



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE
MANABÍ**

FACULTAD DE INGENIERÍA, INDUSTRIA Y ARQUITECTURA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO INDUSTRIAL**

TITULO

**“Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa de
repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta”**

Autor:

Chilan Galarza Oliver

Tutor de Titulación:

Dra. Karen Zambrano Roldan, PhD.

Manta - Manabí – Ecuador

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

FACULTAD DE INGENIERÍA, INDUSTRIA Y ARQUITECTURA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta”

Sometida a consideración del Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ingeniería, Industria y Arquitectura de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, como requisito para obtener el título de:

INGENIERO INDUSTRIAL

Aprobado por el Tribunal Examinador:

DECANO DE LA FACULTAD

DIRECTOR

JURADO EXAMINADOR

JURADO EXAMINADOR

Certificación del Tutor

Certificación del Tutor

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ingeniería, Industria y Arquitectura de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante **Chilan Galarza Oliver Javier**, legalmente matriculado en la carrera de Ingeniería Industrial, período académico **2026-1**, cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es "**Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta**".

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 de este, 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.



Dra. Karen Zambrano Roldán, PhD.
TUTOR DE TITULACIÓN

Declaración de Autoría de Tesis

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE TESIS

Chilan Galarza Oliver Javier, estudiante de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Facultad de Ingeniería Industria y Arquitectura, Carrera de Ingeniería Industrial, libre y voluntariamente declaro que la responsabilidad del contenido del presente trabajo titulado **“Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta”** Es una elaboración personal realizada únicamente con la dirección del tutor, Dra. Karen Zambrano Roldán, PhD. y la propiedad intelectual de la misma pertenece a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.



Chilan Galarza Oliver Javier

C.I. 131427134-5



Dra. Karen Zambrano Roldán, PhD

C.I. 092344072-1

Dedicatoria

A Dios, por sostenerme cuando mis fuerzas parecían terminar, por iluminar mis pasos en medio de la incertidumbre y recordarme que, incluso en los días difíciles, siempre hay una razón para continuar.

A mi padre, Arcenio Chilan, porque su amor, sus enseñanzas y su recuerdo permanecen profundamente en mi vida. En cada momento de cansancio encontré en él una razón para levantarme; en cada dificultad, una fuerza para seguir, y en cada logro, la certeza de que su huella sigue guiando mi camino. Esta meta lleva su nombre, porque también nació de todo lo que sembró en mí.

A mi madre, Bricia Galarza, por ser refugio, fortaleza y amor incondicional. Por cada sacrificio hecho en silencio y por sostenerme en cada momento. Su confianza fue la luz que me impulsó a no rendirme.

A mis hermanos, Arturo, Silvia, Erika, Mariuxi, Cinthia, Ingrid, Alexander y Angie, por creer en mí desde el inicio y brindarme siempre una palabra de ánimo. A mis amigos Yanelly y Eisthon, por cada momento compartido y por acompañarme durante este proceso. Su apoyo hizo de este camino una experiencia llena de unión, esperanza, amistad y amor familiar.

Hoy, al culminar esta etapa, comprendo que ningún sueño se alcanza completamente solo. Cada página de este trabajo guarda una parte de quienes me amaron, me acompañaron y confiaron en mí.

Chilan Galarza Oliver

Reconocimiento

Expreso mi más sincero agradecimiento a quienes aportaron de manera directa a mi formación y al desarrollo de esta investigación.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y a la carrera de Ingeniería Industrial, por brindarme los conocimientos, las experiencias y las herramientas necesarias para crecer tanto en el ámbito académico como profesional.

A mi tutora, Dra. Karen Zambrano Roldán, PhD., por su orientación, dedicación y criterio durante cada etapa del proyecto. Sus observaciones permitieron fortalecer esta investigación y encaminarla hasta su culminación.

A los docentes que formaron parte de mi preparación universitaria, por compartir sus conocimientos y contribuir a la construcción de mi perfil profesional.

A mi familia y amigos, por su paciencia, confianza y apoyo durante este proceso. Sus palabras de ánimo y su compañía fueron esenciales para continuar avanzando hasta alcanzar esta meta.

Chilan Galarza Oliver

Índice de Contenido

Certificación del Tutor	iii
Declaración de Autoría de Tesis	iv
Dedicatoria	v
Reconocimiento	vi
Índice de Contenido	vii
Índice de Tablas	xiv
Índice de Figuras	xvii
Resumen Ejecutivo	xix
Executive Summary	xx
Introducción	1
Planteamiento del problema.....	3
Formulación del problema	5
Objetivos	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos.....	6
Justificación	7
Capítulo I.....	9
Fundamentación Teórica.....	9
1.1 Antecedentes Investigativos.....	9

1.2	Bases Teóricas.....	14
1.2.1	La repostería artesanal y su evolución	14
1.2.1.1	Concepto y clasificación de productos de repostería	15
1.2.1.2	Diferencias entre repostería industrial y artesanal.	16
1.2.2	Sostenibilidad y Sustentabilidad aplicada a la Industria Alimentaria.....	16
1.2.2.1	Sostenibilidad ambiental	18
1.2.2.2	Sostenibilidad Social.....	19
1.2.2.3	Sostenibilidad Económica	19
1.2.3	Principios de la economía circular aplicados a alimentos.....	19
1.2.3.1	Sello verde	21
1.2.3.2	Producción limpia	21
1.2.3.3	Empaques biodegradables	21
1.2.3.4	Reducción de desperdicio.....	22
1.2.4	Insumos Naturales y Locales	22
1.2.4.1	Utilización de ingredientes orgánicos, locales y de temporada	22
1.2.4.2	Valor nutricional y funcional de productos no industrializados	23
1.2.4.3	Ejemplos de ingredientes locales con bajo impacto ambiental	23
1.2.5	Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Microempresas	24
1.2.6	Cultura Gastronómica en Manta y Oportunidad de Valor Local	25
1.2.6.1	Tradiciones culinarias de Manabí.	25

1.2.6.2	Integración de identidad cultural en nuevos productos.	26
1.2.6.3	Expectativas del mercado local y turista por productos autóctonos y saludables.	26
1.3	Marco Conceptual	28
1.3.1	Estudio de Pre-Factibilidad	28
1.3.2	Microempresa	28
1.3.3	Repostería Sostenible	28
1.3.4	Economía Circular	29
1.3.5	Empaques biodegradables	29
1.3.6	Responsabilidad Social Empresarial	29
1.3.7	Sostenibilidad	29
1.3.8	Sustentabilidad	29
1.4	Marco Legal y Ambiental	30
1.4.1	Regulación sanitaria de los alimentos procesados	30
1.4.2	Regulación municipal para el funcionamiento de emprendimientos	31
1.4.3	Producción y consumo sustentable	31
1.5	Marco Metodológico	32
1.5.1	Modalidad Básica de la Investigación	32
1.5.2	Enfoque	33
1.5.3	Nivel de Investigación	34

1.5.4	Diseño de la Investigación	35
1.5.5	Población de Estudio	36
1.5.6	Tamaño de la Muestra	37
1.5.7	Técnicas de recolección de datos	38
1.5.8	Plan de recolección de datos	39
1.5.9	Procesamiento de la Información.....	40
Capítulo II		41
2	Estudio de Campo	41
2.1	Resultados de las entrevistas	41
2.2	Resultados de las Encuestas	43
Capítulo III		64
3	Estudio de mercado	64
3.1	Objetivo del estudio de mercado.....	64
3.1.1	Generalidades del Proyecto	64
3.1.1.1	Misión.....	65
3.1.1.2	Visión	65
3.1.2	Descripción de la microempresa	65
3.1.3	Descripción de los productos	65
3.1.4	Delimitación geográfica del mercado	66
3.1.5	Análisis del entorno (PESTEL)	66

3.1.5.1	Político	67
3.1.5.2	Económico.....	67
3.1.5.3	Social.....	68
3.1.5.4	Tecnológico	68
3.1.5.5	Ecológico.....	69
3.1.5.6	Legal.....	69
3.1.6	Análisis FODA.....	70
3.1.7	Análisis de la demanda	71
3.1.8	Segmentación del mercado	71
3.1.9	Mercado objetivo	72
3.1.10	Estrategia de comercialización (4P).....	73
3.1.10.1	Producto	73
3.1.10.2	Precio.....	73
3.1.10.3	Plaza	74
3.1.10.4	Promoción	74
3.1.11	Disponibilidad de materia prima	74
Capítulo IV		75
4	Estudio técnico y organizacional	75
4.1	Estudio técnico	75
4.1.1	Objetivo del estudio técnico.....	75

4.1.2	Localización del proyecto	75
4.1.2.1	Macrolocalización	75
4.1.2.2	Microlocalización	76
4.1.3	Proceso de Producción	76
4.1.4	Diagrama de flujo del proceso	80
4.1.5	Distribución de planta	80
4.1.6	Capacidad Instalada	81
4.1.7	Materia prima e insumos	82
4.1.8	Maquinaria y equipos	84
4.2	Estudio organizacional	86
4.2.1	Objetivo del estudio organizacional	86
4.2.2	Estructura organizacional	86
4.2.3	Organigrama	86
4.2.4	Funciones de los cargos	87
4.2.5	Identidad corporativa	87
4.2.6	Aspectos legales de la microempresa	88
Capítulo V		89
5	Estudio Financiero	89
5.1	Objetivo del estudio financiero	89
5.2	Financiamiento	89

5.3	Costos de producción.....	91
5.4	Gastos.....	93
5.5	Proyección de ingresos.....	94
5.6	Estados financieros proyectados.	95
5.7	Evaluación financiera.....	97
5.7.1	Interpretación de los indicadores	98
5.7.1.1	Tasa de descuento (TMAR)	98
5.7.1.2	Valor Actual Neto (VAN).....	99
5.7.1.3	Tasa Interna de Retorno (TIR)	99
5.7.1.4	Período de Recuperación de la Inversión (PRI)	100
5.7.1.5	Relación Beneficio/Costo (B/C).....	101
5.7.2	Análisis de los resultados financieros	101
	Conclusiones	103
	Recomendaciones.....	104
	Bibliografía	106
	Anexos	116
	Formato de la encuesta.....	116
5.8	Tablas del Estudio Financiero	120
	Guía de entrevista.....	124

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Plan de recolección de datos</i>	39
Tabla 2. <i>Resultados de las entrevistas</i>	41
Tabla 3. <i>Edad de los encuestados</i>	43
Tabla 4. <i>Género de los encuestados</i>	44
Tabla 5. <i>Ingresos mensuales</i>	45
Tabla 6. <i>Consumo de tortas o productos de repostería</i>	46
Tabla 7. <i>Frecuencia de consumo de tortas</i>	47
Tabla 8. <i>Lugares de compras de productos de reposterías</i>	48
Tabla 9. <i>Gasto habitual de Consumo</i>	49
Tabla 10. <i>Aspectos considerados al momento de compra</i>	50
Tabla 11. <i>Frecuencia de los aspectos considerados al momento de compra</i>	50
Tabla 12. <i>Tipo de tortas preferidas</i>	52
Tabla 13. <i>Conocimiento del concepto de pastelería sostenible</i>	53
Tabla 14. <i>Conocimiento de establecimientos que ofrezcan productos de repostería sostenible</i> ..	54
Tabla 15. <i>Importancia de los productos naturales y locales</i>	55
Tabla 16. <i>Importancia de los empaques ecológicos</i>	56
Tabla 17. <i>Disposición a pagar más por productos sostenibles</i>	57
Tabla 18. <i>Intención de compra en una pastelería sostenible</i>	58
Tabla 19. <i>Frecuencia de adquisición de productos</i>	59
Tabla 20. <i>Factores para elegir una pastelería</i>	60
Tabla 21. <i>Medios preferidos para recibir promociones</i>	61
Tabla 22. <i>Recomendación de una pastelería sostenible</i>	62

Tabla 23. <i>Aceptación de una pastelería sostenible en la ciudad de Manta</i>	63
Tabla 24. <i>Capacidad Instalada</i>	82
Tabla 25. <i>Materia prima</i>	83
Tabla 26. <i>Insumos</i>	84
Tabla 27. <i>Maquinaria y equipo</i>	85
Tabla 28. <i>Inversión total</i>	89
Tabla 29. <i>Financiamiento</i>	90
Tabla 30. <i>Amortización</i>	90
Tabla 31. <i>Costo de Producción</i>	91
Tabla 32. <i>Costos Indirectos de Producción</i>	92
Tabla 33. <i>Gastos administrativos</i>	93
Tabla 34. <i>Gastos de Ventas</i>	93
Tabla 35. <i>Proyección mensual de ventas</i>	94
Tabla 36. <i>Estado de Resultados Proyectados</i>	95
Tabla 37. <i>Flujo de Caja</i>	96
Tabla 38. <i>Punto de Equilibrio</i>	97
Tabla 39. <i>Indicadores financieros</i>	98
Tabla 40. <i>Muebles y enseres</i>	120
Tabla 41. <i>Maquinaria y equipos</i>	120
Tabla 42. <i>Utensilios de producción</i>	121
Tabla 43. <i>Depreciación anual</i>	121
Tabla 44. <i>Materiales directos</i>	122
Tabla 45. <i>Materiales indirectos</i>	122

Tabla 46. <i>Mano de obra directa</i>	123
Tabla 47. <i>Mano de obra indirecta</i>	123
Tabla 48. <i>Costos Indirecto de Fabricación</i>	123
Tabla 49. <i>Servicios de producción</i>	123
Tabla 50. <i>Servicios administrativos</i>	124
Tabla 51. <i>Flujo neto de efectivo acumulado</i>	124

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Edad</i>	43
Figura 2. <i>Género</i>	44
Figura 3. <i>Ingresos Mensuales</i>	45
Figura 4. <i>Consumo de tortas o Productos de repostería.</i>	46
Figura 5. <i>Frecuencia de consumo de tortas.</i>	47
Figura 6. <i>Lugares de compra de productos de repostería.</i>	48
Figura 7. <i>Gasto habitual de consumo.</i>	49
Figura 8. <i>Aspectos que se consideran durante la compra.</i>	51
Figura 9. <i>Tipo de tortas preferidas</i>	52
Figura 10. <i>Conocimiento del concepto de pastelería sostenible</i>	53
Figura 11. <i>Conocimiento de establecimientos que oferten productos de repostería</i>	54
Figura 12. <i>Importancia de los productos naturales y locales.</i>	55
Figura 13. <i>Importancia de los empaques ecológicos.</i>	56
Figura 14. <i>Disposición a pagar más por productos sostenibles.</i>	57
Figura 15. <i>Intención de compra en una pastelería sostenible.</i>	58
Figura 16. <i>Frecuencia de adquisición de productos.</i>	59
Figura 17. <i>Factores para elegir una pastelería.</i>	60
Figura 18. <i>Medios preferidos para recibir promociones</i>	61
Figura 19. <i>Recomendación de una pastelería sostenible</i>	62
Figura 20. <i>Aceptación de una pastelería sostenible en la ciudad de Manta.</i>	63
Figura 21. <i>Matriz FODA</i>	70
Figura 22. <i>Macrolocalización del proyecto en el cantón Manta.</i>	76

Figura 23. <i>Flujo del proceso de producción</i>	80
Figura 24. <i>Distribución de planta propuesta para la microempresa Placeres y Sabores.</i>	81
Figura 25. <i>Organigrama</i>	86
Figura 26. <i>Logotipo de la microempresa "Placeres & Sabores"</i>	87

Resumen Ejecutivo

La presente investigación tuvo como objetivo evaluar la prefactibilidad para la creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta, mediante el desarrollo de los estudios de mercado, técnico-organizacional y financiero. Los resultados permitieron identificar condiciones favorables de mercado, definir los requerimientos técnicos y organizacionales necesarios para la implementación del proyecto y evaluar su comportamiento financiero mediante indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) y la Relación Beneficio/Costo (B/C). Asimismo, el análisis financiero evidenció que la propuesta cuenta con una estructura económica que permite cubrir la inversión, los costos de operación y generar beneficios durante el período de evaluación. En conjunto, los resultados obtenidos respaldan la implementación de la propuesta y evidencian condiciones favorables para el desarrollo de la microempresa en la ciudad de Manta.

