

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

Tema:

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a elaborar brazos gitanos en Montecristi

Autora:

Cedeño Cedeño Aura Liceth

Facultad:

Ciencias Administrativas, Contables y Comercio

Carrera:

Administración de Empresas

Tutora:

García Loor Ana del Rocío

Manta – Manabí – Ecuador

2025 (2)

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Comercio de Manta de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante **Cedeño Cedeño Aura Liceth**, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de empresas, período académico **2025(2)**, cumpliendo el total de **400** horas, cuyo tema del proyecto es **"Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a elaborar brazos gitanos en Montecristi."**

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 15 de enero de 2026.

Lo certifico



Ing. Ana del Rocío García Loor PhD.

Docente Tutor(a)

Área: Administración de empresas



Emprendimiento - Cedeño Aura

8%
Textos
sospechosos

< 1% Similitudes

< 1% similitudes entre consultas
0% entre las fuentes mencionadas

0% Idiomas no reconocidos

7% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: Emprendimiento - Cedeño Aura.docx
ID del documento: c4a0f9eb7622f4d4c925d42030c594fee20f0e14
Tamaño del documento original: 2,1 MB

Depositante: Ana García Llor
Fecha de depósito: 20/1/2026
Tipo de carga: Interface
fecha de fin de análisis: 20/1/2026

Número de palabras: 12.336
Número de caracteres: 83.503

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes de similitudes

Fuente principal detectada

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #7423d3 Viene de otro grupo 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #c723fb Viene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (17 palabras)
2	blog.hubspot.es Qué es un análisis de la demanda y cómo hacerlo en tu empre... https://blog.hubspot.es/sales/analisis-demanda	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (16 palabras)
3	es.linkedin.com Análisis del entorno de una empresa: ¿Qué es y cómo realizar... https://es.linkedin.com/pulse/analisis-del-entorno-de-una-empresa-que-es-y-como-realizarlo...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
4	Plan de negocio para la producción industrial y comercialización de ... #b433b1 Viene de de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)
5	economipedia.com ¿Qué es el análisis PESTEL? Estructura, factores y ventajas https://economipedia.com/definiciones/analisis-pestel.html	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, AURA LICETH CEDEÑO CEDEÑO, con cédula de identidad #1316072162, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación con el tema, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A ELABORAR BRAZOS GITANOS EN MONTECRISTI”** es de mi autoría y responsabilidad legal y académica, cumpliendo con las exigencias y requisitos por parte de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, carrera de Administración de Empresas.

Accedo mis derechos de titulación a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.



AURA LICETH CEDEÑO CEDEÑO

C.I. 1316072162

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema: **“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a elaborar brazos gitanos en Montecristi”** elaborado por la egresada Cedeño Cedeño Aura Liceth, la misma que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, de la carrera de Administración de Empresas.

Por constancia firman:

Presidenta del tribunal
Ing. Guadamud Vera Jessica Geoconda

Miembro del tribunal
Ing. Macías Catagua Otto Wagner

Miembro del tribunal
Ing. Cruz Mera Rafer Henry

DEDICATORIA

En primer lugar, quiero dedicar este logro a Dios por darme fortaleza, sabiduría y luz en toda esta travesía universitaria. Cada desafío y cada aprendizaje se convirtieron en oportunidades para crecer, para fortalecer mi carácter y para avanzar con firmeza la meta que hoy cumplo.

Dedico este proyecto a mi familia, a mis padres y hermanos por ser mi apoyo incondicional y acompañarme en cada paso de este camino. A mi esposo, mi pilar fundamental quien con sus palabras de aliento y su amor incondicional me impulsa a seguir adelante aun cuando ya siento que me rindo. A mis hijos, que son la razón más grande de mi lucha, mi mayor inspiración y la fuerza que me impulsan hacer mejor cada día, para convertirme en su ejemplo y guía.

Pero, sobre todo, me dedico este proyecto a mí misma, que, pese a las dificultades, por la valentía de continuar, por el esfuerzo constante y por demostrarme que los sueños con perseverancia, voluntad y dedicación si se pueden cumplir. Este logro es muestra de que todo sacrificio vale la pena.

Liceth Cedeño Cedeño

RECONOCIMIENTO

Inicio expresando mi más profundo y sincero agradecimiento a mi familia, a ese pilar inquebrantable que ha sostenido cada uno de mis pasos. A mis padres. Aura y Edison, cuyo amor, esfuerzo y ejemplo ha sido la brújula que me ha guiado en los momentos más desafiantes, gracias por enseñarme hacer fuerte, a perseverar y a creer en mi aun cuando las dudas me nublaban el camino.

Agradezco a mis hermanos Jesús y Aaron que aun con su inocencia han sido mi compañía leal y mis cómplices. También a mis tíos, Elio y Milton. A mis abuelos, Carmen y Adriano, a todos ellos por confiar en mis capacidades.

A mi esposo Navy, mi compañero de vida y apoyo incondicional, agradezco su paciencia, sus palabras de ánimo, por su compañía leal, por su amor constante y por sostenerme aun cuando las fuerzas se me agotan.

También a mis hijos Iker e Iván, quienes, con su alegría, con su inocencia y amor infinito llenan mi vida de luz. A todos y cada uno de ustedes, que, con amor, apoyo y fe hicieron de este logro una realidad, decirles que este logro no es solo mío, sino también de cada uno de ustedes.

TÍTULO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A ELABORAR BRAZOS GITANOS EN MONTECRISTI



ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	II
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	III
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	IV
APROBACIÓN DEL TRABAJO.....	V
DEDICATORIA	VI
RECONOCIMIENTO.....	VII
TÍTULO.....	VIII
RESUMEN	XV
ABSTRACT	XVI
INTRODUCCIÓN.....	XVII
1. DETERMINACIÓN DE LA NECESIDAD	18
a. Justificación teórica	18
b. Justificación práctica.....	18
2. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	19
a. Descripción del modelo Canvas	19
<i>i. Modelo canvas</i>	<i>19</i>
<i>ii. Análisis del modelo canvas</i>	<i>20</i>
b. Localización geográfica	23
c. Justificación	23
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	24
a. Análisis del entorno.....	24
<i>i. Macroentorno.....</i>	<i>24</i>
<i>ii. Microentorno</i>	<i>27</i>
b. Metodología de la investigación de mercado.....	29
<i>i. Determinación de objetivos de la investigación</i>	<i>29</i>
<i>ii. Segmentación de mercado</i>	<i>30</i>
<i>iii. Muestra de investigación</i>	<i>31</i>
<i>Técnicas de investigación.....</i>	<i>32</i>
<i>Resultados descriptivos de la investigación.....</i>	<i>32</i>
c. Análisis de la demanda	41
<i>i. Característica de la demanda</i>	<i>41</i>
d. Análisis de la oferta	43
<i>i. Caracterización de la oferta actual</i>	<i>43</i>
e. Oportunidad de emprender	44

4. ESTUDIO TÉCNICO.....	45
a. Tamaño del proyecto	45
b. Localización del proyecto	47
c. Ingeniería del proyecto	48
i. <i>Proceso de producción y/o generación del servicio</i>	48
ii. <i>Balance de mano de obra y materiales</i>	48
iii. <i>Maquinaria y equipo</i>	52
iv. <i>Distribución de planta de producción y/o establecimiento de generación de servicio</i>	54
5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	55
a. Visión.....	55
b. Misión.....	55
c. Estructura organizacional	55
d. Mapa de procesos.....	55
e. Funciones y productos esperados	56
f. Constitución jurídica	57
g. Obligaciones tributarias	58
h. Patentes y licencias necesarias para el emprendimiento.....	59
6. MARKETING ESTRATÉGICO	61
a. Estrategia de producto y diseño.....	61
b. Estrategias de precio.....	63
c. Estrategia de plaza y canales de distribución. (Alianzas estratégicas).....	63
d. Estrategias de promoción.....	64
7. ANÁLISIS FINANCIERO.....	65
a. Presupuesto de inversión	65
b. Presupuesto de ingresos	66
c. Presupuesto de egresos	66
d. Presupuesto de capital de trabajo	66
e. Estructura de la inversión	67
f. Estados financieros	68
I. <i>Estado de resultado integral</i>	68
II. <i>Estado de situación general</i>	69
III. <i>Estado de flujo de efectivo</i>	70
g. Costo de oportunidad	70
h. Evaluación financiera	71

i.	Periodo de recuperación de la inversión	71
j.	Punto de equilibrio anual.....	71
8.	CONCLUSIONES	73
9.	RECOMENDACIONES	74
10.	ANEXOS.....	75
a.	Encuesta	75
b.	Folleto informativo del emprendimiento	78
c.	Tabla de amortización	79
11.	BIBLIOGRAFÍA	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Segmentación de mercado	30
Tabla 2 Pregunta 1	32
Tabla 3 Pregunta 2	33
Tabla 4 Pregunta 3	34
Tabla 5 pregunta 4	35
Tabla 6 pregunta 5	36
Tabla 7 Pregunta 6	38
Tabla 8 Pregunta 7	38
Tabla 9 Pregunta 8	39
Tabla 10 Pregunta 9	40
Tabla 11 Intervalos y porcentaje de la encuesta a la población.....	42
Tabla 12 Proyección de ventas en cantidad del producto	43
Tabla 13 Análisis de la competencia	44
Tabla 14 Proyección mensual	45
Tabla 15 Proyección de ventas en cantidad	46
Tabla 16 Proyección anual.....	46
Tabla 17 Balance de mano de obra	48
Tabla 18 Nómina de capital humano	50
Tabla 19 Materia prima	51
Tabla 20 Maquinaria de producción	52
Tabla 21 Herramientas.....	52
Tabla 22 Equipo de computación	53
Tabla 23 Equipo de oficina	53
Tabla 24 Muebles y Enseres	53
Tabla 25 Activos intangibles	54
Tabla 26 Productos esperados	57
Tabla 27 Socios accionistas	58
Tabla 28 Registro de la marca	61
Tabla 29 Presupuesto de inversión	65
Tabla 30 Presupuesto de ingresos	66
Tabla 31 Presupuesto de egresos	66
Tabla 32 Presupuesto de capital de trabajo.....	66
Tabla 33 Estructura de la inversión	67

Tabla 34 Estado de resultado integral.....	68
Tabla 35 Estado de situación general	69
Tabla 36 Estado de flujo de efectivo	70
Tabla 37 Costo de oportunidad.....	70
Tabla 38 Evaluación financiera	71
Tabla 39 Período de recuperación de la inversión.....	71
Tabla 40 Punto de equilibrio.....	71
Tabla 41 Tabla de amortización	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo Canvas.....	20
Figura 2 Localización geográfica	23
Figura 3 Análisis Pestel	25
Figura 4 Cinco fuerzas de Porter	28
Figura 5 Pregunta 1.....	33
Figura 6 Pregunta 2.....	34
Figura 7 Pregunta 3.....	35
Figura 8 Pregunta 4.....	36
Figura 9 Pregunta 5.....	37
Figura 10 Pregunta 6.....	38
Figura 11 Pregunta 7.....	39
Figura 12 Pregunta 8.....	40
Figura 13 Pregunta 9.....	41
Figura 14 Curva de la demanda	42
Figura 15 Micro localización.....	47
Figura 16 Diagrama de proceso del producto.....	48
Figura 17 Bosquejo del área de trabajo	54
Figura 18 Estructura organizacional del emprendimiento.....	55
Figura 19 Mapa de procesos	55
Figura 20 Logotipo del emprendimiento	62
Figura 21 Canal de distribución.....	64
Figura 22 Punto de equilibrio Q	72
Figura 23 Encuesta de Forms	75

Figura 24 Encuesta de Forms	76
Figura 25 Encuesta de Forms	76
Figura 26 Encuesta de Forms	77
Figura 27 Folleto informativo.....	78
Figura 28 Folleto informativo.....	78

RESUMEN

El presente proyecto de emprendimiento, titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración de brazos gitanos en Montecristi”, tiene como objetivo crear una empresa dedicada a elaborar brazos gitanos artesanales. El análisis aborda de forma integral los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero, permitiendo comprender el comportamiento de la demanda, los procesos productivos necesarios y la estructura administrativa adecuada para su funcionamiento.

En base, al estudio de mercado este arrojó una oportunidad de mercado importante, debido, a que no existe una oferta especializada en brazos gitanos en la ciudad, lo que nos demuestra que hay un nicho poco explotado y con alto potencial de aceptación. Asimismo, el estudio técnico ofreció una visión clara de los recursos, procesos y capacidades necesarias para la producción del producto, mientras que el estudio organizacional ayudó a establecer las funciones, responsabilidades y lineamientos administrativos que facilitan una gestión adecuada. Finalmente, el análisis financiero demuestra que el proyecto es viable y rentable. Además, la inversión inicial permite cubrir los primeros meses de operación, mientras que los indicadores como el VAN y el TIR reflejan que la recuperación del capital es factible en corto plazo y que la empresa cuenta con una proyección económica sólida, generando utilidades positivas en un largo plazo.

Palabras clave: Estudio de factibilidad, brazos gitanos, emprendimiento, mercado, viabilidad.

ABSTRACT

This entrepreneurship project, entitled "Feasibility study for the creation of a company dedicated to the elaboration of gypsy arms in Montecristi", aims to create a company dedicated to the elaboration of artisanal gypsy arms. The analysis comprehensively addresses market, technical, organizational and financial studies, allowing us to understand the behavior of demand, the necessary production processes and the appropriate administrative structure for its operation. Based on the market study, this yielded an important market opportunity, due to the fact that there is no specialized offer in Roma arms in the city, which shows us that there is a niche that is little exploited and with high potential for acceptance. Likewise, the technical study offered a clear vision of the resources, processes and capacities necessary for the production of the product, while the organizational study helped to establish the functions, responsibilities and administrative guidelines that facilitate proper management. Finally, the financial analysis shows that the project is viable and profitable. In addition, the initial investment allows to cover the first months of operation, while indicators such as NPV and IRR reflect that capital recovery is feasible in the short term and that the company has a solid economic projection, generating positive profits in the long term.

Keywords: Feasibility study, gypsy arms, entrepreneurship, market, feasibility.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de emprendimiento, para la creación de una empresa dedicada a elaborar brazos gitanos artesanales en la ciudad de Montecristi, Ecuador, se enfoca en la identificación de una oportunidad de negocio dentro del sector de la repostería, impulsada por la creciente demanda de productos personalizados, artesanales y de calidad. En la actualidad los consumidores buscan opciones de postres que combinen buen sabor, presentación y una presentación atractiva con una experiencia diferenciadora lo que ha motivado el desarrollo de nuevas propuestas gastronómicas adaptadas a las preferencias del mercado local.

Ante esta necesidad surge el emprendimiento “Encanto Enrollado”, cuyo objetivo es satisfacer la demanda de un público que valora los productos de repostería artesanal, ofreciendo brazos gitanos con ingredientes seleccionados, variedad de sabores y presentaciones atractivas e innovadoras. A través de sus productos y estrategias de comercialización, la empresa busca posicionarse como una alternativa diferenciadora dentro del mercado, fomentando el consumo de postres artesanales y fortaleciendo la identidad gastronómica local. Asimismo, el proyecto contempla la comercialización directa y la posibilidad de pedidos bajo pedido, acorde a las tendencias actuales del consumo.

Por ello, para el correcto desarrollo del proyecto se llevó a cabo una estructura metodológica integral, partiendo de la identificación y justificación de la necesidad del mercado, respaldada por fundamentos teóricos y prácticos. Posteriormente, se aplicó el modelo Canvas para definir los elementos clave del negocio, y se realizaron los estudios correspondientes de mercado, técnico, organizacional, de marketing y financiero, los cuales permitieron estructurar de manera coherente la propuesta empresarial.

Como resultado de los estudios realizados, se determinó la factibilidad del proyecto, siempre que sean cumplidos con los objetivos planteado en términos de producción, ventas y estrategias comerciales. No obstante, el emprendimiento ingresara a un mercado competitivo, caracterizado por la presencia de panaderías y pastelerías tradicionales ya posicionadas, lo que representa un desafío importante. Sin embargo, esta situación constituye una oportunidad para diferenciarse mediante la especialización en brazos gitanos artesanales, la calidad del producto y la atención al cliente. Por ello, el desarrollo del proyecto busca establecer bases sólidas que incrementen las posibilidades de éxito.

1. DETERMINACIÓN DE LA NECESIDAD

El creciente interés por productos artesanales y personalizados ha generado una nueva tendencia en el consumo de repostería, donde los clientes buscan calidad, presentación y un sabor distintivo.

En este contexto la ciudad de Montecristi no cuenta con un emprendimiento que se especialice exclusivamente en la elaboración y comercialización de brazos gitanos, lo que evidencia una oportunidad significativa en el mercado local.

a. Justificación teórica

El mundo de la repostería nos ofrece hoy en día una gran variedad de productos en nuestra vida diaria los cuales son muy comunes y nos resultan indispensables para alguna celebración. La repostería es un arte culinario arraigado en la tradición y la creatividad, la cual se centra en constante evolución adaptándose a los cambios de gustos, preferencias y avances tecnológicos. Sin embargo, al disfrutar de un postre nos olvidamos del trabajo y el detalle que conlleva su preparación, por lo tanto, la repostería va más allá de una receta, debido a que, en la misma influyen factores como el estado de ánimo, el ambiente o la temperatura. Además, en la actualidad se opta por personalizar las opciones según las preferencias y gustos de cada cliente considerándolo así una herramienta esencial para conectar emociones y vínculos con el mismo.

