

# INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Centro Interdisciplinario para la Formación y la Vinculación Social

Proyecto de Aplicación Profesional (PAP)

Programa de Desarrollo Local y Fortalecimiento del Tejido Social.



## ITESO

Universidad Jesuita  
de Guadalajara

PAP 2E05 San Pedro Valencia Otoño 2019

San Pedro Valencia: Renovación Urbana, Saneamiento ambiental y  
Emprendimientos Turísticos.

**“Modelo de Negocio Helados”**

### PRESENTAN

Lic. en Administración Financiera. Areli Robles Vargas

Lic. en Administración Financiera. Mayra Yamilet Mojarro Zaragoza

### Profesor PAP

Héctor Morales Gil de la Torre

Andrea Carolina Levario Achondo

Andrés Zuloaga Cano

Nalleli de la Torre Herrera

Nora María Samayoa Aguilar

Tlaquepaque, Jalisco, Diciembre del 2019

**ÍNDICE**

<b>Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional</b>	<b>2</b>
<b>Resumen</b>	<b>2</b>
<b>Introducción</b>	<b>2</b>
<b>Contexto General</b>	<b>2</b>
<b>Problema Específica</b>	<b>4</b>
<b>Marco Teórico</b>	<b>5</b>
<b>Teoría de Cambio</b>	<b>5</b>
<b>Justificación. Plan de Negocios</b>	<b>5</b>
<b>Metodología</b>	<b>7</b>
<b>Plan de Trabajo</b>	<b>13</b>
<b>Planeación de la alternativa</b>	<b>13</b>
<b>Resultados</b>	<b>13</b>
<b>Recuperación y reflexión crítica de la experiencia</b>	<b>13</b>
<b>Recomendaciones</b>	<b>14</b>
<b>Bibliografías y otros recursos</b>	<b>14</b>
<b>Anexos generales</b>	<b>15</b>

## **Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional**

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

### **Resumen**

Los empleos es la base del desarrollo y sus beneficios van mucho más allá de ingresos, son fundamentales para reducir la pobreza, hacer que los poblados funcionen y proporcionar a los jóvenes opciones de participación social.

Se analiza la situación de empleo en esta zona, en primer grado se aborda el grado de participación en las actividades económicas, las cuales determinan o influyen en la participación, como son el sexo, la edad, la escolaridad y el lugar que se ocupa en la familia.

### **Introducción**

En este reporte se analiza la situación de empleo en poblados del municipio de Tala, después de dar un breve resumen de la importancia de los empleos en estas zonas, les describiremos un poco de las características el municipio de Tala.

También analizaremos la oferta y demanda existente en el sector del helado, ya que ayudaremos a que los que llevan actualmente este negocio de helados tengan una noción más clara de la cantidad de consumidores que pueden adquirir al vender su producto de forma diferente o incrementando nuevas maneras de hacerlo.

Y lo más importante, tener el punto de equilibrio, saber cuáles son los gastos que genera tener la empresa de helados y poder tener un porcentaje de ganancia para poder crecer en el sector de los helados.

### **Contexto General**

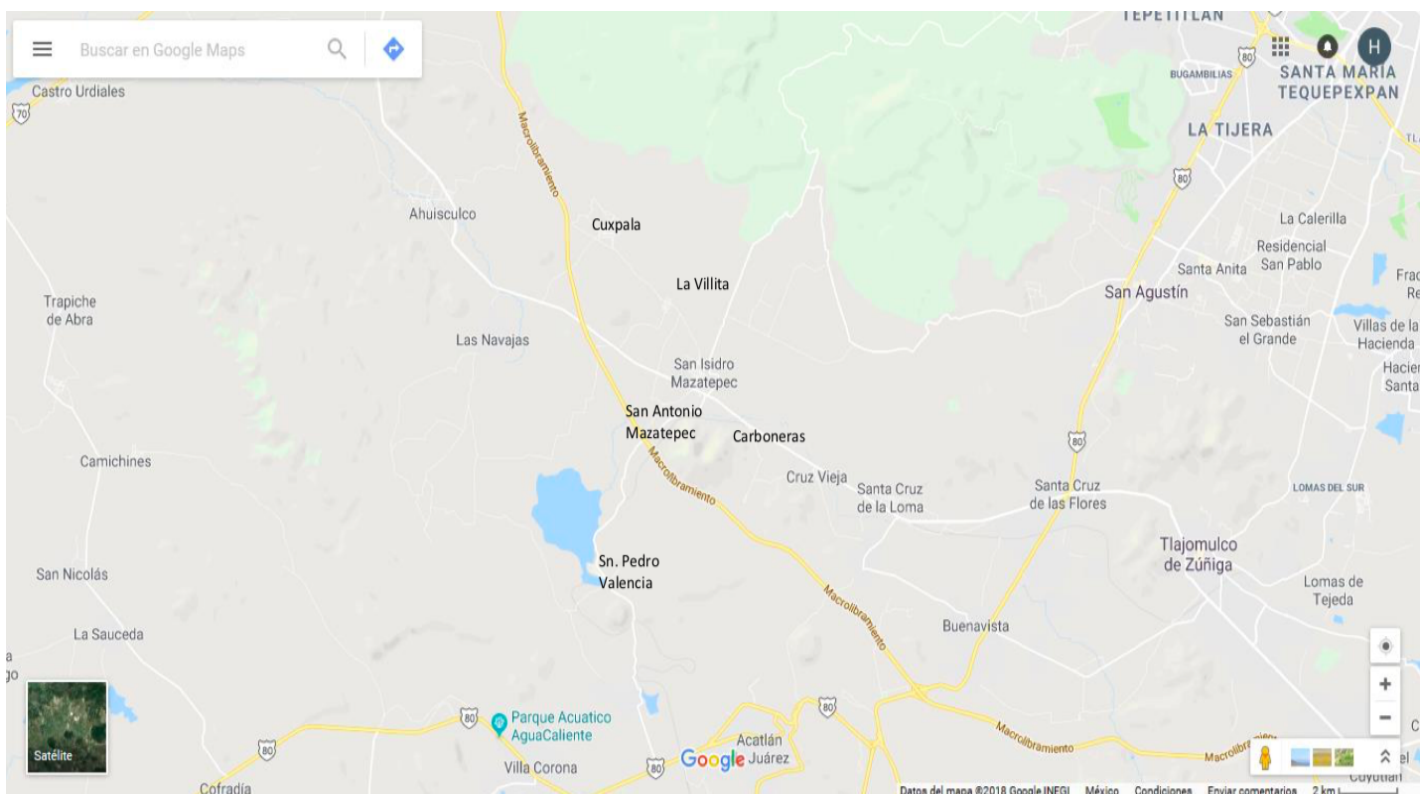
Tala es una ciudad y municipio de Región Valles del Estado de Jalisco, su población en 2015 según la encuesta intercensal es de 80 mil 365 personas; 49.2% hombres y 50.8% mujeres.

El municipio de Tala está integrado por 90 localidades habitantes, siendo los más importantes los que mencionaremos a continuación y son en donde estaremos trabajando y apoyando junto a ellos a los largo de este semestre; San Isidro Mazatepec, Ahuisculco, Las Navajas, Cuxpala, San Antonio Mazatepec.

En Tala sus principales sectores, productos y servicios es la agricultura, de los cultivos locales destaca la caña de azúcar, maíz, garbanzo, sorgo, camote, agave y cacahuate; la ganadería, donde se crían ganado de carne y leche, porcino, ovino y colmenas; en el ámbito industrial cuenta con un considerable desarrollo causado básicamente por la existencia del ingenio azucarero de Tala, que es el segundo más importante en el Estado; respecto a la explotación forestal se encuentra principalmente las especies de pino y robles y en menor proporción el encino; comercialmente predominan los giros dedicados a a venta de productos de primera necesidad y los turísticos, personales y de mantenimiento; los recursos minero están representados por los minerales no metálicos, disponiendo de pequeños yacimiento de ópalo, cuerpazo y balastre; en la presa de la Vega se capturan especies como carpa, mojarra y lobina.

En Tala hay 13,671 viviendas en todo el municipio de Tala con un promedio de 4 ocupantes por vivienda. La mayoría cuenta con los servicios de energía eléctrica y agua entubada y en menor proporción con drenaje. El tipo de construcción es de losa de concreto, bóveda de ladrillo o teja en los techos y tabique, block o adobe en los muros.

La mayoría de las viviendas están ubicadas en el poblado San Isidro Mazatepec con 1,154 viviendas, después está el poblado de Ahuisculco con 888, Las Navajas con 657, Municipio de Cuxpala con 425 y el poblado más chico con 91 viviendas en San Antonio Mazatepec.



### **Problemática Específica**

La pobreza en Tala está asociada a condiciones de vida que vulneran la dignidad de las personas, limitan sus derechos y libertades fundamentales, impiden la satisfacción de sus necesidades básicas e imposibilitan su plena integración social. De acuerdo con esta

concepción, una persona se considera en situación de pobreza multidimensional cuando sus ingresos son insuficientes para adquirir los bienes y servicios que requieren para satisfacer sus necesidades.

Presenta carencia en educación, acceso a los servicios de salud, acceso a la seguridad social y espacios de la vivienda servicios básicos en la vivienda.

En Tala se encuentran 2,903 analfabetos de 15 y más años, la cual el 3.97% corresponde a San Isidro Mazatepec, el 5.41% de Ahuiculco, el 4.42% de Las Navajas, el 5.84% de Cuxpala y 6.02% de San Antonio Mazatepec.

638 de los jóvenes entre 6 y 14 años no asisten a la escuela, el grado de escolaridad de San Isidro Mazatepec es de 7.08, en Ahuiculco de 6.39, en Las Navajas 6.41, en Cuxpala el 6.7 y en San Antonio Mazatepec es de 6.94.

El 33.38% de la población mayor de 12 años en San Isidro Mazatepec están ocupados laboralmente, en Ahuiculco es el 34.31%, en Las Navajas el 29.75%, en Cuxpala el 31.26% y finalmente en San Antonio Mazatepec con el 21.74% de la población mayor de 12 años ocupados laboralmente.

Gracias a los datos que obtuvimos nos dimos cuenta que se necesitan generar mayores empleos en estos poblados, ya que el trabajo permite a los hogares de bajos recursos superar la pobreza y que la expansión del empleo productivo y decente es la vía hacia el crecimiento y la diversificación de las economías.

Este proyecto lo haremos con la finalidad de que se generen dichos empleos, ya que el en base a un estudio de mercado del helado, elaborando un estudio de mercado.

Un estudio de mercado es la investigación de mercado que identifica, recolecta y analiza datos sobre clientes, competidores y el mercado que se estudia, crear un plan de negocios y tomar las mejores decisiones, para incrementar en aspectos de clientes y ventas del producto que se enfoca.

En PAP de Otoño 2019 nos hemos enfocamos en el mercado de helados, conocer quienes son los principales competidores, clientes y preferencias que cada uno tiene. Esto es porque el mercado de helados ha crecido mucho, y es un producto que la mayoría de las personas consumen seguido y les agrada, es muy importante hacer el estudio de mercado en los 5 municipios principales de Tala, Jalisco, que son San Isidro Mazatepec, Ahuiculco, Navajas, Cuxpala y San Antonio, ver la competencia de los diferentes municipios que vendas nieves o relacionado con algo frío, ya sea un carrito de nieve, una tiendita, en una abarrotera o también una tienda exclusivamente que venda las paletas, y con esto concluir los competidores más fuertes que hay sobre el mercado de helados. También como sabemos que las preferencias de las personas son muy distintas sobre las comidas, los postres, etc, identificamos que es necesario que cada persona tiene sus preferencias de gustos

## **Marco Teórico**

## **Teoría de Cambio**

El estudio de mercado lo hacemos con la principal finalidad de expandir un negocio con el que estamos trabajando que se llama “Gelatos” esta técnica que estamos realizando es para tener un incremento de ventas de los helados y poder crecer como negocio.

### **Justificación. Plan de negocios**

- Estudio de mercado

La finalidad del estudio de mercado del helado es descubrir lo que la gente del municipio de Tala quiere, también implica el descubrir cómo actúan las personas. Una vez que la investigación está completa, podemos determinar cómo comercializar el producto.