Palabras clave: prefactibilidad, microempresa, repostería sostenible, estudio de mercado, estudio financiero.

Executive Summary

This research aimed to evaluate the prefeasibility of creating a sustainable bakery microenterprise in the city of Manta through market, technical-organizational, and financial studies. The results identified favorable market conditions, defined the technical and organizational requirements necessary for the implementation of the project, and evaluated its financial performance using indicators such as the Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period (PP), and Benefit-Cost Ratio (B/C). In addition, the financial analysis showed that the proposal has an economic structure capable of covering the investment, operating costs, and generating benefits throughout the evaluation period. Overall, the results support the implementation of the proposal and demonstrate favorable conditions for the development of the microenterprise in the city of Manta.

Keywords: prefeasibility, microenterprise, sustainable bakery, market study, financial study.

Introducción

En los últimos años, los hábitos de consumo han cambiado debido al interés creciente por una alimentación más saludable, el cuidado del medio ambiente y el consumo responsable. Los consumidores ya no valoran únicamente el sabor o la presentación de los alimentos, sino también la calidad de los ingredientes, su procedencia y las prácticas utilizadas durante su elaboración. Esta tendencia abre nuevas oportunidades para el desarrollo de emprendimientos que incorporen criterios de sostenibilidad en el sector de la repostería.

En la ciudad de Manta, la oferta de productos de repostería proviene principalmente de establecimientos tradicionales, mientras que las propuestas basadas en el uso de ingredientes locales, la reducción de desperdicios y los empaques ecológicos todavía tienen una presencia limitada. Ante esta realidad, resulta necesario analizar las condiciones del mercado y los recursos requeridos para implementar un modelo de negocio que combine la elaboración artesanal con prácticas responsables.

El objetivo de este estudio es evaluar la prefactibilidad de crear una microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta. Para ello, se desarrollaron los estudios de mercado, técnico-organizacional y financiero, mediante los cuales se analizó la demanda potencial, se determinaron los recursos necesarios para la operación y se estimó el comportamiento económico del proyecto.

La investigación se desarrolló con un enfoque mixto, alcance descriptivo y proyectivo. La encuesta fue la principal técnica de recolección de datos y se aplicó de manera digital a una muestra de 384 habitantes del cantón Manta. La información obtenida se complementó con la

observación directa y la revisión de fuentes bibliográficas y documentales relacionados con la repostería, la sostenibilidad y la evaluación de proyectos.

El documento se encuentra organizado en cinco capítulos. El primer capítulo reúne la fundamentación teórica, el marco conceptual, el marco legal y ambiental, así como los aspectos metodológicos de la investigación. El segundo presenta los resultados obtenidos mediante las encuestas. El tercero desarrolla el estudio de mercado, incluyendo el análisis del entorno, la demanda, la segmentación y las estrategias de comercialización. El cuarto comprende el estudio técnico y organizacional, donde se establecen el proceso productivo, la capacidad instalada, los recursos y la estructura de la microempresa. El quinto capítulo corresponde al estudio financiero, en el que se determinan la inversión, los costos, los ingresos proyectados y los indicadores utilizados para evaluar el proyecto.

Los estudios realizados permiten analizar las condiciones de mercado, los requerimientos técnicos y organizacionales, así como el comportamiento financiero de la propuesta. De esta manera, la investigación aporta información que sirve de base para la toma de decisiones sobre la posible implementación de la microempresa, considerando que los resultados corresponden a una evaluación preliminar de su prefactibilidad.

Planteamiento del problema

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, la expansión de los alimentos altamente procesados, las estrategias intensivas de comercialización, la urbanización no planificada y los cambios en los estilos de vida han contribuido al aumento del consumo de productos con elevados contenidos de calorías, azúcares libres, sal, grasas saturadas y grasas trans. Esta situación evidencia la necesidad de promover alternativas alimentarias más responsables y acordes con el bienestar de los consumidores.

Globalmente existe una creciente conciencia sobre los desafíos ambientales y sociales asociados con los sistemas alimentarios convencionales, especialmente en lo que respecta a la producción industrial de alimentos procesados, el uso de ingredientes no sostenibles y la generación de residuos. Esta preocupación ha impulsado una demanda global por prácticas más responsables y modelos de negocio enfocados en la sostenibilidad. En el sector de la repostería, esto se traduce en un interés creciente por ingredientes orgánicos, de comercio justo, empaques ecológicos y estrategias de reducción de desperdicios. Sin embargo, la adopción generalizada de estos principios en las micro y pequeñas empresas de repostería aún enfrenta limitaciones, principalmente por la falta de conocimiento técnico, acceso a recursos y modelos replicables adaptados a diferentes contextos.

En el contexto ecuatoriano, este cambio de paradigma también ha comenzado a manifestarse. Investigaciones recientes muestran que existe un mercado interesado en productos de repostería más saludable y ambientalmente responsable. En su estudio, (Calvopiña & Toaso, 2024) evidenciaron, en el sector Solanda de Quito que el 92.5% de los encuestados estaría

dispuesto a consumir productos de repostería natural y saludable, lo que demuestra una oportunidad concreta para propuestas de valor más sostenibles.

Asimismo, se han propuesto modelos innovadores para combatir el desperdicio alimentario, como lo evidencian (Palacios & Moreno, 2023) en su proyecto “Sweet ResQ”, que busca rescatar excedentes de repostería en la ciudad de Guayaquil. Según los autores, el sector genera aproximadamente 10.480 toneladas de desperdicios al año, lo que representa una pérdida de \$3.7 millones, y su propuesta permitiría aprovechar estos excedentes y fomentar una economía circular en el sector.

A nivel de producto, también existen esfuerzos por revalorizar ingredientes ancestrales y locales. (Toro & Maria, 2015), desarrollaron una línea de productos de pastelería a base de quinua orgánica, destacando su valor nutricional, su adaptabilidad al mercado y su sostenibilidad. Según la autora, en su proyecto denominado “Cakenua” el cual significa bienestar para el cliente, la valoración de nuestros alimentos ancestrales y un producto que intentará llegar a cada hogar, lo que subraya el potencial de integrar cultura, nutrición y sostenibilidad en un mismo emprendimiento.

No obstante, estas iniciativas son aún limitadas y focalizadas en ciertos sectores. En la ciudad de Manta, por ejemplo, no se han identificado estudios formales que analicen la prefactibilidad de implementar un modelo de negocio de repostería sostenible. A pesar de un creciente interés en productos artesanales y saludables, todavía se desconoce si esta tendencia representa una demanda potencial por productos elaborados bajo principios de sostenibilidad. Asimismo, la oferta de microempresas que utilicen ingredientes agroecológicos, empaques ecológicos o que reduzcan residuos sigue siendo muy limitada o inexistente.

De acuerdo con un estudio realizado en la ciudad de Quito de (Salazar, Portugal, & Fierro, 2022), señala que, aunque los establecimientos de alimentos en Quito han empezado a incorporar prácticas sostenibles, todavía presentan debilidades en aspectos como la producción, el comercio y la distribución. Lo que podría ser aún más pronunciado en microempresas de Manta, donde el acceso a información y recursos especializados podría ser menor. Por lo que, para promover un consumo responsable, es necesario diseñar e implementar estrategias y acciones que reduzcan el impacto ambiental negativo.

La falta de información específica sobre el potencial de mercado, la aceptación del consumidor y los recursos locales disponibles en Manta dificulta el desarrollo de modelos de negocio innovadores que integren la sostenibilidad de forma integral, impidiendo a los emprendedores locales identificar oportunidades concretas y evaluar la prefactibilidad de cadenas de suministro sostenibles a nivel local. Por ello, se vuelve necesario investigar la prefactibilidad técnica, económica y operativa de establecer una microempresa de repostería sostenible y sustentable específicamente en la ciudad de Manta, identificando los factores clave para su implementación y su posible contribución a una economía local más verde y resiliente.

Formulación del problema

¿Cuál es la prefactibilidad técnica, económica y operativa para la creación de una microempresa de repostería sostenible en la ciudad de Manta, considerando la demanda del mercado, la disponibilidad de recursos locales y la aplicación de prácticas de responsabilidad ambiental y social?

Objetivos

Objetivo General

- Evaluar la prefactibilidad para la creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta, mediante el desarrollo de estudios de mercado, técnico-organizacional y financiero.

Objetivos Específicos

- Analizar las condiciones del mercado local para identificar la demanda, el perfil del consumidor y la competencia en el sector de repostería sostenible en Manta.
- Determinar los requerimientos técnicos y organizacionales necesarios para la implementación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable.
- Evaluar la prefactibilidad financiera del proyecto mediante la proyección de ingresos, la estimación de costos y el análisis de indicadores de rentabilidad.

Justificación

En la actualidad, la creciente preocupación por los efectos sociales y ambientales derivados de los sistemas tradicionales de producción y consumo alimentario ha generado una búsqueda activa de alternativas que prioricen no solo la calidad del producto, sino también el respeto por el entorno, la salud y la equidad. Dentro de este escenario, el sector de la repostería enfrenta desafíos de incorporar propuestas sostenibles que integren prácticas responsables en el uso de ingredientes, empaques y procesos productivos, en concordancia con lo mencionado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2025), en lo cual destaca la importancia de transformar los sistemas agroalimentarios hacia, modelos más sostenibles, inclusivos y resilientes.

En Ecuador, particularmente en la ciudad de Manta, se ha identificado un aumento progresivo hacia productos más saludables y elaborados de forma ética. No obstante, la oferta de microempresas de repostería con enfoque sostenible es aún limitada, lo que evidencia una oportunidad para evaluar la prefactibilidad de implementar un modelo de negocio ligado con el desarrollo sostenible, tal como lo menciona el Pacto Mundial de la ONU (2025).

La propuesta de investigación se considera factible debido al acceso a la población objetivo, antecedentes y recursos necesarios que permiten sustentar el análisis. Además, la creciente disponibilidad de estudios sobre sostenibilidad en pequeñas empresas alimentarias ofrece un marco de referencia útil para el análisis y la aplicación de estrategias adaptadas al entorno local.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación aplica herramientas mixtas de análisis, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos para el estudio del mercado. Este

enfoque permite construir un modelo de negocio sostenible y adaptable. Asimismo, al crecimiento académico y profesional de quienes lo lleven a cabo, como también a futuras investigaciones para el diseño de políticas públicas orientadas al fomento de negocios responsables en sectores productivos tradicionales.

En síntesis, evaluar la prefactibilidad de crear una microempresa de repostería sostenible en la ciudad de Manta es una iniciativa que responde a una necesidad concreta del entorno local y se alinea con los objetivos globales de sostenibilidad. A través de este estudio se busca generar conocimiento útil, fomentar el desarrollo de negocios más conscientes y contribuir a una transformación positiva tanto en la economía como en la cultura de consumo de la ciudad.

Capítulo I

Fundamentación Teórica

1.1 Antecedentes Investigativos

(Sovenis, 2024) en su proyecto de investigación denominado: *Modelo de negocio para la creación de una pastelería saludable en la ciudad de Guayaquil sector norte*, el cual se desarrolló mediante el método inductivo y deductivo aplicando una investigación descriptiva, cuya muestra de estudio se conformó por 519.108 habitantes de la parroquia Tarqui, ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil. De acuerdo con los resultados, se evidencio una mayor preferencia por pasteles en porciones individuales (63,70%) frente a los pasteles completos (36,30%), así como una aceptación equilibrada entre tamaños medianos y pequeños. En cuanto al análisis de la industria, mostró una tasa de crecimiento anual del 1,90% y la existencia de una demanda insatisfecha dentro del segmento de productos saludables. Resultados que le permitió sustentar la idea de un modelo de negocio centrado en atender a una población con conciencia sobre la salud y bienestar, mediante su propuesta de valor centrada en postres saludables. En el ámbito financiero, el estudio determinó indicadores favorables de rentabilidad, obteniendo un Valor Actual Neto (VAN) de USD 28.018,97 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 38,11%, superior a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) del 18,30%.

