



Recibido: 19-01-2017 / Aceptado: 03-02-2017 / Publicado: 01-04-2017

Impacto económico en la producción y comercialización de helados artesanales elaborados a base de mora en la parroquia Tingo la Esperanza.

Economic impact on the production and marketing of ice creams made from mora in the parish Tingo the Esperanza.

Ninasunta Toapanta Mery Magaly¹

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v1i2.242>

Resumen.

El presente trabajo contiene toda la información útil en lo que se refiere al impacto económico de la venta de helados artesanales. Nos planteamos como objetivo principal determinar el cuales son las ventajas que tiene la producción y comercialización de helados por lo cual se detalla cada una de las variables que el mismo contiene con la finalidad de dar a conocer la factibilidad del tema elegido. Este proyecto busca principalmente generar ingresos económicos tanto para los beneficiarios directo como indirectos elaborando helados netamente naturales los cuales no obtenga ningún tipo de químicos por lo que las personas se han identificados en elegir este tipo de producto debido a su buen sabor y buena calidad, esto tiene mucha ventaja ya que se genera un buen desarrollo económico para la localidad y todo el sector en general donde llegue el producto.

El tema planteado en si se ha realizad en base a un sinnúmero de problemáticas locales ya que la elaboración de helados artesanales es escasa y más que todo siempre debemos escoger y generar un producto con materia prima del sector. Este tipo de emprendimiento se considera factible en el sentido de que no causa daño mayores al medio ambiente además de esto se ha podido determinar que los costos para generar este tipo de emprendimiento son muy bajo y de esta misma manera nos dejan buenos ingresos económicos.

Para llevar a cabo este informe se realizó una investigación detallada en libros, revistas, documentos y páginas web con la finalidad de recopilar información útil, acorde con las noemas APA y poder determinar la factibilidad del proyecto. El informe culmina con la

¹ Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión la Maná, Ecuador, ninsasuntam18@gmail.com

explicación de toda la experiencia adquirida en el proceso de investigación y recomendando lo más beneficioso para la elaboración de este tipo de emprendimiento.

Palabras clave: Producción, comercialización, helados, caseros, mora.

Abstract.

This work contains all the useful information regarding the production and commercialization of homemade ice cream based on the delay of the sale of artisanal ice cream. We set ourselves as the main objective to determine which are the advantages of the production and marketing of ice cream so that each of the variables it contains is detailed in order to make known the feasibility of the chosen topic. This project mainly seeks to generate economic income for both direct and indirect beneficiaries by making ice creams that are naturally natural, which do not obtain any type of chemicals, so people have identified themselves in choosing this type of product due to its good taste and good quality. It has a great advantage since it generates a good socio-economic development for the locality and the whole sector in general where the product arrives.

The issue raised in itself has been made based on a number of local problems because the production of artisanal ice cream is scarce and more than anything we should always choose and generate a product with raw materials from the sector. This type of enterprise is considered feasible in the sense that it does not cause major damage to the environment. In addition, it has been possible to determine that the costs to generate this type of enterprise are very low and in this way they leave us good economic income.

To carry out this report, a detailed investigation was carried out in books, journals, documents and web pages with the purpose of gathering useful information, in accordance with the APA norms and to be able to determine the feasibility of the project. The report culminates with the explanation of all the experience acquired in the research process and recommending the most beneficial for the development of this type of enterprise.

Key words: Production, commercialization, ice cream, homemade, arrears.

Introducción.

En la actualidad la necesidad por tener una estabilidad económica para satisfacer nuestras necesidades nos obliga a emprender cualquier tipo de actividad para generar ingresos económicos. Es muy importante antes de empezar con cualquier negocio analizar el mercado en el cual vamos a trabajar una de las mejores alternativas es la producción y comercialización de helados artesanales ya que estos tienen una gran aceptación en todo tipo de zonas o regiones.

La propuesta de la elaboración de helados artesanales de mora es un negocio muy rentable ya que las personas se inclinan por elegir este tipo de producto debido a su sabor natural sin colorantes y preservantes lo cual afecta la salud. Ofrecer un producto natural no solo beneficia la salud de las personas sino también se aumenta los ingresos económicos del sector en donde se realizarán las ventas otra de las ventajas serían en la disminución ambiental que causaría este tipo de emprendimiento.