Con el estudio de mercado que hacemos para el mercado del helado buscamos, desde la visión comercial, el conjunto de vendedores y compradores, los clientes y la competencia, que tienen dentro de los municipios que trabajamos, la empresa tiene que conocer el mercado meta, ayudar a crear un plan de negocios, mejorando el servicio ya existente y expandirse a nuevos mercados.

Queremos lograr saber principalmente la evaluación de la competencia fuerte, la evaluación de la calidad del producto que se ofrece, la presentación que más le gusta a los clientes del producto, los sabores más comunes que eligen y también nuevos sabores y por último los canales de venta del producto a ofrecer.

#### **Encuestas para conocer competidores y consumidores**

Las encuestas de mercado son una herramienta fundamental para la investigación, su objetivo es comprender lo que necesitan los consumidores y competidores, como qué problemas enfrentan en la actualidad para conseguirlo, así como conocer aspectos relacionados con el mercado.

Las encuestas en línea son una manera accesible y confiable de recopilar información sobre el mercado objetivo, es ideal para llegar a un público más amplio a través del uso de dispositivos móviles.

- Costos

Los costos son los gastos económicos que la empresa o negocio hace para la fabricación de un producto o los gastos para presentación de algún servicio, se forma por la materia prima, mano de obra directa e indirecta, etc.

Una empresa puede obtener una ventaja competitiva en sus costos cuando puede ofrecer su producto o servicio a un precio menor que el resto de sus competidores.

El cálculo de los costos es necesario e indispensable para la empresa, ya que si se establecen los precios sin determinar si cubre o no los costos y gastos correspondientes, no se obtendrá la rentabilidad necesaria para que el negocio funcione y prospere. La determinación de los costos ayudará a determinar la rentabilidad de la empresa.

El análisis y gestión de los costos permite conocer cómo, dónde, cuándo, en qué medida y por qué paso, lo que facilita lograr los objetivos operativos y financieros.

Los objetivos principales de una buena gestión de costos son fijar los precios de los productos, conocer los verdaderos precios, conocer la productividad de la mano de obra.

Los costos en este caso se pueden clasificar:

- Costos ingredientes
- Costos fijos
- Costos variables
- Costos otros

- Modelo Canvas

El modelo canvas es la herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma más simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece.

Lo usaremos para pasar de la idea del proyecto a plasmarlo en un modelo empresarial, mejorará la comprensión, ampliar los puntos de enfoque y analizar estratégicamente.

Conocer los siguientes factores

1. Propuesta de valor.

Tenemos que saber que problema les vamos a solucionar a los clientes.  
Enfocar los beneficios del producto.  
Qué diferencia el plan de negocios al de otros.

2. Segmentación de clientes

Saber a quiénes se dirige el mercado.  
Describir el público y sus características.

3. Canales de distribución

Medios a través de los cuales vamos a comunicar nuestra propuesta de valor.  
Darse a conocer, evaluar, comunicar, distribuir y vender.

4. Relaciones con los clientes

Dónde empieza y dónde acaba la relación con los clientes.  
Se trata de tener en cuenta la fidelización, captación de clientes y la estimulación de las ventas.

5. Fuentes de ingresos
  - Cómo generar los beneficios para que funcione el plan de negocios.
  - Diferenciar ingresos y ganancias.
  - Tener claro cómo ganar dinero.
  
6. Recursos claves
  - ¿Qué necesitamos para llevar a cabo la actividad?
  - Recursos físicos, financieros, humanos, etc.
  
7. Actividades claves
  - Conocer los procesos claves para el funcionamiento.
  - Producción, solución de problemas y plataforma.
  
8. Socios claves
  - Enumerar las personas con las que necesitas trabajar para hacer posible el plan de negocio.
  - Proveedores necesarios.
  
9. Estructura de costos
  - Gastos que necesitas para el proceso.
  - Costos fijos y variables.

## **Metodología**

- Competidores

Para conocer el mercado meta es necesario realizar una segmentación de mercado y se puede distinguir por criterios geográficos (el municipio), demográfico (edad, sexo), psicológicos (motivaciones de compra o actitudes ante el producto) o conductuales (la fidelidad de un producto, regularidad de compra), para así determinar qué cantidad de la población comprará el producto y centrarse a los que dan mayores ventas.

Para empezar el estudio hicimos visitas en cada uno de los municipios, teniendo en cuenta las siguientes preguntas:

- Nombre de cómo la ubican
- ¿Qué es? con respecto sí es una tienda, abarrotera, peletería, etc.
- ¿Qué tipo de helados vende?
- ¿En dónde se encuentra?
- ¿Vende todo el año?
- ¿Tienen proveedor o las hacen caseras?
- ¿Quién es su cliente potencial?
- ¿Es por temporada su venta?
- Preferencia de los clientes

- Clientes/consumidores

Uno de los puntos claves que es necesario saber, como lo habíamos mencionado anterior, son nuestros clientes, el comportamiento de los consumidores del producto, los factores que influyen en la compra y en la decisión de la compra de un producto a otro, de esta forma la empresa sabrá los distintos incentivos comerciales.

En esta parte del estudio decidimos hacer una encuesta y que se difunda por medio de internet para así poder tener mayores respuestas de los distintos municipios a los que queremos llegar y así decidir una estrategia comercial.

El link que hemos proporcionado de la encuesta y con sus preguntas son las siguientes:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd6lplr\\_ez8g12fo8j5\\_5\\_ezR5VuR1zBOXFnZQRg0KoMnpqcQ/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd6lplr_ez8g12fo8j5_5_ezR5VuR1zBOXFnZQRg0KoMnpqcQ/viewform)

¿De dónde eres?

- Ahuisculco
- Navajas
- Cuxpala
- San Isidro
- San Antonio

Sexo

- Femenino
- Masculino

¿Cuál es su edad?

- Entre 10 - 15
- Entre 16 - 20
- Entre 21 - 30
- Entre 31 - 40
- Entre 41 en adelante

¿Con qué frecuencia consume helado?

- 1 vez por semana
- 2 veces por semana
- 3 veces por semana
- 4 veces por semana

¿Qué es lo más importante para usted en consumir helados?

- Calidad
- Precio
- Sabor
- Presentación
- Famoso

¿En qué momento le gusta consumir helados?

- En fiestas
- En la plaza

- En la casa
- Afuera de la iglesia
- Otro

¿Qué presentación es de su preferencia?

- Cono
- Vaso
- Paleta
- Canasta

¿En qué circunstancias no consume helado?

- Enfermedades
- Clima
- Presentación del helado
- Precio
- Otro

¿Influye al precio al momento de su compra?

- Sí
- No
- Depende de qué helado sea

¿Cuál es tu sabor preferido de helados?

Pregunta abierta

¿Los sabores que eligió dependen de la temporada?

- Sí
- No
- Tal vez

Si pudieras hacer un nuevo sabor de helados, ¿de qué sería?

Pregunta abierta

Y por último, se realizó un excel para poder hacer interpretaciones sobre 4 factores (total encuestados, sexo hombre, sexo mujer, edad, comunidad) y las variables (frecuencia, preferencia, momento, presentación, circunstancias, precio, sabor, temporada, nuevo sabor) para poder sacar lo más relevante de cada una de las gráficas. (Anexo 1)

- Costos

Es un programa en excel para facilitarles el manejo de sus costos-gastos y con esto puedan determinar el precio de sus productos, para tener en cuenta cuantos rendimientos les dejará.

En el programa que hemos realizado en excel tiene lo siguiente:

En la primera pestaña, INSERTAR COSTOS, es donde se ingresa los datos de la compra del artículo, la fecha en la cual se compró, y los costos, que se pone el artículo que se compró, la unidad que es el artículo, ya sea por paquete, pieza, kilos o gramos, el número de cantidad que se compró del artículo, el precio unitario, el precio total y por último la clasificación, si es costo de ingredientes, fijos, variables u otros. (Anexo 2)

La segunda pestaña, llamada Registros de Costos, son todos los registros que se han ingresado desde la primera pestaña, en el cuadro del lado derecho se pueden filtrar la clasificación de los registros para ver que se han registrado con cada uno de las clasificaciones que tenemos (costos ingredientes, costos fijos, costos variables, costos otros). (Anexo 3)

En la tercera pestaña, Costos Receta, podemos observar que están ordenados las diferentes clasificaciones que hemos puesto con sus sumas correspondientes de todos los artículos. (Anexo 4)

En la pestaña de RECETAS (Anexo 5), se encontrará un método más eficiente para la elaboración del helado de vainilla, cajeta, cocoa y crema de nutella. Muestra los ingredientes que se deben de colocar para los litros que se quiera realizar, están los costos de los ingredientes, que en esta parte busca los ingredientes y su costo en la pestaña de Costos Receta para tener el costo que la persona ingresó desde la primera pestaña, y también tenemos el costo por gramo de cada uno

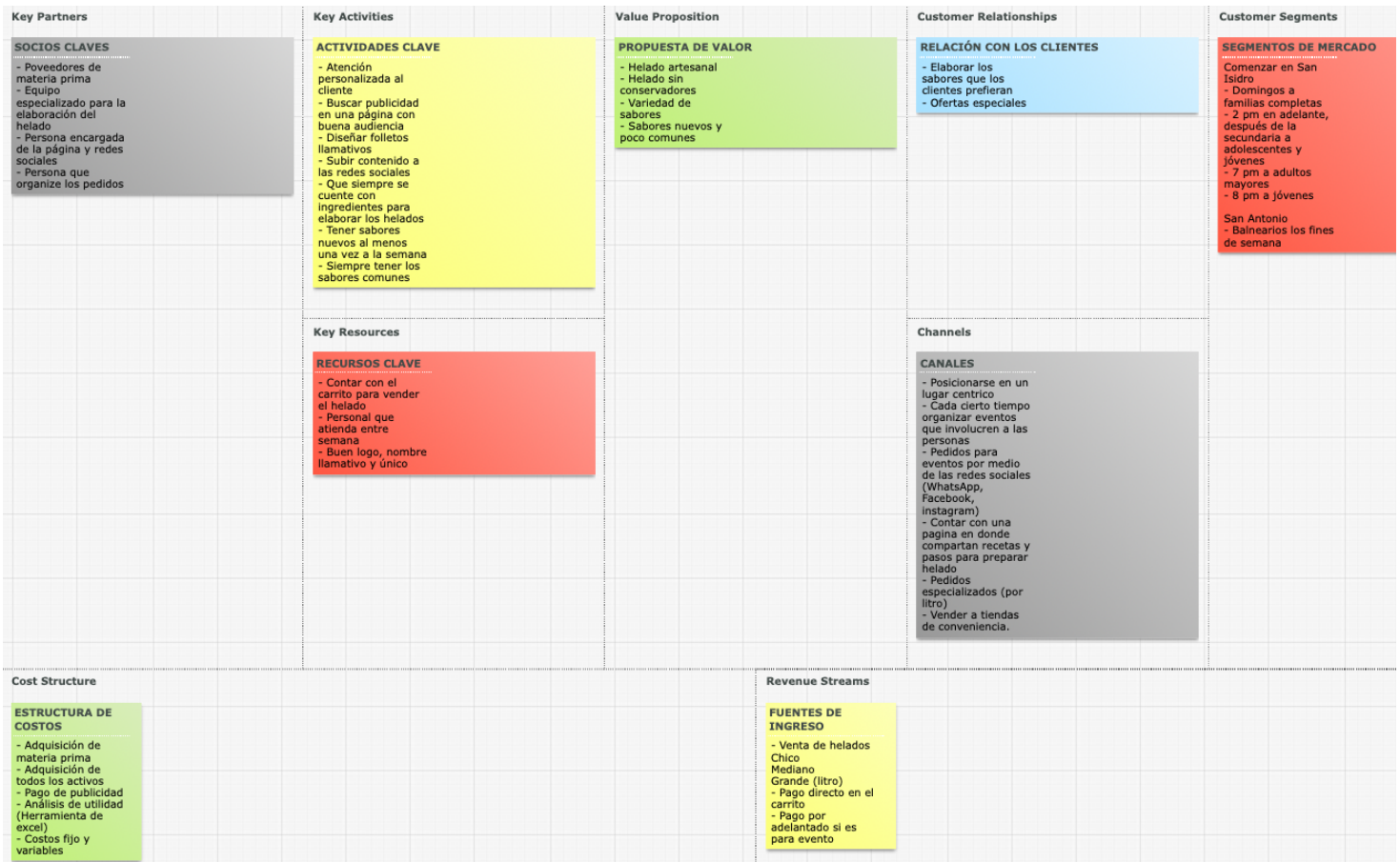
En esta pestaña lo primero que se debe de hacer es ingresar los litros que se quiera realizar, 1 litro, 3 litros, 6 litros, 8 litros o 10 litros, posterior se selecciona la receta a realizar y por consiguiente se va a deslizar todos los ingredientes que se van a utilizar en esa receta, los costos.