Resultados que aportan de manera significativa a la presente investigación, ya que demuestra la prefactibilidad comercial y financiera de emprendimientos orientados a la repostería saludable dentro del contexto ecuatoriano. Asimismo, proporciona referencias útiles para la evaluación de las preferencias del consumidor, el análisis de mercado y la valoración

financiera del proyecto, aspectos que constituyen elementos fundamentales para determinar la prefactibilidad de una microempresa de repostería sostenible en la ciudad de Manta.

En investigaciones recientes orientadas al ámbito gastronómico (Álava & Leon, 2025) como parte de su indagación sobre “*La Innovación en Postres Ecuatorianos con Cacao (Theobroma cacao L.) y frutas tropicales*” destacan el potencial de estos ingredientes para desarrollar productos sostenibles, saludables y culturalmente representativos. Dentro de su investigación identificaron la relación limitada sobre técnicas de combinación de estos tipos de ingredientes en la repostería. Investigación que se desarrolló utilizando una metodología mixta aplicando análisis bibliográficos y datos reales mediante encuestas a negocios dedicado a la repostería ubicados en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador. Su estudio evidencio que el cacao ecuatoriano y las frutas tropicales poseen propiedades organolépticas y nutricionales altamente valoradas, lo cual permiten su utilización en postres innovadores mediante la combinación tanto en técnicas tradicionales como modernas. Esta propuesta culinaria basada en el uso de ingredientes locales y métodos actualizados representa no solo una innovación gastronómica, sino también una alternativa con valor económico, social y ambiental, que impulsa la identidad ecuatoriana y promueve practicas sostenibles dentro del arte de la repostería.

En este sentido, la relevancia de este estudio dentro de esta investigación radica en que respalda el uso de materias primas locales como estrategia de diferenciación y sostenibilidad. Además, evidencia que la incorporación de ingredientes autóctonos no solo fortalece la identidad cultural de los productos, sino que también contribuye a generar propuestas de valor alineadas con las tendencias actuales de consumo responsable, aspecto que resulta esencial para el diseño de una microempresa de repostería sostenible en Manta.

Actualmente, en diversas zonas urbanas del mundo, la industria de la repostería ha evolucionado en respuesta a los buenos hábitos alimenticios y la creciente preocupación por la salud y el bienestar. Esta transformación ha impulsado el desarrollo de propuestas innovadoras como modelos de negocios sobre la repostería saludable, (Martinez, Ocampo, & Zapata, 2025) en su trabajo de grado denominado *estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa de repostería centrada en la elaboración y comercialización de una gama de productos saludables*, cuyo propósito es determinar los lineamientos para poner en marcha un modelo de negocio como este. La investigación se desarrolló tipo descriptiva con un enfoque cuantitativo incluyendo una encuesta estructurada para evaluar el nivel de aceptación del mercado, así como un análisis técnico, legal y financiero; teniendo como muestras a personas de 25 y 49 años, habitantes del distrito de Barrancabermeja, Santander, Colombia. Como resultado de su investigación lograron identificar aspectos importantes con relación a la prefactibilidad de su idea de negocio. Mediante su estudio de mercado identificaron un grupo objetivo con una aceptación del 50% hacia productos de repostería saludable, teniendo así una demanda potencial significativa. En el análisis técnico, definieron insumos, el proceso de producción, así como el personal requerido para su ejecución, además, identificaron la posibilidad de optimizar procesos para mejorar la capacidad de producción. Como parte del estudio financiero, obtuvieron una tasa de retorno (TIR) del 29.5% indicando que el modelo de negocio podría tener éxito y rentabilidad bajo un escenario optimista.

Esta reseña constituye una referencia importante para el presente estudio debido a que aborda una metodología de evaluación similar basada en los componentes de mercado, técnico y financiero. En lo cual, proporciona criterios para la identificación de la demanda potencial, la planificación operativa y el análisis económico, contribuyendo al diseño metodológico de la

investigación y a la valoración integral de la propuesta empresarial planteada para la ciudad de Manta.

El desarrollo de sistemas alimentarios sostenibles se ha identificado como un eje básico para abordar problemas globales como el hambre, el cambio climático y la pérdida de biodiversidad. Como lo menciona las (Naciones unidas, 2019) en el *Informe Mundial sobre el Desarrollo Sostenible: El futuro es ahora: la ciencia para lograr el desarrollo sostenible 2019*, en el cual la transformación de los sistemas alimentarios es importante para promover objetivos de desarrollo sostenible (ODS), especialmente con respecto a la seguridad alimentaria, la alimentación saludable y la sostenibilidad. Así mismo, establece que no solo se trata de producir alimentos nutritivos sino también de reducir los desperdicios alimentarios, adaptándose a modelos de producción más limpios y eficientes, integrando prácticas sostenibles en toda la cadena de valor. Esto significa una responsabilidad común entre gobiernos, industria alimentaria, consumidores y pequeñas empresas que juegan un papel importante en la difusión de alternativas responsables y flexibles.

En la cual, sustenta la importancia de integrar criterios de sostenibilidad en los modelos de negocio alimentarios. Sus planteamientos permiten fundamentar la necesidad de desarrollar una propuesta empresarial que incorpore prácticas responsables desde la selección de insumos hasta la comercialización del producto final, fortaleciendo así el enfoque sostenible que caracteriza a esta investigación.

En el ámbito de la repostería artesanal, La Mar de Dulce representa un caso relevante de innovación y sostenibilidad aplicado al sector gastronómico. Esta pastelería, ubicada en Zaragoza, España; fundada en 2007, ha logrado consolidarse como un referente en la elaboración

de productos personalizados y de alta calidad. Su modelo de negocio se basa en la combinación de técnicas tradicionales con procesos modernos, empleando ingredientes de calidad, lo cual asegura estándares en sabor y presentación. De igual manera incorpora servicios de catering, desayunos a domicilio y formación especializada, ampliando su impacto en el mercado local (Infoisinfo, s.f.). Su enfoque artesanal y su compromiso con la diferenciación y la producción responsable permiten considerar esta experiencia como una referencia potencial para el desarrollo de repostería sustentable en contextos urbanos.

La experiencia de esta empresa permite demostrar que la diferenciación basada en la calidad, la personalización y la sostenibilidad puede convertirse en una ventaja competitiva para los emprendimientos del sector repostero. Asimismo, ofrece ejemplos prácticos sobre estrategias de diversificación y posicionamiento que pueden ser consideradas en el diseño de la propuesta empresarial orientada al mercado de la ciudad de Manta.

En lo consiguiente, mediante los antecedentes investigativos analizados, se puede evidenciar que la repostería sostenible constituye una opción factible y con una aceptación en crecimiento en el mercado actual. Dentro de los estudios realizados se evidencia la necesidad de comprender las necesidades de los consumidores, la creatividad en el uso de ingredientes autóctonos y naturales. De igual manera, permiten identificar factores clave relacionados con la aceptación del mercado, la sostenibilidad, la innovación gastronómica y la prefactibilidad económica de este tipo de investigación. Asimismo, estos estudios brindan bases teóricas, metodológicas y prácticas que sustentan el desarrollo de la presente investigación y fortalecen la propuesta de creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta.

1.2 Bases Teóricas

1.2.1 La repostería artesanal y su evolución

La repostería, entendida como una rama especializada de la gastronomía dedicada a la elaboración de postres, la cual ha acompañado a la humanidad desde tiempos remotos. Según (Maaroufi, 2019) en su artículo sobre *“La Evolución de la Repostería Tradicional”* menciona que *“la repostería clásica ha ido evolucionado junto a la historia de la humanidad a través de generaciones y siempre siguiendo la tradición con productos básicamente hechos a mano”*. En el cual, el proceso de evolución ha estado marcado no solo por el avance de técnicas culinarias, sino también por la creatividad, el uso de nuevos ingredientes más saludables y la profesionalización del oficio que busca satisfacer las demandas y competencias, además, resalta que la misma se encuentra en un constante cambio, la cual deberá adaptarse a nuevas tendencias actuales.

Dentro de su investigación, Maaroufi menciona que los primeros indicios de la repostería datan de la prehistoria, cuando los primeros hombres elaboraban preparaciones dulces mezclando frutas, semillas y miel silvestre. Sin embargo, este oficio surge formalmente en el antiguo Egipto, mediante la utilización de miel como endulzante en técnicas de panadería y horneado. Así mismo, en Roma introdujeron nuevas técnicas e ingredientes como la harina, huevos, leche y azúcar en la elaboración de pasteles. Sin embargo, el uso del azúcar se popularizó en la Edad Media por los árabes, con la combinación de especias creando dulces como la Kunafa, costumbres que se extendieron hasta la península Ibérica. Ya en los siglos XVII y XIX, la repostería se modernizó con el descubrimiento de la levadura biológica, lo cual abrió una ventana hacia al desarrollo de la panadería. Finalmente, en el siglo XX, la repostería se profesionalizó y tecnificó con los avances tecnológicos destacando figuras como Gaston Lenôtre

(1920-2009) con su aporte en la revolución de muchos principios tradiciones de pastelería, haciéndola más ligera, con menos azúcar y menos crema.

“La repostería artesanal constituye una expresión cultural que no solo representa técnicas tradicionales de preparación, sino una identidad histórica de aquellas sociedades que la practican. Resistiendo cambios a lo largo de su historia, preservando saberes propios de su identidad” (De La Cruz & Flores, 2011). Desde esta perspectiva, la repostería artesanal es mucho más que solo hacer dulces, es parte de una cultura. Cada elaboración cuenta una historia de identidad, costumbres que han preservado a la estandarización impuesta por la industria alimentaria, resguardando su carácter manual y simbólico. Lo cual no implica un estancamiento, si no como una capacidad de adaptación sin perder la esencia cultural. Así, la repostería artesanal no solo permanece vigente, sino que se alinea las nuevas tendencias en pastelería incluyendo la elaboración de postres saludables, sin azúcares añadidos y sin gluten, buscando de esta manera una autenticidad, proximidad y sostenibilidad (Escuela Torreblanca, 2023)

1.2.1.1 Concepto y clasificación de productos de repostería

Según lo describe Hernández (2024) especialista en gastronomía, el término “repostería” en sus orígenes hacía referencia a la persona encargada de administrar, conservar y gestionar las provisiones alimenticias dentro de un hogar o comunidad, con el propósito de garantizar la disponibilidad y el adecuado estado de los alimentos. Sin embargo, la autora señala que, con el transcurso del tiempo, este concepto ha evolucionado significativamente, transformándose en una rama especializada de la gastronomía orientada a la elaboración de productos dulces.

En la actualidad, la repostería se entiende como el conjunto de técnicas, procesos y conocimientos destinados a la preparación de postres, pasteles, galletas y una amplia variedad de

productos dulces, los cuales pueden clasificarse según su nivel de elaboración, ingredientes utilizados y finalidad de consumo. Esta evolución refleja no solo un cambio en su significado histórico, sino también su consolidación como un sector gastronómico con alto valor cultural, económico y social.

1.2.1.2 Diferencias entre repostería industrial y artesanal.

La repostería industrial se caracteriza por la producción en masa de productos de repostería en plantas o fábricas, destinados a su distribución a gran escala dentro del mercado comercial. Este tipo de producción suele incorporar el uso de aditivos, conservantes y otros componentes químicos con el objetivo de prolongar la vida útil de los productos y garantizar su estandarización. Asimismo, la mayoría de estos productos se comercializan en presentaciones preempacadas y listas para el consumo, lo que incrementa su accesibilidad y practicidad para el consumidor final. Sin embargo, diversos estudios señalan que este modelo productivo puede generar impactos negativos tanto en la salud del consumidor como en el medio ambiente, debido al alto nivel de procesamiento y uso de insumos artificiales (Alieco, 2023).

1.2.2 Sostenibilidad y Sustentabilidad aplicada a la Industria Alimentaria

En los últimos años, la sostenibilidad y la sustentabilidad han adquirido una gran importancia dentro del ámbito empresarial debido a la necesidad de reducir los impactos negativos que las actividades productivas generan sobre el medio ambiente y la sociedad. Estos conceptos han sido incorporados progresivamente en diferentes sectores económicos, incluyendo la industria alimentaria, donde las empresas buscan desarrollar procesos más responsables y eficientes.

Aunque en muchos estudios ambos términos son utilizados como sinónimos, diversos autores sostienen que existen diferencias conceptuales que permiten comprender mejor su alcance. El Informe Brundtland define el desarrollo sostenible como la capacidad de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades (Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, 1987). Esta definición destaca la importancia de mantener un equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y la protección ambiental.

Por otro lado, (Leff, 2004) señala que la sustentabilidad se relaciona principalmente con la conservación de los recursos naturales y la capacidad de los ecosistemas para mantenerse en el tiempo. Desde esta perspectiva, la sustentabilidad enfatiza la necesidad de utilizar los recursos de manera responsable para evitar su agotamiento y garantizar su disponibilidad para las futuras generaciones.

A partir de estas posturas teóricas, puede afirmarse que la sostenibilidad posee un enfoque más amplio, ya que integra las dimensiones económica, social y ambiental dentro de un mismo proceso de desarrollo. En cambio, la sustentabilidad se orienta principalmente hacia la dimensión ambiental, promoviendo la protección de los recursos naturales y la reducción de los impactos ecológicos generados por las actividades humanas.

Dentro de la industria alimentaria, ambos conceptos mantienen una estrecha relación. La sostenibilidad implica que las empresas sean económicamente viables, socialmente responsables y ambientalmente conscientes, mientras que la sustentabilidad se refleja en acciones concretas como la reducción de residuos, el uso eficiente de materias primas, el ahorro de energía y la implementación de prácticas productivas respetuosas con el entorno.

Para efectos de la presente investigación, los términos no serán considerados como sinónimos absolutos. La sostenibilidad estará asociada al equilibrio entre los aspectos económicos, sociales y ambientales de la microempresa de repostería, mientras que la sustentabilidad hará referencia principalmente a las prácticas destinadas a minimizar el impacto ambiental mediante el uso responsable de recursos, la reducción de desperdicios y la utilización de materiales amigables con el medio ambiente. De esta manera, la propuesta busca desarrollar un modelo de negocio que sea rentable, socialmente responsable y ambientalmente comprometido con el desarrollo sostenible de la ciudad de Manta.

