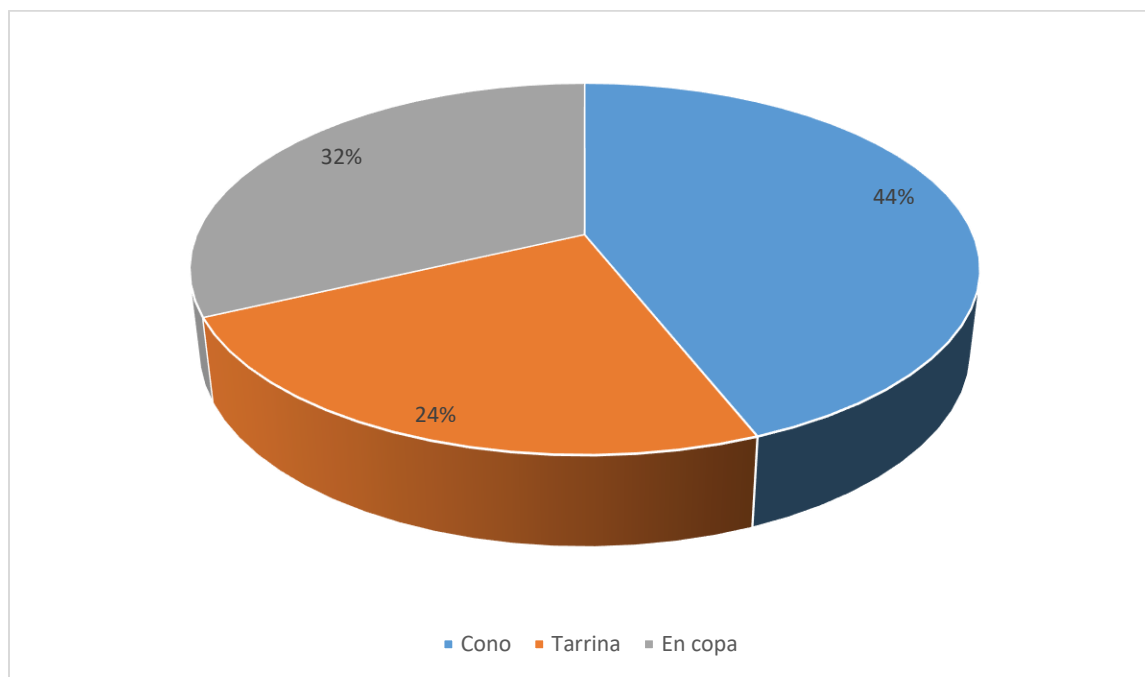
**Interpretación:**

El 56% de los encuestados es motivado al consumo de los productos de YoguHelado por su sabor, el 6% por el precio y un 28% por su calidad.

5 ¿Cuál presentación es la de su preferencia?

**Figura 10**

*Interpretación pregunta 5*



*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

**Tabla 9**

*Tabla de la encuesta*

<b>Categoría</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Cono</b>	46	44%
<b>Tarrina</b>	25	24%
<b>En copa</b>	33	32%
<b>Total</b>	104	100%

*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

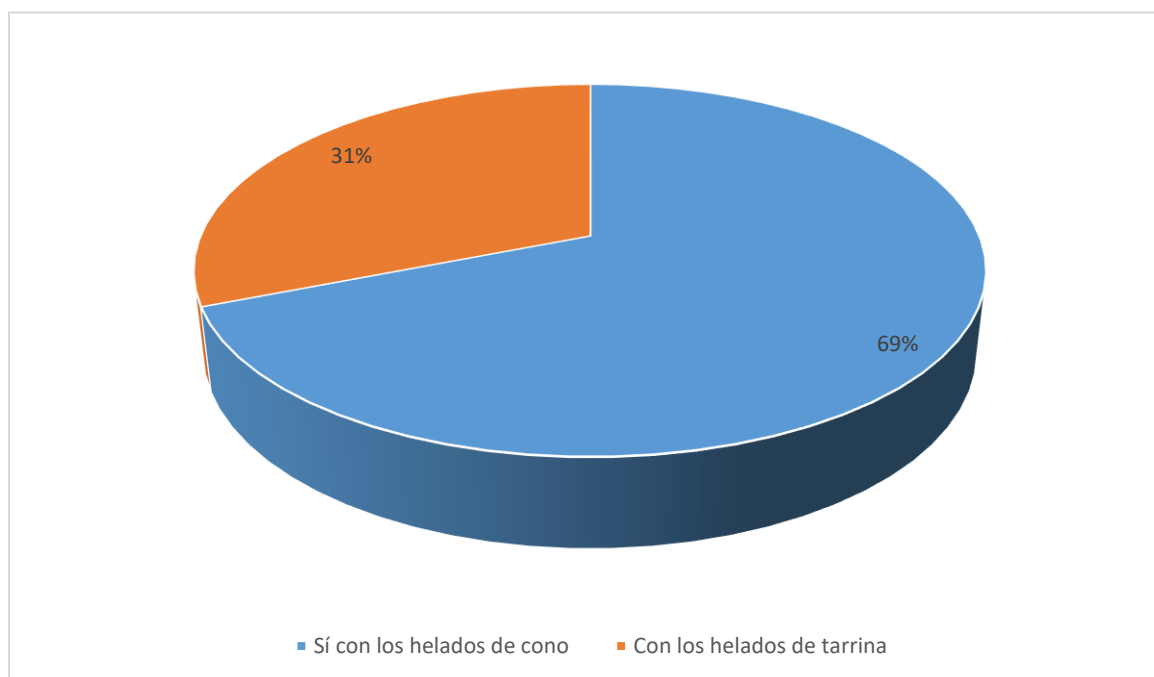
**Interpretación:**

Con respecto a los resultados de la preguntas cinco se muestra que el 44% de los encuestados prefiere consumir el helado en cono, un 24% en tarrina y un 32% los helados de copa.

6 ¿Considera usted que debería haber una oferta especial para estudiantes?

### Figura 11

*Interpretación pregunta 6*



*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

### Tabla 10

*Tabla de la encuesta*

Categoría	Resultado	Porcentaje
Sí con los helados de cono	72	69%
Con los helados de tarrina	32	31%
<b>Total</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

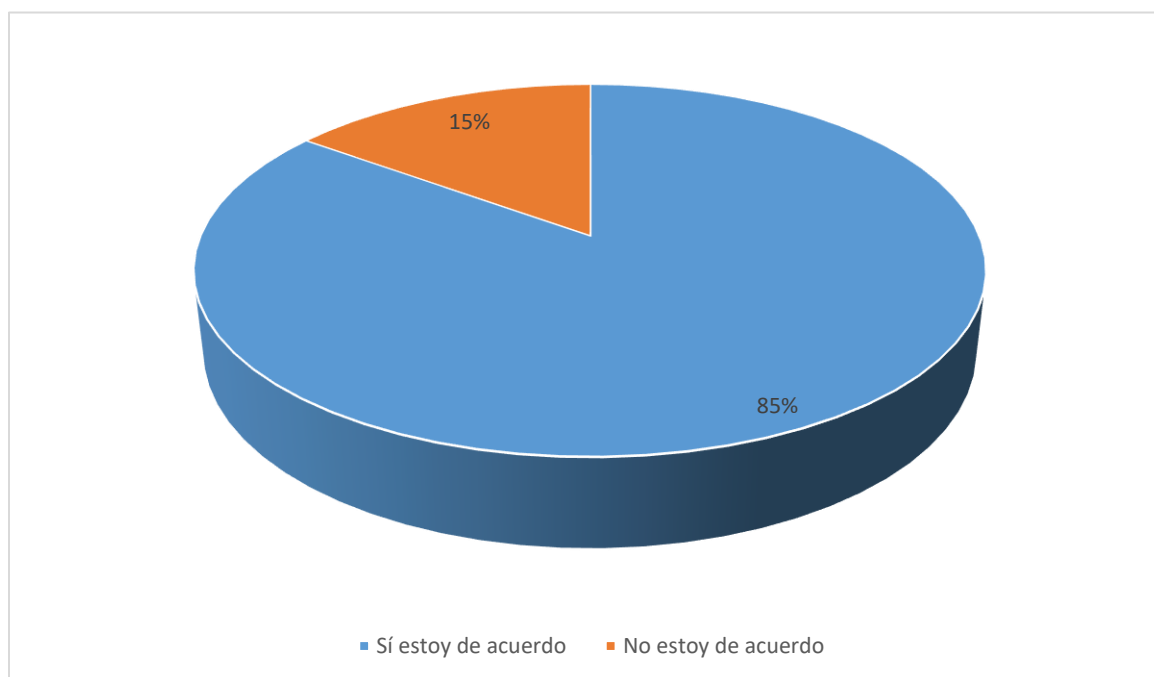
**Interpretación:**

En la figura once se muestra que el 69% considera que sí debería haber una oferta especial para estudiantes con los helados de cono, y un 31% cree que la oferta debería ser con los helados de tarrina.