De acuerdo con, Calvopiña et al., (2024), la repostería busca ofrecer una experiencia única que despierte el sentido de los consumidores mediante sabores auténticos y distintivos. De modo que, su elaboración esta cuidadosamente planificado para resaltar las cualidades de cada ingrediente, garantizando que cada producto mantenga un sabor excepcional y cumpla con las expectativas de los paladares más exigentes.

b. Justificación práctica

La idea de incursionar en la repostería surge como respuesta a la necesidad de generar ingresos tras los efectos negativos que dejó la pandemia del Covid-19. Durante ese tiempo la sociedad en general tuvo que enfrentarse a dificultades económicas como falta de empleo y oportunidades estables, lo cual llevo a buscar una alternativa que permitiera salir adelante. Y es en este contexto, surge la repostería como oportunidad para generar ingresos desde el hogar, aprovechando habilidades culinarias y el gusto por productos artesanales. La ausencia de negocios dedicados a

la repostería evidenció una oportunidad de mercado local, motivando a la creación de un emprendimiento que busca cubrir esa demanda, ofrecer calidad, pero sobre todo aportar economía.

2. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

a. Descripción del emprendimiento

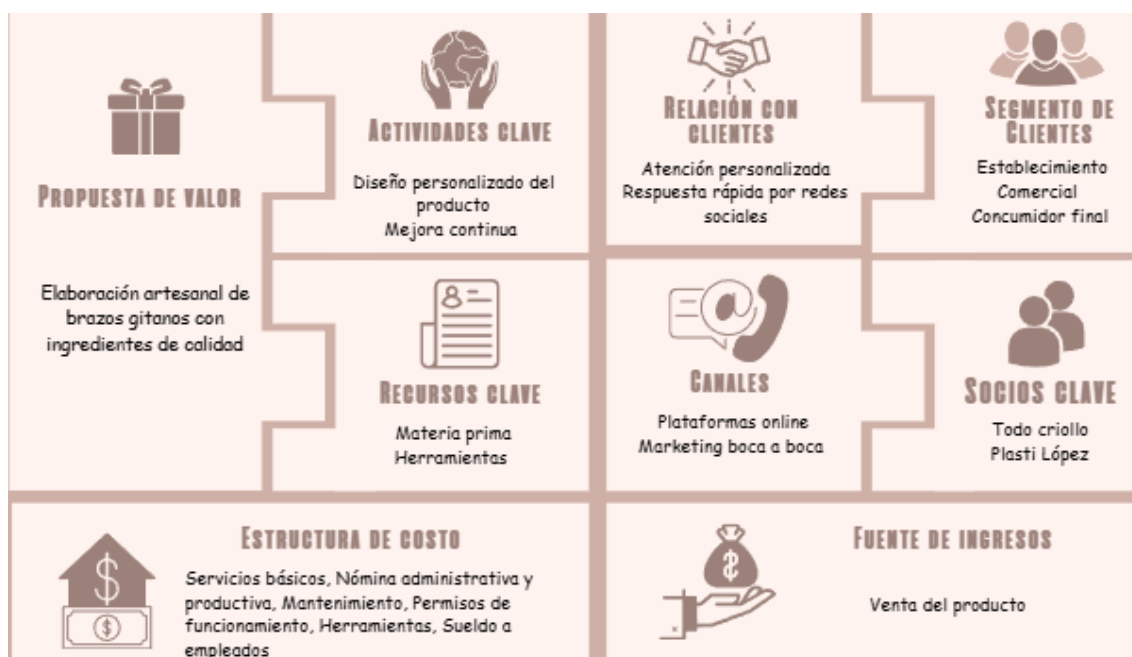
“Encanto enrollado” es un proyecto que busca combinar creatividad, sabor artesanal y presentación única para ofrecer brazos gitanos de alta calidad, elaborados con ingredientes frescos y cuidadosamente seleccionados. El emprendimiento está dirigido para clientes que valoran productos artesanales, deliciosos y visualmente atractivos, ofreciendo una experiencia dulce que combina tradición y estilo moderno.

“Encanto enrollado” se enfocará en la elaboración y comercialización de brazos gitanos, adaptándose a los gustos y preferencias de cada cliente. El negocio operará principalmente 100% de manera online, contando con un servicio de pedidos a través de plataformas digitales, que permite elegir sabores, decoraciones y presentaciones de manera fácil y cómoda, asegurando un producto único en cada orden y ampliando su alcance a un público más amplio.

i. Modelo canvas

Para Tasmanic (2025), el modelo canvas es una herramienta estratégica que permite representar de forma visual y estructurada como una empresa genera, entrega y capta valor. Se basa en un lienzo dividido en nueve bloques interconectados, que ofrecen una visión completa de los componentes fundamentales del negocio. Además, su naturaleza flexible posibilita actualizaciones constantes en respuesta a la validación de ideas, el aprendizaje sobre el perfil del cliente y a los ajustes del modelo empresarial.

Figura 1 Modelo Canvas



Nota: Elaboración propia del autor

ii. Análisis del modelo canvas

➤ Propuesta de valor

La propuesta de valor es lo que diferencia a una empresa de la otra, debido a que, busca resolver una necesidad o un problema, la cual puede ser innovadora o mejorar lo que ya existe, aportando beneficios diferenciadores al consumidor (Lozano et al., 2019).

Se centra en la innovación al elaborar brazos gitanos de manera artesanal con ingredientes de calidad, ofreciendo productos frescos, personalizados y con presentaciones atractivas, lo que aporta diferenciación en el mercado y satisface la demanda de repostería creativa y exclusiva.

➤ Actividades clave

Con el Modelo Canvas las actividades claves, son aquellas acciones prioritarias que la empresa va a llevar a cabo para el correcto desarrollo y éxito del emprendimiento (Lozano et al., 2019).

El diseño personalizado de los brazos gitanos crea productos únicos que satisfacen los gustos del cliente, fomentando su lealtad, mientras que la mejora continua asegura la innovación, calidad constante y satisfacción del consumidor.

➤ Recursos clave

Conocer con qué recursos contamos y con los que debemos contar para llevar a cabo la actividad de nuestro negocio, es importante optimizarlos para lograr obtener una mayor eficiencia con el menor costo posible (Lozano et al., 2019).

Contar con materia prima de calidad y las herramientas de repostería constituyen unos de los principales recursos para asegurar un proceso de excelencia, fomentando la innovación y la competitividad.

➤ **Relación con clientes**

La relación con los clientes se basa en la comprensión de los factores de carácter individual, las variables que corresponden al entorno y los factores externos del cliente (Lozano et al., 2019).

El enfoque en una atención personalizada y comunicación directa por redes sociales fortalece la confianza y la fidelización. La respuesta rápida ante pedidos o consultas permite crear una experiencia positiva y cercana con el consumidor.

➤ **Canales**

Los canales consisten en conocer el medio por el cual haremos llegar nuestra propuesta de valor al cliente. Debido, a que se debe estudiar que canal de distribución y estrategia son las más aceptables para generar mayores ventas al mínimo coste (Lozano et al., 2019).

Las plataformas online facilitan el alcance a un público más amplio, por lo que es necesario que sean atractivas; además, el marketing boca a boca, permite fortalecer la confianza de los clientes, promover recomendaciones y consolidar la fidelización de la marca

➤ **Segmento de clientes**

Es fundamental identificar las necesidades del cliente, debido a que es el núcleo del negocio. De modo que, se pueda ofrecer un producto o servicio que realmente le beneficie, por ello es necesario conocer sus gustos, emociones y expectativas (Lozano et al., 2019).

La segmentación de mercado o público objetivo del emprendimiento está dirigido a los siguientes perfiles:

- Establecimiento comercial
- Consumidor final

➤ **Socios clave**

Hace referencia a las alianzas estratégicas que establece la organización para colaborar en temas como de costos, recursos, entre otros, (Lozano et al., 2019).

Los proveedores son socios clave, debido a, que garantizan el suministro de materia prima e insumos de calidad, lo que es fundamental para mantener la excelencia en la elaboración de los brazos gitanos artesanales. En el emprendimiento, los socios clave identificados son:

- Todo Criollo, como proveedor de materia prima
- Plasti López, como proveedor de insumos y materiales

➤ **Estructura de costo**

Toda la infraestructura conlleva ciertos costos que debemos pagar y optimizar, asimismo, poder definir cuáles son las prioridades y diferenciarlo de aquellos que no lo son (Lozano et al., 2019).

Los costos de producción son la base de la estructura de costos e incluyen todo lo necesario para elaborar el producto con calidad y continuidad. Estos se dividen en:

- Servicios básicos
- Nómina administrativa y productiva
- Mantenimiento
- Permisos de funcionamiento
- Herramientas
- Sueldo a empleados

➤ **Fuente de ingresos**

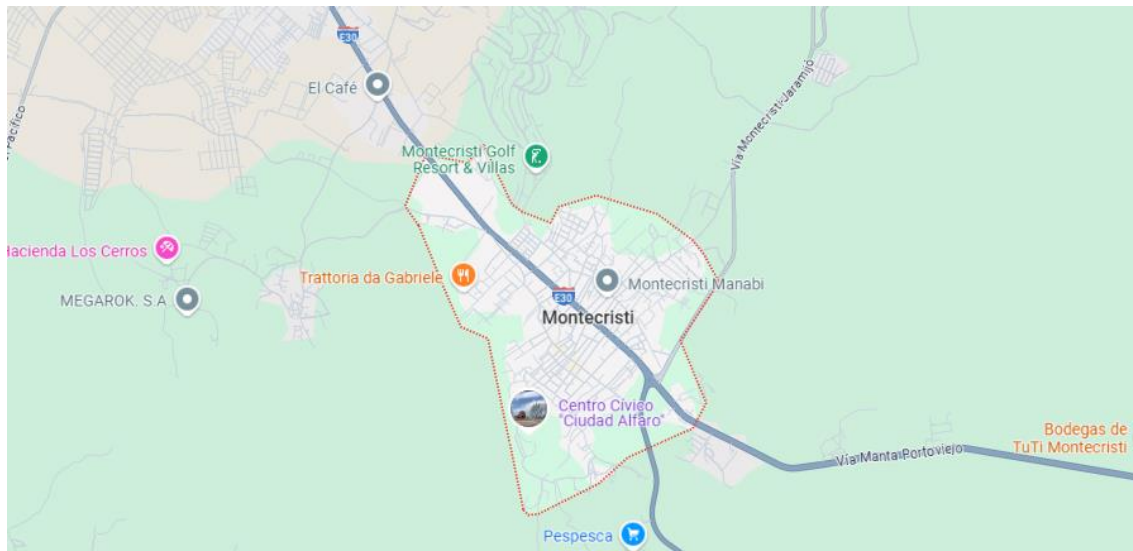
Es la forma en la que se generan los ingresos en el proyecto, junto con la organización de los costos, lo cual es fundamental para lograr a rentabilidad y mantenerse competitivo dentro del mercado (Lozano et al., 2019).

La venta directa del producto es la principal fuente de ingreso, por ello, se prioriza la calidad y la creatividad en cada brazo gitano, buscando cautivar y satisfacer a cada cliente.

b. Localización geográfica

La planta de producción de “Encanto Enrollado” se establecerá en Manabí, específicamente en el cantón Montecristi. Siendo ubicado en el barrio Tierra Santa, entre la Avenida 10 de agosto y calle Olmedo; fue elegido aquel lugar debido, a que existe un espacio en donde adaptar el negocio, lo cual es propio y de esta manera disminuiría los costos de arriendo en local físico.

Figura 2 Localización geográfica



Nota: Obtenido de Google Maps

c. Justificación

Mediante la creación de Encanto Enrollado, se responde directamente a una necesidad identificada en el mercado local de Montecristi: la falta de opciones de repostería artesanal que combinen creatividad, presentación personalizada y sabor de calidad. Esta necesidad se evidencia en la creciente demanda de consumidores que buscan productos innovadores y diferenciados para celebraciones, regalos o momentos especiales.

El emprendimiento tiene una alta oportunidad al abordar esta brecha en el mercado, permitiendo satisfacer las necesidades gustativas como estética de los clientes. Además, de que la propuesta incluye servicios innovadores como la personalización de brazos gitanos a través de pedidos online, adaptándose a las preferencias individuales y las tendencias actuales de consumo.

En Montecristi, la oferta de repostería tradicional no suele ofrecer productos personalizados y con poca variedad de presentaciones creativas; por ello, Encanto

Enrollado no solo satisface esa demanda, sino que también impulsa una experiencia única y memorable para los clientes. Lo cual refuerza la pertinencia del proyecto y su capacidad para cubrir una necesidad del mercado local.

3. ESTUDIO DE MERCADO

Según Ronda, (2022) un estudio de mercado es un proceso de recogida y análisis de información del entorno de la empresa, que permite resolver diversas incógnitas relacionadas con el negocio, mejorar la actividad de la empresa y los resultados de la organización a partir de la información obtenida. Para efectos, el estudio de mercado es fundamental para conocer el entorno empresarial y tomar decisiones informadas. Por lo que, al recopilar y analizar datos la empresa puede contrarrestar problemas, optimizar sus procesos y mejorar los resultados, fortaleciendo su desempeño y competitividad.

a. Análisis del entorno

i. *Macroentorno*

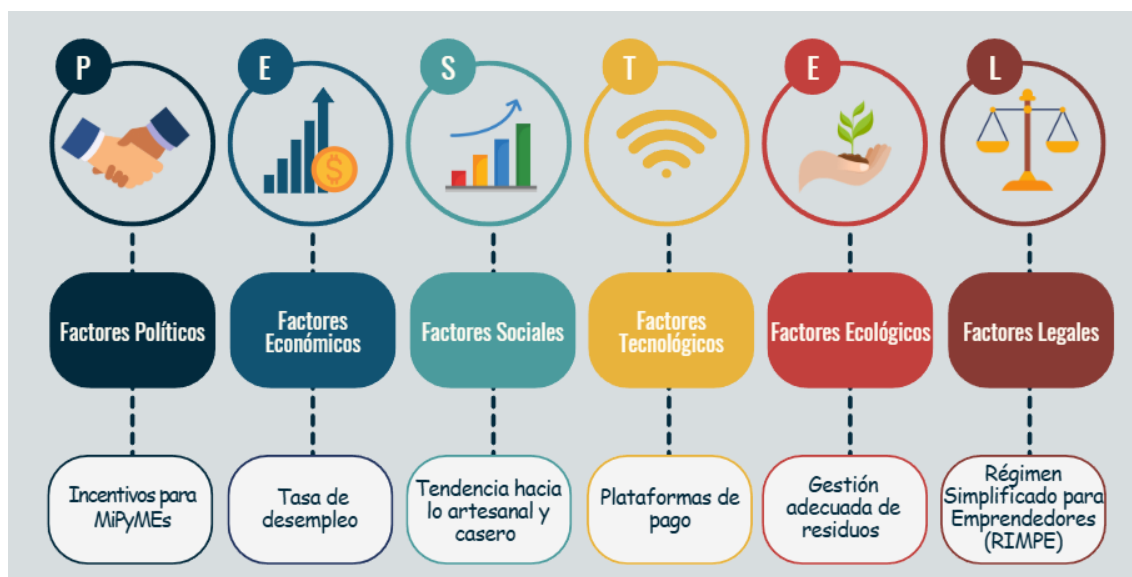
Al macroentorno se lo define como aquellos factores que la empresa no puede controlar, factores derivados del sistema socioeconómico, pero que, sin embargo, influyen significativamente en el éxito de la misma. Por lo tanto, la empresa debe conocerlos para identificar las influencias, tanto las positivas como las negativas que ejercen, para poder aprovechar las positivas y contrarrestar las negativas (Cuenca, 2022). Sin duda, este estudio es esencial en el entorno empresarial debido a que permite identificar las amenaza que la empresa debe prevenir o reducir, así como las oportunidades que debe aprovechar para de esta manera poder conservar su ventaja competitiva a lo largo del tiempo. Es fundamental identificar estos factores al elegir la ubicación del negocio, debido a que tiene un impacto directo con su rentabilidad y permanencia. Para su análisis puede utilizarse el modelo PESTEL, el cual abarca aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales.

Para Trejo et al., (2023), el análisis PESTEL es una herramienta vinculada directamente con planificación estratégica, que se utiliza para examinar el entorno de manera integral. Esta técnica permite a las organizaciones comprender los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que las rodean, facilitando de esta manera el diseño de estrategias que aprovechan dichas condiciones y contribuyen a una toma de decisiones más informada y efectiva. Es por ello, que al aplicar el análisis PESTEL fortalece la gestión directiva al proporcionar una visión clara del

entorno que la empresa no puede controlar, lo que mejora la capacidad de respuesta de la organización frente a oportunidades y amenazas del entorno.

Y como resultado de esas fuerzas externas se enlistan las siguientes:

Figura 3 Análisis Pestel



Nota: Elaboración propia del autor

Factor político

Este factor permite determinar y evaluar como el gobierno influye directamente en el funcionamiento y desempeño de una empresa, debido a que, regulan aspectos fiscales, comerciales y económicos tanto a nivel nacional como internacional (Amador, 2022).

Dentro de los incentivos para MiPyMEs, las políticas gubernamentales fomentan el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, ofreciendo beneficios y apoyo financiero. En este contexto, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2020) presentó el programa “Fondo Emprende: Ecuador productivo”, al cual se le ha destinado \$10.050,00 para apoyar a emprendedores con sus ideas innovadoras, facilitando la puesta en marcha de sus proyectos y contribuyendo al desarrollo de la innovación productiva en el país.