Este tema se escogió por varias alternativas una de ellas fue demostrar los ingresos económicos que generan la producción de helados artesanales de esta misma manera aprovecha los beneficios de las frutas locales que produce la zona en donde se realizara el proyecto.

Marco teórico.

Impacto socio-económico de la venta de helados.

Según Drucker P.2014., Navarrete U.2016., Rojas J. 2016., Restrepo M. 2015 Toledo S. 2018 & Ximena L. 2015. Define que el impacto de negocios es como un proceso de darle una identidad una vida propia es un procedimiento para enunciar de forma clara y precisa los propósitos las ideas los conceptos las formas operativas los resultados y la visión del emprendimiento sobre el proyecto que se generen se lo considera factible ya que según los análisis los helados han crecido de una forma muy desmesurada y en la actualidad es un producto de consumo masivo que les agrada a las personas por sus variedades y textura que se ha visto un gran incremento de este tipo de negocios sin embargo, los consumidores se sienten a gusto de que se puedan darse este tipo de negocio ya que es un procedimiento fácil de realizar que han encontrado la satisfacción total a todos sus requerimientos en cuanto a sabores, calidad, texturas y sobre todo atención. Pero a pesar de ello, los consumidores los que habitan en la zona manifiestan que es un método muy satisfactorio para lo cual se requiere consumir productos naturales, bajos en grasas y preservantes de interés por parte de inversionistas para mejorar de la estructura física y la prestación de un excelente servicio.

Imagen 1: de demostración de cómo va impactado y flotando su negocio



Autor: Jorge García Aviles

Recuperado; <http://brenesenlamemoria.blogspot.com/2014/07/heladeria-la.com>.

Mediante este análisis nos da a conocer de cómo va impactado este emprendimiento a la sociedad para un beneficio propio que se va generando y alcanzado varios objetivos Propuestos que se ha ido emergiendo y creciendo de una manera muy abrumante y que en la actualidad es un producto de consumo masivo como se puede optar que las personas les agrada estos tipos de helados artesanos viendo de satisfacer los diversos gustos.

Producción.

Según Bas Martín M. 2017., Elosua M.2017 ., Forestry D. 2017., Mapping.Charliw C.2014 ., Velasco D.2017 & W M. 2015. Nos afirman que la producción es el estudio de las técnicas de gestión empleadas para conseguir la mayor diferencia entre el valor agregado y el costo incorporado de consecuencia de la transformación de recursos en productos finales toda organización tiene función de producción trátese de productos y servicios, por ello es de suma importancia que esta función se administre de la mejor manera con el fin de alcanzar la ventaja competitiva. Aunque generalmente se asocia a la producción con el hecho de producir bienes materiales como alimentos, vestidos o automóviles, la función de producción está presente en cualquier ente socio-económico sea que este ofrezca bienes materiales o servicios intangibles creación o invención y procesamiento de bienes y mercancías, y se podría decir que es uno de los procesos económicos más importantes de la humanidad, ya que por medio de dicho proceso el hombre genera u obtiene grandes riquezas, porque está organizado específicamente para producir, distribuir y consumir los bienes y servicios que son de vital necesidad para satisfacer las necesidades de los seres humanos. En otras palabras producción es una organización o departamento que se encarga de su realización y gran parte del mundo depende de estos valiosos procesos.

Imagen 2: Producción en los servicios.



Realizado por: Yury M. Caldera

Fuente: <https://sistema-de-produccion>

Mediante un análisis nos da a conocer que la producción aquella que se sirve de una serie de procesos, métodos y técnicas de tratamiento, transformación o modificación de las materiales primas, con intervención de mano de obra calificada y mediante el uso de maquinaria y tecnología, para la fabricación de un determinado bien o producto.

Comercialización.

Según Henche B. 2017., Liendo J. 2017., Prat J. 2015., Richart. 2016., Ramírez A. 2016 & Zambrano, 2016. Afirman que la Comercialización es responsable de crear la demanda y vender los productos en los distintos mercados. Para alcanzar este objetivo con éxito se deberán analizar las características de los tres mercados, las acciones de la competencia y establecer un plan de marketing dirigido a mejorar la imagen de mercado incidiendo en factores clave como el precio, la publicidad, la calidad, la distribución y la red comercial entre otros para promocionar y vender los productos una vez que tu consumidor potencial está en la tienda. Cuando hablamos de comercialización, hablamos de productos disponibles para la venta, generalmente en un establecimiento minorista. Todas las grandes firmas modernas tienen departamentos o gerencias especializadas en la Comercialización de sus productos.