7 ¿Está de acuerdo en los precios de los productos según sus presentaciones?

**Figura 12**

*Interpretación pregunta 7*



*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

**Tabla 11**

*Tabla de la encuesta*

Categoría	Resultado	Porcentaje
Sí estoy muy de acuerdo	89	85%
No estoy de acuerdo	15	15%
<b>Total</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

**Interpretación:**

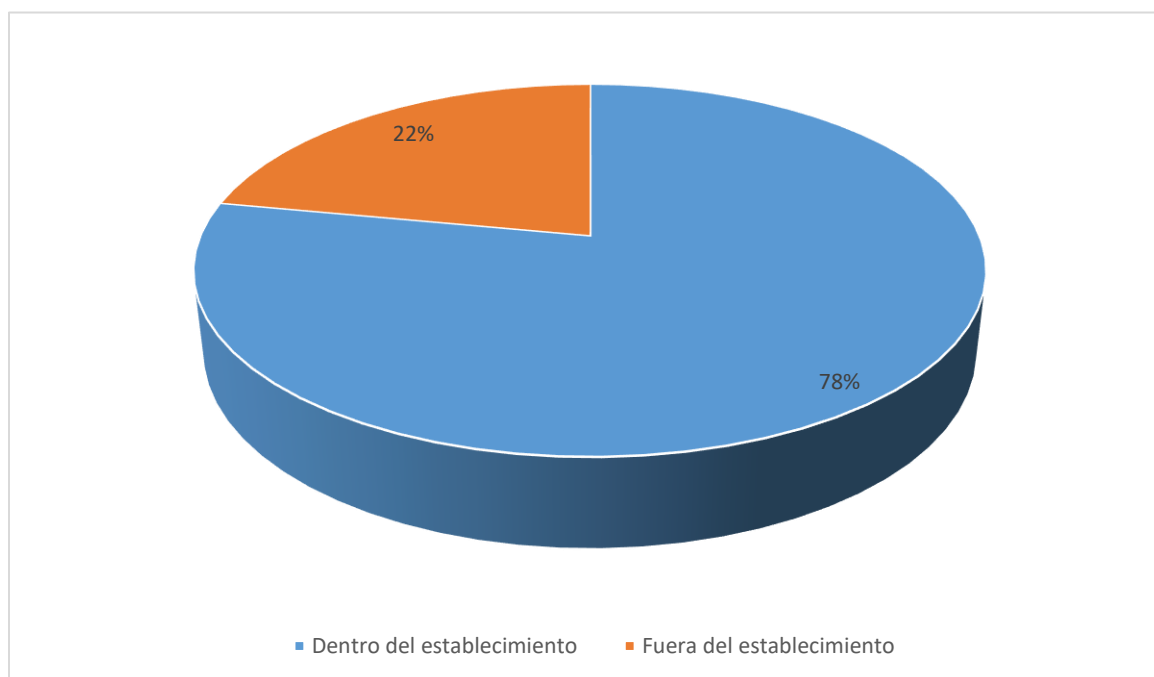


Con respecto a la pregunta número siete se refleja en el grafico que el 85% de los encuestados está de acuerdo con los precios de los productos según sus presentaciones, y un 15% no se encuentra de acuerdo.

8 ¿Prefiere consumir dentro o fuera del establecimiento?

**Figura 13**

*Interpretación pregunta 8*



*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

**Tabla 12**

*Tabla de la encuesta*

Categoría	Resultado	Porcentaje
<b>Dentro del establecimiento</b>	82	78%
<b>Fuera del establecimiento</b>	22	22%
<b>Total</b>	104	100%

*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

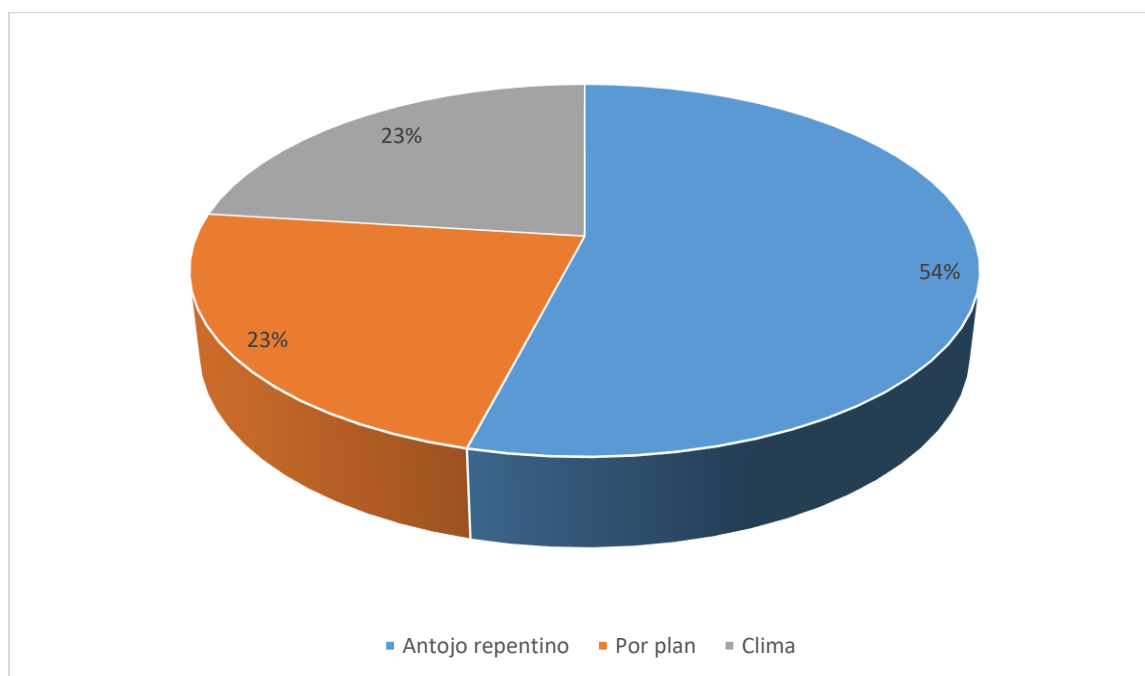
**Interpretación:**

Con un 78% los encuestados dan a conocer que prefieren consumir los helados dentro del establecimiento, mientras que un 22% indica que optan por la opción fuera del establecimiento es decir lo consumen mientras se desplazan.

9 ¿Qué factor influye en la motivación del consumo?