Factor económico

En este punto se consideran las variables macroeconómicas que, tanto a nivel nacional como internacional, pueden impactar en el rendimiento de la empresa. Como el

desempleo, la balanza comercial, entre otros pueden representar riesgos u oportunidades para su desarrollo (Amador, 2022).

Según el Instituto de Estadística y Censos (2024), los niveles de desempleo en Ecuador y en la ciudad afectan directamente el poder adquisitivo de los consumidores, lo que implica que una alta tasa de desempleo puede reducir la demanda de bienes y servicios. De modo que, la alta tasa de desempleo limita el poder de compra y reduce la demanda; por el contrario, a una tasa baja de desempleo favorece la capacidad de compra y la demanda potencial del negocio.

Factor social

Los factores sociales como la cultura, creencias y hábitos de las personas, influyen en los resultados de una empresa, de modo, que estos aspectos cambian con el tiempo y generan nuevas tendencias que pueden afectar negativa o positiva su desempeño (Amador, 2022).

En la actualidad los productos tradicionales de repostería han retomado fuerza en el mercado. Los consumidores valoran lo artesanal y clásico, debido a que les transmite confianza y cercanía (Duquesa, 2022). Es decir, que la tendencia hacia lo artesanal y casero representa una preferencia de los consumidores quienes valoran cada vez los productos hecho a mano y con toques creativos, lo que impulsa a innovar en lo artesanal sin perder su autenticidad.

Factor tecnológico

Son claves dentro de una empresa, por los niveles de innovación que se están dando en los mercados actuales. Dado que, los avances tecnológicos representan oportunidades para las empresas, pero siempre y cuando están se adaptan a estos cambios (Amador, 2022).

Los métodos de pago en línea se han consolidado como una herramienta clave de la transformación digital, permitiendo transacciones rápidas, seguras y accesibles (María et al., 2024). De modo, que los métodos de pago en línea no solo facilitan transacciones, sino que, impulsan el comercio electrónico, mejoran la gestión financiera y reducen el uso de efectivo.

Factor ecológico

Los factores ecológicos abarcan todo lo relacionado con el medio ambiente, incluyendo regulaciones y tendencias que promueven su cuidado, como lo son las leyes sobre energía, manejo de residuos y emisiones pueden influir directamente en las operaciones de una empresa (Amador, 2022).

La gestión adecuada de residuos sólidos es clave para un desarrollo sostenible en Ecuador. El proyecto “Gestión de Residuos Sólidos y Economía Circular Inclusiva” (GRECI) (2024) promueve la gestión integral de residuos con enfoque de economía circular y reciclaje inclusivo, apoyado en tecnología e innovación, buscando un manejo más eficiente, sostenible y responsable de los desechos en los sectores públicos y privados. En otras palabras, el proyecto GRECI refleja un compromiso de Ecuador con la sostenibilidad, al adoptar prácticas responsables de residuos, lo que genera que los negocios fortalezcan su imagen y reputación.

Factor legal

Los factores legales comprenden todas las normativas que la empresa debe cumplir, las mismas que pueden influir de manera negativa o positiva en su producción y comercialización, tanto en nivel nacional como internacional. (Amador, 2022).

Los regímenes simplificados buscan aportar a los comerciantes beneficios a corto plazo, por lo que, el diseño de estos simplifica la administración y la operatividad. En Ecuador al ser un régimen nuevo, es indispensable conocer cuáles son los beneficios que esperan los contribuyentes bajo el RIMPE como negocios populares que desarrollan actividades comerciales y de restaurantes. (Fabián et al., 2022).

ii. Microentorno

Microentorno se refiere a los factores cercanos y específicos que afectan directamente a una empresa en su capacidad para operar y servir a sus clientes. Este entorno incluye elementos como los colaboradores, proveedores, clientes, competidores, intermediarios, entre otros, este estudio facilita la identificación de patrones de comportamiento y prevenir errores comunes, para su análisis se aplica el modelo de las cinco fuerzas de Porter, el mismo que evalúa el poder que el microentorno ejerce sobre la empresa (Cueva, 2023). Es por ello, que analizar el microentorno es esencial en un estudio de factibilidad, debido a que este permite identificar relaciones claves y ajustar estrategias operativas y comerciales para responder de manera oportuna a las dinámicas del entorno

más cercano, lo cual mejora la toma de decisiones y la eficiencia en la etapa de implementación del negocio.

El modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter permite examinar el entorno externo que influye en la competitividad de una empresa obligándola a diseñar estrategias de manera eficazmente a esos factores para reducir riesgos. Este modelo es aplicable a todo tipo de negocio y ayuda a optimizar los recursos y a posicionarse mejor frente a los competidores, convirtiéndose en una herramienta clave para la formulación estratégica (Barrios y Tobar, 2022). Por lo tanto, al incorporar el modelo de Porter en un estudio de factibilidad nos permite analizar con mayor profundidad el entorno competitivo del mercado. Lo cual facilita amenazas y oportunidades, y a su vez a desarrollar estrategias diferenciadoras que fortalezcan la posición del negocio desde el inicio.

Por ende, para realizar el análisis de la investigación se aplicará el modelo de las cinco fuerzas de Porter, que son las siguientes:

Figura 4 Cinco fuerzas de Porter



Nota: Elaboración propia del autor

Amenaza de nuevos competidores: la facilidad para emprender en repostería en la ciudad representa una amenaza constante, por lo tanto, es clave diferenciarse a través de sabores únicos, presentaciones atractivas y un servicio personalizado que genere valor y preferencia.

Poder de negociación de los proveedores: aunque los insumos básicos están disponibles en el mercado local, es necesario establecer relaciones con proveedores

confiables y contar con alternativas. Lo cual ayuda a mantener la calidad y controlar los costos ante posibles cambios en precio o escasez.

Poder de negociación de los clientes: en Montecristi, los consumidores tienen un alto poder de negociación debido a la gran oferta de repostería artesanal en redes sociales. De modo que, obliga al emprendimiento a ofrecer atención personalizada, buena presentación y un producto diferenciado para fidelizar a sus clientes.

Amenaza de nuevos productos sustitutos: existen muchas alternativas como pasteles, galletas, o postres industriales. Para reducir esta amenaza, el brazo gitano se debe destacar por su frescura, calidad artesanal y originalidad en sabor y presentación.

Rivalidad entre los competidores: la competencia en Montecristi es alta, especialmente en fechas festivas. Por lo cual, el emprendimiento debe mantener una imagen profesional, cumplir con los tiempos de espera y enfocarse en la fidelización del cliente mediante un servicio eficiente y una constante innovación.

b. Metodología de la investigación de mercado

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), con el objetivo de obtener una comprensión integral del mercado de repostería en Montecristi. Como técnica principal se va a utilizar una encuesta, la misma que se va a aplicar a consumidores locales, para de esta manera recopilar información relevante sobre la aceptación del producto, sus hábitos de consumo y tendencias de compra. Además, se utilizará información bibliográfica provenientes de libros, fuentes científicas y fuentes confiables para sustentar teóricamente cada apartado de la investigación.

i. Determinación de objetivos de la investigación

Los objetivos de este estudio implican la recolección de datos y análisis fundamentales para tomar decisiones estratégicas e informadas cada uno con su propia distinción.

Objetivo General

Evaluar la factibilidad del emprendimiento “Encanto Enrollado” mediante el análisis de los aspectos de mercado, técnicos y financieros, con el fin de determinar su grado de aceptación, sostenibilidad y viabilidad para la elaboración y comercialización de brazos gitanos en Montecristi.

Objetivos Específicos

Analizar el mercado objetivo para identificar las características, preferencias, necesidades y el grado de aceptación de los consumidores respecto a los brazos gitanos elaborados por el emprendimiento.

Determinar los recursos técnicos, humanos y operativos necesarios, para el correcto funcionamiento del emprendimiento, estableciendo una estructura productiva que garantice eficiencia y estándares de calidad.

Evaluar la viabilidad financiera del proyecto mediante la elaboración del plan financiero y el diseño de estrategias de comercialización fundamentadas en el análisis de mercado y en los recursos disponibles.

ii. Segmentación de mercado

Para Pursell (2024), “la segmentación de mercado es una estrategia de marketing que consiste en dividir el público de una marca o negocio en grupos más pequeños, que se identifican por ciertas características que comparten entre sí”. Esto no solo mejora la comunicación con los clientes, sino que también optimiza recursos y aumenta la efectividad de las acciones comerciales al atender de manera precisa las necesidades de cada segmento.

Para efectuar una segmentación de mercado precisa, se emplearon los datos obtenidos por el último censo nacional llevado a cabo por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) llevado a cabo en el año 2022, los cuales facilitan la identificación del mercado potencial dentro del cantón Montecristi, compuesto por 99.937 habitantes. La segmentación se define en dos niveles: una segmentación geográfica, donde el mercado objetivo se limita al cantón debido a su cercana logística, tiempos de entrega reducidos y facilidad de distribución; y una segmentación por tipo de cliente, diferenciando entre consumidores finales y establecimientos comerciales. El segmento de consumidores finales está conformado por personas de todas las edades y géneros, ya que el Brazo Gitano es un producto de consumo general. El segmento de establecimientos comerciales locales incluye La pastelería Lolita, panadería y pastelería Barcelona y el supermercado Yariz Zambrano. Esta doble segmentación permite identificar con claridad

los grupos con mayor potencial de compra y facilita la planificación de la producción y distribución del producto.

Tabla 1 Segmentación de mercado

SEGMENTACIÓN		
Geográfica	Población de la ciudad de Montecristi	99.937 habitantes

Nota: Elaboración propia del autor

iii. Muestra de investigación

Para calcular el tamaño de la muestra necesario para la encuesta, se aplicará la fórmula estándar.

$$n = \frac{N * z^2 * p * (1 - p)}{E^2 * (N - 1) + z^2 * p * (1 - p)}$$

Donde:

n: tamaño de muestra necesario

N: tamaño de la población (99,937 habitantes)

z: nivel de confiabilidad que tendrá la muestra = 1,96

p: nivel de ocurrencia = 0,5

E: error de estimación = 5% = 0,05

Siendo el cálculo de la siguiente manera:

$$n = \frac{99,937 * (1,96)^2 * 0,5 * (1 - 0,5)}{(0,05)^2 * (99,937 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * (1 - 0,5)}$$

$$n = \frac{99,937 * 3,8416 * 0,25}{0,0025 * 99,936 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{95,979.49}{249,84 + 0,9604}$$

$$n = \frac{95,979.49}{250,800}$$

$$n = 383$$

Considerando la población total del cantón Montecristi, se ha determinado que es necesario encuestar a 383 personas. Los resultados de esta encuesta son cruciales para tener conocimiento del perfil del consumidor, incluyendo sus preferencias, gustos,

necesidades, comportamientos de compra y otros factores relevantes en cuanto al producto a ofrecer.

iv. Técnicas de investigación

La encuesta es una técnica destinada para obtener datos de varios individuos cuyas opiniones interpersonales interesan al investigador. Teniendo en cuenta a (Blanchar y Martinez, 2025) nos comentan que; la encuesta es un método utilizado para recopilar información mediante un conjunto estructurado de preguntas dirigidas a una muestra representativa de personas. Esta técnica es muy usada por su capacidad para obtener datos de forma rápida y eficiente sobre una problemática específica.

Por lo tanto, basándonos en lo que brinda esta técnica se va a explorar que tan viable resulta crear una empresa que elabore brazos gitanos en Montecristi, para lo cual, se va a utilizar métodos cuantitativos, siendo el enfoque principal la encuesta. Estas encuestas serán realizadas en línea, compartiéndolas en redes sociales, aprovechando su accesibilidad y amplio alcance para atraer una gran variedad de participantes. Además, que la técnica permitirá obtener datos detallados sobre las preferencias y comportamiento de los consumidores, lo que es esencial para diseñar estrategias efectivas e informadas y a su vez satisfacer las necesidades del mercado.

v. Resultados descriptivos de la investigación

Con base en la muestra seleccionada, se realizó una encuesta dirigida a los pobladores del cantón Montecristi perteneciente a la provincia de Manabí, esta técnica facilitó la obtención de datos precisos y relevantes para el estudio. Cuyos resultados constituyen una base sólida para un análisis detallado, cuyos hallazgos se presentan y se explican a continuación:

Tabla 2 Pregunta 1

¿CONOCE USTED QUE ES UN BRAZO GITANO? (TAMBIÉN CONOCIDO COMO TRONCO NAVIDEÑO, PIONONO, ENROLLADO DE MANJAR Y EN GASTRONOMÍA ENROLLADO DE ATÚN)			
Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	382	100%	100%
No	1	0%	0%
TOTAL	383	100%	

Nota: Resultado obtenido de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Figura 5 Pregunta 1



Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Análisis e Interpretación

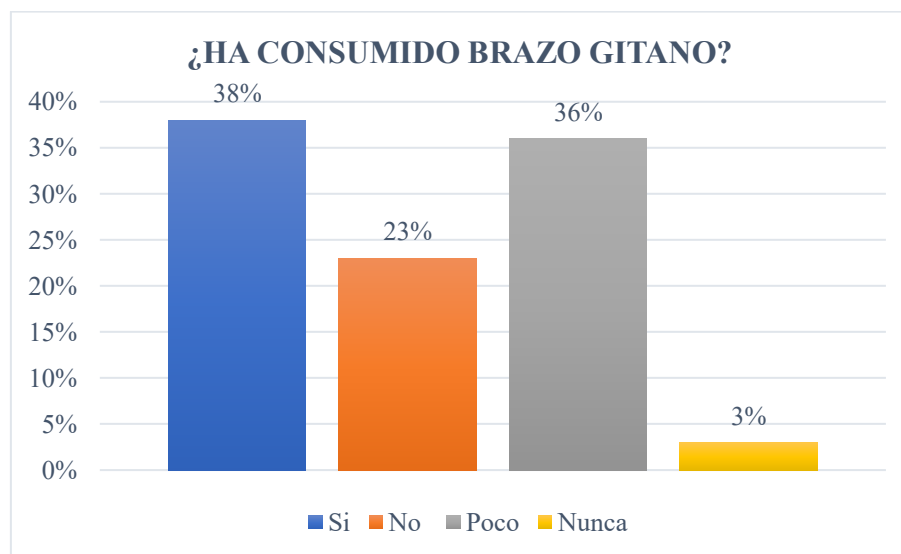
Según los resultados de la gráfica, se observa que en su totalidad las personas encuestadas conocen tiene el conocimiento que es un brazo gitano, lo cual es un indicador muy positivo, porque demuestra que el producto es totalmente familiar para el público. Esto indica, que para el emprendimiento no existirán barreras relacionadas al conocimiento del producto, debido, a que las personas ya cuentan con una referencia previa, lo cual favorece tanto a la aceptación como la intención de compra. Además, permite que el negocio enfoque sus esfuerzos en resaltar en el sabor, la calidad y características diferenciadoras como producto artesanal o innovador.

Tabla 3 Pregunta 2

¿HA CONSUMIDO BRAZO GITANO?			
Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	146	38%	38%
No	88	23%	61%
Poco	136	36%	97%
Nunca	13	3%	106%
TOTAL	383	100%	

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Figura 6 Pregunta 2



Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Análisis e Interpretación

Los datos muestran que en un 38% de los encuestados han consumido brazo gitano, lo que indica un nivel alto de familiaridad con el producto, este resultado es positivo para el emprendimiento, debido a que, existe un grupo significativo de personas que ya conocen el producto. Un 36% afirma haberlo consumido ocasionalmente. Esto significa que un 74% han tenido experiencia de haber consumido el producto, aun con diferentes niveles de frecuencia.

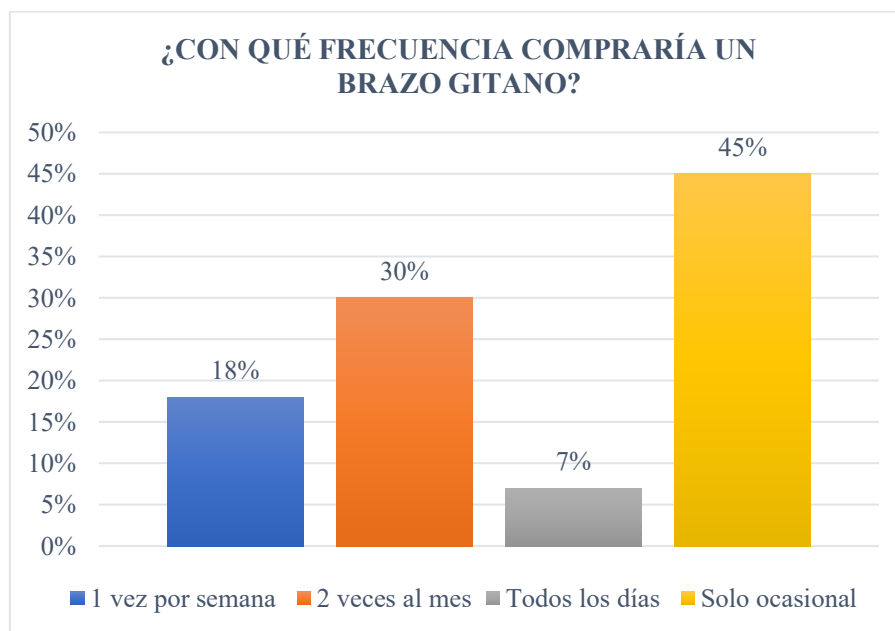
Por otro lado, un 23% indican que no lo han consumido. Si bien este grupo no tiene experiencia previa con el producto, representa una oportunidad para captar clientes, mediante estrategias de degustación, promoción o educación sobre las características del producto artesanal. Finalmente, con un 3%, que indica que el rechazo al producto es mínimo, lo cual es favorable para la introducción en el mercado.