1.2.2.1 Sostenibilidad ambiental

De acuerdo con la investigación de la (Universidad Europea, 2024) sobre la sostenibilidad ambiental. Menciona que la primera referencia sobre sostenibilidad ambiental tuvo lugar en 1987 en la comisión Mundial sobre medioambiente y Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas, la definió como la “satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” mediante la cual nos permite destacar como un pilar fundamental para el desarrollo sostenible, evidenciando la necesidad del equilibrio entre el crecimiento económico, la equidad social y la protección del medio ambiente. Su relevancia radica en que establece una responsabilidad intergeneracional, lo cual implica que las decisiones actuales deben tomarse como una visión a largo plazo. Bajo esta perspectiva nos permite evaluar los procesos productivos desde su impacto ambiental, promoviendo el uso adecuado de recursos, la disminución de residuos y la adopción de prácticas ecológicas que garanticen un entorno saludable y sostenible para las futuras generaciones.

1.2.2.2 Sostenibilidad Social

Como lo sostiene el (Pacto Mundial de las Naciones Unidas , 2025), la sostenibilidad social es la capacidad de una organización para gestionar sus impactos en las personas, promoviendo el respeto a los derechos humanos, la equidad y el bienestar en sus relaciones con empleados, comunidades y otros grupos de interés. Esta definición resalta un enfoque humano en gestión empresarial, donde el respeto por a los derechos humanos, equidad y el bienestar se convierten en pilares fundamentales. Teniendo una perspectiva clara sobre la aplicación de políticas internas y externas las cuales garanticen condiciones laborales dignas, prácticas inclusivas y una relación ética con la comunidad. Así mismo, incorpora un mensaje claro en cuanto a las organizaciones que practican la sostenibilidad social estas generan confianza, poseen una buena reputación, reducen sus riesgos operativos mejorando así su capacidad de adaptación.

1.2.2.3 Sostenibilidad Económica

En este sentido, la sostenibilidad se ha convertido en una las acciones importantes para el desarrollo responsable en la sociedad, la cual requiere alinear tres conceptos esenciales: La inclusión social, la protección del medio ambiente y la sostenibilidad económico. De acuerdo con grupo financiero del BBVA la sostenibilidad económica se refiere a las acciones y decisiones que apoyan el desarrollo económico a largo plazo de una empresa o un país, protegiendo al mismo tiempo los elementos medioambientales, sociales y culturales (BBVA, 2025).

1.2.3 Principios de la economía circular aplicados a alimentos.

La economía circular implica “tomar, hacer y desechar” los recursos se extraen, se convierten en productos, se utilizan o consumen y posteriormente se desechan. Bajo un modelo circular los productos y materiales se mantienen en circulación durante el mayor tiempo posible

ya que estos se diseñan para que sean más duraderos y se puedan volver a utilizar, reparar y reciclar. El concepto de economía circular incluye principios de los enfoques del ciclo de vida, consideran que los residuos son “alimentos” para nuevos productos y procesos y se sustenta en la transición hacia fuentes de energía renovables. (Schröder, Albaladejo, Ribas, MacEwen, & Tilkkanen, 2020)

Desde otra perspectiva, Espinoza (2023) dentro de su investigación menciona que la economía circular es impulsada a nivel mundial como un modelo clave del desarrollo sostenible, ya que contribuye significativamente al cumplimiento de los objetivos desarrollo sostenible (ODS) establecidos en la agenda 2030. (pág. 112)

Con el fin efectuar logros sobre sostenibilidad, las organizaciones están rediseñando sus modelos tradicionales de producción hacia modelos más amigables con el medio ambiente. En este sentido, la economía circular les brinda un enfoque más innovador que busca mejorar la gestión de recursos, mediante una estrategia basada en principios. Díaz, Menoscal, & González (2020) en su investigación lo describen bajo cinco principios importantes los cuales son:

1. Reducción de residuos mediante la mejora en los ciclos de producción. Permitiendo que los productos usados puedan tener una segunda oportunidad con un valor agregado.
2. Diseño de productos y servicios versátiles, pensados para ser utilizados en distintas fases de su ciclo de vida.
3. Priorización del uso de recursos renovables, cuya disponibilidad es continua, contribuyendo así a mitigar los efectos negativos sobre el medioambiente.

4. Valorización de los desechos orgánicos, al reconocer que pueden transformarse en insumos valioso dentro de los ciclos biológicos.
5. Incremento del valor de las materias primas, al aprovecharlas de forma más eficiente y prolongada dentro del sistema productivo.

1.2.3.1 Sello verde

Los sellos verdes son certificaciones que garantizan que un producto ha sido elaborado bajo criterios de sostenibilidad ambiental y social (Benítez & Fonseca, 2024). En el Ecuador, la entidad encargada de emitir este tipo de certificaciones es el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAEE), el cual menciona que es un sistema voluntario aplicado a nivel nacional que busca promover prácticas de construcción sostenible, desde la etapa de diseño, construcción o incluso durante su operación, siempre que evidencie resultados innovadores, útiles y eficaces en términos de gestión ambiental.

1.2.3.2 Producción limpia

La producción limpia, también conocida como Lean Manufacturing, es una filosofía de gestión empresarial que se centra en la eliminación de desperdicios y la optimización de los procesos productivos (Cortes, 2023). Esta metodología no solo busca optimizar recursos, reducir costos y mejorar la calidad, sino que de igual forma minimiza el impacto ambiental. Al enfocarse en una producción limpia, se promueven procesos más eficientes y sostenibles.

1.2.3.3 Empaques biodegradables

Los empaques biodegradables son una solución innovadora y sostenible para reducir la contaminación (El Empaque, 2025). Esta afirmación cobra relevancia al considerar que estos empaques están elaborado a partir de materiales orgánicos de fuentes renovables. A diferencia

de los plásticos convencionales, estos se descomponen mediante procesos naturales transformándose en biomasa y nutrientes sin dejar residuos tóxicos.

1.2.3.4 Reducción de desperdicio.

Además de la importancia de los empaques biodegradables, reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos constituye uno de los desafíos ambientales y sociales más relevantes en la actualidad. Según (Goodwin, 2023), aproximadamente un tercio de todos los alimentos producidos a nivel mundial se pierde o se desperdicia. Lo que deduce impactos negativos en la seguridad alimentaria, así como en el medio ambiente. Desde esta explicación, la reducción de desperdicios de alimentos se convierte en una estrategia clave para mejorar la sostenibilidad ambiental y social. Al tener en cuenta soluciones prácticas a lo largo de la cadena de suministro ante esta situación, se pueden minimizar pérdidas y maximizar el aprovechamiento de los recursos invertidos en la producción alimentaria.

1.2.4 Insumos Naturales y Locales

1.2.4.1 Utilización de ingredientes orgánicos, locales y de temporada

El sistema productivo actual, basado en la producción, el consumo, y la explotación ilimitada de los recursos naturales como base de una buena economía es insostenible.

Hoy en día podemos consumir durante todo el año una gran variedad de frutas, verduras y hortalizas. Con el consumo de alimentos de temporada nos aseguramos de llevar una dieta sana, nutritiva y equilibrada, además, al apoyar al comercio local, con esto, se consigue que se establezca una conexión directa entre el consumidor y el productor,

Este tipo de consumo, aparte de ser beneficioso para la salud, también tiene ventajas económicas, sociales y ambientales (Universidad de Málaga , s.f.) la sostenibilidad y el apoyo a

las economías locales se han vuelto cruciales, la pastelería artesanal emerge como una opción que no solo deleita el paladar, sino que también respeta y protege nuestro entorno.

1.2.4.2 Valor nutricional y funcional de productos no industrializados

Los productos no industrializados se caracterizan por estar elaborados con ingredientes naturales y mínimamente procesados, lo que permite conservar en mayor medida sus propiedades nutricionales en comparación con los alimentos ultra procesados. De acuerdo con (Montero, 2019), los alimentos ultra procesados suelen contener altos niveles de azúcares añadidos, grasas no saludables y aditivos, lo que impacta negativamente en la calidad de la dieta.

En contraste, los alimentos naturales o mínimamente procesados aportan nutrientes esenciales como vitaminas, minerales y fibra, contribuyendo a una alimentación más equilibrada y a la prevención de enfermedades crónicas (FAO, 2019).

Desde el punto de vista funcional, estos productos pueden incorporar ingredientes con compuestos bioactivos, como antioxidantes y fibra dietética, los cuales generan beneficios adicionales para la salud, incluyendo la mejora del sistema digestivo y la regulación metabólica (Granato et al., 2020). En este sentido, la repostería basada en ingredientes no industrializados no solo cumple una función alimentaria, sino que también aporta valor agregado en términos nutricionales y funcionales.

1.2.4.3 Ejemplos de ingredientes locales con bajo impacto ambiental

Según la (Organización de las Naciones Unidas , s.f.), los alimentos de origen vegetal como frutas, verduras, cereales y legumbres generan menor impacto ambiental debido a que requieren menos energía, agua y suelo, además de producir menores emisiones de gases de efecto invernadero en comparación de origen animal.

Dentro de la repostería sostenibles, el cacao manabita constituye uno de los principales ingredientes locales con bajo impacto ambiental, debido a que su producción se desarrolla en el país, reduciendo la necesidad de transporte y conservación, así como sus bajos costos de producción. Por otra parte, los productos agrícolas tradicionales de Manabí como el banano, el camote, coco, maracuyá, mango, piña y el zapallo representan alternativas sostenibles por su adaptación al clima de la región y su producción local.

1.2.5 Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Microempresas

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha convertido en un elemento fundamental dentro de la gestión moderna de las organizaciones. Su importancia radica en que las empresas ya no son evaluadas únicamente por sus resultados económicos, sino también por el impacto que generan en la sociedad y en el medio ambiente.

Según (Freeman, 1984) las organizaciones deben considerar los intereses de todos los grupos que se relacionan con ellas, tales como trabajadores, clientes, proveedores, comunidades y entidades gubernamentales. Esta visión amplía la responsabilidad empresarial más allá de la obtención de beneficios económicos, promoviendo una gestión basada en principios éticos y sostenibles.

En el caso de las microempresas alimentarias, la Responsabilidad Social Empresarial puede manifestarse a través de diferentes acciones, como el cumplimiento de normas sanitarias, la reducción del desperdicio de alimentos, la utilización de empaques biodegradables, la adquisición de materias primas a productores locales y la generación de condiciones laborales adecuadas para sus trabajadores. Para (Zambrano, Vera, Párraga, & Ávila, 2024), la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector alimentario no solo

es una cuestión de ética empresarial, sino también una estrategia inteligente de negocio. Además de contribuir al bienestar social y ambiental, estas prácticas pueden fortalecer la imagen de la empresa, mejorar la confianza de los consumidores y generar ventajas competitivas en el mercado.

Por esta razón, la Responsabilidad Social Empresarial no debe ser considerada únicamente como una obligación ética, sino también como una estrategia que favorece la sostenibilidad y permanencia de las organizaciones en el largo plazo. Constituyendo así, un componente fundamental para la creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable, ya que permite integrar objetivos económicos con acciones orientadas al bienestar social y al cuidado del medio ambiente.

1.2.6 Cultura Gastronómica en Manta y Oportunidad de Valor Local

1.2.6.1 Tradiciones culinarias de Manabí.

La cultura gastronómica de Manta y la provincia de Manabí constituye un eje fundamental de identidad social, económica y cultural. Esta región se caracteriza por una fuerte tradición culinaria basada en el uso de productos locales, técnicas ancestrales y saberes transmitidos por generaciones, lo que ha permitido la consolidación de una gastronomía con alto valor patrimonial.

La cocina manabita se fundamenta en ingredientes autóctonos como el maíz, el verde, la yuca, el maní y una amplia variedad de productos del mar, los cuales han dado origen a preparaciones emblemáticas que representan la identidad de la región. Esta riqueza gastronómica no solo cumple una función alimentaria, sino también cultural, ya que refleja las prácticas sociales, costumbres y formas de vida de la población local.

De acuerdo con la Revista de Gastronomía y Cocina, la gastronomía manabita se distingue por “su diversidad de sabores, técnicas tradicionales y el uso de ingredientes frescos”, consolidándose como una expresión relevante del patrimonio culinario ecuatoriano (Duarte & Parreño, 2025). Entre los platos tradicionales representativos destacan la tonga, viche, bollo, corviche, bolón, encebollado, los cuales forman parte de la identidad cultural y representan un atractivo importante para el turismo gastronómico.

1.2.6.2 Integración de identidad cultural en nuevos productos.

La incorporación de elementos culturales dentro de nuevos productos gastronómicos permite fortalecer la identidad regional y generar diferenciación en el mercado. En la gastronomía ecuatoriana, el uso de ingredientes tradicionales y recetas típicas representa una estrategia para conservar el patrimonio culinario y promover el valor cultural de cada región.

Dentro de su investigación (Rodríguez & Reinoso, 2025), la utilización de productos autóctonos dentro de preparaciones innovadoras contribuye a fortalecer la identidad gastronómica y revalorizar los sabores culinarios tradicionales. Desde esta perspectiva, la cultura gastronómica no solo debe entenderse como un elemento tradicional, sino también como una base estratégica para el desarrollo de emprendimientos, especialmente en el sector de la repostería. La incorporación de ingredientes locales como cacao, coco, café, camote y frutas tropicales permite la creación de productos innovadores que conservan la identidad manabita, al mismo tiempo que responden a las tendencias actuales de consumo saludable y sostenible.

1.2.6.3 Expectativas del mercado local y turista por productos autóctonos y saludables.

Actualmente, los consumidores y turistas presentan una mayor preferencia por productos gastronómicos elaborados con ingredientes autóctonos, naturales y saludables, debido al interés

por experimentar sabores tradicionales y conocer la identidad cultural de cada región. Esta tendencia ha impulsado el desarrollo del turismo gastronómico y la valorización de alimentos elaborados con productos locales.

Según (Vire, 2024) la relación entre el turismo, la gastronomía y la alimentación saludable ha impulsado nuevas preferencias de consumo, en las que los turistas valoran cada vez más alimentos preparados con ingredientes frescos, locales y sostenibles, al considerarlos una alternativa que combina calidad nutricional, autenticidad y responsabilidad ambiental.