**Figura 14**

*Interpretación pregunta 9*



*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

**Tabla 13**  
*Tabla de la encuesta*

Categoría	Resultado	Porcentaje
<b>Antojo repentino</b>	56	54%
<b>Por plan</b>	24	23%
<b>Clima</b>	24	23%
<b>Total</b>	104	100%

*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

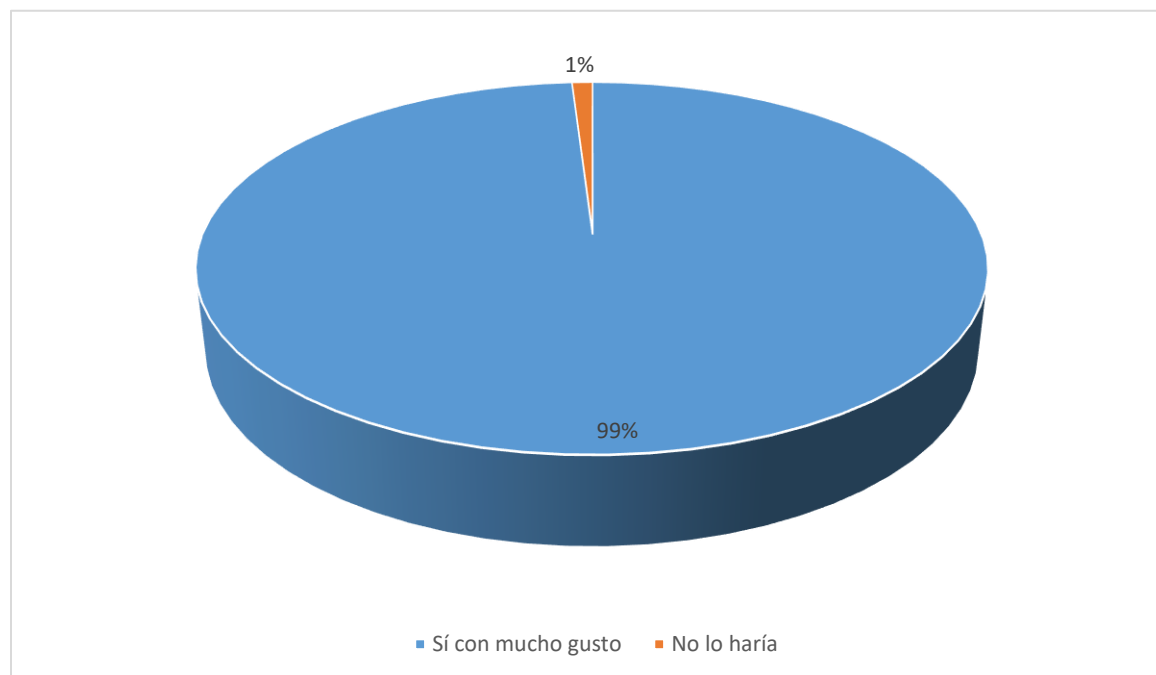
**Interpretación:**

La figura número catorce correspondiente a los resultados de la pregunta nueve del cuestionario, muestra que el 54% es motivado al consumo del helado por antojo repentino, un 23% por plan y en un mismo porcentaje del 23% lo consume dependiendo del clima.

10 ¿Si tuviera la oportunidad de volver a consumir uno de los productos lo haría

**Figura 15**

*Interpretación pregunta 10*



*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

**Tabla 14**  
*Tabla de la encuesta*

<b>Categoría</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sí con mucho gusto</b>	103	99%
<b>No lo haría</b>	1	1%
<b>Total</b>	104	100%

*Fuente:* Datos obtenidos de los encuestados. Investigador: Ojeda, A. marzo 2023.

**Interpretación:**

Sobre la oportunidad de volver a consumir los productos de YoguHelado, el 99% de los encuestados respondieron que los volverían a consumir con mucho gusto, y un 1% dice que no lo haría.

### **CAPÍTULO III**

#### **3.1 Diseño de Modelo de Negocio Canvas**

8

**Socios clave**

- ❖ Proveedores del yogurt
- ❖ Proveedores de suministros para el helado
- ❖ Mercado proveedor de las frutas
- ❖ Aliados de las diferentes compañías de delivery del cantón Pedro Vicente Maldonado.



7

**Actividades clave**

- Producción industrial del helado a base de yogurt.
- Atención de calidad al cliente en su servicio para llevar o servirse en el establecimiento.

6

**Recursos clave**

- ❖ Máquina industrial
- ❖ Área de cocina para lavar y picar frutas
- ❖ Estantería de productos/elementos que acompañan el helado
- ❖ Inmobiliario de muebles/ mesas del local

1

**Propuesta de valor**

- ❖ Brindar al mercado un producto que se diferencia del resto por ser a base de yogurt natural o mixto.
- ❖ Atención cordial, rápida, eficaz y de calidad.
- ❖ Precios accesibles en sus diferentes presentaciones heladeras.



4

**Relación clientes**

- ❖ Concursos mediante sus redes sociales.
- ❖ Promociones en días festivos y descuentos en días feriados.
- ❖ Premiar la fidelidad de los clientes en su cumpleaños.

3

**Canales**

- ❖ Interacción directa con los clientes en el establecimiento.
- ❖ Servicio a domicilio mediante delivery.
- ❖ Mediante redes sociales y publicidad volante.

2

**Segmento de clientes**

- ❖ Pobladores de la cabecera cantonal de Pedro Vicente Maldonado, siendo estos los mayores consumidores.
- ❖ Niños y adolescentes de las tres instituciones educativas que se encuentran en el sector.
- ❖ Adultos y público en general que transita por la av. 21 de Junio.

9

**Estructura de costes**

- ❖ Producto principal el yogurt
- ❖ Pago de servicios básicos de luz, agua e internet.
- ❖ Publicidad por redes sociales y medios de comunicación como la radio.
- ❖ Insumos que llevan/terminan en el producto como toppings, conos, galletas, tarrinas, servilletas etc.
- ❖ Frutas tropicales

5

**Fuentes de ingreso**

- ❖ Ingreso principal de las ventas, receiptando pagos en efectivo o transferencia.
- ❖ Capital propio que aporta la familia.



## **3.2 YoguHelado**

### **3.2.1 Reseña histórica**

La raíz de la heladería YoguHelado se da mediante la Sra. Gloria Rea y su esposo el Sr. Henry Celi, en el año 2014 mientras residían en el país de España. La señora Gloria dice que para ella no hay nada que un helado no pueda resolver, cuando estás feliz, deprimido o cuando quieres compartir un momento con alguien especial, así que por estas razones siempre estaba buscando lugares donde los helados o nieves sean increíblemente inspiradores.

Junto a su esposo tuvo la oportunidad de visitar una heladería italiana, un lugar muy bonito y con una buena atención, pero la mejor parte no fue el lugar ni la atención sino lo que ofrecían, helados hechos a base de yogurt, algo nuevo y que le encantó mucho a ambos, fue ahí donde decidieron hablar con el dueño de la heladería quien era de origen italiano, pudieron negociar y comprar la receta de los helados.

Con la receta adquirida decidieron viajar a Ecuador para visitar a su familia y con el objetivo de ponerse una heladería, convirtiéndose en una realidad.

El nombre que le pusieron es YoguHelado, porque dice la Sr. Gloria que ese es el nombre perfecto para la heladería, porque de verdad el sabor es delicioso, se nota que la calidad de los ingredientes es lo que hace que cada helado sea un postre único, además de que cuentan con sabores que no encuentras en cualquier lugar.

Abriendo sus puertas al público por primera vez en el año 2015 en el cantón Pedro Vicente Maldonado, exactamente en la av. 21 de junio al lado del Comercial Home Center Jaramillo.

Actualmente se encuentra ubicada en la av. 21 de Junio al lado de la farmacia Cruz Azul.

La heladería YoguHelado se ha convertido en un negocio familiar, siendo la base principal de su economía.

Gracias a la gran acogida que han tenido estos helados hechos a base de yogurt natural o mixto, tienen en planes abrir otras sucursales en los cantos vecinos de San Miguel de Los Bancos y Puerto Quito.

### 3.2.2 Misión

Brindar a todos nuestros clientes un producto 100% natural a base de yogurt cumpliendo con los más altos estándares de calidad garantizando excelencia y satisfacción a todos nuestros consumidores.