Tabla 4 Pregunta 3

¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRARÍA UN BRAZO GITANO?			
Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 vez por semana	69	18%	18%
2 veces al mes	115	30%	48%
Todos los días	27	7%	55%
Solo ocasional	172	45%	100%
TOTAL	383	100%	

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Figura 7 Pregunta 3



Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Análisis e Interpretación

La gráfica evidencia con un 45% que los encuestados consumirían de manera ocasional un brazo gitano, lo que indica que el producto es visto como una opción atractiva para momentos especiales. Lo cual, demuestra que existe una aceptación notable y que el brazo gitano resulta llamativo para el público,

No obstante, un 30% mencionó que lo compraría dos veces al mes y un 18% una vez por semana, lo este grupo junto suman un 48%, lo que demuestra que casi la mitad de los encuestados tendrían un consumo periódico del producto, lo que suma a la estabilidad del negocio y respalda la idea de que existe una demanda constante.

Finalmente, con un 7% expreso que lo compraría a diario, lo que es comprensible tratándose de un postre. Sin embargo, este porcentaje, aunque pequeño, también aporta de manera favorable.

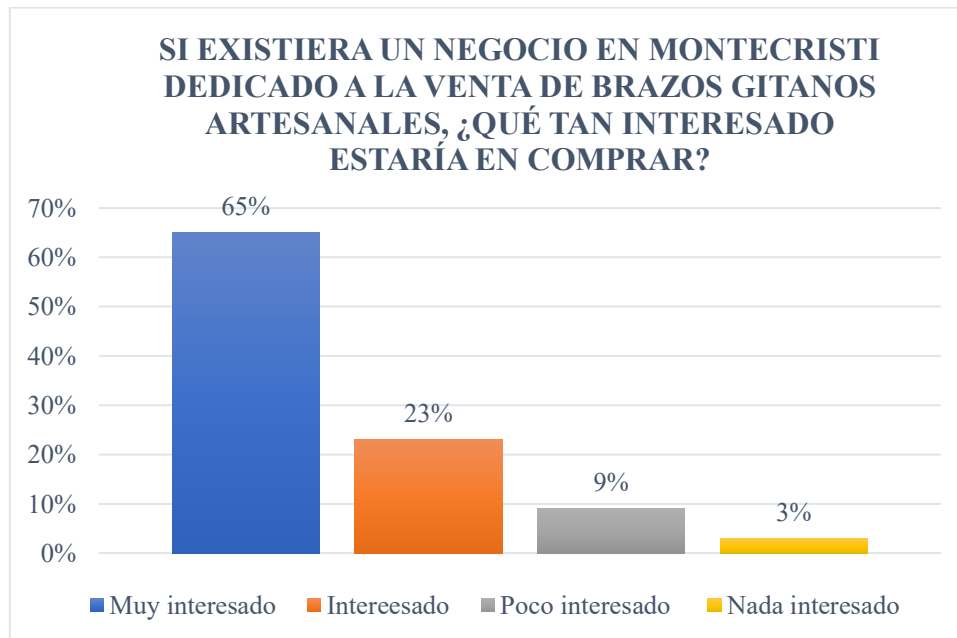
Tabla 5 pregunta 4

SI EXISTIERA UN NEGOCIO EN MONTECRISTI DEDICADO A LA VENTA DE BRAZOS GITANOS ARTESANALES, ¿QUÉ TAN INTERESADO ESTARÍA EN COMPRAR?			
Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy interesado	250	65%	65%
Interesado	90	23%	88%
Poco interesado	33	9%	97%

Nada interesado	10	3%	100%
TOTAL	383	100%	

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Figura 8 Pregunta 4



Nota: resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Análisis de interpretación

Al observar los resultados es notorio que la mayoría de los encuestados si estarían dispuestos a comprar brazos gitanos artesanales si existiera un negocio en Montecristi, debido, a que es esta alternativa se obtuvo un 65%, lo cual es bastante alto y demuestra que hay una buena aceptación y que el producto llama la atención. Además, un 23% de los encuestados están interesados, lo cual suma también de manera positiva, porque indica que en su mayoría las personas encuestadas ven bien la idea del negocio. Entre ambos porcentajes se alcanza un 88%, lo que representa una buena oportunidad de mercado.

Por otro lado, solo un 9% dijo que estaría poco interesado y un 3% nada interesado. Pero estos valores son muy bajos en comparación con los que, si demuestran interés, así que no se ve afecta demasiado la percepción general.

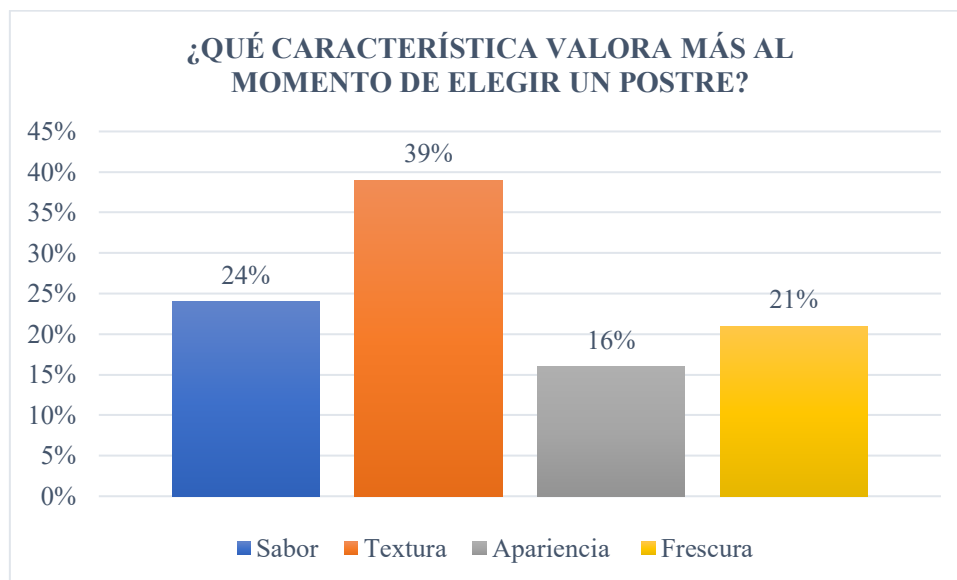
Tabla 6 pregunta 5

¿QUÉ CARACTERÍSTICA VALORA MÁS AL MOMENTO DE ELEGIR UN POSTRE?			
Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Sabor	100	24%	24%
Textura	135	39%	63%

Apariencia	60	16%	79%
Frescura	88	21%	100%
TOTAL	383	100%	

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Figura 9 Pregunta 5



Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Análisis e Interpretación

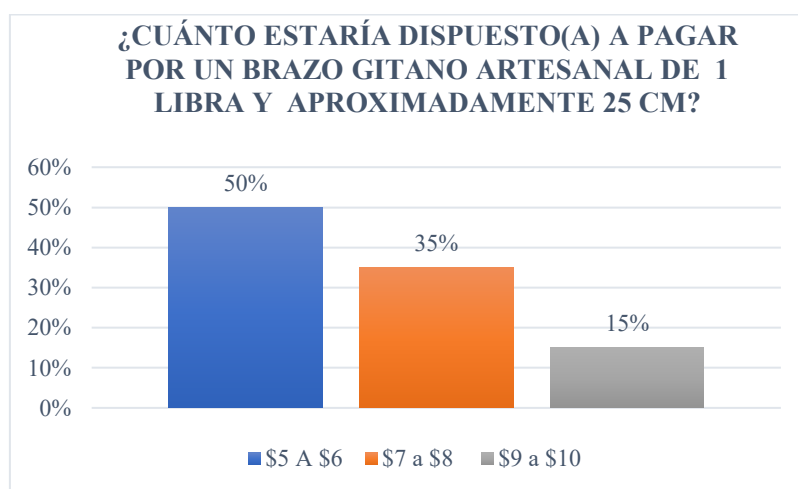
De acuerdo a los resultados, la característica más valorada por los consumidores al momento de elegir un postre es la textura, con un 39%. Este dato evidencia que, para la mayoría de los encuestados, la sensación que proporciona el producto al consumirlo desempeña un papel fundamental en su decisión de compra. En segundo lugar, se encuentra el sabor con un 24%, lo que afirma que, aunque es un aspecto especial, no es el principal determinante para elegir un postre. Además, la frescura obtuvo un 21%, lo cual indica que también es una parte considerable que los consumidores priorizan, esperando que el producto se encuentre en óptimas condiciones y elaborado recientemente.

Por otro lado, la apariencia registro un 16%, siendo la característica menos valorada, aunque este aspecto influye en la percepción inicial del producto, sin embargo, los resultados muestran que los consumidores les otorgan mayor importancia a cualidades sensoriales relacionadas directamente con la experiencia de consumo.

Tabla 7 Pregunta 6

¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO(A) A PAGAR POR UN BRAZO GITANO ARTESANAL DE 1 LIBRA Y APROXIMADAMENTE 25 CM?			
Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
\$5 a \$6	190	50%	50%
\$7 a \$8	133	35%	85%
\$9 a \$10	60	15%	100%
TOTAL	383	100%	

Nota: resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Figura 10 Pregunta 6

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Análisis e Interpretación

Los resultados del grafico muestran que en un 50% de los encuestados, están dispuestos a pagar entre \$5 a \$6 por un brazo gitano artesanal, lo que indica que este es el precio más accesible y atractivo para el mercado. Por otra parte, y no menos importante un 35% pagarían entre \$7 y \$8, lo que refleja que existe un segmento que valora más el producto y estaría dispuesto a pagar un poco más. Finalmente, solo un 15% aceptaría pagar entre \$9 y \$10, evidenciando que este rango menor aceptación, sin embargo, este rango representa a consumidores que podrían estar interesados en versiones especiales.

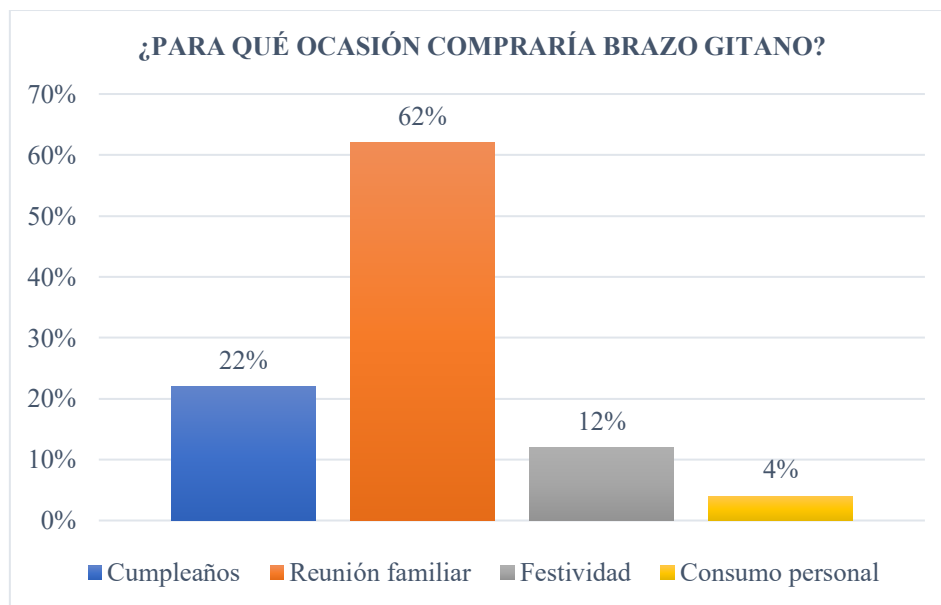
Tabla 8 Pregunta 7

¿PARA QUÉ OCASIÓN COMPRARÍA BRAZO GITANO?			
Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Cumpleaños	85	22%	22%
Reunión familiar	237	62%	84%

Festividad	44	12%	96%
Consumo personal	17	4%	100%
TOTAL	383	100%	

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Figura 11 Pregunta 7



Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Análisis e Interpretación

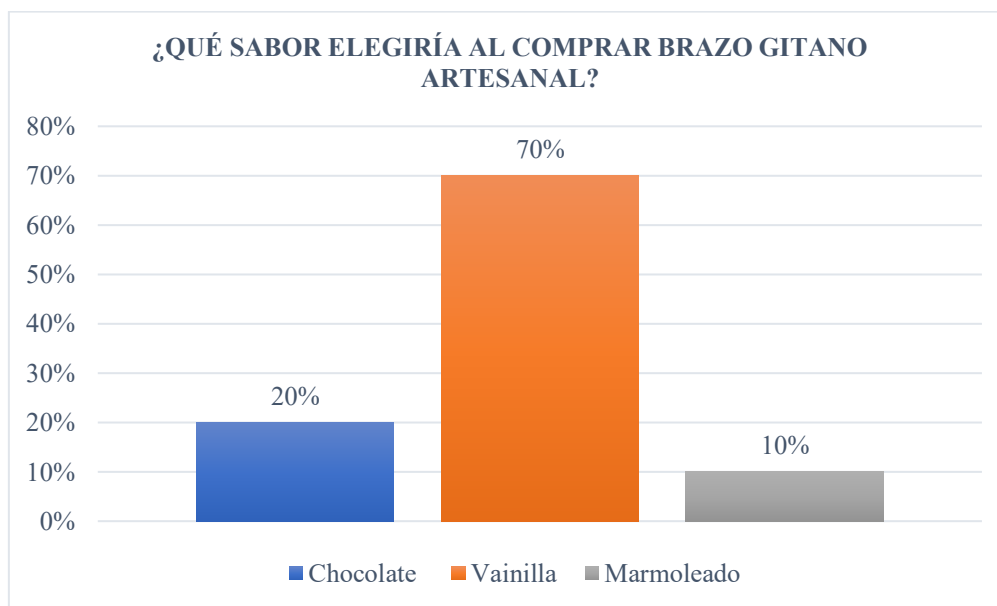
Los resultados muestran que la principal ocasión para comprar un brazo gitano es la reunión familiar, con un 62, lo que refleja que este producto se asocia fuertemente con compartir y consumir en grupo. En segundo lugar, con un 22%, lo comprarían para cumpleaños, lo cual, indica que también tiene un espacio importante en las celebraciones. Por consiguiente, con un 12% lo elegirían para festividades, como navidad u otras fechas tradicionales, y solo con un 4% lo adquirirían para consumo personal, demostrando que la demanda se concentra mayormente en eventos sociales.

Tabla 9 Pregunta 8

¿QUÉ SABOR ELEGIRÍA AL COMPRAR BRAZO GITANO ARTESANAL?			
Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Chocolate	76	20%	20%
Vainilla	270	70%	90%
Marmoleado	37	10%	100%
TOTAL	383	100%	

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Figura 12 Pregunta 8



Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Análisis e Interpretación

Los resultados de esta pregunta demuestran una tendencia muy marcada en cuanto a la preferencia de sabores del brazo gitano artesanal, dado que el 70% de los encuestados eligió el sabor vainilla, convirtiéndolo en el sabor más demandado y posicionándolo como la opción principal que el emprendimiento debe priorizar. Por otra parte, el 20% de los consumidores prefirieron elegir el sabor chocolate, lo que indica que, aunque no es la opción dominante si es una opción importante.

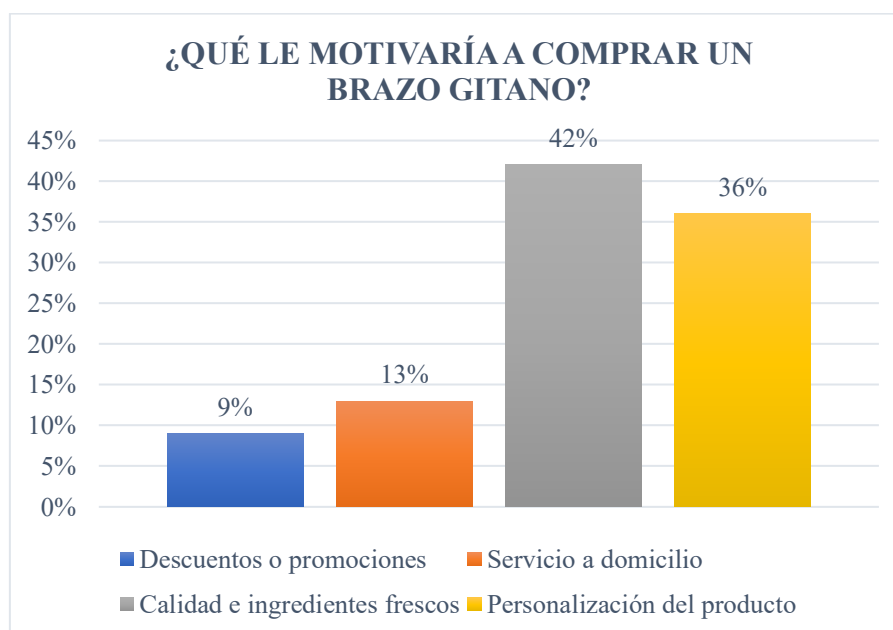
Finalmente, el 10% restante eligió el sabor marmoleado, lo que sugiere que este tipo de combinaciones, aunque llamativas, representan un nicho más pequeño.