El número de botecitos se calculan ya que nos dieron la información que un botecito de los que dan en los helados, son de 4 onzas y una onza son 28 gramos, por lo que un botecito tiene 112 gramos y dividimos los gramos del botecito con los litros que se quiere realizar, y nos da el total de botecitos que vamos a tener con respecto a los litros que se realizarán.

Con esto nos da el precio del botecito sin tener ninguna utilidad, se tiene que poner el porcentaje de la utilidad esperada para que nos arroje el precio final que se podrá vender a los clientes.

Y por último, tenemos el botón de borrar, para poder tener datos nuevos desde litros hasta seleccionar una nueva receta.

- Modelo Canvas



Segmento de clientes, es el mercado que consume helado, desde los más niños que van acompañados de sus padres, los jóvenes que van en plan de esparcimiento social, hasta lo adultos mayores que desean consumir el producto. Además servicios en eventos, fiestas infantiles, etc.

Propuesta de valor, atención personalizada en donde el cliente puede realizar sus pedidos por medio de redes sociales, y con servicio a domicilio con costo adicional. En eventos con más de una cantidad de personas se el podría aplicar un descuento, para que así atraiga a los clientes y les llame más la atención.

Canales de distribución, los puntos de venta sería el carrito que se estará transportando en los puntos clave donde hay mayor población y en los eventos, iniciar en los lugares céntricos de San Isidro y en los balnearios de San Antonio, tener la página en Facebook o Instagram para que los clientes pueden pedir dentro de ahí, pedidos especiales por litros y vender en tiendas de conveniencia.

Relación con los clientes, la atención con los clientes se les dará tanto personal, redes sociales, correo electrónico, llamadas, publicidad y elaborar sabores que los clientes prefieran.

Fuentes de ingresos, ventas en el carrito (tamaños chico, mediano o de litro), ventas por medio de pedidos, ventas por eventos y/o pagos anticipados.

Recursos Claves, contar con el carrito para vender iniciando en San Isidro y Ahuisculco y una persona que pueda vender entre semana por la plaza de San Isidro y los fines de semana en Ahuisculco, tener la marca y logo de los helados para que reconozcan los helados los clientes

Actividades clave, serían el servicio al cliente que darán, la personalización del producto al hacer pedidos por anticipado, publicidad en las redes sociales, siempre tener los ingredientes necesarios para la elaboración de los helados, tener un sabor nuevo al menos una vez a la semana para que les llame la atención a los clientes y tener los sabores comunes siempre.

Socios claves, tener proveedores de materia prima para no tener diferentes marcas de nuestros productos, tener el equipo especializado para la elaboración del helado artesanal, tener una persona encargada para que pueda manejar las redes sociales y que la gente nos pueda ver más fácilmente dentro de internet, y también, personas que organice los pedidos que los clientes puedan hacer.

Estructura de costos, herramienta para reflexionar los costos que tienen los diferentes sabores de helados que se quiere comercializar, saber el porcentaje de utilidad que se quiere ganar por los botecitos y saber el precio final que se le puede ofrecer al cliente.

## **Plan de Trabajo (Anexo 6. Cronograma Actividades)**

### **Planeación Alternativa**

Nuestro objetivo fue comprender que es lo que necesitan los consumidores y que problemas tienen para conseguirlo.

Usamos la encuesta de mercado por segmentación porque podemos detectar clientes existentes y potenciales y entender por qué los clientes han elegido el producto y los clientes potenciales no han hecho aún una compra. Las encuestas nos ayudaron a hacer un análisis del helado y conocer las preferencias de los clientes, el descubrir dónde invertir y cuál es el potencial de compra.

La retroalimentación recibida de la encuesta aplicada, nos ayuda a tomar decisiones sobre la comercialización del producto y cómo podríamos llegar a las necesidades de nuestros clientes meta, la mejora de las características del helado que queremos comercializar, las expectativas y los requerimientos que ellos quieren obtener al comprar un helado.

También, que los clientes nos conozcan, favorecen la creación de campañas de mercadotecnia, ayudan a determinar la categoría y sus características del helado que la audiencia objetivo aceptaran fácilmente.

## **Resultados**

### **Recuperación y reflexión crítica de la experiencia**

La importancia de tener un plan de negocios es saber cuál es nuestro mercado meta, a quiénes nos queremos dirigir, la competencia que vamos a enfrentar con nuestro negocio, el valor agregado que tiene nuestro negocio, de los productos que va a ofrecer hacia los clientes.

Saber nuestros gastos y nuestros costos a los que nos vamos a enfrentar en dicho mercado es indispensable al querer iniciar un negocio, en qué vamos a gastar, para llegar al punto de equilibrio, no tener ganancia ni pérdidas, y por consiguiente tener una utilidad en el producto

El haber aprendido sobre el mercado del helado nos ayudó a aplicar nuestros conocimientos para la elaboración de las herramientas financieras que les servirá al equipo encargado del negocio del helado, para llevar un mejor manejo y control de sus gastos, inventario, utilidades, etc.

Así como el modelo canvas les ayudará en la toma de decisiones, ver cómo la empresa va en marcha para poder crecer conforme pasa el tiempo, y saber el valor del producto que se está ofreciendo, tener una planeación estratégica para cumplir el objetivo principal, que es crecer, poder saber las debilidades y fortalezas que se están generando para poder modificar y cada día ser mejores en el producto y el servicio que se ofrece. Se puede visualizar cualitativos, como la mercadotecnia del producto, y cuantitativo, las herramientas financieras que necesitamos para nuestros números.

### **Recomendaciones**

Retroalimentación de la herramienta costos-utilidad, para poder agregar distintas recetas y tener una herramienta más completa y que sea más sencillo, y que ellos puedan fijar el precio del producto según los costos de su materia prima en ese momento, también agregar en ese mismo excel un control del tiempo que se lleva la elaboración del helado.

Elaborar un presupuesto para hacer un análisis de crecimiento, tanto como tener un local, empleados, congeladores, etc, donde puedan vender los productos que van a ofrecer.

También hacer otro estudio de mercado, ya que si abren nuevos lugares de venta y necesitan estar actualizados para tener la mejor propuesta de valor y ser competidores.

## **Bibliografías**

gestiopolis. (2003). ¿Qué es la investigación de mercados?. 2019, de GESTIOPOLIS Sitio web: <https://www.gestiopolis.com/que-es-la-investigacion-de-mercados/>

Pueblos America. (2019). Pueblos de México. 2019, de Pueblos America Sitio web: <https://mexico.pueblosamerica.com/search.php?q=navajas>

NUESTRO MÉXICO. (2015). TALA. 2015, de NUESTRO MEXICO Sitio web: <http://www.nuestro-mexico.com/Jalisco/Tala/>

Secretaría General de Gobierno.. (2011). TALA. 2015, de Secretaría General de Gobierno. Sitio web: <https://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/municipios/tala>

ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO. (2015). La importancia del empleo y los medios de vida en la agenda para el desarrollo con posterioridad a 2015. 2015, de ORGANIZACION DEL TRABAJO Sitio web: [https://www.ilo.org/global/topics/sdg-2030/documents/WCMS\\_193484/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/global/topics/sdg-2030/documents/WCMS_193484/lang--es/index.htm)

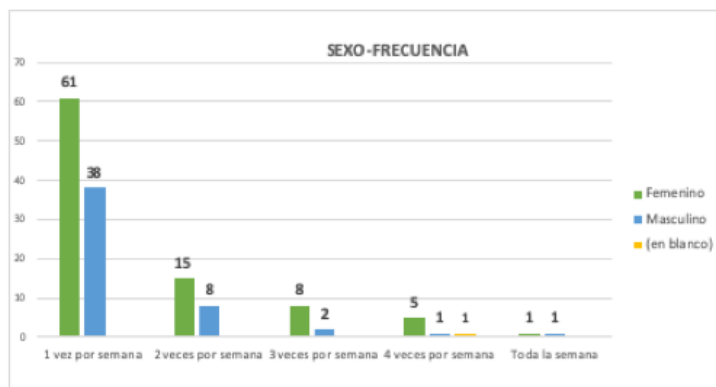
## Anexos Generales

### Anexo 1 Interpretaciones de Encuesta Helados

Pregunta: ¿Con qué frecuencia consume helado? vs Sexo

Cuenta de ¿Con qué frecuencia consume helado?	Column Labels		Grand Total
Row Labels	Femenino	Masculino (blank)	
1 vez por semana	61	38	99
2 veces por semana	15	8	23
3 veces por semana	8	2	10
4 veces por semana	5	1	7
Toda la semana	1	1	2
<b>Grand Total</b>	<b>90</b>	<b>50</b>	<b>141</b>

Cuenta de ¿Con qué frecuencia consume helado?	Etiquetas de co			Total general
Etiquetas de fila	Femenino	Masculino (en blanco)		
1 vez por semana	67.78%	76.00%	0.00%	70.21%
2 veces por semana	16.67%	16.00%	0.00%	16.31%
3 veces por semana	8.89%	4.00%	0.00%	7.09%
4 veces por semana	5.56%	2.00%	100.00%	4.96%
Toda la semana	1.11%	2.00%	0.00%	1.42%
<b>Total general</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



Sexo

Femenino

Masculino

(en blanco)

¿Con qué frecue...

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

4 veces por semana

Toda la semana

(en blanco)

DEL TOTAL DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS EL 70.21% CONSUMEN HELADO 1 VEZ POR SEMANA Y LA MAYORIA SON MUJERES.

Pregunta: ¿Qué es lo más importante para usted al consumir helados? vs Sexo

Cuenta de ¿Qué es lo más importante para usted al consumir helados?				
Etiquetas de columna				
Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	(en blanco)	Total general
Calidad	30	19	1	50
Famoso		1		1
Precio	1	2		3
Presentación	2			2
Sabor	58	28		86
<b>Total general</b>	<b>91</b>	<b>50</b>	<b>1</b>	<b>142</b>

Sexo

Femenino

Masculino

(en blanco)

Cuenta de ¿Qué es lo más importante para usted al consumir helados?				
Etiquetas de columna				
Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	(en blanco)	Total general
Calidad	32.97%	38.00%	100.00%	35.21%
Famoso	0.00%	2.00%	0.00%	0.70%
Precio	1.10%	4.00%	0.00%	2.11%
Presentación	2.20%	0.00%	0.00%	1.41%
Sabor	63.74%	56.00%	0.00%	60.56%
<b>Total general</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

¿Qué es lo más ...

Calidad

Famoso

Precio

Presentación

Sabor



EL 60% DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS CONSIDERAN QUE EL SABOR ES LO MAS IMPORTANTE AL CONSUMIR HELADO Y PARA EL 35% DE LAS PERSONAS ES LA CALIDAD DEL HELADO.

Pregunta: ¿En qué momento le gusta consumir helados? vs Sexo

Cuenta de ¿En qué momento le gusta consumir helados?				
Etiquetas de columna				
Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	(en blanco)	Total general
Afuera de la iglesia		1		1
En fiestas	2	1		3
En la casa	18	10		28
En la plaza	59	30	1	90
Otro	12	8		20
<b>Total general</b>	<b>91</b>	<b>50</b>	<b>1</b>	<b>142</b>

Sexo

Femenino

Masculino

(en blanco)

Cuenta de ¿En qué momento le gusta consumir helados?				
Etiquetas de columna				
Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	(en blanco)	Total general
Afuera de la iglesia	0.00%	2.00%	0.00%	0.70%
En fiestas	2.20%	2.00%	0.00%	2.11%
En la casa	19.78%	20.00%	0.00%	19.72%
En la plaza	64.84%	60.00%	100.00%	63.38%
Otro	13.19%	16.00%	0.00%	14.08%
<b>Total general</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

¿En qué moment...