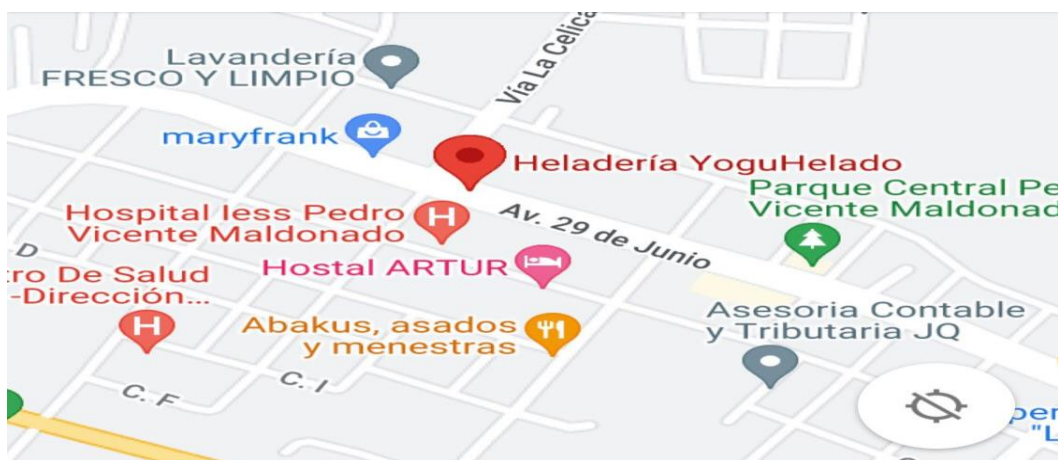
### 3.2.3 Visión

Posicionar a YoguHelado como una empresa productora y comercializadora, proyectándonos a crecer a nivel nacional y no muy lejano a nivel internacional, logrando establecernos en el mercado como la mejor empresa de helados de yogurt.

### 3.2.4 Ubicación

Cantón Pedro Vicente Maldonado, en el centro poblado, Av. 29 de Junio al lado de la farmacia cruz azul.

**Figura 16**



Fuente: (Google Maps, 2021)

### 3.2.5 Productos y servicios

YoguHelado brinda su clientela los diferentes helados fidelizando su componente principal, el yogurt.

- ❖ Helado de cono natural
- ❖ Helado de cono mixto
- ❖ Helado en tarrina
- ❖ Helado plato de cono
- ❖ Copa de helado con queso
- ❖ Copas de helados

Los fines de semana brinda productos extra como:

- ❖ Pan de yuca con taza de yogurt
- ❖ Postre de chocolate
- ❖ Waffles

### 3.2.6 Organigrama estructural de YoguHelado

**Figura 17**

*Organigrama estructural de YoguHelado*



*Fuente:* Elaboración propia Ojeda, A. marzo 2023.



### 3.3 Organigrama funcional de la empresa

En YoguHelado la conformación de las funciones de los puestos se dan de la siguiente manera.

#### 3.3.1 Administradora general

**Tabla 15**

*Estructura de funciones de administradora general*

<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>	<b>ADMINISTRADORA GENERAL</b>
<b>VINCULACIÓN A LA EMPRESA:</b>	Dueña
<b>LÍNEA DE REPORTE:</b>	Ninguno
<b>LÍNEA DE SUPERVISIÓN:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Departamento de atención al cliente</li> <li>❖ Área de cocina</li> <li>❖ Administración de redes sociales</li> <li>❖ Departamento de adquisición de mercadería</li> </ul>

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

#### Detalle de funciones

- ❖ Supervisar que la atención al cliente se de calidad ya sea de manera presencial o por pedido mediante redes sociales.
- ❖ Verificar que en el área de cocina el lavado y picado de frutas se realice de una manera higiénica y correcta.
- ❖ Revisar que la administración de las redes sociales de YoguHelado se esté dando dentro de las normas comunitarias que tiene cada plataforma social.
- ❖ Asegurarse de que la adquisición de la mercadería sea la adecuada en precio, calidad y pedido.

#### 3.3.2 Atención al cliente

**Tabla 16**

*Estructura de funciones atención al cliente*

<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>	<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>
<b>VINCULACIÓN A LA EMPRESA:</b>	Familiar
<b>LÍNEA DE REPORTE:</b>	Administradora general
<b>LÍNEA DE SUPERVISIÓN:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Área de cocina</li> </ul>

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

### Detalle de funciones

- ❖ Atención a los clientes de manera eficaz
- ❖ Recepción de pedidos para envíos a domicilio
- ❖ Limpieza de mesas y muebles del establecimiento
- ❖ Encargado de caja
- ❖ Abrir y cerrar el local en los horarios establecidos

### 3.3.3 Encargado del área de cocina

**Tabla 17**

*Estructura de funciones encargado del área de cocina*

<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>	<b>ENCARGADO DEL ÁREA DE COCINA</b>
<b>VINCULACIÓN A LA EMPRESA:</b>	Familiar
<b>LÍNEA DE REPORTE:</b>	Administradora general

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

### Detalle de funciones

- ❖ Compra de la fruta eligiendo la de mejor aspecto y calidad
- ❖ Aseo del área de cocina
- ❖ Lavar y pelar la fruta
- ❖ Colocar en los diferentes recipientes para ser colocados en el mostrador de la barra de atención al cliente
- ❖ Cambio de frutas en caso de ser necesario por motivo de aspecto

### 3.3.4 Administrador d redes sociales

**Tabla 18**

*Estructura de funciones administrador de redes sociales*

<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>	<b>ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES</b>
<b>VINCULACIÓN A LA EMPRESA:</b>	Familiar
<b>LÍNEA DE REPORTE:</b>	Administradora general

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

### Detalle de funciones

- ❖ Encargado de realizar publicidad en sus plataformas de redes sociales
- ❖ Interacción con el público en transmisiones en vivo para sorteos
- ❖ Promocionas de descuentos y sorpresas en fechas especiales

### 3.3.5 Encargado de adquirir la mercadería

**Tabla 19**

*Estructura de funciones encargado de adquirir la mercadería*

NOMBRE DEL CARGO:	ENCARGADO DE ADQUIRIR LA MERCADERÍA
VINCULACIÓN A LA EMPRESA:	Familiar
LÍNEA DE REPORTE:	Administradora general

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

#### **Detalle de funciones**

- ❖ Movilización hasta la ciudad de Quito mensualmente para adquirir la mercadería para la elaboración y presentación del helado
- ❖ Comprobación de que el pedido se encuentre dentro de la inversión habitual
- ❖ Revisión de la calidad y fechas de expedición de los diferentes productos y elementos.
- ❖ Empaque al momento de transportar la mercadería
- ❖ Desempacar y ordenar en los lugares designados para cada elemento de la mercadería

### **3.4 Conocimiento de las características del producto**

YoguHelado ofrece sus helados a base de yogurt, brindando a la población diferentes presentaciones con la intención de que el cliente pueda consumir el que más se ajuste a su presupuesto.

Aumentando productos extra los fines de semana como pan de yuca con yogurt, postres de chocolates y waffles, teniendo estos una buena acogida por su clientela.


A continuación se detallan cada uno de los productos.

#### **3.4.1 Primera línea de helados de cono**

Siendo este el más demandado por la clientela, especialmente por los estudiantes, se ofrece en la presentación natural y mixto conservando se componente principal que es el yogurt. Es el más económico de su línea de productos.

**Tabla 20**

*Matriz de características de la línea de helados de cono*

LISTADO DE CARACTERÍSTICAS PRODUCTO O SERVICIO:	LÍNEA DE HELADOS DE CONO
<b>TIEMPO DE PRODUCCIÓN Y ENTREGA</b>	<b>3 minutos</b>
<b>TIEMPO MÁXIMO DE DEMORA</b>	<b>5 minutos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>HELADOS</b></li> </ul>	Helado de cono con yogurt natural Helado de cono sabor mixto
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>ACOMPAÑADO</b></li> </ul>	Topping de fresa Topping de chocolate Chocolate caliente Servilleta
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>RECOMENDACIONES</b></li> </ul>	Consumir de manera inmediata el helado
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>PRECIO</b></li> </ul>	Helado de cono con yogurt natural 0.50 Helado de cono con yogurt mixto 0.50
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>FOTO:</b></li> </ul>	


*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

### 3.4.2 Segunda línea helados en tarrina y plato de cono

Son los más demandados por la clientela que prefieren acompañar al helado con frutas, en su presentación en tarrina o también en un delicioso plato de cono de capa gruesa que da el tiempo suficiente de degustar el yogurt con las frutas y toppings.