Tabla 10 Pregunta 9

¿QUÉ LE MOTIVARÍA A COMPRAR UN BRAZO GITANO?			
Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Descuentos o promociones	36	9%	9%
Servicio a domicilio	48	13%	22%
Calidad e ingredientes frescos	162	42%	64%
Personalización del producto	137	36%	100%
TOTAL	383	100%	

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Figura 13 Pregunta 9



Nota: Resultados obtenidos de la encuesta aplicada. Elaboración propia del autor

Análisis e Interpretación

Los resultados reflejan que el principal factor que motivaría a los consumidores a comprar un brazo gitano es la calidad y los ingredientes frescos, con 42% lo que indica que en su mayoría las personas priorizan un producto artesanal, bien elaborado y con buena textura y sabor, seguido de un 36% lo que indica que la personalización del producto también es importante. Por otra parte, un 13% considera el servicio a domicilio como motivación de compra, y finalmente, un 9% menciona los descuentos o promociones, demostrando que, aunque estos factores son útiles, no son determinantes en la decisión de compra.

c. Análisis de la demanda

i. Característica de la demanda

Según el autor Torres (2025) menciona que, “es un proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo, en donde se utilizan técnicas de análisis y generar resultados esperados”. En base a la pregunta 6: ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un brazo gitano artesanal de 1 libra y aproximadamente 25 cm?, por lo cual, se demuestra lo siguiente de acuerdo a la demanda:

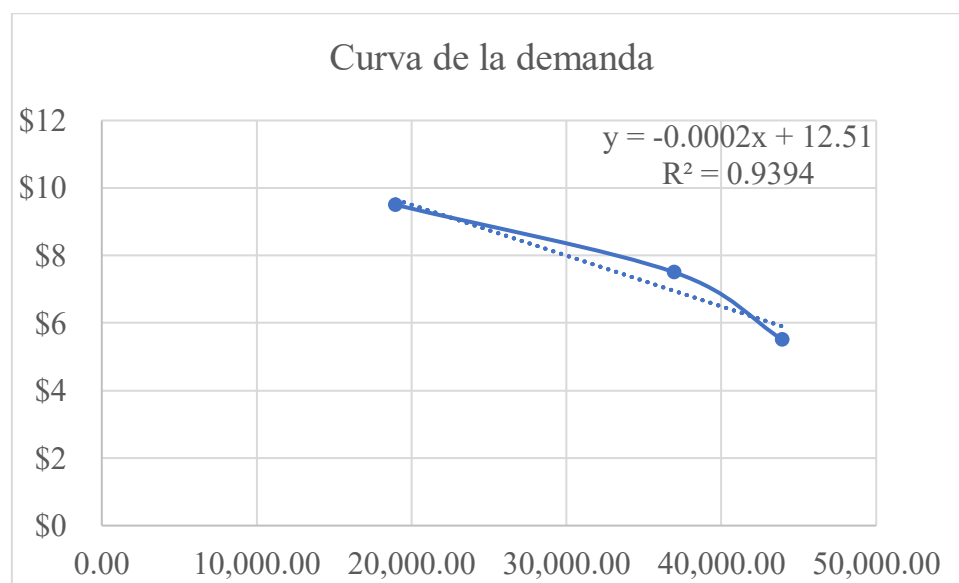
Tabla 11 Intervalos y porcentaje de la encuesta a la población

Precios	Intervalo de precios	Porcentajes %	Población	Ponderación/Población
\$5 a \$6	\$5,50	44%	99.937	43.972,28
\$7 a \$8	\$7,50	37%	99.937	36.976,69
\$9 a \$10	\$9,50	19%	99.937	18.988,03
Total		100%	99.937	99.937

Nota: Elaboración propia del autor

Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda, se consideran los resultados de la pregunta 6, la cual permite realizar la siguiente proyección:

Figura 14 Curva de la demanda

Nota: Elaboración propia del autor

La proyección para la demanda de precios para los productos que ofrece “Encanto Enrollado” en el mercado de repostería muestran una evaluación significativa con un valor de R^2 de, 0,9394. Lo cual indica una relación fuerte con el precio y la cantidad demandada, lo cual respalda la posibilidad de competir contra los demás productos sustitutos en el mercado. Sin embargo, para tomar decisiones estratégicas más precisas, es crucial comprender a detalle cuanta demanda podrían tener los productos, además de evaluar la participación en el mercado, a continuación, se detallará:

➤ *Desplazar formula*

$$\begin{array}{rclcl}
 & & Y & = & -0,0002 & X \\
 -12,51 & + & Y & = & -0,0002 & X \\
 \\
 \frac{-12,51}{-0,0002} & + & Y & & & X
 \end{array}$$

➤ *Cantidad demandada de un precio*

$$\begin{array}{rclcl}
 -12,51 & + & 8,50 & = & X \\
 & -0,0002 & & & \\
 \\
 & -4,010 & = & X \\
 & -0,0002 & & & \\
 \\
 20.050 & \times & 40\% & = & 8.020
 \end{array}$$

➤ *Crecimiento en ventas en un 4%***Tabla 12** *Proyección de ventas en cantidad del producto*

PROYECCIÓN DE VENTAS EN CANTIDAD DEL PRODUCTO				
1	2	3	4	5
8.020	8.340,80	8.674,43	9.021,41	9,382,27

Nota: Elaboración propia del autor

Para el análisis de la demanda obtenida, da como resultado para el emprendimiento “Encanto Enrollado” una participación de 40% en el mercado, lo cual indica que para el primer año tendrá ventas de 8.020 aproximadamente.

d. Análisis de la oferta**i. Caracterización de la oferta actual****Capacidad instalada y aplicada**

El emprendimiento “Encanto Enrollado” operará de martes a sábado en un horario comprendido entre las 9:00 a.m hasta las 17:00 p.m, cumpliendo con una jornada laboral de 8 horas efectivas, considerando una hora destinada al almuerzo. Este esquema laboral representa aproximadamente 22 horas operativos al mes, permitiendo mantener una producción constante, oportuna y ajustada a las necesidades del mercado local.

Oferta directa

De acuerdo con el análisis de competidores realizado, se identificaron 3 emprendimientos claves en el mercado de la ciudad de Montecristi, los mismos que

ofrecen productos de repostería y pastelería, pero no se especializan en la elaboración brazos gitanos como lo propone “Encanto Enrollado”. Estos negocios representan unas referencias importantes para evaluar las dinámicas del sector y las oportunidades de diferenciación, debido a que permite identificar las limitaciones variedad, especialización y personalización que actualmente existe en el mercado local.

Tabla 13 *Análisis de la competencia*

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Emprendimientos competidores	Posicionamiento (Alto, medio y bajo)	¿Por qué razón la eligen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio se vende?
Brazolovers	Alto	Especializado en brazo gitano con más de 40 sabores	Local físico y online	Alrededor de \$20
California pastelería	Medio	Marca tradicional en panadería y repostería	Local físico y plataformas de delivery	Se estiman entre \$11 a \$15
Aliss Café	Medio/bajo	Cafetería y pastelería con enfoque en postres variados	Local físico	Precios entre \$12 a \$18

Nota: Principales competidores. Elaboración propia del autor

Oferta indirecta

Además, de los competidores directos, en el cantón Montecristi existe una oferta indirecta conformada por negocios que comercializan productos sustitutos o complementarios a los brazos gitanos, tales como tortas, galletas, cupcakes, dulces tradicionales, entre otros. Aunque estos establecimientos no elaboran brazos gitanos, si influyen en las preferencias del consumidor al ofrecer alternativas dentro del mismo segmento de repostería y consumo artesanal. Esta oferta indirecta es relevante, debido a que, compite por la atención y el presupuesto del cliente, especialmente en fechas especiales o momentos de compra impulsiva. No obstante, su falta de especialización representa una oportunidad para que, “Encanto Enrollado” se diferencie y se posicione como la opción líder en productos exclusivamente dedicados en brazos gitanos artesanales en Montecristi.

e. Oportunidad de emprender

El análisis del mercado en el cantón Montecristi evidencia una oportunidad significativa para la creación del emprendimiento “Encanto Enrollado”, debido a la

presencia de una demanda insatisfecha dentro del sector de repostería artesanal. Actualmente, la oferta de brazos gitanos en la localidad es limitada y poco especializada, lo que deja un vacío claro en el mercado que puede ser aprovechado estratégicamente por un negocio exclusivamente enfocado en brazos gitanos. La falta de competidores directos especializados permite que la propuesta adquiera un carácter diferenciador, capaz de captar la atención del público y posicionarse como la mejor opción dentro del cantón.

Asimismo, las tendencias actuales evidencian que los consumidores valoran cada vez más los productos artesanales, frescos y elaborados con ingredientes de calidad, además, de sabores distintivos y presentaciones atractivas. En términos económicos el proyecto presenta una oportunidad viable, debido a que requiere una inversión inicial moderada y manejable, lo cual reduce riesgos y facilita su puesta en marcha.

4. ESTUDIO TÉCNICO

a. Tamaño del proyecto

Para efectos, de lo que respecta al tamaño del proyecto, se analizará con la capacidad mensual con la que contará el emprendimiento, de manera que se ha determinado un plan de producción y proyección para las respectivas ventas.

Capacidad del emprendimiento

Se calculará la capacidad del emprendimiento a través del tiempo de trabajo en producción, es decir, que tiempo toma al elaborar cada brazo gitano como producto final. Aunque el negocio ofrecerá 3 sabores definidos, los diseños son personalizados de acuerdo con las preferencias del cliente, por lo que, el tiempo de producción puede variar ligeramente sobre cada pedido. En aquello se tomará en cuenta el personal correspondiente y la capacidad máxima de producción diaria. A continuación, se detalla la siguiente tabla:

Tabla 14 *Proyección mensual*

PRODUCCIÓN MENSUAL				
Producto	Tiempo/ Horas de producción	Cantidad diaria	Cantidad mensual	
Brazo gitano de vainilla	20 min	20	440	
Brazo gitano de chocolate	20 min	12	264	

Brazo gitano marmoleado	20 min	8	176
TOTAL		40	880

Nota: Elaboración propia del autor

Con base en la capacidad operativa del emprendimiento, se establece una producción diaria de 40 unidades de Brazo Gitano, lo que permite alcanzar una producción mensual de 880 unidades. La distribución de estas 40 unidades se realizó considerando la rotación y la demanda de cada segmento identificado: Pastelería Dayana, Panadería y Pastelería Barcelona, Supermercado Yariz Zambrano y el público consumidor final. La Pastelería Dayana recibe el 40% de la producción (16 unidades) debido a su mayor afluencia de clientes, mientras que la Panadería y Pastelería Barcelona y el Supermercado Yariz Zambrano reciben cada uno el 20% (8 unidades), ya que presentan una demanda estable y constante. El 20% restante (8 unidades) se destina a ventas directas al consumidor final, lo cual se sustenta en los resultados de la encuesta, donde se evidenció un nivel significativo de intención de compra para consumo personal. Esta distribución permite abastecer de manera equilibrada a cada segmento, evita la sobreproducción y garantiza una comercialización eficiente del mono-producto, tomando como referencia las preferencias, necesidades y gustos identificados previamente en la encuesta.

Proyección de ventas

Tabla 15 *Proyección de ventas en cantidad*

PROYECCIÓN DE VENTAS EN CANTIDAD						
INCREMENTO DE VOLUMEN ANUAL		4%	4%	4%	4%	
Producto	Cantidad mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Brazo gitano de vainilla	440	5280	5491	5711	5939	6177
Brazo gitano de chocolate	264	3168	3295	3427	3564	3707
Brazo gitano marmoleado	176	2112	2196	2284	2375	2470
TOTALES	8800	10560	10820	11422	11878	12354

Nota: Elaboración propia del autor

Tabla 16 *Proyección anual*

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
10560	10820	11422	11878	12354

Nota: Elaboración propia del autor

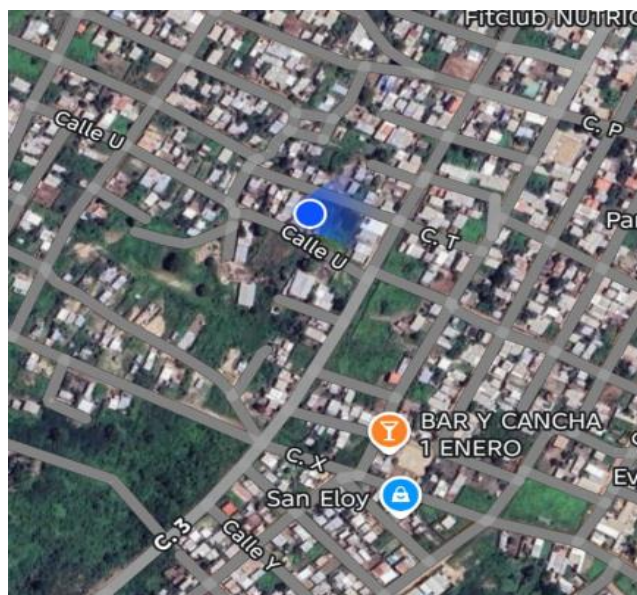
La tabla 16 muestra como la proyección de ventas del emprendimiento “Encanto Enrollado”, en términos de cantidad para cada tipo de producto ofrecido, donde la proyección considera valores tanto mensuales como anuales y estima un aumento del 4% en las ventas. Refleja que el crecimiento se sustenta en la implementación de estrategias adecuadas y en una mayor difusión de la propuesta de valor de la empresa dedicada a la elaboración de brazos gitanos artesanales.

b. Localización del proyecto

Para la micro localización, el emprendimiento “Encanto Enrollado” operará principalmente bajo una modalidad online y no contará con un lugar físico público, sin embargo, es necesario establecer un punto para las actividades internas del negocio. En este sentido, las labores de producción, almacenamiento temporal y gestión administrativas, se desarrollarán en el barrio Tierra Santa, ubicado en la Av. 10 de agosto y calle Olmedo en el cantón Montecristi.

La ubicación fue seleccionada por su entorno residencial seguro y su cercanía a las principales vías de conexión, lo que facilita la distribución de pedidos y la recepción de materias primas.

Ilustración 15 Micro localización



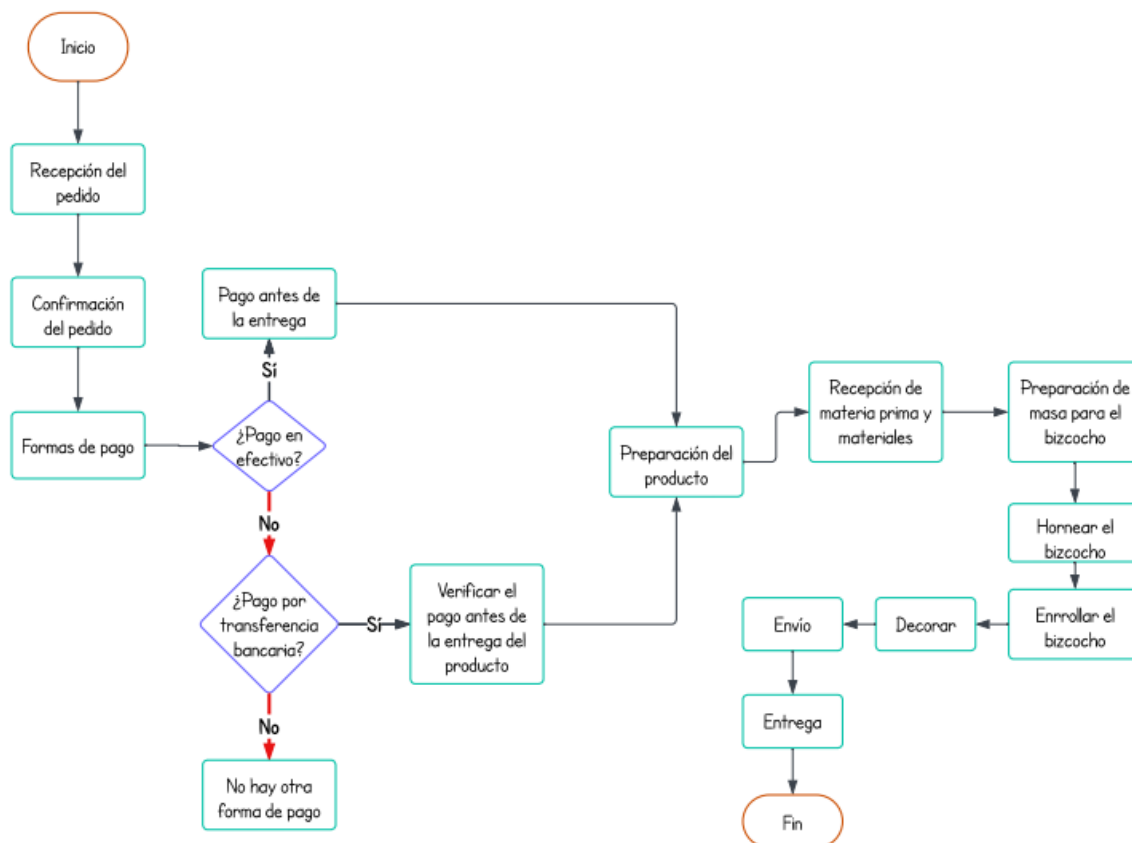
Nota: Obtenido de Google Maps

c. Ingeniería del proyecto

i. Proceso de producción y/o generación del servicio

Este proceso aborda todas las fases necesarias para transformar los materiales en producto final, iniciando con la producción del bizcocho y finalizando con el producto ya culminado listo para entregar.