Afuera de la iglesia

En fiestas

En la casa

En la plaza

Otro



EL 63% DE LAS PERSONAS CONSUMEN EL HELADO EN LA PLAZA Y EL 20% EN SUS CASAS.

Pregunta: ¿Qué presentación es de su preferencia? vs Sexo

Cuenta de ¿Qué presentación es de su preferencia ?		Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	(en blanco)	Total general
Canasta	15	9		24
Cono	40	23	1	64
Paleta	10	8		18
Vaso	26	10		36
<b>Total general</b>	<b>91</b>	<b>50</b>	<b>1</b>	<b>142</b>

Sexo

Femenino

Masculino

(en blanco)

Cuenta de ¿Qué presentación es de su preferencia ?		Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	(en blanco)	Total general
Canasta	16.48%	18.00%	0.00%	16.90%
Cono	43.96%	46.00%	100.00%	45.07%
Paleta	10.99%	16.00%	0.00%	12.68%
Vaso	28.57%	20.00%	0.00%	25.35%
<b>Total general</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

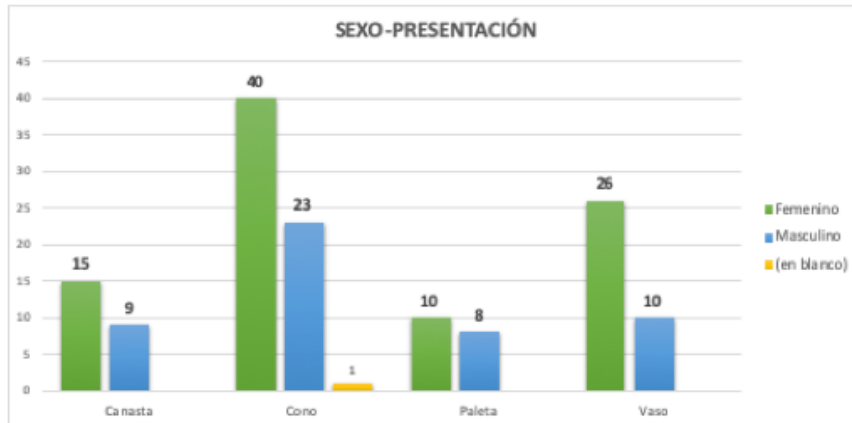
¿Qué presentaci...

Canasta

Cono

Paleta

Vaso



EL 45% DE LAS PERSONAS PREFIEREN CONSUMIR SU HELADO EN CONO, POSTERIORMENTE EL 25% EN UN VASO, EL 17% EN UNA CANASTA Y POR ULTIMO PALETAS.

Pregunta: ¿En qué circunstancias no consume helado? vs Sexo

Cuenta de ¿En qué circunstancias no consume helado?		Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	(en blanco)	Total general
Clima	40	18	1	59
Enfermedades	27	23		50
Otros	12	4		16
Precio	5	3		8
Presentación del helado	7	2		9
<b>Total general</b>	<b>91</b>	<b>50</b>	<b>1</b>	<b>142</b>

Sexo

Femenino

Masculino

(en blanco)

Cuenta de ¿En qué circunstancias no consume helado?		Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	(en blanco)	Total general
Clima	43.96%	36.00%	100.00%	41.55%
Enfermedades	29.67%	46.00%	0.00%	35.21%
Otros	13.19%	8.00%	0.00%	11.27%
Precio	5.49%	6.00%	0.00%	5.63%
Presentación del helado	7.69%	4.00%	0.00%	6.34%
<b>Total general</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

¿En qué circunst...

Clima

Enfermedades

Otros

Precio

Presentación del helado

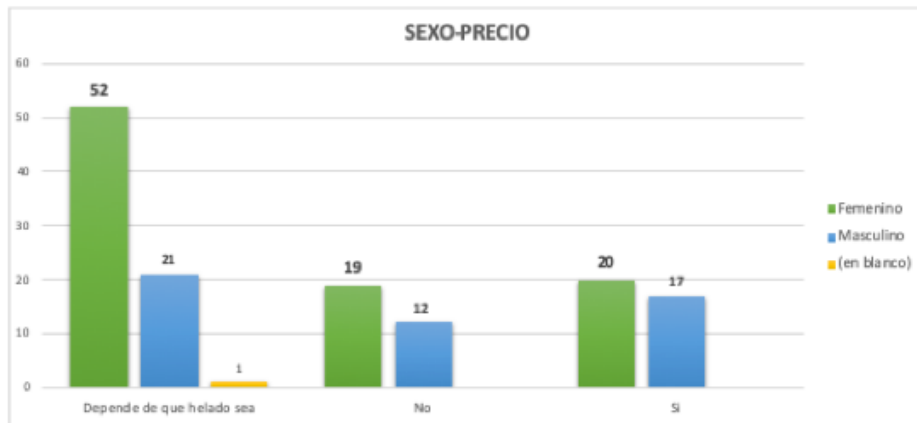


EL 41% DIJO QUE NO CONSUME HELADO POR CUESTIONES DE CLIMA Y POSTERIORMENTE EL 35% POR ENFERMEADES.

Pregunta: ¿Influye el precio al momento de su compra? vs Sexo

Cuenta de ¿Influye el precio al momento de su compra?		Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	(en blanco)	Total general
Depende de que helado sea	52	21	1	74
No	19	12		31
Si	20	17		37
<b>Total general</b>	<b>91</b>	<b>50</b>	<b>1</b>	<b>142</b>

Cuenta de ¿Influye el precio al momento de su compra?		Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	(en blanco)	Total general
Depende de que helado sea	57.14%	42.00%	100.00%	52.11%
No	20.88%	24.00%	0.00%	21.83%
Si	21.98%	34.00%	0.00%	26.06%
<b>Total general</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



**Sexo**

- Femenino
- Masculino
- (en blanco)

**¿Influye el preci...**

- Depende de que...
- No
- Si

EL 52% DICE QUE DEPENDE DEL HELADO QUE SEA INFLUYE EL PRECIO AL MOMENTO DE COMPRAR UN HELADO.

Pregunta: Sabor preferido de helados vs Sexo

### SABOR PREFERIDO DE HELADOS

Femenino	111	Masculino	53	(en blanco)	1
Vainilla	13	Fresa	7	Limón	1
Nuez	11	Chocolate	6		
Chocolate	9	Vainilla	6		
Fresa	9	Nuez	5		
Galleta	7	Coco	4		
Yogurt natural	5	Galleta	3		
Napolitano	4	Chocochip	2		
Fresas con crema	3	Crema irlandesa	2		
Oreo	3	Todos	2		
Cajeta	2	Cereza negra	1		
Chocochip	2	Dulces	1		
Chocolate	2	Elote	1		
Coco	2	Fresa de agua	1		
Durazno	2	Frutas	1		
Exóticos	2	Frutas secas	1		
Frutos rojos	2	Frutos	1		
Kiwí	2	Frutos rojos	1		
Mamey	2	Galleta oreo	1		
Pistaches	2	Limón	1		
Alas de ángel	1	Napolitano	1		
Albahaca Basilikum	1	Oreo	1		
Arrayan	1	Piñón	1		
Capuchino	1	Plátano con chocolate	1		
Chicle	1	Tabaco	1		
Chispas de chocolate	1	Taro	1		
Chocomenta	1	(en blanco)			
Cookies & Cream	1				
Crema irlandesa	1				
Fresa con mantequilla	1				
Frutas secas	1				
Guanábana	1				
Guayaba	1				
Limón	1				
Mango	1				
Mantequilla	1				
Melón	1				
Menta	1				
Moka	1				
Mora	1				
Natural	1				
Ninguno en especial	1				
Pay de queso con frambuesa	1				
Queso	1				
Queso con zarzamora	1				
Sabor Gansito	1				

Pregunta: ¿Los sabores que eligió dependen de la temporada? vs Sexo

Cuenta de ¿Los sabores que eligió dependen de la temporada?				
Row Labels	Column Labels			
	Femenino	Masculino	(en blanco)	Grand Total
No	58	32	1	91
Sí	13	8		21
Tal vez	18	10		28
<b>Grand Total</b>	<b>89</b>	<b>50</b>	<b>1</b>	<b>140</b>

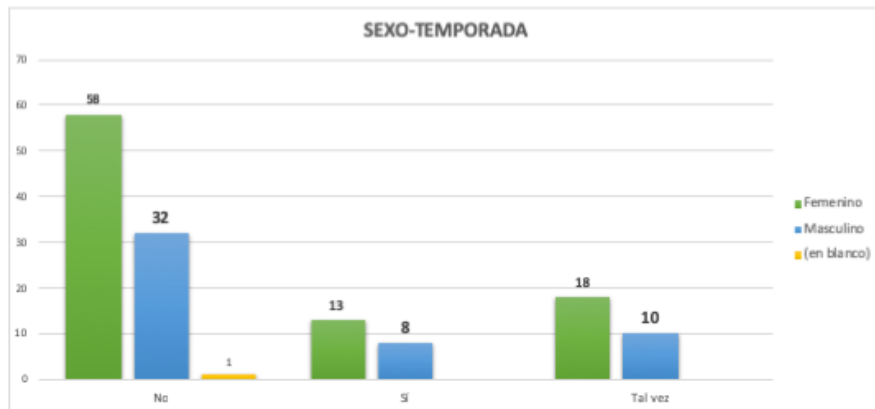
  

Cuenta de ¿Los sabores que eligió dependen de la temporada?				
Etiquetas de fila	Etiquetas de columna			
	Femenino	Masculino	(en blanco)	Total general
No	65.17%	64.00%	100.00%	65.00%
Sí	14.61%	16.00%	0.00%	15.00%
Tal vez	20.22%	20.00%	0.00%	20.00%
<b>Total general</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

Sexo
Femenino
Masculino
(en blanco)

¿Los sabores qu...
No
Sí
Tal vez
(en blanco)

EL 65% DE LAS PERSONAS DICEN QUE EL SABOR DEL HELADO NO DEPENDE DE LA TEMPORADA Y SABOR DE HELADO PREFERIDO QUE DIJERON



Pregunta: Sabor nuevo vs Sexo

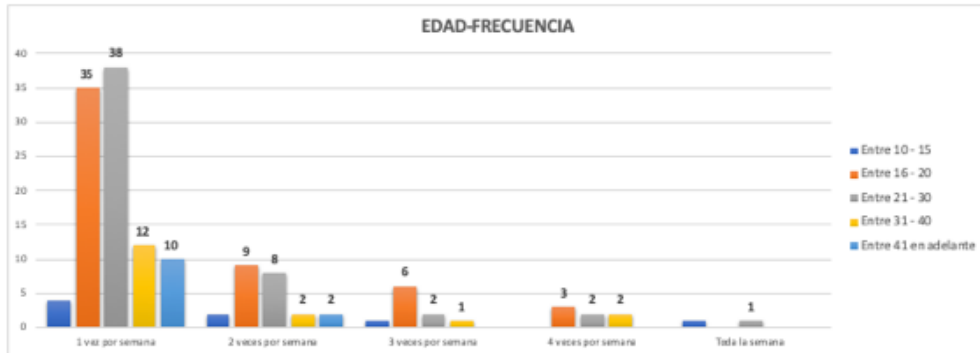
### SABOR NUEVO

Femenino	90	Masculino	39	(en blanco)	1
Arándano	6	Cajeta	2	Café	1
Elote	4	Mango	2		
Frambuesa	4	Menta	2		
No lo sé	3	Aguacate	1		
Chile	2	Cacahuete	1		
Lichi	2	Café	1		
Pay de limón	2	Caramelo	1		
Piña	2	Cerveza	1		
Pitaya	2	Chai	1		
Plátano	2	Chocorroles	1		
Rompopo	2	Ciruela	1		
Aguacate	1	Frambuesa	1		
Albahaca	1	Fresa con coco	1		
Alcachofa	1	Fresachis	1		
Arrayán	1	Frutas con vodka	1		
Blueberries	1	Hierbabuena	1		
Cacahuete	1	Kiwi-fresa	1		
Cacao	1	Manzana	1		
Café	1	Mezcal	1		
Chamoy	1	Michelada o vampiro	1		
Chocoretas	1	Ninguno	1		
Chocorroles	1	No lo sé	1		
Ciruela	1	Omg idk	1		
Ciruela Pasas	1	Pepino	1		
Coco	1	Pétalos de rosa	1		
Crema chantilli	1	Pingüinos Marinela	1		
Durazno	1	Piña	1		
Fresa con kiwi	1	Piña colada	1		
Fresa con trozos de chocolate	1	Pistache	1		
Frutas tropicales	1	Pitaya	1		
Guamuchil	1	Pulparindo	1		
Guamábana	1	Queso con zarcamora	1		
Guayaba	1	Tequila	1		
Hierba buena con guayaba	1	Tequila con fresa	1		
Hierbabuena con limón	1	Tuna	1		
Hierbabuena	1	Vodka con gomitas	1		
Leche con guayaba	1	(en blanco)			
Lechera	1				
Mamey	1				
Mantequilla	1				
Matcha	1				
Mazapán	1				
Menta	1				
Miel	1				