Imagen 3. Un modelo de comercialización



Autor: Kimberly Piñeros Herrera

Recuperado de: <http://www.lacamaradentrenque.com>

Nos dice que la comercialización es la actividad como tal que se realiza en el comercio es el intercambio o que se aplica cuando una persona quiere adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero impuesta. Es todo ese conjunto de actividades que pueden llegar a tener un complejo procedimiento, todo depende de la magnitud de la transacción en el cual la comercialización comprende un procedimiento que el cliente general no ve en su totalidad es más el comprador es la parte final del proceso. Este proceso antes del referido trueque final tiene que ser evaluado, analizado, para así determinar el campo en el que debe ser implantado el proceso de compra y venta en este importante análisis se toman en cuenta muchas variables importantes, por ejemplo:

calcular un aproximado de cuanto se va a vender, evaluar el tipo de público presente en la localidad qué impacto tendrá en la población.

Helados.

Según Argüelles A. 2014., Megías S.2018., Mangas S. 2014., Martíne J. 2014., Marshal R. 2015 & Small V.2017. Nos manifiesta que los helados son preparaciones mediante alimenticias que han sido llevadas al estado sólido semisólido o pastoso por una congelación simultánea o posterior a la mezcla de las materias primas utilizadas y que han de mantener el grado de plasticidad y congelación suficiente, hasta el momento de su venta al consumidor. En función de sus características se identifica la siguiente clasificación de helados: helado crema, helado de leche, helado de leche desnatada, helado, helado de agua, sorbete, postre de helado. El helado es un alimento universal que se prepara a partir unos pocos ingredientes básicos: crema batida, agua, azúcar y edulcorantes para darle un sabor determinado. Presenta tamaños, formas y sabores muy distintos y los hay de agua o sorbetes, de leche y de crema.

Imagen 4. Helados de diferentes sabores.



Autor: Antaña Velejes.

Recuperado por: <http://www.heladosdelirante.com>

Un breve análisis el helado tiene varios usos como objetivo es que puede emplearse para aludir a aquello que tiene una temperatura más baja que la habitual o que está muy frío y es muy garantizado y muy consumible y tiene una esencia muy favorable ya que se puede consumir con esencia de cualquier sabor.

Helados artesanales de mora

Según Díaz N. 2015., Todd D. 2013., Hernández A. 2009., Sarah J. 2013., Velazques S. 2017 & Woloszyn P. 2014. Aseguran que un helado debe medirse tanto por sus ingredientes como por su proceso de elaboración. Si hablamos de helado artesanal,

hablamos de calidad, de un helado elaborado con leche, nata, frutas, chocolate, etc., materias primas de alta calidad y no polvos o concentrados industriales. Se trata de un alimento muy valorable desde el punto de vista nutricional, gracias a la riqueza de sus ingredientes. Debemos analizar los muchos beneficios del helado para la salud, con el fin de eliminar los prejuicios sobre él y para disfrutar consumiéndolo y preparándolo sin máquina heladera. Este producto es totalmente puro, ya que no tiene perseguidores ni químicos.

Imagen 5: Tipos de helados de moras artesanales.



Autor. Fernanda Klmoncayo.

Fuente consultada: <http://blog.espol.edu.ec/klmoncayo/2013/05/29/heladitos-de-yogur-y-fruta-light/>

Como podemos saber lo más saludable en la actualidad es consumir productos sus tantos químicos ni preservantes por o cual la opción de realizar un emprendimiento de helados artesanales es una actividad que a más de beneficiarnos económicamente a las personas emprendedoras también beneficiaremos a la comunidad en general ofreciendo un producto de calidad hecho en casa con fruta e ingrediente naturales.

La Mora y sus beneficios nutricionales.