#### **Tabla 21**

*Matriz de características de la línea de helados en tarrina y plato de cono*

LISTADO DE CARACTERÍSTICAS PRODUCTO O SERVICIO:	LÍNEA DE HELADOS EN TARRINA Y PLATO DE CONO
<b>TIEMPO DE PRODUCCIÓN Y ENTREGA</b>	<b>4 minutos</b>
<b>TIEMPO MÁXIMO DE DEMORA</b>	<b>6 minutos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>HELADOS</b></li> </ul>	Helado en tarrina con yogurt natural o mixto Helado en copa de cono con yogurt natural o mixto
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>ACOMPAÑADO</b></li> </ul>	Topping de fresa Topping de chocolate Chocolate caliente Galleta Manzana Maduro Uva Frutilla
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>ELEMENTOS</b></li> </ul>	Cuchara plástica Servilleta
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>RECOMENDACIONES</b></li> </ul>	Consumir de manera inmediata el helado
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>PRECIO</b></li> </ul>	Helado en tarrina con yogurt natural o mixto \$1.50 Helado en copa de cono con yogurt natural o mixto \$2.25
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>FOTO:</b></li> </ul>	

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.


### 3.4.3 Tercera línea de helado en copa

Consumido principalmente por adultos que visitan el local para compartir un momento en familia y pasar un rato agradable. Se cuenta con la presentación en copa normal con yogurt

naturalmente o mixto, frutas y toppings o en copa con los detalles anteriormente mencionados pero con su detalle especial que es el queso rallado.

**Tabla 22**

*Matriz de características de la línea de helado en copa*

LISTADO DE CARACTERÍSTICAS PRODUCTO O SERVICIO:	LÍNEA DE HELADOS EN COPA
<b>TIEMPO DE PRODUCCIÓN Y ENTREGA</b>	<b>5 minutos</b>
<b>TIEMPO MÁXIMO DE DEMORA</b>	<b>8 minutos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>HELADOS</b></li> </ul>	Helado en copa con yogurt natural o mixto Helado en copa con queso
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>ACOMPAÑADO</b></li> </ul>	Topping de fresa Topping de chocolate Chocolate caliente Uva Manzana Frutilla Maduro Sandia Piña Galleta
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>ELEMENTOS</b></li> </ul>	Cuchara plástica
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>RECOMENDACIONES</b></li> </ul>	Servilleta
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>PRECIO</b></li> </ul>	Consumir de manera inmediata el helado
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>PRECIO</b></li> </ul>	Helado en copa con yogurt natural o mixto \$2.25
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>PRECIO</b></li> </ul>	Helado en copa con queso \$3
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>FOTO:</b></li> </ul>	

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

### 3.4.4 Cuarta línea de extras de fin de semana

Los fines de semana YoguHelado brinda alimentos como pan de yuca acompañado de una taza de yogurt, postre de chocolate y waffles. Estos productos serán descritos a continuación.

**Tabla 23**

*Matriz de características de la línea de extras del fin de semana*

LISTADO DE CARACTERÍSTICAS PRODUCTO O SERVICIO:	LÍNEA DE EXTRAS DE FIN DE SEMANA
<b>TIEMPO DE PRODUCCIÓN Y ENTREGA</b>	Pan de yuca con taza de yogurt 10 minutos. Postre de chocolate 4 minutos. Waffles 15 minutos.
<b>TIEMPO MÁXIMO DE DEMORA</b>	Pan de yuca 15 minutos. Postre de chocolate 7 minutos. Waffles 20 minutos.
• <b>PRODUCTOS</b>	Pan de yuca con taza de yogurt 10 minutos.
	Postre de chocolate
	Waffles
• <b>ELEMENTOS</b>	Servilleta y cuchara
	Servilleta y cuchara
	Servilleta y tenedores
• <b>PRECIO</b>	Pan de yuca con taza de yogurt \$1.50
	Postre de chocolate \$1.00
	Waffles \$ 2.50
• <b>FOTO:</b>	

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

### 3.5 Proceso de producción heladera

**Tabla 24**

*Matriz de proceso de producción de YoguHelado.*

<b>PROCESO DE PRODUCCIÓN HELADERA</b>		
<b>ETAPA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Adquisición de mercadería</b>	Revisión	Se verifica que la materia prima que es el yogurt no esté caducado, se revisa que los otros elementos como conos, cucharas, tarrinas, servilletas, toppings sean de la mejor calidad y que de igual manera no estén expirados.
	Clasificación	Se empacan los mismos productos en diferentes cartones para no mezclarlos y evitar que se estropeen al momento de trasladarlos.
	Almacenamiento	Se guardan los productos en lugares ya designados en vitrinas y repisas.
<b>Producción del producto</b>	Elaboración	Se coloca el yogurt en una maquina industrial, el cual cuenta con dos divisiones para poner en un lado el yogurt natural y en el otro el mixto, con bajar una palanca sale automáticamente el helado y se le coloca toppings; en el caso de que sea para servir en tarrina o copas se lo acompaña de frutas picadas.
<b>Venta del producto</b>	Distribución	Se da de manera directa con el cliente en el establecimiento, o también se ofrece el servicio a domicilio por medio de las compañías de delivery que hay en el cantón.

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.



## **3.6 Lienzo Canvas**

### **3.6.1 Preguntas**

#### ***3.6.1.1 Propuesta de valor***

¿Qué ofrecerá a tu segmento de clientes? ¿De qué forma resolverás sus problemas?

YoguHelado ofrece a sus clientes la exclusividad de disfrutar de helados hechos a base de yogurt natural o mixto, ya que en el cantón es la única heladería en ofrecer estos productos.

Contando con un clima cálido húmedo, con un helado se puede calmar el calor, siendo este un método utilizado mayormente por estudiantes de colegios y escuela.

#### ***3.6.1.2 Segmento de clientes***

¿A quién pretende servir tu modelo de negocio Canvas?

Este modelo de negocio Canvas pretende servir directamente al negocio familiar YoguHelado, mediante la segmentación de mercado que en este caso sería la población de la cabecera cantonal de Pedro Vicente Maldonado, se dará el mejor producto y servicio en beneficio y satisfacción de la clientela.

#### ***3.6.1.3 Canales***

¿Cómo conocerá y evaluará, y cómo decidirá, comprará y recibirá soporte post venta tu segmento de clientes?

Se tendrá interacción directa con los clientes en el establecimiento, publicidad volante, mediante redes sociales como Facebook, Instagram e incluso WhatsApp siendo esta la línea de recepción de pedidos online. Servicio a domicilio mediante las diferentes compañías de delivery que brindan su servicio a nivel de todo el cantón de P.V.M.

#### **3.6.1.4 Relación con el cliente**

¿Qué tipo de relación mantendrás con tu segmento de clientes?

YoguHelado mediante sus plataformas de redes sociales realizara, promociones en días festivos como San Valentín, día de la madre etc., y descuentos en días feriados, de manera especial premiar la fidelidad de los clientes en su cumpleaños.

#### **3.6.1.5 Fuente de ingresos**

¿Cuál será la forma en que tu modelo pretende financiarse y obtener ingresos?

Se finanza principalmente de los ingresos de las ventas de los helados, se receptan pagos en efectivo o transferencia dependiendo de la comodidad y preferencia del cliente. Siendo un negocio familiar, en ocasiones se finanza con el aporte de capital de otras actividades que realiza la familia.

#### **3.6.1.6 Recursos clave**

¿Requieres de uno o más recursos clave para tu negocio?

Para este negocio se requieren de varios recursos claves para un correcto funcionamiento. La máquina industrial se podría decir que es el motor del negocio, dado que mediante esta se realiza el helado de manera industrial. Su producto base que es el yogurt y otros recursos como el área de cocina para lavar y picar frutas, estantería de productos/elementos que acompañan el helado, inmobiliario de muebles/ mesas son parte esencial para la actividad a la que se dedica YoguHelado.