Pregunta: ¿Con qué frecuencia consume helados? vs Edad

Cuenta de ¿Con qué frecuencia consume helado?		Column Labels					
Row Labels		Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Grand Total
1 vez por semana		4	35	38	12	10	99
2 veces por semana		2	9	8	2	2	23
3 veces por semana		1	6	2	1		10
4 veces por semana			3	2	2		7
Toda la semana		1		1			2
<b>Grand Total</b>		<b>8</b>	<b>53</b>	<b>51</b>	<b>17</b>	<b>12</b>	<b>141</b>

Cuenta de ¿Con qué frecuencia consume helado?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila		Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Total general
1 vez por semana		50.00%	66.04%	74.51%	70.59%	83.33%	70.21%
2 veces por semana		25.00%	16.98%	15.69%	11.76%	16.67%	16.31%
3 veces por semana		12.50%	11.32%	3.92%	5.88%	0.00%	7.09%
4 veces por semana		0.00%	5.66%	3.92%	11.76%	0.00%	4.96%
Toda la semana		12.50%	0.00%	1.96%	0.00%	0.00%	1.42%
<b>Total general</b>		<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



¿Cuál es su edad?

Entre 10 - 15

Entre 16 - 20

Entre 21 - 30

Entre 31 - 40

Entre 41 en adelante

¿Con qué frecue...

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

4 veces por semana

Toda la semana

(en blanco)

LAS PERSONAS QUE CONSUMEN HELADO 1 VEZ POR SEMANA TIENEN ENTRE 21 A 40 AÑOS Y DESPUES SIGUEN LOS DE 16 A 20 AÑOS.

Pregunta: ¿Qué es lo más importante para usted al consumir helados? vs Edad

Cuenta de ¿Qué es lo más importante para usted al consumir helados?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila		Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Total general
Calidad		2	19	15	8	6	50
Famoso			1				1
Precio			1	2			3
Presentación				2			2
Sabor		6	32	32	10	6	86
<b>Total general</b>		<b>8</b>	<b>53</b>	<b>51</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>142</b>

Cuenta de ¿Qué es lo más importante para usted al consumir helados?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila		Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Total general
Calidad		25.00%	35.85%	29.41%	44.44%	50.00%	35.21%
Famoso		0.00%	1.89%	0.00%	0.00%	0.00%	0.70%
Precio		0.00%	1.89%	3.92%	0.00%	0.00%	2.11%
Presentación		0.00%	0.00%	3.92%	0.00%	0.00%	1.41%
Sabor		75.00%	60.38%	62.75%	55.56%	50.00%	60.56%
<b>Total general</b>		<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



¿Cuál es su edad?

Entre 10 - 15

Entre 16 - 20

Entre 21 - 30

Entre 31 - 40

Entre 41 en adelante

¿Qué es lo más l...

Calidad

Famoso

Precio

Presentación

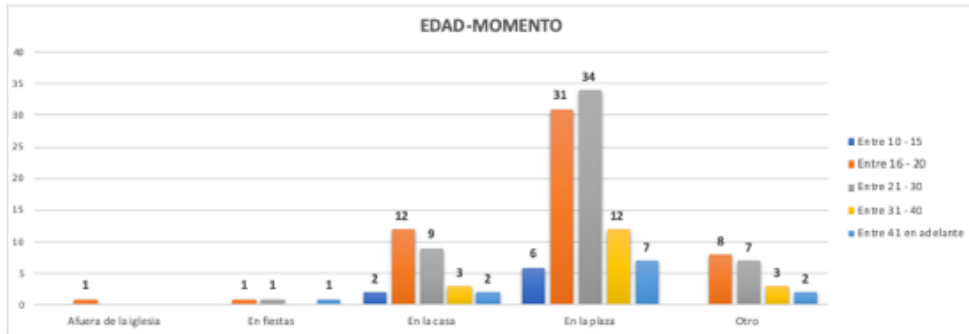
Sabor

LAS PERSONAS DE 16 A 30 AÑOS DICEN QUE LOS MAS IMPORTANTE ES EL SABOR AL CONSUMIR HELADO.

Pregunta: ¿En qué momento le gusta consumir helado? vs Edad

Cuenta de ¿En qué momento le gusta consumir helados?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila		Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Total general
Afuera de la iglesia			1				1
En fiestas			1	1			2
En la casa		2	12	9	3		26
En la plaza		6	31	34	12		84
Otro			8	7	3		18
<b>Total general</b>		<b>8</b>	<b>53</b>	<b>51</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>142</b>

Cuenta de ¿En qué momento le gusta consumir helados?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila		Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Total general
Afuera de la iglesia		0.00%	1.89%	0.00%	0.00%	0.00%	0.70%
En fiestas		0.00%	1.89%	1.96%	0.00%	0.00%	2.11%
En la casa		25.00%	22.64%	17.65%	16.67%	16.67%	19.72%
En la plaza		75.00%	58.49%	66.67%	66.67%	58.33%	63.38%
Otro		0.00%	15.09%	13.73%	16.67%	16.67%	14.08%
<b>Total general</b>		<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



¿Cuál es su edad?

Entre 10 - 15

Entre 16 - 20

Entre 21 - 30

Entre 31 - 40

Entre 41 en adelante

¿En qué momen...?

Afuera de la iglesia

En fiestas

En la casa

En la plaza

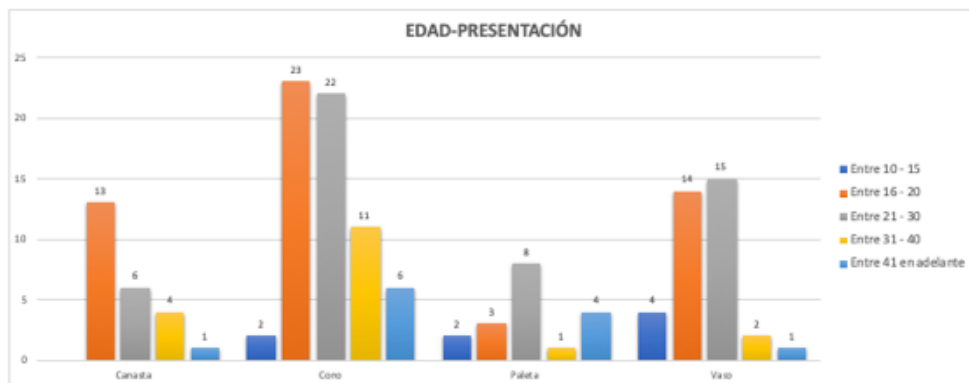
Otro

LAS PERSONAS DE 16 A 30 AÑOS LES GUSTA CONSUMIR HELADO EN LA PLAZA.

Pregunta: ¿Qué presentación es de su preferencia? vs Edad

Cuenta de ¿Qué presentación es de su preferencia ?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila		Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Total general
Canasta			13	6	4	1	24
Cono		2	23	22	11	6	64
Paleta		2	3	8	1	4	18
Vaso		4	14	15	2	1	36
<b>Total general</b>		<b>8</b>	<b>53</b>	<b>51</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>142</b>

Cuenta de ¿Qué presentación es de su preferencia ?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila		Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Total general
Canasta		0.00%	24.53%	11.76%	22.22%	8.33%	16.90%
Cono		25.00%	43.40%	43.14%	61.11%	50.00%	45.07%
Paleta		25.00%	5.66%	15.69%	5.56%	33.33%	12.68%
Vaso		50.00%	26.42%	29.41%	11.11%	8.33%	25.35%
<b>Total general</b>		<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



¿Cuál es su edad?

Entre 10 - 15

Entre 16 - 20

Entre 21 - 30

Entre 31 - 40

Entre 41 en adelante

¿Qué presentaci...?

Canasta

Cono

Paleta

Vaso

LAS PERSONAS DE 16 A 30 AÑOS PREFIEREN CONSUMIR HELADO EN UN CONO.

Pregunta: ¿En qué circunstancias no consume helado? vs Edad

Cuenta de ¿En qué circunstancias no consume helado?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila		Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Total general
Clima		5	18	24	7	5	59
Enfermedades		1	23	15	6	5	50
Otros		1	5	5	3	2	16
Precio			3	5			8
Presentación del helado		1	4	2	2		9
<b>Total general</b>		<b>8</b>	<b>53</b>	<b>51</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>142</b>

Cuenta de ¿En qué circunstancias no consume helado?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila		Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Total general
Clima		62.50%	33.96%	47.06%	38.89%	41.67%	41.55%
Enfermedades		12.50%	43.40%	29.41%	33.33%	41.67%	35.21%
Otros		12.50%	9.43%	9.80%	16.67%	16.67%	11.27%
Precio		0.00%	5.66%	9.80%	0.00%	0.00%	5.63%
Presentación del helado		12.50%	7.55%	3.92%	11.11%	0.00%	6.34%
<b>Total general</b>		<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



¿Cuál es su edad?

Entre 10 - 15

Entre 16 - 20

Entre 21 - 30

Entre 31 - 40

Entre 41 en adelante

¿En qué circunstancia no consume helado?

Clima

Enfermedades

Otros

Precio

Presentación del helado

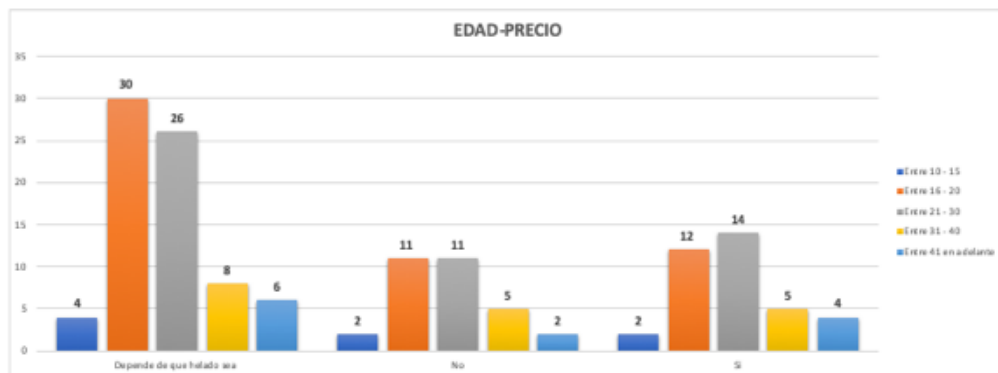
LAS PERSONAS DE 21 A 30 AÑOS NO CONSUMEN HELADO POR CIRCUNSTANCIAS DEL CLIMA

Pregunta: ¿Influye el precio al momento de su compra? vs Edad

Cuenta de ¿Influye el precio al momento de su compra?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila		Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Total general
Depende de que helado sea		4	30	26	8	6	74
No		2	11	11	5	2	31
Si		2	12	14	5	4	37
<b>Total general</b>		<b>8</b>	<b>53</b>	<b>51</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>142</b>

Cuenta de ¿Influye el precio al momento de su compra?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila		Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Total general
Depende de que helado sea		50.00%	56.60%	50.98%	44.44%	50.00%	52.11%
No		25.00%	20.75%	21.57%	27.78%	16.67%	21.83%
Si		25.00%	22.64%	27.45%	27.78%	33.33%	26.06%
<b>Total general</b>		<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



¿Cuál es su edad?