Según Coila B. 2017., Facts O. 2017., lpcdedios S. 2014., Jiménez C. 2014., Moreu M. 2014 & Román D. 2012. afirman que la mora provienen de los árboles llamados moreras y el género *Rubus* que provienen de arbustos espinosos, existen más de 300 especies de moras diferentes. Mientras el género *Morus* es natural del oeste de Europa, Ucrania y el este de China, el género *Rubus* proviene de Colombia, Ecuador, Panamá,

Costa Rica, Guatemala, Honduras, México y Perú. Las moras son frutas de bajo valor calórico debido a su escaso aporte de hidratos de carbono, lo que las hace un alimento beneficioso para el metabolismo. Son especialmente ricas en vitamina C, conteniendo cantidades incluso mayores que algunos cítricos. También son muy ricas en vitamina A y potasio.

Imagen 6. Beneficios de la mora.



Autor de imagen. Hogarmania.

Fuente. <https://www.hogarmania.com/salud/bienestar/dieta-sana/201110/moras-anti-colesterol>

La mora es una baya silvestre que suele crecer en zonas de montaña y cerca de ríos y pequeños arroyos. En estado inmaduro es ácida y astringente, mientras que maduro tiene un sabor dulce y afrutado, la mora es una fruta la cual en la actualidad ha llegado a ser muy popular por la gran variedad de productos que se pueden elaborar a través de ella así también contiene una gran cantidad de beneficios nutricionales que nos hacen bien para la salud.

Conclusiones.

- La producción y comercialización de helados artesanales de mora y otros sabores tiene muchas ventajas en el ámbito socio-económico ya que esto permite el

desarrollo tanto de una manera local, nacional y mundial debido a los ingresos económicos que se generan con la venta de estos productos ya que son muy populares en todo tipo de regiones.

- Cada tema investigado se citó con las normas legales así también se realizó el análisis detallado de cada concepto lo cual nos ayudó a entender la importancia y utilidad de la realización del tema propuesto
- Había podido determinar si la venta de helados artesanales es factible para continuar con la elaboración y comercialización del producto.
- Proceso de trabajo, construcción y preparación de materiales, objetos u cosas para transformarlas en elementos de mayor complejidad la elaboración puede darse sobre materias primas y otros objetos materiales, como también en espacios teóricos

Bibliografía.

1. Bas Martín, N. (2017). El comercio y distribución del libro medieval y moderno produccion.https://books.google.com.ec/books?id=k47DwAAQBAJ&dq=libros+de+produccion+de+2016,2017&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
2. Drucker, P. F. (2014). La gerencia efectiva. Recuperado el 15 de julio de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=JaCaAgAAQBAJ&dq=Impacto+socio-económico+de+la+venta+de+helados+libros+2016&hl=es&source=>
3. Elosua, M. (2017). Informe Omniprom 2016 sobre el libro produccion. https://books.google.com.ec/books?id=moH6DQAAQBAJ&dq=libros+de+produccion+de+2016,2017&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
4. Forestry. D (2017). fao.org. Recuperado el 15 de julio de 2018, de <http://www.fao.org/3/I7034EN/i7034en.pdf>
5. Henche, B. G. (2017). Marketing del turismo rural. https://books.google.com.ec/books?id=ZKYcywAACAAJ&dq=libros+en+ingles+sobre+commercialization&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjg69fGzJ7cAhXPuVMKHT16D_oQ6AEIODAE.
6. Liendo, J. G. (2017). El intelectual y la cultura de masas: argumentos latinoamericanos.