### ***3.6.1.7 Actividades clave***

¿Qué actividades son claves para que tu modelo de negocios funcione?

A lo que se dedica la entidad es a la producción industrial del helado a base de yogurt en su presentación natural o mixta. Atención de calidad al cliente de manera personal en su servicio para llevar o servirse en el establecimiento; servicio de manera online.

### ***3.6.1.8 Socios clave***

¿Quiénes serán los asociados clave de tu modelo de negocio?

Interviene como socios principales los proveedores del yogurt, proveedores de suministros para el helado como servilletas, cucharas, tarrinas, galletas etc. Mercado proveedor de las frutas, aliados de las diferentes compañías de delivery del cantón Pedro Vicente Maldonado.

### ***3.6.1.9 Estructura de costes***

¿Cuál es tu estructura de costos? ¿Cuáles son los egresos más importantes del modelo de tu negocio?

Todos los costes de egresos son iguales de importantes en la entidad ya que de estos depende su producción y desarrollo cotidiano. Empezando por su producto principal que es el yogurt. Pago de servicios básicos de luz, agua e internet, publicidad por redes sociales y medios de comunicación como la radio. Insumos que llevan/terminan en el producto como toppings, conos, galletas, tarrinas, servilletas etc. Egresos en la adquisición de frutas tropicales de calidad.

### 3.7 Matriz del lienzo Canvas en YoguHelado

#### 3.7.1 Propuesta de valor

**Tabla 25**

*Propuesta de valor elaborado*

<b>MATRIZ CONSTRUCCIÓN DE PROPUESTA DE VALOR</b>	
<b>CRITERIOS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
Identificar la clientela	Los productos heladeros de YoguHelado están dirigido a todo el cantón de pedro Vicente Maldonado, pero prioriza la población de la cabecera cantonal ya que este es el segmento de clientes que hace mayor demanda del producto.
Supervisión en calidad de los productos	Se verifica que los elementos adquiridos para la elaboración del helado sean adecuados y de calidad, que no se encuentren fuera de la fecha de expedición, en el caso de las frutas que acompaña el helado se trata de comprar la que tenga un mejor aspecto.
Atención al cliente	Brindar atención cordial, rápida, eficaz y de calidad es un aspecto fundamental para hacer que el cliente regrese al establecimiento o en el caso de atender de manera online se conservan los mismos méritos.
Precio accesible	De la manera en que se cuenta con varias presentaciones del helado también se tiene diferentes precios, dando la oportunidad al consumidor de adquirir el producto que este a su alcance.
Beneficios	No solo es un producto delicioso sino también aporta a la salud, ya que funciona como exorfinas en el sistema nervioso, como opiáceos que proporcionan sensación de bienestar y contribuyen a reducir el estrés y modular la ansiedad.
Líneas de variedad	YoguHelado cuenta con tres líneas de helado y una línea de extras de fin de semana: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Línea de helados de cono</li> <li>2. Línea de helados en tarrina y plato de cono</li> <li>3. Línea de helados en copa</li> <li>4. Línea de extras de fin de semana</li> </ol> En cualquiera de estas cuatro líneas existe variedad, y se ofrece al cliente la seguridad de que el producto escogido será de su agrado y satisfacción.

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

#### 3.7.2 Clasificación de clientela

**Tabla 26**

*Clasificación de clientela*

Público	Característica	Edad
Público 1	Niños y adolescentes de 10 a 17 años, que son estudiantes y a la salida de las diferentes instituciones educativas visitan la heladería. Este público es el más numeroso.	10 a 17
Público 2	Hombres y mujeres de 18 a 24 años, jóvenes que transitan las calles del cantón y pasan al establecimiento a degustar de un helado solos o en la mayoría de veces acompañados.	18 a 24
Público 3	Hombres y mujeres de 25 a 30 años, son en gran parte madres y padres que visitan YoguHelado para pasar un momento en familia.	25 a 30

Fuente: Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

### 3.7.3 Canales

**Tabla 27**  
Canales

TIPOS DE CANALES			FASES DE CANALES				
			INFORMACIÓN	SERVICIO	COMPRA	ENTREGA	EVALUACIÓN
			<i>¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?</i>	<i>¿De qué manera se ofrece el producto?</i>	<i>¿Cómo pueden cancelar los clientes nuestros productos?</i>	<i>¿Cómo entregamos a los clientes nuestro producto?</i>	<i>¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluarnos?</i>
PROPIO	DIRECTO	PRESENCIAL	El encargado de atención al cliente se encarga de dar a conocer ofertas, y de repartir publicidad volante	Se la da de manera presencial ya sea para que el cliente lleve o se sirva el producto en el establecimiento	Pago en efectivo	De manera presencial en el establecimiento	Acogemos sugerencias y recomendaciones en caja

	<b>O N L I N E</b>	Por medio de las redes sociales oficiales de YoguHelado	Mediante mensajes por redes sociales o la línea más usada WhatsApp	Transferencias bancarias	Por pedido online y se lo hace llegar por delivery	Por mensajes directos a las redes sociales oficiales
--	--	---	--	--------------------------	--	--

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

### 3.7.4 Relación clientes

**Tabla 28**

*Relación clientes*

CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN	EJEMPLIFICACIÓN
<b>Experiencia</b>	Experimentar del sabor de un helado de yogurt natural o mixto	En el cantón es la única heladería en brindar este tipo de helados
<b>Comodidad</b>	Servicio dentro de las instalaciones del local o el servicio de delivery	Poder servirse el helado en un lugar cómodo que cuenta con wi-fi o de hacer el pedido y se lo entrega en el lugar que se encuentre
<b>Satisfacción</b>	Variedad de productos.  Promociones y descuentos.	YoguHelado cuenta con 3 líneas de helados y una línea extra con diferentes presentaciones y precios para el presupuesto que esté a disponibilidad del cliente.  Ahorro económico

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

### 3.7.5 Fuentes de ingreso

**Tabla 29**  
*Fuentes de ingreso*

TIPO	DESCRIPCIÓN
<b>VENTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Venta de helados a base de yogurt natural o mixto</li> <li>❖ Venta de alimentos extras de fin de semana (cuarta línea de productos)</li> </ul>
<b>FAMILIAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capital que aporta la familia de la actividad de trabajo del recorrido de busetas para alumnos ( este ingreso se lo hace en caso de ser necesario)</li> </ul>

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

### 3.7.6 Recursos clave

**Tabla 30**  
*Recursos clave*

RECURSO	DESCRIPCIÓN
<b>MAQUINARIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Se cuenta con una maquina industrial para elaborar el helado</li> </ul>
<b>ELEMENTO PRINCIPAL</b>	<p>Los helados se elaboran a base de yogurt de dos tipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Natural</li> <li>❖ Mixto</li> </ul>
<b>INSUMOS</b>	<p>Elementos que son necesarios para la presentación y entrega del helado como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Servilletas</li> <li>❖ Cucharas</li> <li>❖ Conos</li> <li>❖ Tarrinas</li> <li>❖ Galletas</li> </ul> <p>La línea de productos 2 y 3 llevan frutas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Manzana</li> <li>❖ Sandia</li> <li>❖ Uva</li> <li>❖ Maduro</li> <li>❖ Piña</li> <li>❖ Frutilla</li> </ul>
<b>HUMANOS</b>	Atención y servicio al cliente
<b>TECNOLÓGICOS</b>	Se cuenta con televisores plasma, en el área de cocina con electrodomésticos inteligentes y un carro que es para viajar y adquirir la mercadería.