Entre 10 - 15

Entre 16 - 20

Entre 21 - 30

Entre 31 - 40

Entre 41 en adelante

¿Influye el precio al momento de su compra?

Depende de que...

No

Si

LAS PERSONAS DE 16 A 30 AÑOS DICEN QUE DEPENDE DEL HELADO INFLUYE AL MOMENTO DE SU COMPRA.

Pregunta: Sabor preferido de helados vs Edad

### SABOR PREFERIDO DE HELADOS

Entre 10 - 15	9	Entre 16 - 20	52	Entre 21 - 30	49	Entre 31 - 40	18	Entre 41 en adelante	10	(en blanco)	27
Fresa	2	Galleta	6	Chocolate	8	Fresa	4	Fresas con crema	2	Nuez	5
Arrayán	1	Nuez	5	Vainilla	8	Chocolate	2	Coco	1	Chocolate	3
Galleta	1	Vainilla	5	Fresa	5	Vainilla	2	Exóticos	1	Coco	3
Guanábana	1	Chocolate	4	Nuez	4	Albahaca Basilikum	1	Frutos	1	Pistaches	2
Limón	1	Fresa	4	Chocochip	3	Cajeta	1	Mamey	1	Vainilla	2
Natural	1	Napolitano	3	Galleta	2	Capuchino	1	Nuez	1	Chispas de chocolate	1
Vainilla	1	Crema irlandesa	2	Napolitano	2	Crema irlandesa	1	Queso	1	Cookies & Cream	1
Yogurt natural	1	Frutos rojos	2	Yogurt natural	2	Exóticos	1	Tamarindo	1	Durazno	1
		Oreo	2	Cajeta	1	Fruta seca	1	Vainilla	1	Fresa	1
		Todos	2	Cereza negra	1	Frutas	1	(en blanco)		Galleta	1
		Yogurt natural	2	Coco	1	Frutos rojos	1			Guayaba	1
		Alas de ángel	1	Dulces	1	Nuez	1			Kiwi	1
		Chicle	1	Fresa con mantequilla	1	Taro	1			Limón	1
		Chocochip	1	Fresa de agua	1	(en blanco)				Mamey	1
		Chocomenta	1	Fruta seca	1					Mango	1
		Coco	1	Limón	1					Oreo	1
		Durazno	1	Melón	1					Queso con zarzamora	1
		Elote	1	Menta	1						
		Fresas con crema	1	Moka	1						
		Galleta oreo	1	Mora	1						
		Kiwi	1	Ninguno en especial	1						
		Mantequilla	1	Oreo	1						
		Pay de queso con frambuesa	1	Sabor Gansito	1						
		Piñón	1	(en blanco)							
		Plátano con chocolate	1								
		Tabaco	1								

Pregunta: ¿Los sabores que eligió dependen de la temporada? vs Edad

Cuenta de ¿Los sabores que eligió dependen de la temporada?	Column Labels	Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Grand Total
No		2	39	33	10	7	91
Sí		1	5	7	5	3	21
Tal vez		4	9	10	3	2	28
Grand Total		7	53	50	18	12	140

Cuenta de ¿Los sabores que eligió dependen de la temporada?	Etiquetas de columna	Entre 10 - 15	Entre 16 - 20	Entre 21 - 30	Entre 31 - 40	Entre 41 en adelante	Total general
No		28.57%	73.58%	66.00%	55.56%	58.33%	65.00%
Sí		14.29%	9.43%	14.00%	27.78%	25.00%	15.00%
Tal vez		57.14%	16.98%	20.00%	16.67%	16.67%	20.00%
Total general		100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

¿Cuál es su edad?

Entre 10 - 15

Entre 16 - 20

Entre 21 - 30

Entre 31 - 40

Entre 41 en adelante

¿Los sabores qu...?

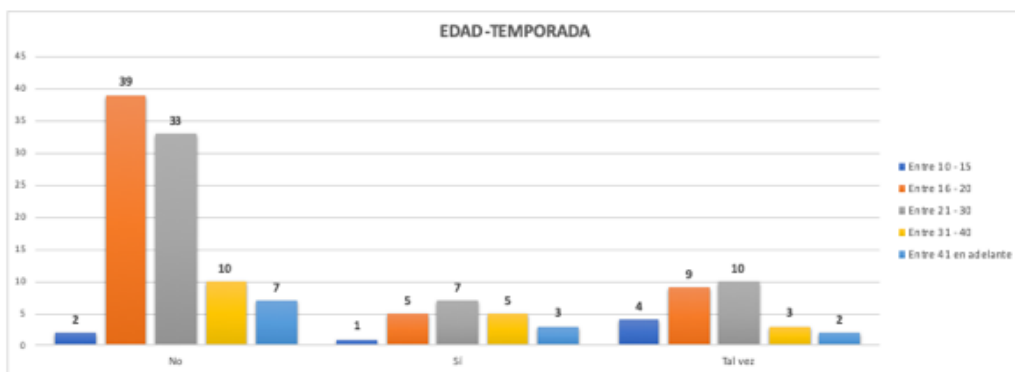
No

Sí

Tal vez

(en blanco)

LAS PERSONAS DE 16 A 20 AÑOS Y DE 21 A 30 AÑOS DICEN QUE NO DEPENDE DE LA TEMPORADA EL SABOR PREFERIDO DEL HELADO QUE DUERON



Pregunta: Sabor nuevo vs Edad

SABOR NUEVO

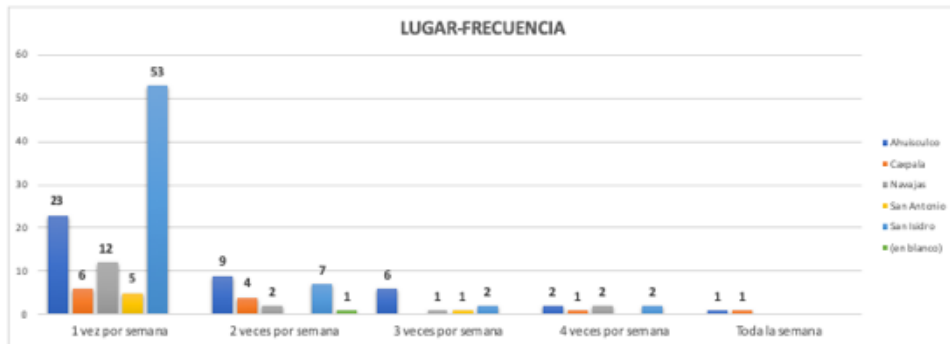
Entre 10 - 15	9	Entre 16 - 20	44	Entre 21 - 30	44	Entre 31 - 40	16	Entre 41 en adelante	10	(en blanco)	7
Pitaya	2	No lo sé	4	Arándano	3	Menta	2	Arándano	1	Café	1
Chamoy	1	Piña	3	Elote	3	Arándano	1	Elote	1	Cruela Pasas	1
Chile	1	Frambuesa	2	Café	2	Cacao	1	Guandibana	1	Hierbabuena con limón	1
Chocoroles	1	Ninguno	2	Cajeta	2	Frambuesa	1	Mantequilla	1	Pepino	1
Durazno	1	Pétalos de rosa	2	Lychi	2	Hierbabuena	1	Menta	1	Tejuno	1
Frambuesa	1	Aguaicate	1	Aguaicate	1	Leche con guayaba	1	Naranja	1	Toronja	1
Hierba buena con guayaba	1	Alcachofa	1	Albahaca	1	Lechera	1	Nutella	1	Tuna	1
Plátano	1	Arándano	1	Blueberries	1	Mango	1	Rompopo	1		
		Arayán	1	Cacahuete	1	Mezcal	1	Tequila	1		
		Cacahuete	1	Cerveza	1	No lo sé	1	Tutifrutí	1		
		Caramelo	1	Chocoroles	1	Piña colada	1				
		Chai	1	Chocoroles	1	pitahaya	1				
		Chile	1	Coco	1	Pitaya	1				
		Chocoretas	1	Crema chantilli	1	Té verde	1				
		Cruela	1	Frambuesa	1	Tequila	1				
		Fresa con coco	1	Fresachis	1						
		Fresa con kiwi	1	Guamuchil	1						
		Fresa con trozos de chocolate	1	Hierbabuena	1						
		Frutas con vodka	1	Kiwi-fresa	1						
		Frutas tropicales	1	Mamey	1						
		Guayaba	1	Mango	1						
		Manzana	1	Michelada o vampiro	1						
		Matcha	1	Mora con queso	1						
		Mazapán	1	No lo sé	1						
		Miel	1	Nuez	1						
		Pay de limón	1	Omg idk	1						
		Pay de queso	1	Pajarete	1						
		Pingüinos Marinela	1	Pasas	1						
		Pistache	1	Pay de limón	1						
		Plátano	1	Pelón rico	1						
		Rompopo	1	Pepino	1						
		Tequila con chamoy	1	Piña colada	1						
		Tequila con fresa	1	Plátano con avellana	1						
		Tuna	1	Pulperindo	1						
		Vodka con gomitas	1	Queso con zarcamora	1						
		Zarcamora	1	Queso Philadelphia con mantequilla y nuez	1						
				Yogurt con trozos kiwi,fresa y arándanos	1						

Pregunta: ¿Con qué frecuencia consume helado? vs Edad

Cuenta de ¿Con qué frecuencia consume helado?	Etiquetas de columna	Ahuisculco	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(en blanco)	Total general
1 vez por semana		23	6	12	5	53		99
2 veces por semana		9	4	2		7	1	23
3 veces por semana		6		1	1	2		10
4 veces por semana		2	1	2		2		7
Toda la semana		1	1					2
<b>Total general</b>		<b>41</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>64</b>	<b>1</b>	<b>141</b>

Cuenta de ¿Con qué frecuencia consume helado?	Etiquetas de columna	Ahuisculco	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(en blanco)	Total general
1 vez por semana		56.10%	50.00%	70.59%	83.33%	82.81%	0.00%	70.21%
2 veces por semana		21.95%	33.33%	11.76%	0.00%	10.94%	100.00%	16.31%
3 veces por semana		14.63%	0.00%	5.88%	16.67%	3.13%	0.00%	7.09%
4 veces por semana		4.88%	8.33%	11.76%	0.00%	3.13%	0.00%	4.96%
Toda la semana		2.44%	8.33%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.42%
<b>Total general</b>		<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



¿De dónde eres?

- Ahuisculco
- Caxpala
- Navajas
- San Antonio
- San Isidro
- (en blanco)

¿Con qué frecuencia consume helado?

- 1 vez por semana
- 2 veces por semana
- 3 veces por semana
- 4 veces por semana
- Toda la semana
- (en blanco)

EN SAN ISIDRO ES EN DONDE MAS GENTE COME HELADO UNA VEZ POR SEMANA.