- https://books.google.com.ec/books?id=rCdrDQAAQBAJ&dq=libros++comercialization+2017&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
7. Mangas, S. (2014). Polos y Helados. https://books.google.com.ec/books?id=ULOKAwAAQBAJ&dq=helados&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
 8. Mapping.Charliw. (2014). production functionality. Recuperado el 15 de julio de 2018, de <http://desktop.arcgis.com/es/arcmap/latest/extensions/production-mapping/what-is-production-pdf-.htm>
 9. McCarthy, E. J. (2014). Comercialización: un enfoque gerencial. <https://books.google.com.ec/books?id=DtFEPgAACAAJ&dq=comercializaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiXypvLp9nbAhWmtlkKHerUCaEQ6AEIKjAB>.
 10. Navarrete, J. (2016). CONGELATO HELADOS ARTESANALES. Recuperado el 15 de julio de 2018, de <http://repositorio.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/10785/4224/3/DDMAE41.pdf>
 11. PRATS, J. L. (2015). UF0076 - Comercialización de eventos. https://books.google.com.ec/books?id=guPXBgAAQBAJ&dq=comercializaci%C3%B3n&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
 12. Ramírez, A. (2016). Indicadores del Sector Editorial Privado. Mexico : https://books.google.com.ec/books?id=R2dNDwAAQBAJ&dq=comercializaci%C3%B3n++EN+LIBROS+2016&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
 13. Restrepo, J. (2015). gruponutresa.com. Recuperado el 15 de julio de 2018, de <https://www.gruponutresa.com/wp-content/uploads/2016/04/Informe-Integrado-2015.pdf>
 14. Richart.T (2016). Copyright © Organización Internacional. Recuperado el 14 de julio de 2018, de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf
 15. Rojas, J. V. (2016). repository.uniminuto.edu. Recuperado el 14 de julio de 2018, de http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/4313/TA_DorisJimenez_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 16. Toledo, S. B. (13 de Junio de 2018). abc.com.py. Recuperado el 14 de julio de 2018, de <http://www.abc.com.py/edicion-impres/suplementos/empresas-y-negocios/el-impacto-social-del-negocio-1459327.html>
 17. Velasco, F. D. (2017). visibilización e implantación. https://books.google.com.ec/books?id=8LFdDwAAQBAJ&dq=libros+de+produccion+de+2016,2017&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
 18. W., C. (2015). A Theory of Production. Recuperado el 15 de julio de 2018, de <http://www2.econ.iastate.edu/classes/econ521/Orazem/Papers/cobb-douglas.pdf>

19. Ximena, I. (MARZO de 2015). repositorio.comillas.edu. Recuperado el 14 de julio de 2018, de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/4345/TFG001205.pdf?sequence=1>
20. Zambrano, V. (2016). Comercialización en Ecuador. Recuperado el 15 de julio de 2018, de http://www.uteq.edu.ec/revistacyt/publico/archivos/C2_V9_N2_2Viteri%20y%20Zambrano.pdf
21. Coila, B. (3 de 10 de 2017). Livestrong. Recuperado el 22 de 6 de 2018, de <https://www.livestrong.com/article/233747-what-are-the-benefits-of-blackberry-fruit/>
22. Díaz, N. (24 de 4 de 2015). nacion. Recuperado el 18 de 6 de 2018, de <https://www.nacion.com/viva/entretenimiento/la-firma-del-helado-artesanal/VTWIUACYTZCU5FGX77KHYD3ARY/story/>
23. Facts, O. (11 de May de 2017). OrganicFacts. Recuperado el 22 de 6 de 2018, de <https://www.organicfacts.net/health-benefits/fruit/blackberries.html>
24. Jimenez, C. (3 de 9 de 2014). Nutricion. Recuperado el 10 de 6 de 2018, de <https://www.recetasgratis.net/receta-de-helado-de-mora-con-crema-de-leche-52187.html>
25. lpcdedios, S. (18 de 12 de 2014). wordpress. Recuperado el 22 de 6 de 2018, de <https://lpcdedios.wordpress.com/2014/12/18/la-mora-y-sus-beneficios/>
26. Mangas, S. (2014). Polos y Helados. https://books.google.com.ec/books?id=ULOKAwAAQBAJ&dq=helados&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
27. McCarthy, E. J. (2014). Comercialización: un enfoque gerencial. <https://books.google.com.ec/books?id=DtFEPgAACAAJ&dq=comercializaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiXypvLp9nbAhWmtlkKHerUCaEQ6AEIKjAB>.
28. Moreu, M. d. (6 de 7 de 2014). lechepuleva. Recuperado el 21 de 6 de 2018, de <https://www.lechepuleva.es/aprende-a-cuidarte/tu-alimentacion-de-la-a-z/m/moras>
29. Velazques, S. (4 de 8 de 2017). Comunicae. Recuperado el 22 de 5 de 2018, de https://www.comunicae.es/nota/8-beneficios-del-helado-casero-y-la-receta_1-1189006/
30. Woloszyn, P. (13 de 2 de 2014). Confiesoquecocino. Recuperado el 22 de 5 de 2018, de <http://www.confiesoquecocino.com/helado-de-mora/>

Para citar el artículo indexado.

Magaly Ninasunta. (2018). Impacto Económico de la producción y comercialización de helados caseros en la parroquia Tingo La Esperanza Provincia de Cotopaxi. *Revista electrónica Visionario Digital* 1(1), 53-64. Recuperado desde: <http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/VisionarioDigital/article/view/242/540>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.