Ilustración 16 Diagrama de proceso del producto



Nota: Elaboración propia del autor

ii. Balance de mano de obra y materiales

Tabla 17 Balance de mano de obra

Elemento	Cantidad	Costo unitario (USD)	Costo total (USD)
Representante legal	1	\$470,00	\$470,00
Producción	1	\$235,00	\$235,00
TOTAL			\$705,00

Nota: Elaboración propia del autor

De acuerdo con la tabla balance de mano de obra, el emprendimiento en sus etapas iniciales, ha decidido mantener los salarios accesibles para el personal hasta que se logre consolidar el emprendimiento y ganar una mayor participación en el mercado de la ciudad.

Tabla 18 Nómina de capital humano

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO	DÉCIMO	DÉCIMO	FONDOS	IESS	VACACIONES	AÑO 1
ADMINISTRATIVO		MENSUAL	MESUAL DE EMPLEADOS	3RO	4TO	DE RESERVA	PATRONAL		
Representante legal	1	\$470,00	\$470,00	\$39,17	\$37,50	\$39,15	\$52,41	\$19,58	\$7.423,86
TOTAL									\$7.423,86

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO	DÉCIMO	DÉCIMO	FONDOS	IESS	VACACIONES	AÑO 1
PRODUCTIVO		MENSUAL	MENSUAL DE EMPLEADOS	3RO	4TO	DE RESERVA	PATRONAL		
Producción	1	\$235,00	\$235,00	\$19,58	\$37,50	\$19,58	\$26,20	\$9,79	\$3.857,41
TOTAL									\$3.857,41

Nota: Elaboración propia del autor

Para la tabla de sueldos y salarios se obtuvo un valor anual de \$11.281,27, correspondiente al personal administrativo y productivo. En el caso del área de producción, se ha considerado un colaborador a medio tiempo con una jornada de 4 horas diarias; esto permite ajustar los costos en la etapa inicial del emprendimiento. El tiempo restante requerido para completar la producción diaria será cubierto por el representante legal, como suele ocurrir en los emprendimientos en fase inicial.

Materia prima

En la siguiente tabla se detalla la cantidad y valor de materia prima necesaria mensualmente para la producción del emprendimiento “Encanto Enrollado”

Tabla 19 *Materia prima*

COSTO DE MATERIA PRIMA MENSUAL				
Nombre	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Precio total
Harina	55	Kg	\$0,60	\$33
Leche	15	Litros	\$0,75	\$11,25
Huevos	8	Cubetas	\$2,50	\$20
Cacao	5	Kg	\$3,75	\$18,75
Azúcar	30,5	Kg	\$0,80	\$24,40
Vainilla	1	Litro	\$5,00	\$5,00
Polvo para hornear	2,2	Kg	\$2,50	\$5,50
Frutas	10	Libras	\$2,00	\$20
Dulce de leche	10	Kg	\$3,50	\$35
TOTAL				\$172,90

Nota: Elaboración propia del autor

En la tabla 19, se observa que para producir todo lo esperado en el emprendimiento “Encanto Enrollado”, dentro de su producción mensual tiene un valor de \$172,90.

Costo unitario del brazo gitano artesanal

Nombre	Cantidad utilizada	Costo por uso
Huevo	4 unidades	\$0.60
Azúcar	80 g	\$0.30
Harina	60 g	\$0.25
Esencia de vainilla	5 ml	\$0.10
Polvo de hornear	5 g	\$0.10
Relleno (manjar/crema)	150 g	\$1,00
TOTAL		\$2,35

Nota: Elaboración propia del autor

iii. Maquinaria y equipo

Tabla 20 Maquinaria de producción

MAQUINARIA DE PRODUCCIÓN			
Detalle	Cantidad	Precio	Total
Horno semiindustrial	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Cocina de 4 hornillas	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Batidora semiindustrial	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Batidora de mano	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Refrigerador	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Mesa de acero inoxidable	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Balanza digital	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Licuada	1	\$ 20,00	\$ 20,00
TOTAL			\$ 560,00

Nota: Elaboración propia del autor

En la tabla de maquinaria de producción se detalla la inversión total correspondiente a los equipos necesarios para elaborar el producto, en cual tiene un valor de \$560 dólares.

Tabla 21 Herramientas

HERRAMIENTAS			
Detalle	Cantidad	Precio	Total
Espátulas de silicón	3	\$1,50	\$4,400
Bolws de acero inoxidable	2	\$2,00	\$4,00
Bandejas para hornear	4	\$4,00	\$16,00
Tamiz o colador	2	\$0,75	\$1,50
Manga pastelera	3	\$1,50	\$4,50
Boquillas para decoración	2 set x5	\$5,00	\$10,00
Cuchillo de sierra pastelero	2	\$2,25	\$4,50
Juego de tasas medidoras	1 set	\$8,00	\$8,00
Cilindro de gas	1	\$40,00	\$40,00
Papel encerado	1 rollo	\$3,00	\$3,00
TOTAL			\$96,00

Nota: Elaboración propia del autor

Tabla 22 *Equipo de computación*

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Activo	Cantidad	Precio	Total
Impresora	1	\$180,00	\$180,00
Computadora Lenovo	1	\$500,00	\$500,00
TOTAL			\$680,00

Nota: Elaboración propia del autor

Para la tabla 23, correspondiente a equipos de computación, se establece una inversión de \$680,00 destinada a gestionar y diseñar los elementos necesarios para la elaboración y presentación de los brazos gitanos.

Tabla 23 *Equipo de oficina*

EQUIPO DE OFICINA			
Activo	Cantidad	Precio	Total
Celular Android	1	\$170,00	\$170,00
Aire acondicionado	1	\$250,00	\$250,00
TOTAL			\$420,00

Nota: Elaboración propia del autor

Para la tabla 24, para el equipo de oficina se es indispensable un valor de \$420,00 dólares.

Tabla 24 *Muebles y Enseres*

MUEBLES Y ENSERES			
Activo	Cantidad	Precio	Total
Escritorio	1	\$150,00	\$150,00
Silla de escritorio	1	\$50,00	\$50,00
Mesa	1	\$15,00	\$100,00
Repisa	1	\$40,00	\$75,00
Sillas	4	\$5,00	\$20,00
Bote de basura	1	\$6,00	\$6,00
Estantería para almacenamiento	1	\$30,00	\$30,00
TOTAL			\$311,00

Nota: Elaboración propia del autor

Para la tabla de muebles y enseres, están valorados en una cantidad de \$311,00.

Tabla 25 *Activos intangibles*

ACTIVOS INTANGIBLES			
Activo	Cantidad	Precio	Total
Registro de la marca		\$224,00	\$224,00
Permiso del cuerpo de bomberos		\$25,00	\$25,00
Patente municipal		\$100,00	\$100,00
Adecuaciones		\$300,00	\$300,00
TOTAL			\$649,00

Nota: Elaboración propia del autor

Para la respectiva tabla de activos intangibles se valora en \$649,00, y de este modo, brindar una buena iniciativa al emprendimiento, contando con todo documentado y los permisos listos.

iv. Distribución de planta de producción y/o establecimiento de generación de servicio

El emprendimiento operar inicialmente desde un espacio acondicionado en el hogar, donde la distribución estará estructurada de la siguiente manera:

Ilustración 17 Bosquejo del área de trabajo



Nota: Elaboración propia del autor

5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

a. Visión

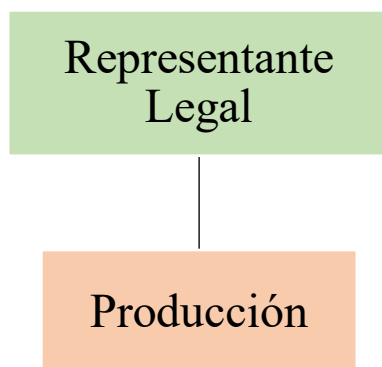
Convertirnos en el referente nacional de brazos gitanos y repostería creativa, combinando tradición y modernidad para ofrecer experiencias culinarias excepcionales que deleiten el paladar de personas de todas las edades.

b. Misión

Transformar la repostería tradicional en una experiencia única y personalizada, utilizando ingredientes frescos y sostenibles, innovando constantemente y proporcionando un servicio al cliente excepcional que genere recuerdos inolvidables.

c. Estructura organizacional

Ilustración 18 Estructura organizacional del emprendimiento



Nota: Elaboración propia del autor

d. Mapa de procesos

Ilustración 19 Mapa de procesos



Nota: Elaboración propia del autor

e. Funciones y productos esperados

Funciones

De acuerdo con la estructura organizacional las funciones esperadas serían las siguientes:

Representante legal

- Representa legalmente a la empresa ante instituciones públicas y privadas
- Toma decisiones estratégicas para el funcionamiento operativo y comercial
- Administra las redes sociales, publicidad y promoción
- Gestiona ventas y atención al cliente
- Diseña y dirige las estrategias de marketing y posicionamiento de la empresa
- Supervisa que la producción se ajuste a los estándares de calidad y demanda del mercado

Producción

- Supervisa y organiza, la elaboración del producto
- Gestiona los insumos y garantiza el cumplimiento de las normas de higiene
- Controla el uso adecuado de materia prima, sin desperdicios
- Registra la cantidad producida diariamente según la demanda proyectada
- Controla inventarios de ingredientes, materiales y productos terminados
- Verifica que cada producto salga con la presentación y frescura adecuada

Productos esperados

Los productos esperados para la venta al público por el emprendimiento “Encanto Enrollado”, serían los siguientes:

Tabla 26 Productos esperados

PRODUCTOS ESPERADOS PRODUCTOS	IMAGEN DE REFERENCIA
Brazo gitano tradicional (vainilla): El brazo gitano tradicional o vainilla, se elabora con un bizcocho suave y sabor a vainilla. Su relleno de crema pastelera o láctea y es decorado con azúcar glas para una presentación clásica.	
Brazo gitano de chocolate: Este brazo gitano se prepara con un bizcochuelo enriquecido en cacao puro, que le otorga un color oscuro característico y un sabor más intenso. Su relleno consiste de chocolate o ganache suave, su decoración puede incluir azúcar glas o líneas de chocolate, entre otros.	
Brazo gitano marmoleado: El brazo gitano marmoleado combina masas de vainilla y chocolate, creando un efecto tipo mármol, lo que lo vuelve diferente y atractivo, su lleno puede ser de vainilla, chocolate o ambos.	

Nota: Elaboración propia del autor

f. Constitución jurídica

La empresa se constituirá bajo la figura de persona natural con negocio, dado su carácter inicial como microemprendimiento. Esta forma jurídica permite una gestión simplificada, menor carga administrativa y una adecuada formalización en la etapa inicial del negocio.

- ✓ Representante legal: Aura Liceth Cedeño Cedeño
- ✓ Nombre del negocio: Encanto Enrollado
- ✓ Razón social: Rimpe Negocio Emprendedor
- ✓ Nacionalidad: ecuatoriana
- ✓ Dirección: Barrio Tierra Santa. Calle 10 de agosto y Av. olmedo
- ✓ Teléfono: 0981458747

Para efectos, se detalla la contribución económica realizada por los socios que componen la empresa, quedando bajo responsabilidad del representante la adquisición de cualquier obligación o deuda que surja. Asimismo, no recibirán necesariamente los mismos beneficios financieros, debido, a que estos podrán variar según su participación y acuerdo establecidos.

Tabla 27 *Socios accionistas*

ACCIONISTAS	NACIONALIDAD	MONTO	%
Liceth Cedeño Cedeño	Ecuatoriana	\$3.000,00	50%
Elizabeth Cedeño Pico	Ecuatoriana	\$2.00,00	25%
Pedro Ponce Vélez	Ecuatoriano	\$2.000,00	25%
TOTAL		\$7.000,00	100%

Nota: Elaboración propia del autor

Requisitos específicos para emprendimientos

- ✓ Cumplir con la Ley Orgánica de protección de datos personales
- ✓ Publicar reglas claras para los usuarios
- ✓ Asegurarse que el sistema de facturación este autorizado por el (SRI)

g. Obligaciones tributarias

Para garantizar un funcionamiento formal y adecuado del negocio, es indispensable cumplir con los siguientes requisitos tributarios, especialmente considerando que el producto se elabora de manera artesanal.

- 1) Obtener el calificador artesanal, el cual certifica que los productos son elaborados a mano. Este proceso se basa en registrarse como artesano en el MIPRO en línea o en las oficinas pertinentes.

Documentos requeridos:

- ✓ Cedula de identidad
- ✓ Certificado de votación actualizado
- ✓ Pruebas de que elaboran productos artesanales (fotos, muestras, etc.)

- ✓ Obtener Canet de artesano calificado
- 2) Inscribirse en el Registro Único de Contribuyente (RUC) del Servicio de Rentas Internas como Artesano Calificado, lo cual permitirá que los productos queden exentos del IVA.

Documentos requeridos:

- ✓ Carnet de artesano emitido por el MIPRO
- ✓ Cédula y certificado de votación actualizado
- ✓ Documento de constitución o actividad económica
- 3) Al estar registrado como artesano calificado, en las facturas y comprobantes no se incluirá el IVA.
- 4) Cumplir con las obligaciones tributarias habituales, de manera mensual o anual.

h. Patentes y licencias necesarias para el emprendimiento

Para operar legalmente la empresa deberá obtener:

Patente municipal

Es necesaria renovarse de manera anual, además el valor puede variar de acuerdo a los activos emitidos cada año.

Pasos:

- ✓ Dirigirse al departamento de rentas del municipio
- ✓ Entregar los requisitos necesarios
- ✓ Calculo del valor de la patente en base a los activos registrados y naturaleza de la actividad económica
- ✓ Realizar el pago de la patente por medio de internet o ventanilla
- ✓ Una vez aprobado y el pago realizado, se recibe el certificado que habilita legalmente para operar.

Requisitos:

- ✓ Contar con el RUC
- ✓ Copia de cedula y certificado de votación
- ✓ Certificado de uso de suelo
- ✓ Permiso de funcionamiento
- ✓ Declaración de activos
- ✓ Planilla de servicios básicos

Permiso en el cuerpo de bomberos

Necesario para garantizar que el lugar cumple con las normativas contra incendios y otros riesgos similares, siendo un permiso obligatorio en los negocios

Requisitos:

- ✓ Solicitud de inspección
- ✓ Formulario
- ✓ Cedula del representante legal
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia de la calificación artesanal

Permiso de ARCSA

- ✓ RUC o RIMPE
- ✓ Presentar categorización otorgada por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Registro de la marca

Permite proteger el nombre, logotipo o slogan del emprendimiento. Para las respectivas patentes es indispensable realizar los siguientes tramites:

- ✓ Acudir a las oficinas del Registro Mercantil de la ciudad
- ✓ Un documento de la sociedad, remitido por un notario en el cual consten las firmas de los socios
- ✓ Presentar la Reserva de denominación emitida por la Superintendencia de Compañías
- ✓ El pago respectivo del registro Mercantil según el valor o cantidad, en la ventanilla

Requisitos:

- ✓ Nombre y diseño de la marca
- ✓ Descripción de los productos o servicios que ofrece
- ✓ Pago de la tasa de registro

De acuerdo al Servicio Nacional de Derechos Intelectuales hace mención que la tramitación, registro de la marca tiene un valor de \$208, en donde el plazo de protección de la marca es de diez años y puede prorrogarse indefinidamente. Del mismo modo, también se registra la búsqueda de la fonética, con el principal propósito de que no se repita el nombre del emprendimiento. Además, las renovaciones del slogan se podrán realizar seis meses antes de la fecha de vencimiento y seis meses después de la fecha de vencimiento.

Tabla 28 Registro de la marca

DETALLE	COSTO
Derecho de la marca	\$ 208,00
Búsqueda de fonética	\$ 16,00
TOTAL	\$ 224,00

Nota: Elaboración propia del autor

6. MARKETING ESTRATÉGICO

Para “Encanto enrollado”, se busca lograr una mayor presencia y reconocimiento en la ciudad de Montecristi mediante la oferta de productos frescos, creativos y de calidad. El propósito es demostrar que, a través de un postre elaborado con dedicación, es posible transmitir cariño y generar momentos espaciales al recibirlo. Para ello, se han definido las siguientes estrategias:

a. Estrategia de producto y diseño

En “Encanto Enrollado” la propuesta para la elaboración de brazos gitanos artesanales, las estrategias se orientan en ofrecer al público una variedad de presentaciones que respondan a sus gustos, necesidades y expectativas basadas en el estudio de mercado. Además, la propuesta busca brindar una experiencia diferenciadora, combinando sabor, estética y calidad en cada preparación. Entre los principales productos se incluirán:

- Brazos gitanos artesanales elaborados en diferentes sabores
- Presentaciones personalizadas, donde el cliente puede elegir relleno, sabor, decoración, entre otros.
- Diseños estéticos y versátiles, adaptados tanto como celebraciones, regalos o eventos.

Entre las características diferenciadoras del producto se destacan elementos innovadores que permiten posicionarlo como una opción atractiva en el mercado local:

- Preparación artesanal, que garantiza frescura, sabor casero, y una textura propia de la repostería tradicional.
- Alta calidad en los ingredientes, seleccionados cuidadosamente para asegurar un producto final superior.
- Posibilidad de personalización, lo que permite que cada brazo gitano sea único y adaptado al cliente.