Pregunta: ¿Qué es lo más importante para usted al consumir helados? vs Edad

Cuenta de ¿Qué es lo más importante para usted al consumir helados?							
Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(en blanco)	Total general
Calidad	Ahuisculco	15	3	7	2	23	50
Famoso		1					1
Precio		1		1		1	3
Presentación		1				1	2
Sabor		23	9	9	4	40	86
<b>Total general</b>		<b>41</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>65</b>	<b>142</b>

Cuenta de ¿Qué es lo más importante para usted al consumir helados?							
Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(en blanco)	Total general
Calidad	Ahuisculco	36.59%	25.00%	41.18%	33.33%	35.38%	35.21%
Famoso		2.44%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.70%
Precio		2.44%	0.00%	5.88%	0.00%	1.54%	2.11%
Presentación		2.44%	0.00%	0.00%	0.00%	1.54%	1.41%
Sabor		56.10%	75.00%	52.94%	66.67%	61.54%	60.56%
<b>Total general</b>		<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



- ¿De dónde eres?
- Ahuisculco
  - Caxpala
  - Navajas
  - San Antonio
  - San Isidro
  - (en blanco)

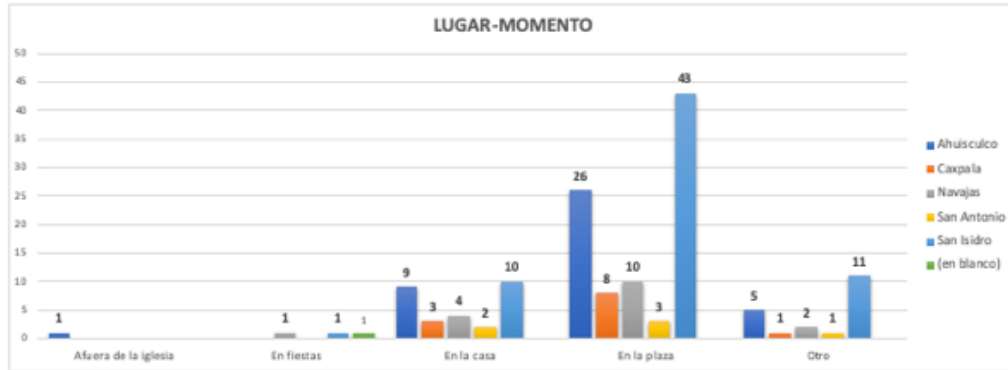
- ¿Qué es lo más ...?
- Calidad
  - Famoso
  - Precio
  - Presentación
  - Sabor

EN SAN ISIDRO ES EN DONDE MAS GENTE PREFIERE EL SABOR DEL HELADO

Pregunta: ¿En qué momento le gusta consumir helados? vs Edad

Cuenta de ¿En qué momento le gusta consumir helados?							
Etiquetas de columna	Ahuiscolco	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(en blanco)	Total general
Afuera de la iglesia	1						1
En fiestas				1		1	3
En la casa	9	3	4	2	10		28
En la plaza	26	8	10	3	43		90
Otro	5	1	2	1	11		20
<b>Total general</b>	<b>41</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>65</b>	<b>1</b>	<b>142</b>

Cuenta de ¿En qué momento le gusta consumir helados?							
Etiquetas de columna	Ahuiscolco	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(en blanco)	Total general
Afuera de la iglesia	2.44%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.70%
En fiestas	0.00%	0.00%	5.88%	0.00%	1.54%	100.00%	2.11%
En la casa	21.95%	25.00%	23.53%	33.33%	15.38%	0.00%	19.72%
En la plaza	63.41%	66.67%	58.82%	50.00%	66.15%	0.00%	63.38%
Otro	12.20%	8.33%	11.76%	16.67%	16.92%	0.00%	14.08%
<b>Total general</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



- ¿De dónde eres?
- Ahuiscolco
  - Caxpala
  - Navajas
  - San Antonio
  - San Isidro
  - (en blanco)

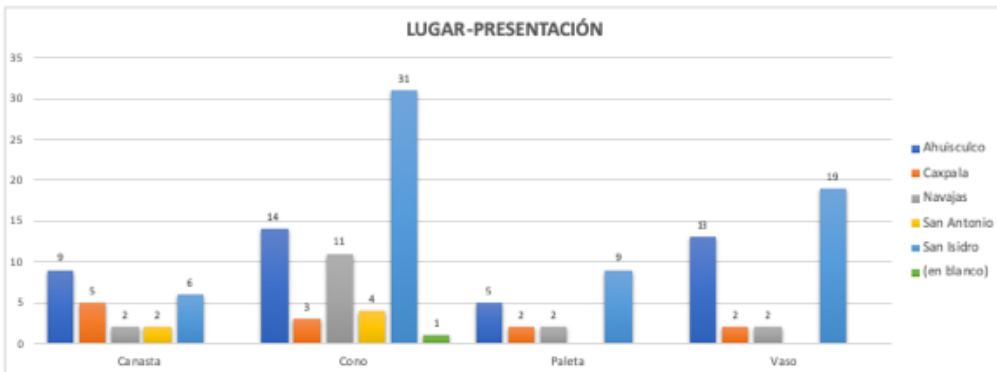
- ¿En qué momento le gusta consumir helados?
- Afuera de la iglesia
  - En fiestas
  - En la casa
  - En la plaza
  - Otro

EN SAN ISIDRO ES EN DONDE MÁS GENTE PREFIERE COMER HELADO EN LA PLAZA

Pregunta: ¿Qué presentación es de su preferencia? vs Edad

Cuenta de ¿Qué presentación es de su preferencia ?							
Etiquetas de columna	Ahuiscolco	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(en blanco)	Total general
Canasta	9	5	2	2	6		24
Cono	14	3	11	4	31	1	64
Paleta	5	2	2		9		18
Vaso	13	2	2		19		36
<b>Total general</b>	<b>41</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>65</b>	<b>1</b>	<b>142</b>

Cuenta de ¿Qué presentación es de su preferencia ?							
Etiquetas de columna	Ahuiscolco	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(en blanco)	Total general
Canasta	21.95%	41.67%	11.76%	33.33%	9.23%	0.00%	16.90%
Cono	34.15%	25.00%	64.71%	66.67%	47.69%	100.00%	45.07%
Paleta	12.20%	16.67%	11.76%	0.00%	13.85%	0.00%	12.68%
Vaso	31.71%	16.67%	11.76%	0.00%	29.23%	0.00%	25.35%
<b>Total general</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



- ¿De dónde eres?
- Ahuiscolco
  - Caxpala
  - Navajas
  - San Antonio
  - San Isidro
  - (en blanco)

- ¿Qué presentación es de su preferencia?
- Canasta
  - Cono
  - Paleta
  - Vaso

EN SAN ISIDRO ES EN DONDE LA MAYORIA DE LA GENTE PREFIERE COMER HELADO EN CONO

Pregunta: ¿En qué circunstancias no consume helado? vs Edad

Cuenta de ¿En qué circunstancias no consume helado?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila	Ahuísculco	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(en blanco)	Total general
Clima	16	3	9	5	26		59
Enfermedades	16	8	3	1	21	1	50
Otros	5	1	2		8		16
Precio	3		2		3		8
Presentación del helado	1		1		7		9
<b>Total general</b>	<b>41</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>65</b>	<b>1</b>	<b>142</b>

Cuenta de ¿En qué circunstancias no consume helado?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila	Ahuísculco	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(en blanco)	Total general
Clima	39.02%	25.00%	52.94%	83.33%	40.00%	0.00%	41.55%
Enfermedades	39.02%	66.67%	17.65%	16.67%	32.31%	100.00%	35.21%
Otros	12.20%	8.33%	11.76%	0.00%	12.31%	0.00%	11.27%
Precio	7.32%	0.00%	11.76%	0.00%	4.62%	0.00%	5.63%
Presentación del helado	2.44%	0.00%	5.88%	0.00%	10.77%	0.00%	6.34%
<b>Total general</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



- ¿De dónde eres?
- Ahuísculco
  - Caxpala
  - Navajas
  - San Antonio
  - San Isidro
  - (en blanco)

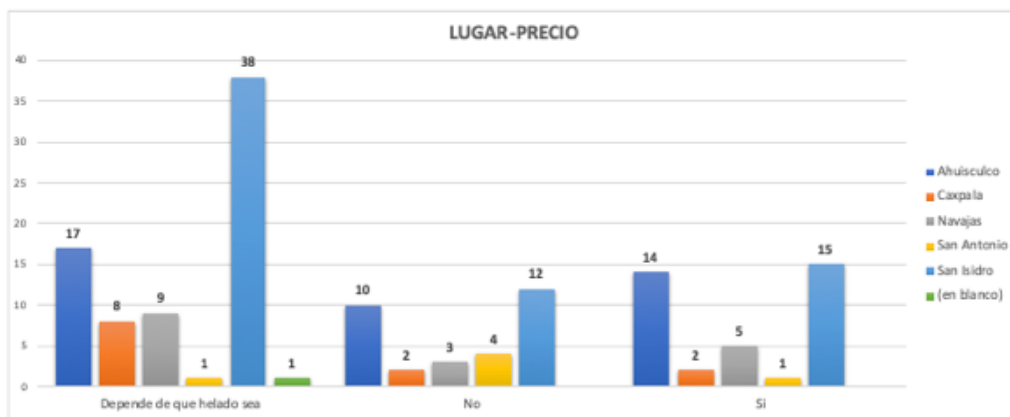
- ¿En qué circuns...?
- Clima
  - Enfermedades
  - Otros
  - Precio
  - Presentación del helado

EN SAN ISIDRO ES EN DONDE LA MAYORIA DE LA GENTE NO CONSUME HELADO A CAUSA DEL CLIMA

Pregunta: ¿Influye el precio al momento de su compra? vs Edad

Cuenta de ¿Influye el precio al momento de su compra?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila	Ahuísculco	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(en blanco)	Total general
Depende de que helado sea	17	8	9	1	38	1	74
No	10	2	3	4	12		31
Si	14	2	5	1	15		37
<b>Total general</b>	<b>41</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>65</b>	<b>1</b>	<b>142</b>

Cuenta de ¿Influye el precio al momento de su compra?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila	Ahuísculco	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(en blanco)	Total general
Depende de que helado sea	41.46%	66.67%	52.94%	16.67%	58.48%	100.00%	52.11%
No	24.39%	16.67%	17.65%	66.67%	18.46%	0.00%	21.83%
Si	34.15%	16.67%	29.41%	16.67%	23.08%	0.00%	26.06%
<b>Total general</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>



- ¿De dónde eres?
- Ahuísculco
  - Caxpala
  - Navajas
  - San Antonio
  - San Isidro
  - (en blanco)

- ¿Influye el preci...?
- Depende de que...
  - No
  - Si

EN SAN ISIDRO ES EN DONDE LA MAYORIA DE LA GENTE DICE EL PRECIO INFLUTE DEPENDE DE EL HELADO QUE SEA

Pregunta: Sabor preferido de helados vs Edad

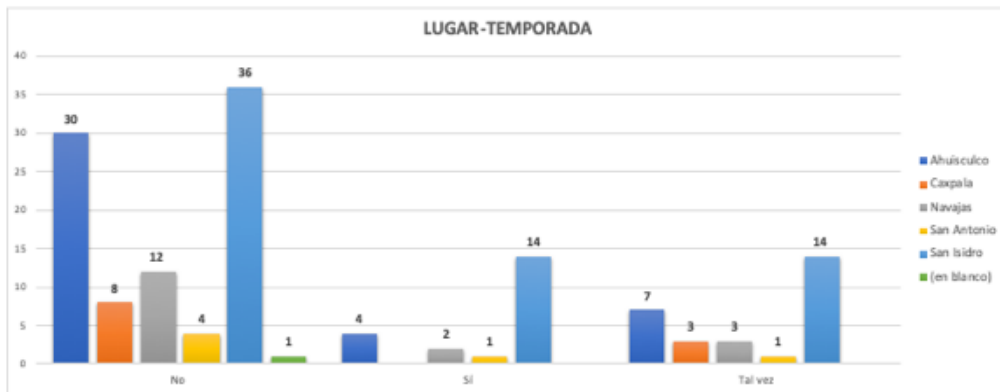
### SABOR PREFERIDO DE HELADOS

San Isidro	60	Ahuisculco	41	Navajas	16	Caxpala	12	(en blanco)	29	San Antonio	6
Vainilla	9	Chocochip	4	Nuez	4	Chocolate	2	Nuez	5	Chocolate	1
Chocolate	7	Galleta	4	Chocolate	2	Nuez	2	Chocolate	3	Crema irlandesa	1
Fresa	6	Napolitano	4	Fresa	2	Fresa	1	Coco	3	Fresa	1
Galleta	3	Vainilla	4	Vainilla	2	Fresas	1	Vainilla	3	Frutos rojos	1
Nuez	3	Fresa	3	Coco	1	Fresas con crema	1	Pistaches	2	Galleta	1
Coco	2	Chocolate	2	Fresas con crema	1	Galleta	1	Chispas de chocolate	1	Yogurt Natural	1
Crema irlandesa	2	Nuez	2	Frutas	1	Ninguno en especial	1	Cookies & Cream	1		
Frutos rojos	2	Oreo	2	Limón	1	Queso	1	Durazno	1		
Albahaca Basilikum	1	Todos	2	Mora	1	Vainilla	1	Fresas	1		
Arrayan	1	Alas de ángel	1	Oreo	1	Yogurt Natural	1	Galleta	1		
Cajeta	1	Cajeta	1					Guayaba	1		
Cereza negra	1	Capuchino	1					Kiwi	1		
Chocomenta	1	Chicle	1					Limón	1		
Dulces	1	Durazno	1					Mamey	1		
Elote	1	Fresa con crema	1					Mango	1		
Exóticos	1	Fruta seca	1					Oreo	1		
Fresa con mantequilla	1	frutas secas	1					Queso con zarzamora	1		
Fresa de agua	1	Galleta oreo	1					Yogurt Natural	1		
Fresa frutas exóticas	1	Moka	1								
Frutos	1	Platano con chocolate	1								
Guanábana	1	Sabor Gansito	1								
Kiwi	1	Tabaco	1								
Limón	1	Yogurt Natural	1								
Mamey	1										
Mantequilla	1										
Melón	1										
Menta	1										
Napolitano	1										
Natural	1										
Pay de queso con frambuesa	1										
Piñón	1										
Tamarindo	1										
Taro	1										
Yogurt Natural	1										