Por su parte, (Rodríguez & Reinoso, 2025), destacan que la incorporación de productos propios de la costa ecuatoriana en la oferta gastronómica fortalece la identidad culinaria de los establecimientos y genera un valor diferenciador para los consumidores, contribuyendo a la promoción de los ingredientes locales y al desarrollo de la gastronomía regional.

La elaboración de productos de repostería sostenible con ingredientes tradicionales de Manabí representa una oportunidad para satisfacer las expectativas del mercado local y turístico en la ciudad de Manta, mediante productos innovadores con identidad cultural y valor nutricional.

Asimismo, el crecimiento del turismo gastronómico en la región impulsa la demanda de experiencias culinarias auténticas, lo que representa una oportunidad para que las microempresas del sector alimentario desarrollen propuestas diferenciadas basadas en la identidad cultural local. En este sentido, la gastronomía de Manta no solo constituye un patrimonio cultural, sino también un recurso económico estratégico para el desarrollo de emprendimientos sostenibles con valor agregado.

1.3 Marco Conceptual

Teniendo en cuenta las definiciones de los principales términos utilizados en la presente investigación, con el propósito de establecer una comprensión común de los conceptos que sustentan el estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta, es importante resaltar algunos términos que se describen a continuación.

1.3.1 Estudio de Pre-Factibilidad

La Prefactibilidad comprende el estudio de las alternativas viables, cuyo objetivo principal es profundizar en los aspectos críticos y así obtener, con mayor precisión, los beneficios y costos identificados en la conceptualización del proyecto (Ministerio de Gobierno del Ecuador, 2015).

1.3.2 Microempresa

Aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil dólares de los Estados Unidos de América (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2022).

1.3.3 Repostería Sostenible

Para (Naranjo & Salazar, 2024), la repostería sostenible consiste en la elaboración de productos de repostería mediante prácticas responsables que promueven el uso eficiente de los recursos, la reducción del impacto ambiental y la utilización de ingredientes y procesos sostenibles a lo largo de su producción.

1.3.4 Economía Circular

Según el Gobierno de España (2023), la economía circular es un nuevo paradigma de producción y consumo que se enfoca en optimizar los recursos y minimizar los residuos generados. Se trata de un modelo económico sostenible que busca reducir la huella ecológica fomentando acciones como el reciclaje y la reutilización de los productos.

1.3.5 Empaques biodegradables

“Los empaques biodegradables son materiales de envasado elaborados a partir de recursos naturales o biopolímeros, capaces de descomponerse de forma natural, reduciendo el impacto ambiental generado por los plásticos convencionales” (Moustafa, 2019)

1.3.6 Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social empresarial es el compromiso voluntario que asumen las organizaciones para integrar principios éticos, sociales y ambientales en sus actividades y en la toma de decisiones, contribuyendo al bienestar de sus grupos de interés y al desarrollo sostenible (Sánchez, 2023)

1.3.7 Sostenibilidad

Según la (UNICEF), la sostenibilidad consiste en utilizar los recursos de manera responsable para satisfacer las necesidades del presente, promoviendo el equilibrio entre las dimensiones ambiental, social y económica.

1.3.8 Sustentabilidad

Como lo define la Universidad de Cuenca (2020), la sustentabilidad es un enfoque orientado a la conservación y al uso responsable de los recursos naturales, mediante la

implementación de prácticas que reduzcan el impacto ambiental y garanticen su disponibilidad para las generaciones presentes y futuras.

1.4 Marco Legal y Ambiental

La creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable requiere el cumplimiento de un marco legal que garantice las condiciones sanitarias, ambientales y administrativas necesarias para su funcionamiento. En este entorno jurídico no solo asegura la calidad y seguridad de los productos alimentarios, sino que también promueve el desarrollo ordenado responsable y sostenible de los emprendimientos, en armonía con los principios de equidad y legalidad que rigen la economía del país.

En concordancia, en el art. 66 numeral 15, reconoce *“El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental”* (Constitución de la República del Ecuador , 2008).

Este precepto constitucional respalda la libre iniciativa empresarial dentro de un marco ético y sostenible, especialmente aplicado al ámbito de los microemprendimientos.

1.4.1 Regulación sanitaria de los alimentos procesados

La agencia de regulación, control y vigilancia sanitaria (ARCSA) es el organismo responsable de establecer regular y supervisar las normas relacionadas con la producción y comercialización de alimentos en Ecuador. Entre las normas más relevantes figura la resolución ARCSA-DE-2025-007-DASP, emitida en el Registro oficial No. 77 el 9 de julio de 2025, la cual reforma la normativa técnica sanitaria sustitutiva para alimentos procesados, plantas

procesadoras, establecimientos de distribución, comercialización y transporte de alimentos procesados y de alimentación colectiva (ARCSA, 2025).

Esta normativa constituye el principal referente sanitario para la presente investigación, ya que establece los requisitos que deberá cumplir la microempresa para garantizar la inocuidad de los productos de repostería durante su elaboración y comercialización.

1.4.2 Regulación municipal para el funcionamiento de emprendimientos

En el ámbito local, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Manta, a través del Proyecto Normativo de Reforma al Código Legal Municipal, Libro IV Convivencia y Desarrollo Del Cantón Manta, que incorpora el capítulo denominado “Del Fomento Al Emprendimiento En El Cantón Manta” establece los pasos que deben seguir estos emprendedores para poder funcionar legalmente, como obtener licencias, registrar sus productos y cumplir con normas de higiene y seguridad (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Manta, 2024).

Estas reglas no solo buscan que los productos sean seguros para quienes los consumen, sino que también ayudan a que los emprendedores puedan crecer de manera formal y organizada, impulsando la economía local y protegiendo la salud de la comunidad.

1.4.3 Producción y consumo sustentable

En materia ambiental, el Ecuador dispone de un marco jurídico orientado a promover el desarrollo sostenible y el uso responsable de los recursos naturales. Es así, que la Asamblea Nacional del Ecuador, mediante el Código Orgánico del Ambiente (COA), en el Título VII "Producción y Consumo Sustentable", artículo 226 dispone que:

“En el régimen de desarrollo, la Autoridad Ambiental Nacional impulsará y fomentará nuevos patrones de producción y consumo de bienes y servicios con responsabilidad ambiental y social para garantizar el buen vivir y reducir la huella ecológica. El cumplimiento de la norma ambiental o la producción más limpia será reconocido por la Autoridad Ambiental Nacional mediante la emisión y entrega de certificaciones o sellos verdes, los mismos que seguirán por un proceso de evaluación, seguimiento y monitoreo”

Esta disposición promueve la incorporación de criterios de sostenibilidad y responsabilidad ambiental en las actividades productivas, aspectos que se consideran en la presente propuesta de investigación.

1.5 Marco Metodológico

1.5.1 Modalidad Básica de la Investigación

La presente investigación corresponde a un enfoque aplicativo, en el cual su propósito es evaluar la prefactibilidad para la creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta, refiriéndose así a una necesidad concreta de carácter económico, social y ambiental.

Según (Ortega, 2024), la investigación aplicada es una forma sistemática de encontrar soluciones a problemas o cuestiones específicas. Estos problemas o cuestiones pueden ser a nivel individual, grupal o social.

En el mismo sentido, (Maldonado, Gómez, & Camargo, 2023) destacan que este tipo de investigación busca la obtención de nuevos conocimientos enmarcados en la solución de un problema específico; estos se pueden obtener en un periodo más corto, y su impacto en la sociedad es más destacado.

Por su parte (Huaire, 2019), menciona que la investigación aplicada parte (por lo general, aunque no siempre) del conocimiento generado por la investigación básica para identificar problemas y formular estrategias de solución, lo que se evidencia aquí la incorporación de teorías y modelos de gestión empresarial, la sostenibilidad y estudios de mercado, lo cual fundamentan el desarrollo del estudio.

Dichos elementos demuestran que el enfoque aplicado permite trasladar el conocimiento teórico a un contexto práctico, con el fin de generar un impacto significativo en el entorno local, contribuyendo al emprendimiento responsable y al desarrollo sostenible en la ciudad de Manta.

1.5.2 Enfoque

El enfoque de investigación representa una decisión metodológica importante, el cual orienta el tipo de datos que se recolectaran. Por esta razón, dentro de esta investigación se adopta un enfoque mixto, permitiendo integrar características cuantitativas y cualitativas.

En palabras (De Jesús, 2024), la investigación cuantitativa se define como un proceso sistemático de recolección, análisis e interpretación de datos numéricos para responder preguntas de investigación específicas y validar hipótesis. Orientado hacia la obtención de datos reales, mediante el cual permite analizar fenómenos con bases en evidencias numéricas para así llegar a conclusiones objetivas y generalizadas.

Por su parte (Sánchez, 2019), plantea que la investigación bajo un enfoque cualitativo se sustenta en evidencias que se orientan más hacia la descripción profunda del fenómeno con la finalidad de comprenderlo y explicarlo. Este tipo de enfoque se desarrolla bajo una perspectiva que se busca explorar a fondo una realidad desde la experiencia.

Acorde a la integración de estas perspectivas, los métodos mixtos permiten abordar problemas desde distintos puntos. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018), señalan que los enfoques mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos. En el cual, dentro de esta investigación, se integran ambos tipos de datos con el fin de obtener una comprensión más completa del fenómeno estudiado.

1.5.3 Nivel de Investigación

La presente investigación combina un enfoque de nivel exploratorio, descriptivo y proyectivo, ya que se busca abordar un fenómeno poco estudiado en el entorno local, como lo es la repostería sostenible en manta.

El enfoque exploratorio, como señala (Galarza, 2020), es aplicada en fenómenos que no se han investigado previamente y se tiene el interés de examinar sus características. Lo cual permite la identificación de aspectos claves que orientan al desarrollo del estudio.

Por otra parte, en el nivel descriptivo de esta investigación, según (Mar, Barbosa, & Molar, 2020), está formada por la descripción, el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, la formación y los procesos característicos del fenómeno. De esta forma, el enfoque descriptivo, contribuye a detallar la situación del mercado, las preferencias de los consumidores y las prácticas existentes.

En palabras de (Hurtado de Barrera, 2024) la investigación proyectiva se caracteriza por el diseño de planes o modelos a partir de un diagnóstico riguroso, con el fin de atender necesidades prácticas. En este sentido, a partir del diagnóstico del mercado de repostería en la

ciudad de manta, se identifican las necesidades y oportunidades relacionadas con la oferta de productos saludables lo que permite construir un plan de negocio realista.

1.5.4 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación representa una estrategia general que guía el proceso de recolección, análisis e interpretación de los datos, permitiendo alcanzar los objetivos planteados. En este estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta, se optó por un diseño no experimental, con técnicas de investigación de campo y documental, en concordancia a la naturaleza del tema.

En contraste, (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), menciona que la investigación de diseño no experimental se realiza sin manipular deliberadamente variables. En este tipo de estudios, los fenómenos se observan tal como ocurren en su contexto natural, sin alterar intencionalmente las variables independientes para analizar sus efectos sobre otras variables.

En cuanto al diseño de campo, es aquella que se realiza en el mismo lugar y en el tiempo donde ocurre el fenómeno, en este sentido (Arias J. , 2021), menciona que su objetivo es levantar la información de forma ordenada y relacionada con el tema de interés; las técnicas utilizadas aquí podrían ser la entrevista, la encuesta o la observación

Por su parte, (Arias F. , 2012), define la investigación documental como un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas.

1.5.5 Población de Estudio

La población de estudio está constituida por los habitantes de la ciudad de Manta, provincia de Manabí, quienes representan el mercado potencial para la adquisición de productos de repostería sostenible y sustentable. La selección de esta población responde a la necesidad de identificar las preferencias, hábitos de consumo, frecuencia de compra y nivel de aceptación de productos elaborados bajo criterios de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social.

De acuerdo con la metodología de investigación de mercados, la población se define como el conjunto total de elementos que poseen características comunes y sobre los cuales se pretende obtener información para responder a los objetivos de la investigación (Malhotra, 2020). En este sentido, la población objetivo está integrada por consumidores residentes en Manta que tienen capacidad de compra y que potencialmente podrían demandar productos de repostería elaborados con ingredientes locales, prácticas de producción responsables y empaques sostenibles.

Según los resultados del Censo de Población y Vivienda 2022 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el cantón Manta cuenta con una población de 271.145 habitantes, lo que lo posiciona como uno de los principales centros económicos, comerciales y turísticos de la provincia de Manabí. Considerando la magnitud de la población objetivo y la imposibilidad de recopilar información de la totalidad de sus integrantes, se determinó una muestra representativa mediante la aplicación de técnicas de muestreo estadístico.

Este procedimiento permite obtener información confiable y válida sobre las características, preferencias y hábitos de consumo de los potenciales clientes, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación.

1.5.6 Tamaño de la Muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra representativa de la población objetivo, se utilizó la fórmula para poblaciones finitas, debido a que se conoce el tamaño de la población. Procedimiento utilizado en estudios de mercados y proyectos de prefactibilidad, mediante el cual se puede obtener una muestra representativa con un nivel de confianza y margen de error previamente establecido.

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2022 del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2023), el cantón manta cuenta con una población de 271.145 habitantes. Considerando este dato, previo a esta investigación se aplicó un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5%. En función de estos parámetros, se procedió al cálculo del tamaño de la muestra mediante la fórmula de población finita, obteniendo un total representativo para el estudio. Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

Donde:

- n = Número de muestra.
- N: Tamaño de la población
- z = nivel de confianza (1,96 para el 95%)
- p = probabilidad de éxito (0,5)
- q = probabilidad de fracaso (0,5)
- e = margen de error (0,05)

Sustituyendo

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 271.145}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + (271.145 - 1) * 0.05^2}$$
$$n = 383.8$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra es de 383.8 encuestados, valor que se redondea a 384 personas.

1.5.7 Técnicas de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron técnicas de recolección de información primaria y secundaria. La encuesta constituyó el principal instrumento cuantitativo para la obtención de información relacionada con los hábitos de consumo, preferencias, frecuencia de compra, disposición de pago y aceptación de productos de repostería sostenible en la ciudad de Manta.