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

### 3.7.7 Actividades clave

**Tabla 31**

*Actividades clave*

ACCIÓN	DESCRIPCIÓN
<b>PRODUCCIÓN</b>	❖ Elaboración industrial del helado a base de yogurt natural o mixto siendo este el producto que ofrece YoguHelado a su clientela
<b>ATENCIÓN NORMAL</b>	<p>Atención normal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Es aquella que se brinda de manera presencial en el establecimiento teniendo interacción directa de vendedor a cliente.</li> </ul> <p>Atención online:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Se da mediante las redes sociales de YoguHelado, principalmente por medio de WhatsApp siendo este el medio más usado para hacer el pedido de servicio a domicilio, mediante las compañías de delivery del cantón.</li> </ul>

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

### 3.7.8 Socios clave

**Tabla 32**

*Socios clave*

ACCIONISTA CLAVE				
TIPO	NOMBRE	DIRECCIÓN	FRECUENCIA	IMPORTANCIA
Proveedor de yogurt	Yogurt la Italy	Sur de la ciudad de Quito	Mensualmente	Relevante
Proveedor de suministros heladeros	Comercial Villavicencio	Cantón Pedro Vicente Maldonado, Av. 21 de Junio	Quincenalmente	Relevante



Proveedor de frutas	Mercado central	Cantón Pedro Vicente Maldonado, mercado central	Semanalmente	Relevante
Compañías de delivery	Rapi YA Súper Ágil Pancho Mandados Ecumandados	Diferentes puntos de oficina en la cabecera cantonal de Pedro Vicente Maldonado	Diariamente	Relevante

Fuente: Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

### 3.7.9 Estructura de costes

**Tabla 33**

*Estructura de costes*

ESTRUCTURA DE COSTES				
TIPO	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	COSTO	TOTAL FRECUENCIA POR COSTO ANUALMENTE
Producto principal yogurt	Es el producto principal con el que se elaboran los helados y se lo compra por litros	Mensualmente	Se usa un galón de yogurt diariamente de \$6.00, dando al mes una inversión de \$180.00	La inversión anual de yogurt es de \$2.160
Servicios básicos	Luz, agua e internet	Mensualmente	Luz \$16.00 Agua \$8.00 Internet \$20.00	Luz \$192.00 Agua \$96.00 Internet \$240.00
Publicidad	Se paga por publicidad en radio	Semestralmente	\$8.00	\$16.00
Insumos	Elementos que acompañan a la presentación y entrega del helado	Mensualmente	Servilleta 0.60 Cuchara 1.00 Tarrinas \$3.50 Conos \$4.00	Servilletas \$7.20 Cuchara \$12.00 Tarrinas \$42.00 Cono \$48.00
Frutas	En la línea dos y tres de productos el helado lleva frutas adicionales	Semanalmente	Manzana \$3.00 Uva \$2.00 Piña \$4.00 Sandia \$4.00 Maduro \$1.00 Frutilla \$2.00	Manzana \$144.00 Uva \$96.00 Piña \$192.00 Sandia \$192.00 Maduro \$48.00 Frutilla \$96.00

*Fuente:* Elaboración propia, Ojeda A. marzo 2023.

<b>TOTAL DE COSTO ANUALMENTE</b>	<b>\$1.231,36</b>
----------------------------------	-------------------

## 4 Conclusiones

1. Se concluye que, la fundamentación teórica del proyecto de investigación en su análisis y diseño, sustentará la viabilidad del modelo de negocio Canvas para la heladería YoguHelado.

2. Se recolectó información que fue de ayuda para fundamentar la parte teórica del presente proyecto, misma que sirvió para dar paso al diseño de la investigación basado en el modelo Canvas.

3. El modelo de negocio Canvas a través de su lienzo desarrollado permite concretar de una manera entendible, didáctica y editable que mediante su ejecución se optimizará la viabilidad de la heladería YoguHelado cantón Pedro Vicente Maldonado.

## 5 Recomendaciones

1. Hacer un correcto uso del modelo de negocio Canvas elaborado, teniendo como intención utilizarlo de la mejor manera con el fin de que se sume como una fortaleza para la heladería YoguHelado.

2. Incentivar a futuras generaciones emprendedoras de la familia a crear y tener como aliado el modelo de negocio Canvas.

3. Ejecutar de manera adecuada las estrategias y recursos planteados en el lienzo Canvas de carácter inmediato, con la intención de verificar su beneficio en un mediano plazo.

## 6 Bibliografía

- ColmenaresJ, S. L. (2019). Enfoque de la Optimización. *Prezi*.
- Crespo, M. C. (6 de Abril de 2022). Modelo Canvas: ¿qué es y cómo utilizarlo? *Rd Station*.
- Desi, S. (13 de Agosto de 2018). Historia del helado. *Sandro Desi*.
- Desi, S. (13 de Agosto de 2018). Historia del helado. *Sandro Desi*.
- Desi, S. (13 de Agosto de 2018). Historia del helado. *Sandro Desi*.
- EcuRed. (9 de Noviembre de 2021). Heladería. *EcuRed*.
- EcuRed. (9 de Noviembre de 2021). Heladería. *EcuRed*.
- EcuRed. (9 de Noviembre de 2021). Heladería. *EcuRed*.
- Educalingo. (Enero de 2023). Heladería. *Educalingo*.
- Etecé, E. (5 de Agosto de 21). Variable. *Concepto*.
- Fernández, J. D. (10 de Febrero de 2022). Actividades clave en el Modelo Canvas. *JDF*.
- García, C. A. (2017). Modelo de Negocio: Metodología Canvas. *Generation Spain*.
- García, C. A. (2017). Modelo de Negocio: Metodología Canvas . *Generation Spain*.
- Gerogelato. (13 de Septiembre de 2021). Los conceptos de negocio relacionados con la heladería . *Gerogelato*.
- Goncalves, M. (14 de febrero de 2021). El negocio de helados innova y busca recuperar consumo de ecuatorianos . *El Universo* .
- GoRaymi. (2022). Pedro Vicente Maldonado. *GoRaymi*.
- GoRaymi. (2022). Pedro Vicente Maldonado. *GoRaymi*.
- GoRaymi. (2022). Pedro Vicente Maldonado. *GoRaymi*.
- GoRaymi. (2022). Pedro Vicente Maldonado. *GoRaymi*.
- Indeed. (14 de Junio de 2022). Qué es el marco legal de una empresa. *Indeed*.

Larriba, L. M. (1 de Septiembre de 2016). Quién es Alexander Osterwalder y su Business Model Canvas. *Billage*.

Larriba, L. M. (2016). Quién es Alexander OsterWalder y su Business Model Canvas. *Billage*.

Larriba, L. M. (1 de Septiembre de 2016). Quién es Alexaner Osterwalder y su Business Model Canvas. *Billage*.

Latinoamerica, S. (18 de Octubre de 2021). Modelo Canvas para Pymes: Qué es y cómo implementarlo. *Salesforce*.

Library. (2016). Marco Legal. *Librery*.

Modor, I. (2023). *MERCADO DE HELADOS: CRECIMIENTO, TENDENCIAS Y PRONÓSTICOS*. Publicación de Modor Intelligencie.

Pérez Porto, J. ., (12 de Noviembre de 2018). Definición de compilación - Qué es, significado y concepto. *Definición.De*.

Rodriguez, J. (25 de Marzo de 2021). Flujo de ingresos: qué es y cómo obtenerlo (incluye ejemplos) . *Hubspot*.

Rodriguez, J. (25 de Marzo de 2021). Flujo de ingresos: qué es y cómo obtenerlo (incluye ejemplos) . *Hubspot*.

Rodriguez, J. (25 de Marzo de 2021). Flujo de ingresos: qué es y cómo obtenerlo (incluye ejemplos) . *Hubspot*.

Sánchez, C. (16 de Octubre de 2020). Qué son los socios claves en el modelo Canvas y por qué te interesa saberlo. *Sage*.

Sánchez, C. (16 de Octubre de 2020). Qué son los socios claves en el modelo Canvas y por qué te interesa saberlo. *Sage*.

Significados.com. (17 de Noviembre de 2019). Significado de Homogéneo. *Significados.com*.

Silva, D. d. (s.f.).

Silva, D. d. (11 de Marzo de 2021). Modelo Canvas de relación con el cliente: qué es y cómo funciona. *Zendesk*.

Silva, D. d. (2022). ¿Qué es el modelo Canvas? Tu plan de negocio paso a paso. *Zendesk*.

Silva, D. d. (5 de Abril de 2022). ¿Qué es el modelo Canvas? Tu plan de negocios paso a paso. *Zendesk*.