En cuanto a los beneficios para los consumidores se centran en ofrecer una experiencia de compra satisfactoria, emocional y cercana:

- Acceso a productos artesanales frescos
- Variedad de sabores y decoraciones
- Soluciones prácticas para celebraciones
- Conexión con tradiciones locales

Logotipo

El logotipo de “Encanto Enrollado” se caracteriza por un diseño armonioso y delicado que refleja la esencia del emprendimiento. Está compuesto por un círculo floral con tonos lilas y violetas, que simboliza suavidad, creatividad y un estilo artesanal. En el centro del logotipo se encuentra una ilustración de un brazo gitano artesanal, esta imagen refuerza la identidad del emprendimiento y permite una rápida asociación con el producto ofrecido.

El nombre comercial “Encanto Enrollado” fue elegido porque el producto, al formarse capa por capa simboliza el abrazo, la unión y los pequeños detalles que hacen especial cada momento. Debajo, el slogan “Tu dulce momento perfectamente enrollado” que resume la promesa del emprendimiento: convertir cada compra en un instante especial, delicioso y memorable.

Figura 20 Logotipo del emprendimiento



Slogan: “Tu dulce momento, perfectamente enrollado”

Nota: Elaboración propia del autor

b. Estrategias de precio

Las estrategias de precio del emprendimiento “Encanto Enrollado” se basan en los costos directos asociados a la producción artesanal. Entre estos costos se consideran la mano de obra, los insumos necesarios para la elaboración de los brazos gitanos y los materiales para su presentación final. La materia prima será adquirida en puntos comerciales accesibles y estratégicos, como Todo Criollo, proveedor de materia prima y Plasti López proveedor de insumos y materiales.

Asimismo, las estrategias de precios podrían variar en función de:

- Las demandas y tendencias del mercado, permitiendo ajustar los precios para mantener la competitividad y responder a las preferencias del consumidor.
- Una política de precios transparentes, donde el cliente comprenda el valor del producto, fortaleciendo la confianza y la percepción positiva de la marca.
- Precios diferenciados según personalización, considerando factores, como decoraciones especiales, rellenos o presentaciones para eventos que permite ofrecer alternativas ajustadas a distintos presupuestos.

c. Estrategia de plaza y canales de distribución. (Alianzas estratégicas)

El emprendimiento contará con un espacio destinado exclusivamente a la elaboración artesanal de los brazos gitanos, donde se realizará todo el proceso de preparación, horneado, relleno y decoración. Además, se dispondrá de un área específica para el almacenamiento de empaque y materiales necesarios para la preparación final del producto. Sin embargo, la principal modalidad del negocio será la venta y distribución a través de canales digitales, permitiendo que los clientes adquieran sus productos de una manera rápida, cómoda y personalizada.

Para facilitar el proceso de compra, los pedidos se gestionarán, principalmente mediante redes sociales, como Instagram, Tik Tok y WhatsApp, plataformas que permiten mantener una comunicación directa con los clientes, mostrar el catálogo disponible y coordinar tanto el pago como la entrega del producto. Los pagos se recibirán principalmente por transferencia bancaria, garantizando un proceso seguro y accesible.

Asimismo, “Encanto Enrollado” tiene previsto establecer alianzas estratégicas con organizadores de eventos, negocios locales y otros negocios complementarios, con el fin de ampliar el alcance del producto. Esta colaboración permitirá llegar a un mayor

número de clientes, incrementar las ventas y generar beneficios mutuos al combinar esfuerzos y visibilidad entre distintos emprendimientos.

Figura 21 Canal de distribución



Nota: Elaboración propia del autor

Estrategias de fidelización

Para fortalecer la fidelización y mantener los clientes activos, se pondrán en prácticas varias estrategias enfocadas en recompensar su confianza y promover nuevas compras:

Beneficio por frecuencia de compra: implementar un sistema donde los clientes obtengan descuentos u obsequios después de realizar un número determinado de compras (5 productos), incentivando su regreso continuo.

Encuesta de satisfacción y retroalimentación: aplicar encuestas cortas para conocer opiniones, preferencias y sugerencias, con el fin de mejorar constantemente el producto y la atención, para de esta manera fortalecer la relación con el cliente.

d. Estrategias de promoción

La estrategia principal de promoción que utilizará el emprendimiento “Encanto Enrollado”, será a través de diversas plataformas digitales, aprovechando el alcance y la interacción que estas permiten. El objetivo es llegar de manera directa al mercado, mediante contenido atractivo, dinámico y alineado al valor artesanal del producto. A continuación, se detallan las estrategias propuestas:

Promoción en redes sociales

Instagram y Tik Tok: estas plataformas serán fundamentales para dar a conocer el producto, donde se compartirán:

- Galerías de brazos gitanos personalizados: fotografías y videos mostrando diferentes presentaciones, rellenos y decoraciones disponibles.
- Proceso de elaboración: videos cortos que muestren la preparación del producto, con el fin de resaltar la calidad de los ingredientes, la higiene y el toque artesanal.
- Testimonio de clientes satisfecho: opiniones reales de quienes ya han probado el producto, generando confianza y mayor credibilidad ante nuevos clientes.

WhatsApp: será utilizado como un canal directo y personalizado de atención al cliente para:

- Recepción de pedidos personalizados: facilitar el proceso de compra permitiendo que el cliente solicite sabor, relleno y decoraciones específicas.
- Comunicación rápida y efectiva: responder inquietudes, enviar fotos del catálogo y confirmar pedidos mejorando la experiencia del cliente.
- Contenido interactivo: realizar concursos, sorteos y promociones exclusivas para los contactos, incentivando la participación y fidelización.

7. ANÁLISIS FINANCIERO

a. Presupuesto de inversión

Tabla 29 Presupuesto de inversión

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN						
INVERSIÓN ADMINISTRATIVA	2024	2025	2026	2027	2028	2029
ACTIVOS	0	1	2	3	4	5
Equipo de computación	\$ 680,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 680,00
Equipos de oficina	\$ 420,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y enseres	\$ 200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos intangibles	\$ 349,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de trabajo	\$ 7.754,01	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 9.403,01	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 680,00
INVERSIÓN DE PRODUCCIÓN	2024	2025	2026	2027	2028	2029
ACTIVOS	0	1	2	3	4	5
Equipo de producción	\$ 560,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y enseres	\$ 111,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos intangibles	\$ 300,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 971,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSIÓN TOTAL	\$ 10.374,01					\$ 680,00

Nota: Elaboración propia del autor

De acuerdo con del presupuesto de inversión para el emprendimiento “Encanto Enrollado”, se han considerado los activos administrativos y de producción, el cual refleja una proyección de \$10.374,01 dólares para iniciar sus actividades.

b. Presupuesto de ingresos

Tabla 30 Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS									
TASA DE CRECIMIENTO VENTAS					4%	4%	4%	4%	
INGRESO POR VENTAS	CATIDAD	PVP	DIARIO	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Brazo de vainilla 1lb	20	\$5,50	\$110,00	\$2.420	\$29.040	\$30.202	\$31.410	\$32.666	\$33.973
Brazo de chocolate 1lb	12	\$7,50	\$90,00	\$1.980	\$23.760	\$24.710	\$25.699	\$26.727	\$27.796
Brazo marmoleado 1lb	8	\$9,50	\$76,00	\$1.672	\$20.064	\$20.867	\$21.701	\$22.569	\$23.472
TOTAL	40			\$6.072	\$72.864	\$75.779	\$78.810	\$81.962	\$85.241

Nota: Elaboración propia del autor

Se estima que para el quinto año de funcionamiento se obtengan ingresos de \$85.241 dólares, en el cual desde el año 1 se proyecta un crecimiento de ventas de un 4%.

c. Presupuesto de egresos

Tabla 31 Presupuesto de egresos

PRESUPUESTO DE EGRESO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Administrativos	\$ 8.506,33	\$ 8.631,80	\$ 8.635,49	\$ 8.888,58	\$ 9.019,95
Gastos de Producción	\$ 38.017,71	\$ 39.924,97	\$ 41.590,15	\$ 43.322,23	\$ 45.135,02
TOTAL	\$ 46.524,03	\$ 48.556,77	\$ 50.225,64	\$ 52.210,81	\$ 54.154,96

Nota: Elaboración propia del autor

De acuerdo a los años el presupuesto de egreso varía, de manera que sube de acuerdo a la tasa de inflación, por el cual en el primer año tanto los gastos administrativos como los de producción dan un total de \$46.524,03.

d. Presupuesto de capital de trabajo

Tabla 32 Presupuesto de capital de trabajo

PRESUPUESTO DE CAPITAL	
MESES NECESARIOS DE CAPITAL DE TRABAJO	2
EGRESO MENSUAL	\$ 3.877,00
CAPITAL DE TRABAJO NECESARIO	\$ 7.754,01

Nota: Elaboración propia del autor

Por efectos de la tabla, se analiza que el capital de trabajo de corresponder a un valor de \$7.754,01 dólares, para que el emprendimiento “Encanto Enrollado” pueda mantenerse en el mercado los dos primeros meses.

e. Estructura de la inversión

Tabla 33 *Estructura de la inversión*

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN		
INVERSIÓN INICIAL	APORTE SOCIOS (60%)	FINANCIAMIENTO BANCARIO (40%)
\$10.374,01	\$6.224,41	\$4.149,60

Nota: Elaboración propia del autor

De acuerdo con los datos presentados, el financiamiento del proyecto se distribuirá en un 60% aportado por los socios y un 40% mediante un crédito bancario.

f. Estados financieros

I. Estado de resultado integral

Tabla 34 Estado de resultado integral

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$72.864,00	\$75.778,56	\$78.809,70	\$81.962,09	\$85.240,57
- Costo	\$38.017,71	\$39.924,97	\$41.590,15	\$43.322,23	\$45.135,02
= Utilidad Bruta	\$34.846,29	\$35.853,59	\$37.219,56	\$38.639,86	\$40.105,56
- Gastos Administrativos	\$ 8.506,33	\$ 8.631,80	\$ 8.635,49	\$ 8.888,58	\$ 9.019,95
- Gastos Financieros	\$621,99	\$520,53	\$401,60	\$262,17	\$899,79
= Utilidad Operacional	\$25.717,98	\$26.701,26	\$28.182,47	\$29.489,10	\$30.185,82
- 15% participación a trabajadores	\$ 3.857,70	\$ 4.005,19	\$ 4.227,37	\$ 4.423,37	\$ 4.527,87
= Utilidad antes de Impuesto a la Renta	\$ 1.860,28	\$22.696,07	\$23.955,10	\$25.065,74	\$25.657,94
- 25% Impuesto a la Renta	\$ 5.465,07	\$ 5.674,02	\$ 5.988,78	\$ 6.266,43	\$ 6.414,49
= Utilidad Neta del Ejercicio	\$16.395,21	\$17.022,05	\$17.966,33	\$18.799,30	\$19.243,46
50% Pago Utilidades accionista	\$ 8.197,61	\$ 8.511,03	\$ 8.983,16	\$ 9.399,65	\$ 9.621,73
Utilidad después de repartición	\$ 8.197,61	\$ 8.511,03	\$ 8.983,16	\$ 9.399,65	\$ 9.621,73
Utilidades retenidas	\$ 8.197,61	\$ 8.511,03	\$ 8.983,16	\$ 9.399,65	\$ 9.621,73

Nota: Elaboración propia del autor

II. Estado de situación general

Tabla 35 Estado de situación general

ESTADO DE RESULTADO GENERAL						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
ACTIVOS						
<i>Activos Corrientes</i>						
Caja	\$7.754,01	\$25.171,02	\$33.538,67	\$42.776,77	\$52.235,85	\$60.803,52
<i>Activos Fijos</i>						
Maquinarias	\$560,00	\$504,00	\$448,00	\$392,00	\$336,00	\$280,00
Equipos de computación	\$680,00	\$453,33	\$226,67	\$0,00	-\$226,67	-\$453,33
Equipos de oficina	\$420,00	\$378,00	\$336,00	\$294,00	\$252,00	\$210,00
Muebles y enseres	\$311,00	\$279,90	\$248,80	\$217,70	\$186,60	\$155,50
Activos intangibles	\$649,00	\$519,20	\$389,40	\$259,60	\$129,80	\$0,00
Terreno	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total de activos	\$10.374,01	\$27.305,45	\$35.187,54	\$43.940,07	\$52.913,59	\$60.995,68
PASIVOS						
<i>Pasivos a Corto Plazo</i>						
Préstamo Bancario	\$588,94	\$690,39	\$767,56	\$899,79	\$1.112,19	
Participación trab. Por pagar		\$3.857,70	\$4.005,19	\$4.227,37	\$4.423,37	\$4.527,87
Impuesto a la Renta por Pagar		\$5.465,07	\$5.674,02	\$5.988,78	\$6.266,43	\$6.414,49
<i>Pasivos a Largo Plazo</i>						
Préstamo Bancario	\$3.469,94	\$2.881,01	\$2.190,61	\$1.423,05	\$523,26	\$0,00
Total pasivos	\$4.058,88	\$10.013,16	\$12.637,39	\$12.538,99	\$12.325,25	\$10.942,36
PATRIMONIO						
Capital accionario	\$6.224,41	\$6.224,41	\$6.224,41	\$6.224,41	\$6.224,41	\$6.224,41
Utilidad del ejercicio	\$0,00	\$8.197,61	\$8.511,03	\$8.983,16	\$9.399,65	\$9.621,73
Utilidades retenidas	\$0,00		\$8.197,61	\$16.708,63	\$25.691,80	\$35.091,45
TOTAL PATRIMONIO	\$6.224,41	\$14.422,02	\$22.933,04	\$31.916,21	\$41.315,86	\$50.937,59
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$10.283,29	\$24.435,18	\$35.570,43	\$44.455,20	\$53.641,11	\$61.879,95

Nota: Elaboración propia del autor

III. Estado de flujo de efectivo

Tabla 36 Estado de flujo de efectivo

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA						
Actividades de Operación						
Utilidad Neta		\$16.395,21	\$17.022,05	\$17.966,33	\$18.799,30	\$19.243,46
Depreciación		\$355,77	\$355,77	\$355,77	\$355,77	\$355,77
Amortización		\$129,80	\$129,80	\$129,80	\$129,80	\$129,80
15% Participación de Trabajadores		\$3.857,70	-\$147,49	\$222,18	\$195,99	\$104,51
25% Impuesto a la Renta		\$5.465,07	\$208,95	\$314,76	\$277,66	\$148,05
Total de Actividades de Operación		\$26.203,55	\$17.569,07	\$18.988,83	\$19.758,53	\$19.981,58
Actividades de Inversión						
Compra de activos fijos	-\$2.620,00				\$0,00	-\$680,00
Venta de activos fijos						
Total de Actividades de Inversión	-\$2.620,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	-\$680,00
Actividades de Financiamiento						
Financiamiento externo	\$4.149,60	-\$588,94	-\$690,39	-\$767,56	-\$899,79	-\$1.112,19
Financiamiento accionario	\$6.224,41					
Pago a accionistas		-\$8.197,61	-\$8.511,03	-\$8.983,16	-\$9.399,65	-\$9.621,73
Total de Actividades de Financiamiento	\$10.374,01	-\$8.786,54	-\$9.201,42	-\$9.750,73	-\$10.299,45	\$10.733,92
Flujo Neto	\$7.754,01	\$17.417,01	\$8.367,66	\$9.238,10	\$9.459,08	\$8.567,66
Flujo Neto Acumulado	\$7.754,01	\$25.171,02	\$33.538,67	\$42.776,77	\$52.235,85	\$60.803,52

Nota: Elaboración propia del autor

g. Costo de oportunidad

Tabla 37 Costo de oportunidad

COSTO DE OPORTUNIDAD	
Ke (Rendimiento requerido por los accionistas)	10%
CAA	\$7.640,14
D	\$5.093,42
Kd	16,00%
T	37,30%
WACC (CPP)	10,01%
PRI	1,15

Nota: Elaboración propia del autor

La tabla nos muestra el costo de oportunidad del proyecto en un 10% requerido por lo accionistas, el valor del financiamiento por préstamo bancario para el respectivo cálculo del WACC es del 10,01%.

h. Evaluación financiera

i. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 38 Evaluación financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Efectivo	-\$ 10.374,01	\$ 17.417,10	\$8.367,66	\$ 9.238,10	\$ 9.459,08	\$ 8.567,66
VAN	\$29.565,31					
TIR	62%					
COSTO OPORTUNIDAD	10,01%					

Nota: Elaboración propia del autor

Tabla 39 Período de recuperación de la inversión

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
INVERSIÓN INICIAL		- \$10.374,01
Año	Flujo de caja	Valor presente
0	-\$10.374,01	
1	\$7.344,66	\$7.344,66
2	\$6.738,68	\$14.083,26
3	\$6.738,68	\$20.866,94
4	\$6.002,07	\$26.869,01
5	\$5.442,48	\$32.311,49
PRI		1,45

Nota: Elaboración propia del autor

Por lo analizado, se detalla un período de recuperación de 1 año, 5 meses y 12 días.