Para complementar la información cuantitativa, se realizaron cinco entrevistas semiestructuradas a responsables de establecimientos vinculados con la comercialización de insumos, materias primas y empaques para repostería en la ciudad de Manta. Los participantes fueron seleccionados mediante un muestreo intencional, considerando su conocimiento y experiencia en la comercialización y disponibilidad de estos productos. Esta selección permitió obtener información cualitativa relevante sobre materias primas e insumos, disponibilidad, proveedores, costos, empaques ecológicos y posibles dificultades para la implementación de la propuesta de repostería sostenible.

La información obtenida mediante las entrevistas fue utilizada como complemento de los resultados de la encuesta y de la información secundaria, permitiendo obtener una visión más amplia sobre la viabilidad de la propuesta.

El estudio técnico y financiero se desarrolló mediante la recopilación de información secundaria proveniente de fuentes bibliográficas, artículos científicos, datos institucionales y cotizaciones del mercado local, lo que permitió sustentar los requerimientos de producción, inversión inicial, costos operativos y análisis de rentabilidad del proyecto, producción, inversión inicial, costos operativos y análisis de rentabilidad del proyecto.

1.5.8 Plan de recolección de datos

Tabla 1. *Plan de recolección de datos*

Nº	Preguntas Frecuentes	Explicación
1	¿Para qué?	Recopilar información que permita evaluar la prefactibilidad para la creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta.
2	¿De qué personas?	Habitantes del cantón Manta y, para las entrevistas, responsables de establecimientos relacionados con insumos y empaques de repostería
3	¿Sobre qué aspectos?	Hábitos de consumo, preferencias, frecuencia de compra, criterios de elección, aceptación de productos, disponibilidad de insumos, proveedores, costos y empaques ecológicos.
4	¿Quién investiga?	Chilan Galarza Oliver
5	¿Cuándo?	Marzo – abril 2026
6	¿Dónde?	En el cantón Manta, provincia de Manabí, Ecuador.

7	¿Cuántas veces?	Una sola vez, debido a que la investigación es de corte transversal.
8	¿Qué técnica de recolección?	Encuesta y entrevista semiestructurada
9	¿Con qué?	Cuestionario estructurado y guía de entrevista.
10	¿En qué situación?	Encuestas virtuales y entrevistas directas a responsables de establecimientos seleccionados.

Nota: Elaboración propia

El plan de recolección de datos presentado permitió organizar de manera sistemática el proceso de obtención de información para la investigación. La aplicación de la encuesta digital a la población objetivo proporcionó los datos necesarios para el análisis del mercado y el cumplimiento de los objetivos planteados en el estudio de prefactibilidad.

1.5.9 Procesamiento de la Información

El procesamiento de la información se realizó a partir de los datos obtenidos de los 384 encuestados. Las respuestas fueron organizadas en una base de datos y analizadas mediante tablas de frecuencia, porcentajes y gráficos estadísticos, lo que permitió identificar las principales tendencias de consumo, preferencias, frecuencia de compra, disposición de pago y aceptación de productos de repostería sostenible.

La información obtenida mediante las cinco entrevistas semiestructuradas fue organizada y analizada de forma descriptiva, identificando aspectos relacionados con la disponibilidad de materias primas e insumos, proveedores, variación de costos y acceso a empaques ecológicos. Estos resultados complementaron la información cuantitativa obtenida mediante las encuestas.

Finalmente, los resultados fueron interpretados en relación con los objetivos de la investigación y utilizados como base para determinar la prefactibilidad de la propuesta de microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta.

Capítulo II

2 Estudio de Campo

2.1 Resultados de las entrevistas

Como parte complementaria de la investigación, se realizaron cinco entrevistas semiestructuradas a responsables de establecimientos relacionados con la comercialización de insumos y empaques para repostería en la ciudad de Manta. Las entrevistas tuvieron como finalidad obtener información referencial sobre la disponibilidad de materias primas, proveedores, variación de costos y acceso a empaques ecológicos. Los principales hallazgos obtenidos se presentan de manera resumida en la siguiente tabla.

Tabla 2. *Resultados de las entrevistas*

N°	Pregunta / Aspectos	Principales hallazgos
1.	¿Qué insumos se venden con mayor frecuencia?	Los insumos de mayor comercialización son harina, azúcar, huevos, mantequilla, chocolate, cacao, cremas y productos para decoración
2.	¿Hay disponibilidad permanente?	Los insumos básicos presentan generalmente disponibilidad estable; algunos productos especializados pueden presentar dificultades ocasionales de abastecimiento.

- | | |
|---|--|
| 3. ¿Qué dificultades existen para conseguir empaques ecológicos? | Se identificó menor variedad y disponibilidad frente a los empaques convencionales, además de la necesidad de realizar pedidos anticipados en algunos casos. |
| 4. ¿Cómo varían los precios? | Los precios varían principalmente según el proveedor, la cantidad adquirida y las condiciones del mercado. Algunos insumos presentan mayores fluctuaciones. |
| 5. ¿Qué proveedores utilizan? | Se utilizan principalmente proveedores locales, distribuidores mayoristas y establecimientos especializados en productos para repostería. |

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados de las entrevistas permitieron complementar el estudio técnico, aportando información de referencia sobre los costos y disponibilidad de insumos, proveedores, empaques y recursos necesarios para el proceso productivo. Estos aspectos fueron considerados en la planificación de los requerimientos técnicos y operativos de la microempresa.

2.2 Resultados de las Encuestas

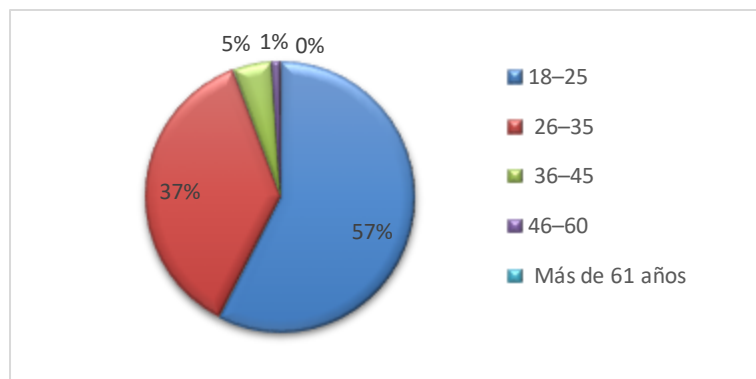
Pregunta 1. Edad

Tabla 3. *Edad de los encuestados*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
18–25	221	57,6%
26–35	141	36,7%
36–45	18	4,7%
46–60	4	1,0%
Más de 61 años	0	0,0%
Total	384	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 1. *Edad*



Interpretación:

Los resultados muestran que la muestra estuvo compuesta principalmente por personas jóvenes. El 57,6 % tenía entre 18 y 25 años y el 36,7 % se encontraba entre los 26 y 35 años. En cambio, la participación de los grupos de mayor edad fue reducida: el 4,7 % tenía entre 36 y 45 años y apenas el 1,0 % entre 46 y 60 años. Esta distribución evidencia que los resultados representan principalmente las preferencias de consumidores jóvenes, quienes constituyen un segmento relevante para la comercialización de productos de repostería. Sin embargo, la baja

participación de personas mayores limita la posibilidad de generalizar los resultados a todos los grupos de edad.

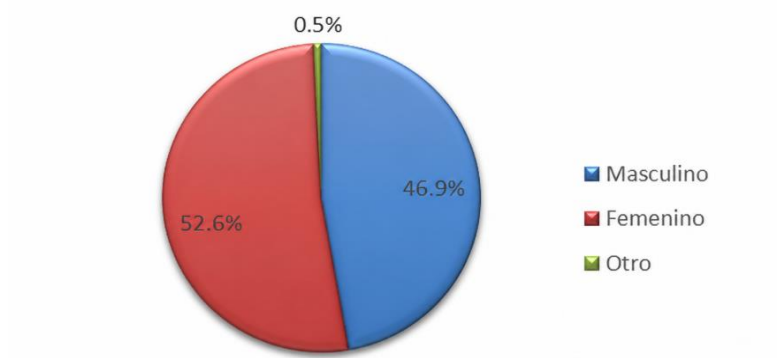
Pregunta 2. Género

Tabla 4. *Género de los encuestados*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	180	46,9%
Femenino	202	52,6%
Otro	2	0,5%
Total	384	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 2. *Género*



Interpretación:

En cuanto al género, la muestra presentó una distribución relativamente equilibrada. El 52,6 % de los participantes correspondió al género femenino y el 46,9 % al masculino, mientras que el 0,5 % se identificó con otra opción de género. La diferencia entre los dos grupos principales fue reducida, lo que permitió considerar las preferencias de hombres y mujeres frente a la propuesta de una pastelería sostenible.

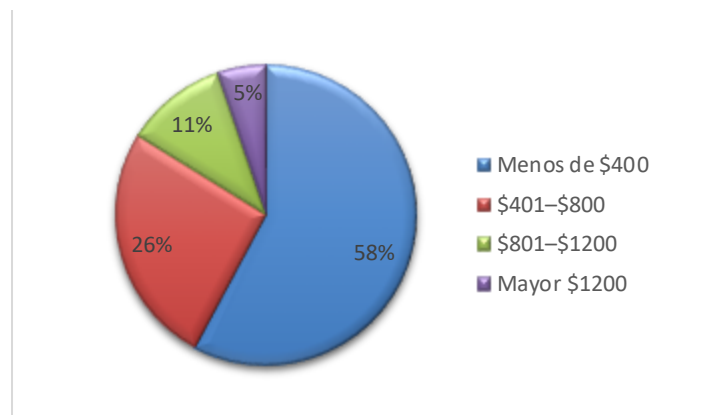
3. Ingreso mensual

Tabla 5. *Ingresos mensuales*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$400	222	58%
\$401–\$800	100	26%
\$801–\$1200	42	11%
Mayor \$1200	20	5%
Total	384	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 3. *Ingresos Mensuales*



Interpretación:

Respecto a los ingresos mensuales, el rango con mayor participación fue el de menos de \$400, que agrupó al 58 % de los encuestados. Le siguió el rango de \$401 a \$800, con el 26 %, mientras que el 11 % declaró ingresos entre \$801 y \$1.200 y únicamente el 5 % superó los \$1.200 mensuales. En conjunto, el 84 % de los participantes percibe ingresos de hasta \$800, lo que indica que la muestra se concentra principalmente en segmentos de ingresos bajos y medios. Esta característica debe considerarse al establecer los precios de los productos, procurando que sean accesibles para el público objetivo sin afectar la sostenibilidad económica de la microempresa.

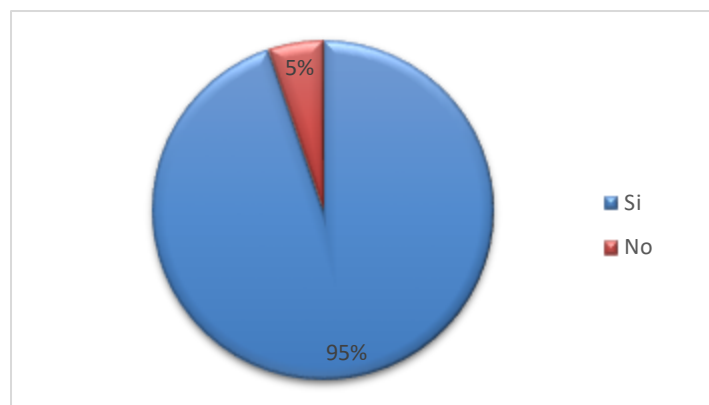
Pregunta 4. ¿Compra tortas o productos de repostería?

Tabla 6. *Consumo de tortas o productos de repostería*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	364	95%
No	20	5%
Total	384	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 4. *Consumo de tortas o Productos de repostería.*



Interpretación:

En cuanto al consumo de tortas o productos de repostería, el 95 % de los encuestados manifestó que sí los adquiere, mientras que el 5 % indicó que no los adquiere. Este resultado muestra que los productos de repostería forman parte de los hábitos de compra de la mayoría de los participantes, lo que constituye una condición favorable para el desarrollo de la propuesta. Sin embargo, la posible demanda de una repostería sostenible debe analizarse junto con la intención de compra, la frecuencia de consumo y la disposición a pagar por este tipo de productos.

A partir de la pregunta 5, el análisis se realizó únicamente con los 364 participantes que manifestaron adquirir tortas o productos de repostería. Las 20 personas restantes fueron

excluidas de las preguntas posteriores, debido a que estas estaban orientadas a conocer los hábitos, preferencias y criterios de compra de los consumidores.

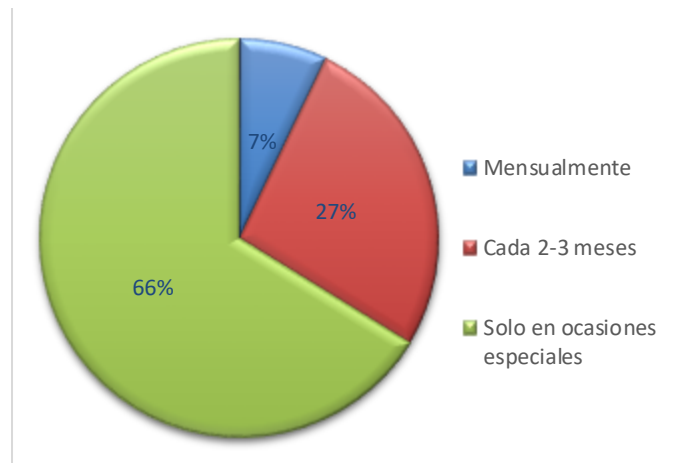
Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia consume tortas?

Tabla 7. *Frecuencia de consumo de tortas*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Mensualmente	26	7%
Cada 2-3 meses	97	27%
Solo en ocasiones especiales	241	66%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 5. *Frecuencia de consumo de tortas.*



Interpretación:

Entre los 364 participantes que adquieren productos de repostería, el 66 % señaló que compra tortas principalmente en ocasiones especiales, el 27 % lo hace cada dos o tres meses y solo el 7 % las adquiere mensualmente. Esta distribución indica que la compra de tortas se relaciona, sobre todo, con celebraciones y fechas importantes, por lo que la microempresa podría orientar parte de su oferta hacia productos personalizados, paquetes para eventos y promociones

especiales. No obstante, la baja frecuencia de compra mensual también evidencia la conveniencia de ofrecer postres individuales u otras alternativas de consumo habitual para mantener ventas regulares.