Silva, D. d. (20222). ¿Qué es el modelo Canvas? Tu plan de negocio paso a paso. *Zendesk*.

Silva, D. d. (5 de abril 2022). ¿Qué es el modelo Canvas? Tu plan de negocio paso a paso. *Zendesk*.

Ucha., F. (Octubre de 2018). Definición de Arcaico. *DefiniciónABC*.

Yun, T. (14 de Julio de 2022). Estructura de costes . *Business Model Canvas*.

### 7 Anexos

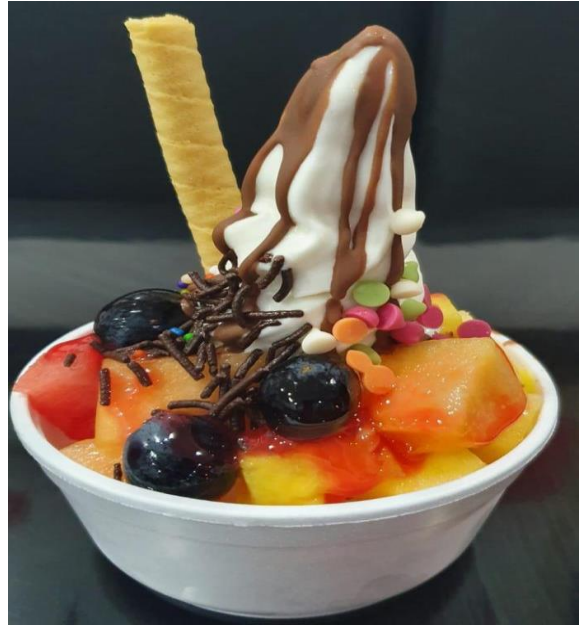


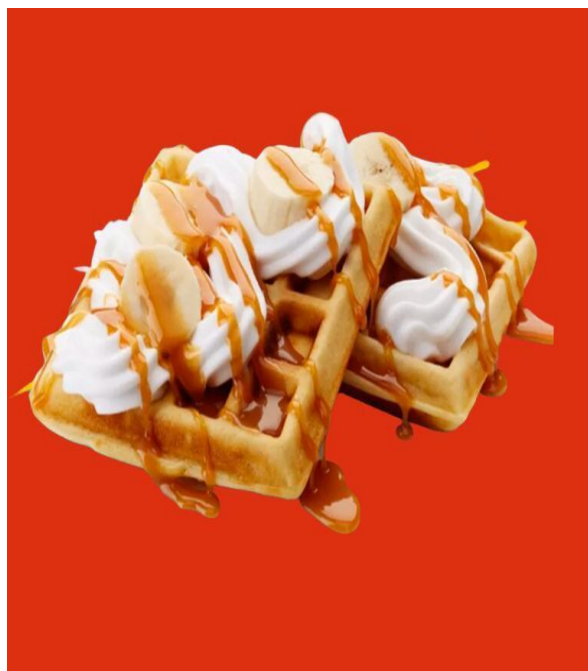
 **YoguHelado** actualizó su foto del perfil. \*\*\*  
27 de may. de 2021 · 🌐















# TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO PICHINCHA.

## Encuesta de Opinión

### Objetivo:

Recolectar información relacionada con la heladería YoguHelado, por lo cual se solicita responder con la mayor sinceridad posible para poder realizar este proyecto. Gracias por su información.

### Instrucciones:

Por favor señale con un punto la alternativa que considere adecuada a su criterio.

1 ¿Conoce usted la heladería YoguHelado? \*

- Sí la conozco
- No la conozco

2 ¿Con qué frecuencia consume helado? \*

- Frecuentemente
- Regularmente
- Pocas veces

3 ¿Es de su agrado sus productos \*  
a base de yogurt?

- Me gusta mucho
- No mucho

4 ¿Cuál característica lo motiva a \*  
consumir sus productos?

- Sabor
- Precio
- Calidad

5 ¿Cuál presentación es la de su \*  
preferencia?

- Cono
- Tarrina
- En copa

6 ¿Considera usted que debería \*  
haber una oferta especial para  
estudiantes?

- Sí con los helados de cono
- Con los helados de tarrina

7 ¿Está de acuerdo en los precios \*  
de los productos según sus  
presentaciones?

- Sí estoy muy de acuerdo
- No estoy de acuerdo

9 ¿Qué factor influye en la \*  
motivación del consumo?

- Antojo repentino
- Por plan
- Clima

8 ¿Prefiere consumir dentro o \*  
fuera del establecimiento?

- Dentro del establecimiento
- Fuera del establecimiento

10 ¿Si tuviera la oportunidad de \*  
volver a consumir uno de los  
productos lo haría?

- Sí con mucho gusto
- No lo haría

# Ojeda Granda Anderson Joel

## 1(4)TSEPS1-13-03-2023 -1

**9%**  
Similitudes

**3%** Texto entre comillas  
1% similitudes entre comillas  
**< 1%** Idioma no reconocido

Nombre del documento: Ojeda Granda Anderson Joel  
1(4)TSEPS1-13-03-2023 -1.pdf  
ID del documento: de728073f09084be86820e156e90b171a8987500  
Tamaño del documento original: 2,53 Mo

Depositante: Gladys Barragan  
Fecha de depósito: 22/3/2023  
Tipo de carga: Interface  
fecha de fin de análisis: 22/3/2023

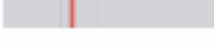
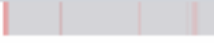

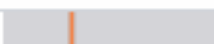

Número de palabras: 14.060  
Número de caracteres: 103.055

Ubicación de las similitudes en el documento:

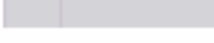
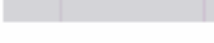
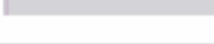
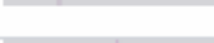



### Fuentes

#### Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>Flores Sandoval Tatiana Gabriela IEP5MP1 13-3-2023.pdf</b>   Flores Sandoval ... <small>4946142</small> El documento proviene de mi biblioteca de referencias 4 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (255 palabras)
2	<b>Inga Pilacuan Maria Mariol 4TSAQ4 13-03-2023.pdf</b>   Inga Pilacuan Maria ... <small>4610127</small> El documento proviene de mi biblioteca de referencias 18 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (282 palabras)
3	<b>dspaca.epoch.edu.ec</b>   Propuesta de factibilidad para la creación de una heladería ... <small>4171417</small> <a href="http://dspaca.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/11429/3/44700533.pdf.ar">http://dspaca.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/11429/3/44700533.pdf.ar</a> 18 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (200 palabras)
4	<b>ANDRAD-1.PDF</b>   ANDRAD-1 <small>4417147</small> El documento proviene de mi biblioteca de referencias 1 fuente similar	2%		Palabras idénticas: 2% (254 palabras)
5	<b>SALAZA-1.PDF</b>   SALAZA-1 <small>4417147</small> El documento proviene de mi biblioteca de referencias 1 fuente similar	2%		Palabras idénticas: 2% (231 palabras)

#### Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>Quishpe Heredia Alison Amanda 1(4)TSEPS PM1.pdf</b>   Quishpe Heredia Alis... <small>4122109</small> El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (29 palabras)
2	<b>Duran Roseo, Melanie Cristina.pdf</b>   Duran Roseo, Melanie Cristina <small>4101154</small> El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (27 palabras)
3	<b>repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec</b> <a href="http://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/210/1/mona%20vo%20peasante%20art...">http://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/210/1/mona%20vo%20peasante%20art...</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (29 palabras)
4	<b>Leor Tomalá, Nancy Nathaly.pdf</b>   Leor Tomalá, Nancy Nathaly <small>4414205</small> El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (35 palabras)
5	<b>localhost</b>   Diseño de una ruta gastronómica para la difusión de platos tradicionales... <small>4414205</small> <a href="http://localhost:8080/xmlui/bitstream/123456789/7095/1/TUGDCH007-2019.pdf">http://localhost:8080/xmlui/bitstream/123456789/7095/1/TUGDCH007-2019.pdf</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (39 palabras)