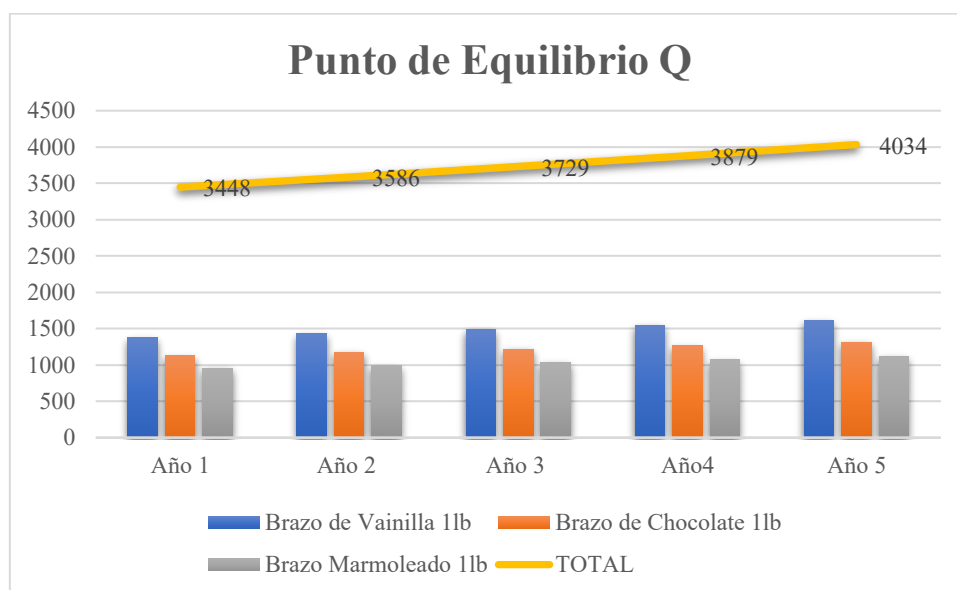
ii. Punto de equilibrio anual

Tabla 40 Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio Q	Año 1	Año 2	Año 3	Año4	Año 5
Brazo de Vainilla 1lb	1374	1429	1486	1546	1607
Brazo de Chocolate 1lb	1124	1169	1216	1264	1315
Brazo Marmoleado 1lb	950	988	1028	1069	1111
TOTAL	3448	3586	3729	3879	4034

Nota: Elaboración propia del autor

Figura 22 Punto de equilibrio Q



Nota: Elaboración propia del autor

Tabla 41 Punto de equilibrio \$

Punto de EQ \$	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Brazo de Vainilla 1lb	\$7.557,00	\$7.859,50	\$8.173,00	\$8.503,00	\$8.838,50
Brazo de Chocolate 1lb	\$8.430,00	\$8.767,50	\$9.766,00	\$9.480,00	\$9.862,50
Brazo Marmoleado 1lb	\$9.025,00	\$9.386,00	\$9.766,00	\$10.155,50	\$10.554,50
TOTAL	\$25.012,00	\$26.013,00	\$27.705,00	\$28.138,50	\$29.255,50

Nota: Elaboración propia del autor

Figura 23 Punto de equilibrio \$



Nota: Elaboración propia del autor

8. CONCLUSIONES

En conclusión, el presente estudio permitió evaluar de forma completa la factibilidad del emprendimiento “Encanto Enrollado”, a través del análisis de mercado, técnico y la parte financiera, donde los resultados muestran que existe una buena aceptación del producto y una demanda favorable en el cantón Montecristi. Indicando las proyecciones financieras que el negocio puede ser sostenible y rentable, por lo que el proyecto es considerado factible y con buenas perspectivas de crecimiento.

El análisis de mercado permitió identificar que existe una demanda creciente por productos artesanal y personalizado en Montecristi. Donde, los consumidores muestran una clara preferencia por productos frescos, con buena presentación y disponibilidad mediante pedidos online, para efectos, el grado de aceptación del brazo gitano es alto, especialmente en sabores tradicionales y en variantes personalizadas, lo que confirma una oportunidad sólida para el emprendimiento.

En el ámbito técnico permitió definir que el emprendimiento requiere una estructura operativa basada en producción organizada por procesos, así como una inversión moderada en maquinaria básica y utensilios de repostería, también se confirmó que la operación puede iniciar con un equipo humano reducido, pero todo aquello permite garantizar eficiencia y calidad en la producción del producto final.

Finalmente, el análisis financiero evidencio que el emprendimiento es viable, dado que los costos iniciales son accesibles, la demanda proyectada es favorable y los márgenes de utilidad permiten recuperar la inversión en un periodo razonable. A su vez, la incorporación de estrategias de comercialización digitales contribuye a reducir costos y aumentar el alcance del negocio, dado, que los indicadores VAN, TIR y PRI reflejan una rentabilidad aceptable para un emprendimiento de pequeña escala.

9. RECOMENDACIONES

Es recordable implementar el emprendimiento siguiendo las estrategias propuestas, especialmente en la organización del proceso productivo, el control de costos y marketing digital, además, es importante hacer un monitoreo del mercado, actualizando las proyecciones financieras y fortalecer la presencia en redes sociales para consolidar el posicionamiento de “Encanto Enrollado” y favorecer su crecimiento a largo plazo.

Se sugiere enfocar los esfuerzos de marketing en los atributos más valorados por los consumidores como: calidad artesanal, frescura del producto, sabores preferidos y entregas rápidas, también, es conveniente mantener una presencia activa en redes sociales y facilitar los canales de pedidos para captar un público más amplio y digital.

Asimismo, es recomendable implementar un manual operativo que incluya procedimientos estandarizados, tiempos de producción y normas de higiene, de modo que, es fundamental establecer controles periódicos de calidad y asegurar un adecuado abastecimiento de insumos para evitar interrupciones en el proceso productivo.

Finalmente, se recomienda mantener un monitoreo continuo de los costos de producción, revisar periódicamente los precios de venta según la competencia y fortalecer estrategias digitales como: promociones, alianzas con emprendimientos locales entre otros. Asimismo, se sugiere actualizar los estados financieros para evaluar la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

10. ANEXOS

a. Encuesta

Figura 24 Encuesta de Forms

Estudio de factibilidad para una empresa dedicada a elaborar Brazos Gitanos en Montecristi

En el mundo de la repostería, la creatividad y la innovación son claves, para explorar ingredientes inusuales y sabores distintivos, donde no solo se busca despertar la curiosidad de los clientes, sino también diferenciarse en un contexto donde la originalidad es altamente apreciada. Mi nombre es Aura Liceth Cedeño Cedeño, estudiante de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la carrera Administración de Empresas. La presente encuesta tiene como objetivo conocer la factibilidad de crear una empresa en el cantón Montecristi, provincia de Manabí, dedicada a la elaboración de brazos gitanos con un enfoque gourmet y de alta calidad, pensados para enriquecer el paladar de los consumidores. La información recopilada será de gran valor para el desarrollo de mi proyecto de titulación en la carrera de Administración de Empresas. Su participación es completamente anónima y voluntaria. Agradezco de antemano su valioso aporte.

Cuando envíe este formulario, no recopilare automáticamente sus detalles, como el nombre y la dirección de correo electrónico, a menos que lo proporcione usted mismo.

1. ¿Conoce usted qué es un Brazo Gitano? (También conocido como tronco navideño, pionono, enrollado de manjar y en gastronomía enrollado de atún)

☒ Si

☐ No

2. ¿Ha consumido brazo gitano?

☐ Si

☐ No

☐ Poco

☐ Nunca

Figura 25 Encuesta de Forms

3. ¿Con qué frecuencia compraría un brazo gitano?

- ☐ 1 vez por semana
- ☐ 2 veces al mes
- ☐ Todos los días
- ☐ Solo ocasional

4. Si existiera un negocio en Montecristi dedicado a la venta de brazos gitanos artesanales, ¿qué tan interesado estaría en comprar?

- ☐ Muy interesado
- ☐ Interesado
- ☐ Poco interesado
- ☐ Nada interesado

Figura 26 Encuesta de Forms

5. ¿Qué características valora más al momento de elegir un postre?

- ☐ Sabor
- ☐ Textura
- ☐ Apariencia
- ☐ Frescura

6. ¿Cuánto estaría dispuesto (a) a pagar por un brazo gitano artesanal de 1 libra y aproximadamente 25 cm?

- ☐ \$5 a \$6
- ☐ \$7 a \$8
- ☐ \$9 a \$10

Figura 27 Encuesta de Forms

7. ¿Para qué ocasión compraría un brazo gitano?

- ☐ Cumpleaños
- ☐ Reunión familiar
- ☐ Festividad
- ☐ Consumo personal

8. ¿Qué sabor elegirías al comprar un brazo gitano artesanal?

- ☐ Chocolate
- ☐ Vainilla
- ☐ Marmoleado

9. ¿Qué le motivaría más a comprar un brazo gitano?

- ☐ Descuentos o promociones
- ☐ Servicio a domicilio
- ☐ Calidad e ingredientes frescos
- ☐ Personalización del producto

b. Folleto informativo del emprendimiento

Figura 28 Folleto informativo



Figura 29 Folleto informativo



c. Tabla de amortización

Tabla 42 *Tabla de amortización*

AMORTIZACIÓN PARA EL PAGO DEL APOORTE ACCIONISTAS				
PERÍODO	CUOTA	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$ 4.149,60
1	-\$100,91	-\$55,33	-\$45,58	\$ 4.104,02
2	-\$100,91	-\$54,72	-\$46,19	\$ 4.057,83
3	-\$100,91	-\$54,10	-\$46,81	\$ 4.011,02
4	-\$100,91	-\$53,48	-\$47,43	\$ 3.963,59
5	-\$100,91	-\$52,85	-\$48,06	\$ 3.915,53
6	-\$100,91	-\$52,21	-\$48,70	\$ 3.866,83
7	-\$100,91	-\$51,56	-\$49,35	\$ 3.817,47
8	-\$100,91	-\$50,90	-\$50,01	\$ 3.767,46
9	-\$100,91	-\$50,23	-\$50,68	\$ 3.716,79
10	-\$100,91	-\$49,56	-\$51,35	\$ 3.665,43
11	-\$100,91	-\$48,87	-\$52,04	\$ 3.613,40
12	-\$100,91	-\$48,18	-\$52,73	\$ 3.560,66
13	-\$100,91	-\$47,48	-\$53,43	\$ 3.507,23
14	-\$100,91	-\$46,76	-\$54,15	\$ 3.453,08
15	-\$100,91	-\$46,04	-\$54,87	\$ 3.398,21
16	-\$100,91	-\$45,31	-\$55,60	\$ 3.342,61
17	-\$100,91	-\$44,57	-\$56,34	\$ 3.286,27
18	-\$100,91	-\$43,82	-\$57,09	\$ 3.229,18
19	-\$100,91	-\$43,06	-\$57,85	\$ 3.171,32
20	-\$100,91	-\$42,28	-\$58,63	\$ 3.112,70
21	-\$100,91	-\$41,50	-\$59,41	\$ 3.053,29
22	-\$100,91	-\$40,71	-\$60,20	\$ 2.993,09
23	-\$100,91	-\$39,91	-\$61,00	\$ 2.932,09
24	-\$100,91	-\$39,09	-\$61,82	\$ 2.870,27
25	-\$100,91	-\$38,27	-\$62,64	\$ 2.807,63
26	-\$100,91	-\$37,44	-\$63,48	\$ 2.744,16
27	-\$100,91	-\$36,59	-\$64,32	\$ 2.679,83
28	-\$100,91	-\$35,73	-\$65,18	\$ 2.614,66
29	-\$100,91	-\$34,86	-\$66,05	\$ 2.548,61
30	-\$100,91	-\$33,98	-\$66,93	\$ 2.481,68
31	-\$100,91	-\$33,09	-\$67,82	\$ 2.413,86
32	-\$100,91	-\$32,18	-\$68,73	\$ 2.345,13
33	-\$100,91	-\$31,27	-\$69,64	\$ 2.275,49
34	-\$100,91	-\$30,34	-\$70,57	\$ 2.204,92
35	-\$100,91	-\$29,40	-\$71,51	\$ 2.133,41
36	-\$100,91	-\$28,45	-\$72,46	\$ 2.060,94

37	-\$100,91	-\$27,48	-\$73,43	\$ 1.987,51
38	-\$100,91	-\$26,50	-\$74,41	\$ 1.913,10
39	-\$100,91	-\$25,51	-\$75,40	\$ 1.837,70
40	-\$100,91	-\$24,50	-\$76,41	\$ 1.761,29
41	-\$100,91	-\$23,48	-\$77,43	\$ 1.683,87
42	-\$100,91	-\$22,45	-\$78,46	\$ 1.605,41
43	-\$100,91	-\$21,41	-\$79,50	\$ 1.525,90
44	-\$100,91	-\$20,35	-\$80,56	\$ 1.445,34
45	-\$100,91	-\$19,27	-\$81,64	\$ 1.363,70
46	-\$100,91	-\$18,18	-\$82,73	\$ 1.280,97
47	-\$100,91	-\$17,08	-\$83,83	\$ 1.197,14
48	-\$100,91	-\$15,96	-\$84,95	\$ 1.112,19
49	-\$100,91	-\$14,83	-\$86,08	\$ 1.026,11
50	-\$100,91	-\$13,68	-\$87,23	\$ 938,88
51	-\$100,91	-\$12,52	-\$88,39	\$ 850,49
52	-\$100,91	-\$11,34	-\$89,57	\$ 760,92
53	-\$100,91	-\$10,15	-\$90,76	\$ 670,16
54	-\$100,91	-\$8,94	-\$91,97	\$ 578,18
55	-\$100,91	-\$7,71	-\$93,20	\$ 484,98
56	-\$100,91	-\$6,47	-\$94,44	\$ 390,54
57	-\$100,91	-\$5,21	-\$95,70	\$ 294,83
58	-\$100,91	-\$3,93	-\$96,98	\$ 197,85
59	-\$100,91	-\$2,64	-\$98,27	\$ 99,58
60	-\$100,91	-\$1,33	-\$99,58	\$ 0,00

Nota: Elaboración propia del autor

11. BIBLIOGRAFÍA

Amador, C. (2022). Análisis PESTEL. <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/8263-Manuscrito-45352-1-10-20211112.pdf>

Barrios, G. A., y Tobar, L. J. (2022). *Universidad Central del Ecuador*. Estudio de factibilidad para la creación de una pastelería dedicada a la producción y comercialización de postres saludables en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/049698db-d363-4005-97cc-4fad15914bbf/content>

Blanchar, T., y Martinez, N. (2025). ¿Entrevista o encuesta?: Una diferencia necesaria. *Revista Latina de Comunicación Social*. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/2339>

Calvopiña, Toaso, S., y Anahí. (2024). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE REPOSTERÍA SALUDABLE EN EL SECTOR SOLANDA, QUITO*. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/0c53b114-2c9e-4201-a2b6-6e247e7833f0/content>

Cuenca, R. M. (2022). *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. Proyecto de Factibilidad para una microempresa de postres y bocaditos nutritivos en la ciudad de Quito en el período 2021-2025: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/16189/1/22T0745.pdf>

Cueva, M. D. (Noviembre de 2023). *Billin*. ¿Qué es el entorno de una empresa?: <https://www.billin.net/blog/entorno-empresa-que-es/>

Duquesa. (Diciembre de 2022). *Duquesa*. Tendencias en panadería y pastelería.: <https://duquesa.com.co/tendencias-pasteleria-panaderia/?srsltid=AfmBOoqByyhZ6aqfXTYlSYEoHSMB0oBVkSbAgBwQOFwpOI12hUmAzbq->

Fabián, Diego, L. , y Cordero. (2022). Régimen simplificado para emprendedores y negocios populares. *Dialnet*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8552204>

INEC. (2024). *INEC*. Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU): <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://inec.gub.ve/inec-encuesta-nacional-de-empleo-desempleo-y-subempleo-2024/>

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-

inec/EMPLEO/2024/Trimestre_IV/2024_IV_Trimestre_Mercado_Laboral.pdf

Luis, Lozano, J., Caicedo, T., Fernández, R., y Onofre. (2019). EL MODELO DE NEGOCIO: METODOLOGÍA CANVAS COMO INNOVACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS EMPRESARIALES. *Dia*, 99. file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-ElModeloDeNegocio-7368617%20(2).pdf

Manzano, I. M. (Marzo de 2024). *Ministerio del Medio Ambiente, Agua y Transición Ecológica*. Gestión de Residuos Sólidos y Economía Circular Inclusiva (GRECI):

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2024/12/BOLETIN-ESTADISTICO-2024.pdf?utm_source=chatgpt.com

María, Jessica, S. , Lucerine, H. , y Rangel. (2024). Determinantes de la satisfacción del usuario en plataformas de pago en línea. *SCIELO*. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-36072024000100003

Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (2020). *Gobierno destina USD 10.050.000 para emprendimientos y mipymes que desarrollen innovación productiva*. <https://www.produccion.gob.ec/gobierno-destina-usd-10050-000-para-emprendimientos-y-mipymes-que-desarrollen-innovacion-productiva/>

Pursell, S. (12 de Junio de 2024). *Hubspot*. Segmentación de mercado: cómo hacerla : <https://blog.hubspot.es/marketing/segmentacion-mercado>

Ronda, L. (Enero de 2022). ¿Cómo hacer un Estudio de Mercado?: Definición y 6 fases. <https://www.youtube.com/watch?v=0ETPYG8hIEI>

Tasmanic, N. v. (Mayo de 2025). *Tasmanic*. Business Model Canvas; 9 building blocks, Explanation & examples: <https://www.tasmanic.eu/blog/business-model-canvas/>

Torres, D. (2025). *Hubspot*. Análisis de la demanda : <https://blog.hubspot.es/sales/analisis-demanda>

Trejo, R., Sánchez , A., Pérez, J., Moreno , Z., y González, B. (2023). Análissi de factores internos y externos mediante las herramientas de PESTEL y FODA en una empresa de corte laser en el Estado de Tlaxcala. *Dialnet*.

file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-
AnálisisDeFactoresInternosYExternosMedianteLasHerr-9482076.pdf