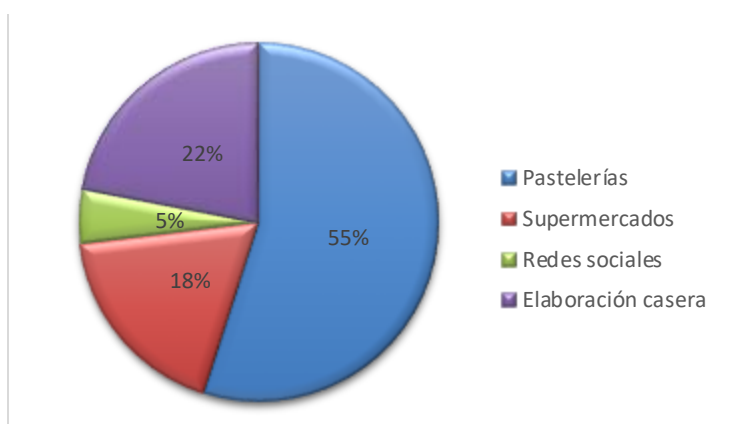
Pregunta 6. ¿Dónde compra habitualmente tortas o productos de repostería?

Tabla 8. *Lugares de compras de productos de reposterías*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Pastelerías	200	55%
Supermercados	66	18%
Redes sociales	18	5%
Elaboración casera	80	22%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 6. *Lugares de compra de productos de repostería.*



Interpretación:

La preferencia por el lugar de compra evidencia que las pastelerías fueron el lugar de compra preferido, con el 55 % de las respuestas. La elaboración casera alcanzó el 22 %, los supermercados el 18 % y las redes sociales el 5 %. La mayor preferencia por establecimientos especializados respalda la implementación de un punto de venta para la microempresa. A la vez,

conviene complementar la atención presencial con pedidos mediante redes sociales y servicio de entrega.

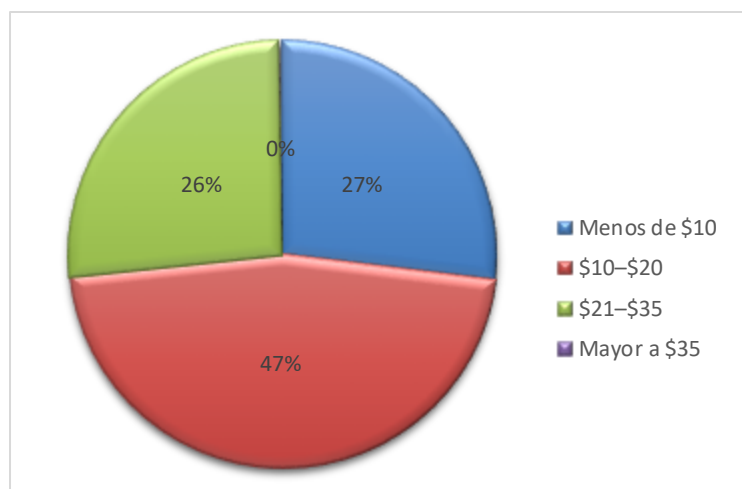
Pregunta 7. ¿Cuál es su gasto habitual en la compra de una torta?

Tabla 9. *Gasto habitual de Consumo*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$10	98	26,9%
\$10–\$20	169	46,4%
\$21–\$35	96	26,4%
Mayor a \$35	1	0,3%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 7. *Gasto habitual de consumo.*



Interpretación:

El gasto habitual se concentra principalmente entre \$10 y \$20, rango seleccionado por el 46,4 % de los encuestados. Las opciones de menos de \$10 y de \$21 a \$35 registraron porcentajes similares, con 26,9 % y 26,4 %, respectivamente, mientras que solo el 0,3 % indicó gastar más de \$35. Esta distribución muestra una mayor preferencia por precios intermedios, aspecto que

debe considerarse al establecer valores accesibles y acordes con la capacidad de compra del mercado objetivo.

Pregunta 8. ¿Qué aspectos considera al momento de la compra?

Tabla 10. Aspectos considerados al momento de compra

Aspectos	Muy Importante	Importante	Poco Importante	Nada Importante
Sabor	326	35	3	0
Precio	72	274	16	2
Diseño/Presentación	201	150	11	2
Calidad de Ingredientes	311	48	4	1
Tamaño o porción	144	181	34	5

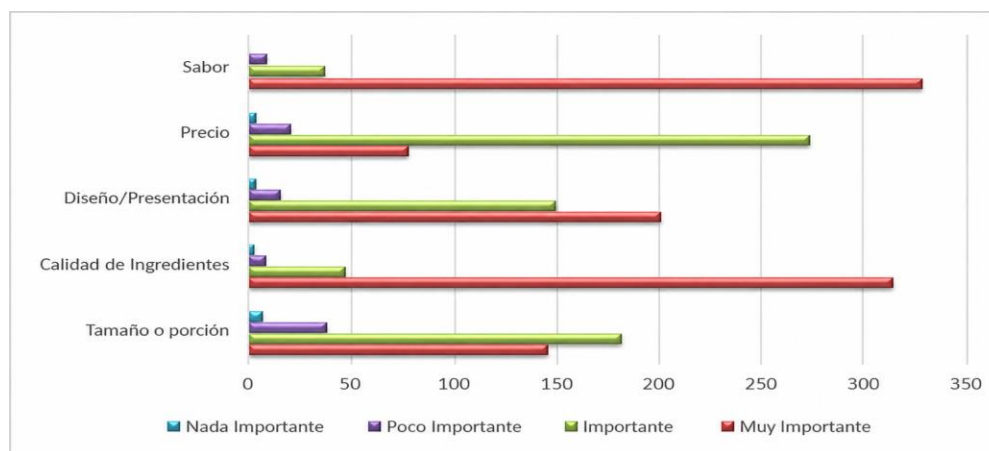
Nota: Elaboración propia

Tabla 11. Frecuencia de los aspectos considerados al momento de compra

Muy Importante	Importante	Poco Importante	Nada Importante	TOTAL
89,6%	9,6%	0,8%	0,0%	100%
19,8%	75,3%	4,4%	0,5%	100%
55,2%	41,2%	3,0%	0,5%	100%
85,4%	13,2%	1,1%	0,3%	100%
39,6%	49,7%	9,3%	1,4%	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 8. Aspectos que se consideran durante la compra.



Interpretación:

El sabor y la calidad de los ingredientes fueron los criterios mejor valorados al momento de comprar una torta, ya que el 89,6 % y el 85,4 % de los participantes, respectivamente, los consideraron muy importantes. El diseño o la presentación también obtuvo una valoración destacada, con el 55,2 %. El precio fue calificado principalmente como importante por el 75,3 %, mientras que el tamaño o la porción alcanzó el 49,7 % en esta categoría. La elección del producto depende, por tanto, de una combinación entre sabor, calidad, presentación, precio y cantidad, elementos que deben mantenerse equilibrados dentro de la oferta de la microempresa.

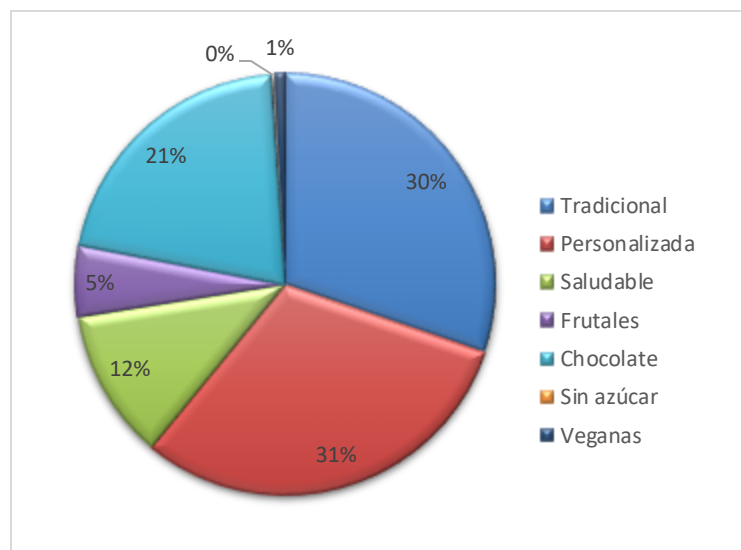
Pregunta 9. ¿Qué tipo de tortas prefieres?

Tabla 12. *Tipo de tortas preferidas*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Tradicional	110	30%
Personalizada	112	31%
Saludable	42	12%
Frutales	20	5%
Chocolate	76	21%
Sin azúcar	1	0%
Veganas	3	1%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 9. *Tipo de tortas preferidas*



Interpretación:

La preferencia se concentró en las tortas personalizadas, con el 31 %, y en las tradicionales, con el 30 %. Las tortas de chocolate alcanzaron el 21 %, mientras que las opciones saludables representaron el 12 %. Las variedades frutales, veganas y sin azúcar registraron una

menor aceptación. La distribución obtenida muestra que los consumidores valoran principalmente la personalización y los sabores tradicionales, aunque también existe un segmento interesado en alternativas más saludables, aspecto que podría considerarse para diversificar la oferta de la microempresa.

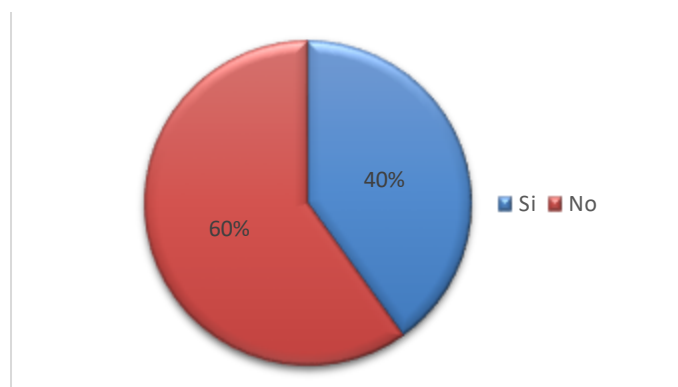
Pregunta 10. ¿Conoce qué es una pastelería sostenible?

Tabla 13. *Conocimiento del concepto de pastelería sostenible*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	146	40%
No	218	60%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 10. *Conocimiento del concepto de pastelería sostenible.*



Interpretación:

El concepto de pastelería sostenible aún es desconocido para una parte importante de los encuestados, pues el 60 % manifestó no conocer este tipo de establecimiento y el 40 % señaló que sí. Esta diferencia no necesariamente representa una falta de interés, sino un limitado conocimiento sobre sus características y beneficios. Por ello, la microempresa deberá comunicar

de manera clara su propuesta de valor, especialmente el uso de ingredientes locales, empaques ecológicos y prácticas orientadas a reducir los desperdicios.

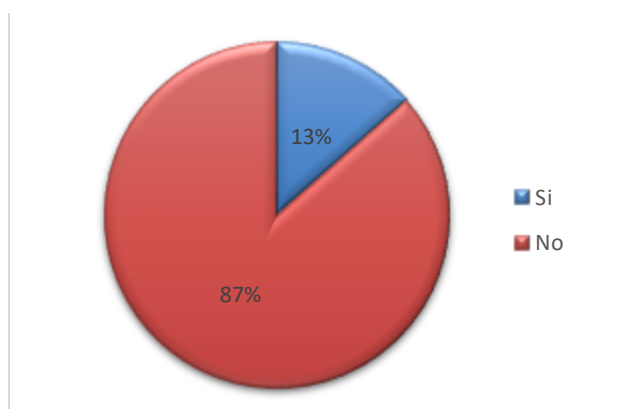
Pregunta 11. ¿Conoce usted algún lugar o espacio donde oferten productos de repostería sostenible en la ciudad?

Tabla 14. *Conocimiento de establecimientos que ofrezcan productos de repostería sostenible*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	49	13%
No	315	87%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 11. *Conocimiento de establecimientos que oferten productos de repostería sostenible.*



Interpretación:

El 87 % de los participantes manifestó no conocer establecimientos que ofrezcan productos de repostería sostenible, mientras que solo el 13 % indicó identificar este tipo de negocios. La diferencia evidencia una baja visibilidad de esta oferta en el mercado local, aunque no permite afirmar que sea inexistente. Para la microempresa, este resultado representa la

oportunidad de diferenciarse mediante una comunicación clara de sus prácticas sostenibles y una mayor presencia en medios digitales.

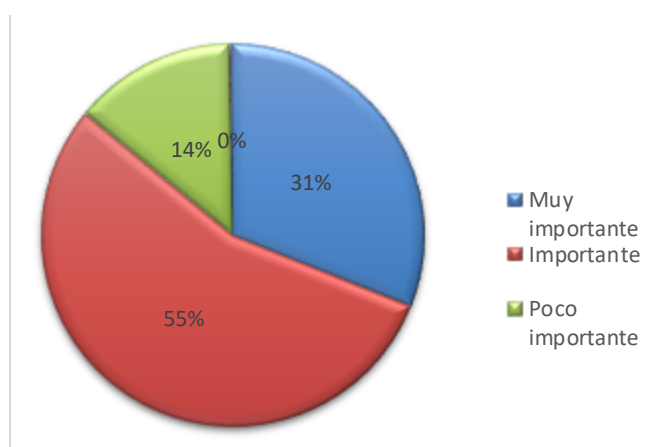
Pregunta 12. ¿Qué importancia tiene para usted la utilización de productos naturales y locales en la elaboración de tortas o productos de repostería?

Tabla 15. *Importancia de los productos naturales y locales*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	113	31%
Importante	200	55%
Poco importante	50	14%
Nada importante	1	0%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 12. *Importancia de los productos naturales y locales.*



Interpretación:

La utilización de productos naturales y locales recibió una valoración positiva por parte de los encuestados. El 55 % la consideró importante y el 31 % muy importante, mientras que el 14 % le atribuyó poca importancia. Esta distribución muestra una aceptación favorable hacia el

empleo de ingredientes de origen local, por lo que su incorporación podría fortalecer la propuesta de valor de la microempresa y favorecer el vínculo con proveedores de la zona.