Pregunta: ¿Los sabores que eligió dependen de la temporada? vs Edad

Cuenta de ¿Los sabores que eligió dependen de la temporada?	Column Labels							
Row Labels	Ahuisculco	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(blank)	Grand Total	
No	30	8	12	4	36	1	91	
Sí	4		2	1	14		21	
Tal vez	7	3	3	1	14		28	
<b>Grand Total</b>	<b>41</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>64</b>	<b>1</b>	<b>140</b>	

Cuenta de ¿Los sabores que eligió dependen de la temporada?	Etiquetas de columna							
Etiquetas de fila	Ahuisculco	Caxpala	Navajas	San Antonio	San Isidro	(en blanco)	Total general	
No	73.17%	72.73%	70.59%	66.67%	56.25%	100.00%	65.00%	
Sí	9.76%	0.00%	11.76%	16.67%	21.88%	0.00%	15.00%	
Tal vez	17.07%	27.27%	17.65%	16.67%	21.88%	0.00%	20.00%	
<b>Total general</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	



¿De dónde eres?

- Ahuisculco
- Caxpala
- Navajas
- San Antonio
- San Isidro
- (en blanco)

¿Los sabores qu...?

- No
- Sí
- Tal vez
- (en blanco)

LAS MAYORÍA DE LAS PERSONAS DE SAN ISIDRO Y DE AHUISCULCO DICEN QUE NO DEPENDE DE LA TEMPORADA EL SABOR PREFERIDO DE HELADO QUE DUERON

Pregunta: Sabor nuevo vs Edad

SABOR NUEVO

San Isidro	53	Ahuisculco	36	Navajas	14	Caxpala	11	San Antonio	4	(en blanco)	12
Menta	3	No lo sé	3	Frambuesa	2	Arándano	3	Fresa con trozos de chocolate	1	Café	1
Pitaya	3	Arándano	2	Piña colada	2	Cacahuate	1	Alcachofa	1	Cirueta Pasas	1
Cajeta	2	Mango	2	Aguate	1	Café	1	Chocoretas	1	Guamuchil	1
Albahaca	1	Piña	2	Aguate	1	Frambuesa	1	Yogurt con trozos kiwi,fresa y arándanos	1	Lichi	1
Arándano	1	Cirueta	2	Café	1	Fresachis	1			Pepino	1
Cacahuate	1	Elote	2	Kiwi-fresa	1	Miel	1			Tejuino	1
Chai	1	Plátano	2	Mora con queso	1	Queso Philadelphia con mantequilla y nuez	1			Toronja	1
Coco	1	Blueberries	1	Pajarete	1	Elote	1			Tuna	1
Crema chantilli	1	Cacao	1	Piña	1	Pay de limón	1			Chile	1
Frambuesa	1	Durazno	1	Tequila con fresa	1					Chocorroles	1
Fresa con kiwi	1	Frambuesa	1	Ni idea	1					Hierbabuena con limón	1
Hierba buena con guayaba	1	Frutas con vodka	1	Pay de queso	1					Rompope	1
Lechera	1	Leche con guayaba	1								
Lichi	1	Mamey	1								
Mantequilla	1	Ninguno	1								
Naranja	1	No	1								
Ninguno	1	Pasas	1								
No lo sé	1	Pétalos de rosa	1								
Nuez	1	Tequila	1								
Nutella	1	Arrayán	1								
Omg idk	1	Cerveza	1								
Pelon rico	1	Frutas tropicales	1								
Pepino	1	Guambana	1								
Pétalos de rosa	1	Guayaba	1								
Pistache	1	Manzana	1								
Pitahaya	1	Queso con zarzamora	1								
Pulparindo	1	Rompope	1								
Té verde	1	Zarzamora	1								
Tequila	1										
Tequila con chamoy	1										
Tuna	1										
Tutifruti	1										
Caramelo	1										
Chamoy	1										
Chile	1										
Chocorroles	1										
Elote	1										
Fresa con coco	1										
Hierbabuena	1										
Hierbabuena	1										
Matcha	1										
Mazapán	1										
Meccal	1										
Michelada o vampiro	1										
Pay de limón	1										

Anexo 2  
Pestaña INSERTAR COSTOS

FECHA	
Día	
Mes	
Año	

COSTOS	
Artículo	
Unidad	
Cantidad compradas	
Precio Unitario	
Precio Total	\$ -
Clasificación	

GRABAR REGISTRO

LIMPIAR REGISTRO

### Anexo 3 Pestaña REGISTROS

REGISTROS								
Día	Mes	Año	Artículo	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Clasificación
27	Noviembre	2019	Mantenimiento Equipo	Pieza	1	\$ 300.00	\$ 300.00	Costos Fijos
27	Noviembre	2019	Leche	Pieza	1	\$ 25.00	\$ 25.00	Costos Ingredientes
26	Noviembre	2019	Avellana	Pieza	1	\$ 130.00	\$ 130.00	Costos Ingredientes
26	Noviembre	2019	Azucar invertido	Pieza	1	\$ 154.00	\$ 154.00	Costos Ingredientes
26	Noviembre	2019	Cacao en polvo	Pieza	1	\$ 43.00	\$ 43.00	Costos Ingredientes
26	Noviembre	2019	Yema	Pieza	1	\$ 8.00	\$ 8.00	Costos Ingredientes
26	Noviembre	2019	Cajeta	Pieza	1	\$ 86.80	\$ 86.84	Costos Ingredientes
26	Noviembre	2019	Vainilla	Pieza	1	\$ 1.47	\$ 1.47	Costos Ingredientes
26	Noviembre	2019	Neutro	Pieza	1	\$ 3.96	\$ 3.96	Costos Ingredientes
26	Noviembre	2019	Sacarosa	Pieza	1	\$ 19.60	\$ 19.60	Costos Ingredientes
26	Noviembre	2019	Maltodextrina	Pieza	1	\$ 28.80	\$ 28.80	Costos Ingredientes
26	Noviembre	2019	LPD	Pieza	1	\$ 4.30	\$ 4.30	Costos Ingredientes
26	Noviembre	2019	Crema al 30%	Pieza	1	\$ 29.00	\$ 29.00	Costos Ingredientes
26	Noviembre	2019	Leche entera	Pieza	1	\$ 37.50	\$ 37.50	Costos Ingredientes
26	Noviembre	2019	Barquillos	Paquete	1	\$ 30.00	\$ 30.00	Costo Variable
26	Noviembre	2019	Vasos	Paquete	1	\$ 15.00	\$ 15.00	Costo Variable
26	Noviembre	2019	Cucharas	Paquete	1	\$ 13.00	\$ 13.00	Costo Variable
26	Noviembre	2019	Cucharas	Paquete	1	\$ 13.00	\$ 13.00	Costo Variable
26	Noviembre	2019	Servilletas	Paquete	1	\$ 32.00	\$ 32.00	Costo Variable

Clasificación
Costo Variable
Costos Fijos
Costos Ingredientes

### Anexo 4 Pestaña Costos Receta

INGREDIENTE	COSTO
Leche entera	\$ 37.50
Crema al 30%	\$ 29.00
LPD	\$ 4.30
Maltodextrina	\$ 28.80
Sacarosa	\$ 19.60
Neutro	\$ 3.96
Vainilla	\$ 1.47
Cajeta	\$ 86.84
Yema	\$ 8.00
Cacao en polvo	\$ 43.00
Azucar invertido	\$ 154.00
Avellana	\$ 130.00
<b>COSTOS INGREDIENTES</b>	<b>\$ 546.47</b>

CV	COSTO
Cucharas	\$ 26.00
Vasos	\$ 15.00
Servilletas	\$ 32.00
Barquillos	\$ 30.00
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 103.0</b>

CF	COSTO
Renta	\$ -
Luz	\$ -
Empleado de mostrador	\$ -
Consumibles	\$ -
Comisión carrito	\$ -
Promoción	\$ -
Mantenimiento equipo	\$ 300.00
Depreciación equipo y mobiliario	\$ -
Impuestos	\$ -
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 300.00</b>

## Anexo 5 Pestaña RECETAS

LITROS A REALIZAR

SELECCIONAR RECETA

VAINILLA

CAJETA

COCOA

CREMA DE NUTELLA

INGREDIENTES

		COSTOS	COSTO POR GRAMO
Leche entera	625	\$ 37.50	\$ 23.32
Crema al 30%	136	\$ 29.00	\$ 3.92
LPD	21	\$ 4.30	\$ 0.09
Maltodextrina	40	\$ 28.80	\$ 1.15
Sacarosa	175	\$ 19.60	\$ 3.41
Neutro	3	\$ 3.96	\$ 0.01
Vainilla	5	\$ 1.47	\$ 0.01
Costos Variables		\$ 25.75	\$ 0.03
Costos Fijos		\$ 75.00	\$ 0.07

Costo Total \$ 225.38 \$ 32.01

Botesitos 8

Precio por botesito \$ 4.00

% Utilidad 40%

PRECIO FINAL \$ 5.60

BORRAR

## Anexo 6 Cronograma Actividades

- 1º semana
- Validamos proyecto a realizar, modelo de negocio.
- 2º semana
- Realización de encuesta de análisis de mercado
  - Cantidad de encuestas
  - Metas a lograr
  - Difundimos la encuesta por medio de WhatsApp, con personas de los municipios con el siguiente mensaje  
 “Hola (nombre a quien nos dirigimos) buen día, soy Areli/Mayra de estudiante del ITESO del PAP con el profesor Héctor. Estamos empezando a hacer un estudio de mercado para los helados, nos puedes ayudar a difundir una pequeña encuesta con gente de San Isidro Mazatepec, Ahuisculco, Las Navajas, Cuxpala, San Antonio Mazatepec.”
- 3º semana
- Consolidación de respuestas de encuesta
  - Visita a todos los municipios para conocer las competencias
- 4º semana
- Análisis de la información sobre las competencias
- 5º semana
- Realización primera entrega RPAP
- 6º semana
- Junta con el profe
  - Análisis de encuestas: 4 factores (total, hombre, mujer, edad, comunidad) y variables (frecuencia, preferencia, momento, presentación, circunstancias, precio, sabor, temporada, nuevo sabor)
  - Elaboramos 36 gráficas en total
- 6º semana
- Primera entrega RPAP
- 7º semana
- Junta con todo el grupo en el aula
  - Últimos detalle de análisis de encuesta
  - Junta con el equipo de los helados para mostrarles los resultados de las competencias y del mercado del helado
- 8º semana
- Reunión con profesor para ver minuta de la reunión con el equipo de los helados
  - Interpretaciones de todas las gráficas
- 9º semana
- Detalles sobre interpretaciones de las gráficas
- 10º semana
- Segunda entrega RPAP
- 11º semana
- Segunda entrega RPAP y borrador Canvas
- 12º semana
- Reunión con profesor Héctor
  - Contactamos a Alan para hablar sobre los costos que tiene el negocio de los helados

13° semana

- Reunión con todo el grupo en el aula de ITESO
- Planeación para elaborar el excel para saber utilidad

14° semana

- Análisis y acomodo de los datos que nos proporcionó Alan, comprobante de pagos, archivos con costos, recetas, etc.
- Empezar elaboración de programa

15° semana

- Elaboración del programa para control de gastos y utilidades

16° semana

- Realización entrega final del RPAP
- Últimos detalles del programa para control de gastos y utilidades
- Presentación proyecto