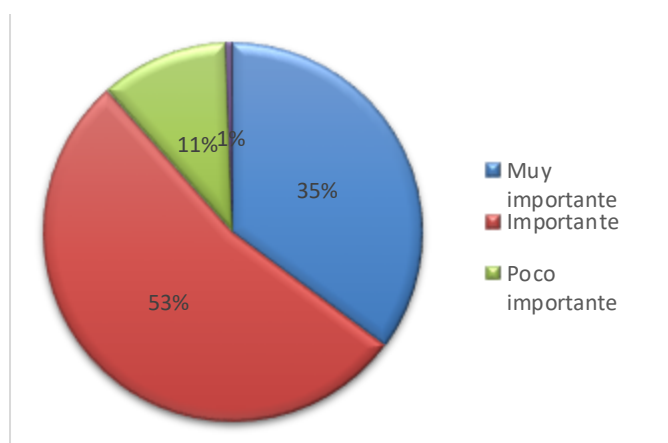
Pregunta 13. ¿Qué nivel de importancia le da al uso de empaques ecológicos en productos de repostería?

Tabla 16. *Importancia de los empaques ecológicos*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	128	35%
Importante	194	53%
Poco importante	40	11%
Nada importante	2	1%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 13. *Importancia de los empaques ecológicos.*



Interpretación:

Los empaques ecológicos obtuvieron una valoración favorable entre los encuestados: el 53 % los consideró importantes y el 35 % muy importantes, mientras que el 12 % les atribuyó poca o ninguna importancia. Esta distribución muestra una buena aceptación de alternativas de

empaque con menor impacto ambiental, por lo que su incorporación puede reforzar el enfoque sostenible de la microempresa.

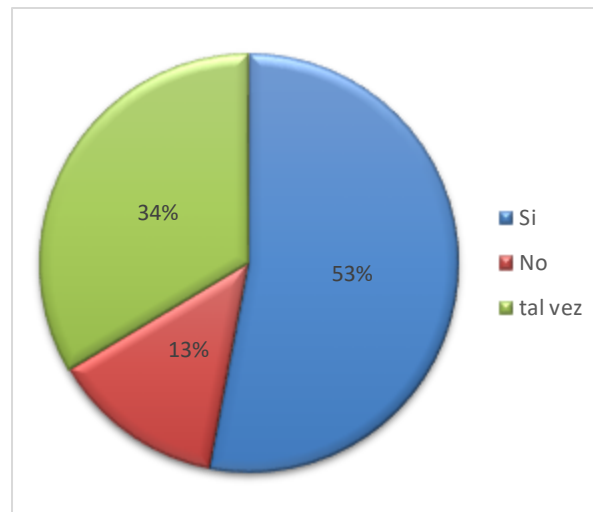
Pregunta 14. ¿Considera aceptable pagar un poco más por productos de repostería sostenible?

Tabla 17. *Disposición a pagar más por productos sostenibles*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	193	53%
No	49	13%
Tal vez	122	34%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 14. *Disposición a pagar más por productos sostenibles.*



Interpretación:

La disposición a pagar un valor adicional por productos sostenibles fue favorable en una parte importante de la muestra: el 53 % respondió afirmativamente, el 34 % señaló que tal vez lo haría y el 13 % indicó que no. Aunque existe apertura hacia un precio mayor, el porcentaje de participantes indecisos muestra que este incremento debe justificarse mediante beneficios

visibles, como el uso de ingredientes locales, empaques ecológicos y una mejor calidad. Por ello, la fijación de precios deberá comunicar claramente el valor agregado sin alejarse de la capacidad de compra del mercado objetivo.

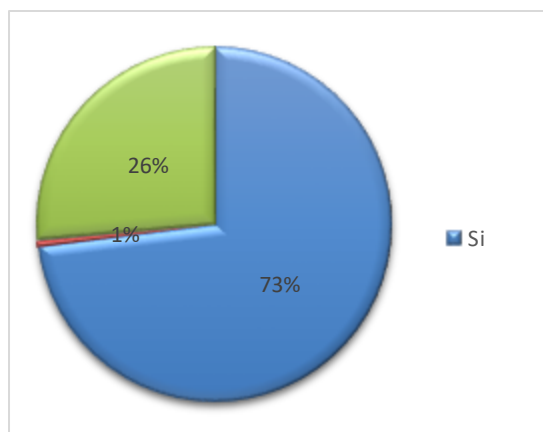
Pregunta 15. ¿Compraría producto de repostería en una pastelería sostenible?

Tabla 18. *Intención de compra en una pastelería sostenible.*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	266	73%
No	2	1%
Tal vez	96	26%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 15. *Intención de compra en una pastelería sostenible.*



Interpretación:

La intención de compra fue favorable entre los participantes: el 73 % afirmó que adquiriría productos de una pastelería sostenible, el 26 % señaló que posiblemente lo haría y solo el 1 % respondió de manera negativa. La elevada aceptación declarada representa una señal positiva para la propuesta comercial; sin embargo, debe analizarse junto con la frecuencia de

compra, el nivel de ingresos y la disposición a pagar un valor adicional, debido a que la intención expresada no garantiza una compra efectiva.

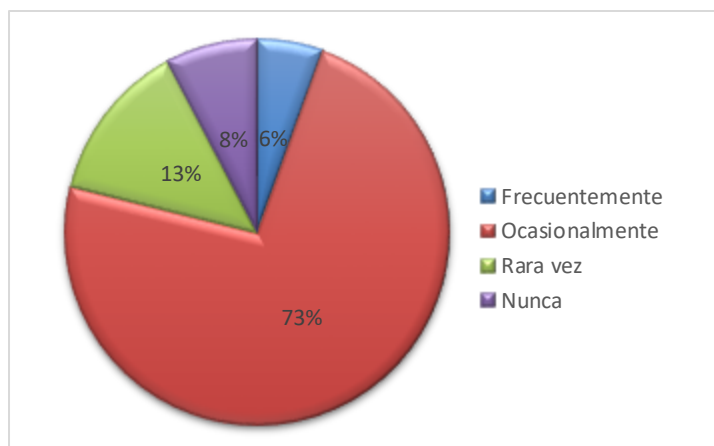
Pregunta 16. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto(a) a adquirir productos de una pastelería sostenible?

Tabla 19. *Frecuencia de adquisición de productos.*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Frecuentemente	20	5,5%
Ocasionalmente	267	73,4%
Rara vez	49	13,5%
Nunca	28	7,7%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 16. *Frecuencia de adquisición de productos.*



Interpretación:

La frecuencia de prevista de compra se concentró en la opción ocasionalmente 73 % de los encuestados. El 13 % indicó que adquiriría estos productos rara vez, el 6 % lo haría con frecuencia y el 8 % manifestó que no los compraría. La distribución muestra que la demanda

sería principalmente ocasional, por lo que la microempresa debería complementar las tortas para celebraciones con postres individuales y opciones de consumo cotidiano que permitan mantener ventas más constantes.

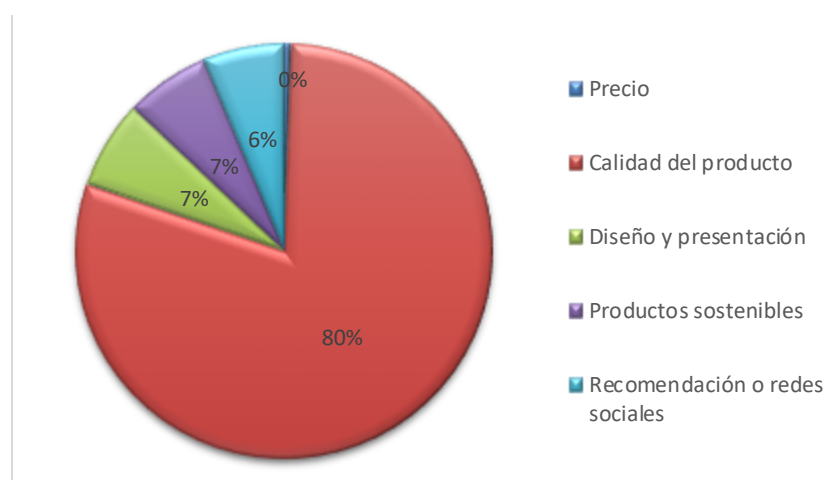
Pregunta 17. ¿Qué factor considera más decisivo para elegir una pastelería frente a otra?

Tabla 20. Factores para elegir una pastelería.

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Precio	2	0,5%
Calidad del producto	290	79,7%
Diseño y presentación	25	6,9%
Productos sostenibles	24	6,6%
Recomendación o redes sociales	23	6,3%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 17. Factores para elegir una pastelería.



Interpretación:

La calidad del producto fue el principal criterio para elegir una pastelería, con el 80 % de las respuestas. El diseño y la presentación, junto con la oferta de productos sostenibles, alcanzaron el 7 % cada uno, mientras que las recomendaciones o redes sociales representaron el 6 %. El precio registró la menor preferencia, lo que indica que los participantes priorizan la calidad por encima de otros factores. Esta valoración debe considerarse al definir la oferta de la microempresa, procurando mantener buenos estándares en sabor, ingredientes y presentación.

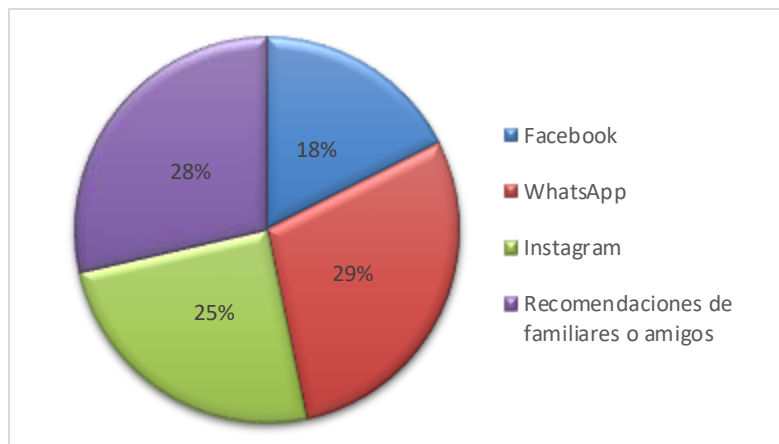
Pregunta 18. ¿Por qué medio le gustaría conocer promociones o productos de una pastelería sostenible?

Tabla 21. Medios preferidos para recibir promociones

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	64	17,6%
WhatsApp	106	29,1%
Instagram	90	24,7%
Recomendaciones de familiares o amigos	104	28,6%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 18. Medios preferidos para recibir promociones



Interpretación:

WhatsApp fue el medio preferido para conocer promociones de una pastelería, con el 29 % de las respuestas, seguido de las recomendaciones de familiares o amigos con el 28 %. Instagram alcanzó el 25 % y Facebook el 18 %. La distribución muestra que la estrategia promocional debería priorizar WhatsApp e Instagram, sin descuidar la experiencia del cliente, debido a la influencia que tienen las recomendaciones personales en la elección de una pastelería.

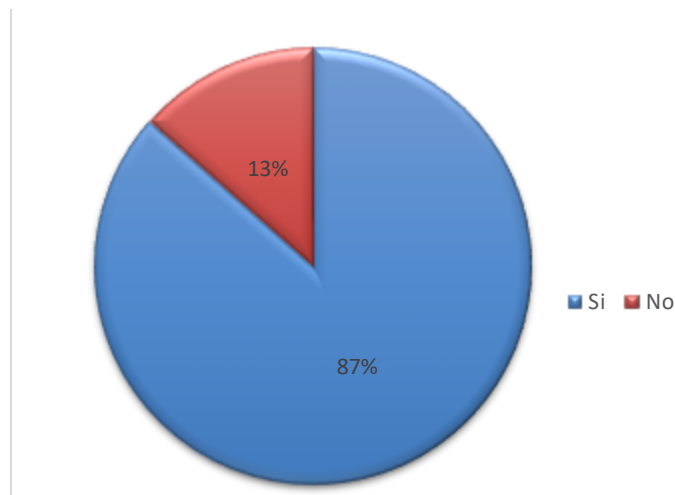
Pregunta 19. ¿Recomendarías una pastelería que ofrezca productos de repostería sostenible en la ciudad?

Tabla 22. *Recomendación de una pastelería sostenible*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	315	87%
No	49	13%
Total	364	100%

Nota: Elaboración propia

Figura 19. *Recomendación de una pastelería sostenible*



Interpretación:

El 87 % de los encuestados manifestó que recomendaría una pastelería que ofrezca productos de repostería sostenible en la ciudad de Manta, mientras que el 13 % indicó lo contrario. La elevada disposición a recomendar este tipo de establecimiento revela una percepción favorable entre los potenciales consumidores. Este resultado puede contribuir al posicionamiento de la microempresa, debido a que las recomendaciones personales constituyen un medio importante para generar confianza y atraer nuevos clientes.

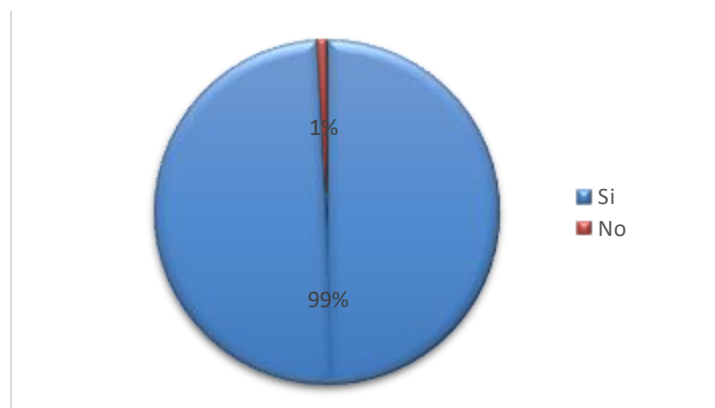
Pregunta 20. ¿Le gustaría una pastelería sostenible en Manta?

Tabla 23. *Aceptación de una pastelería sostenible en la ciudad de Manta*

Opciones de Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	361	99%
No	3	1%
Total	364	100,0%

Nota: Elaboración propia

Figura 20. *Aceptación de una pastelería sostenible en la ciudad de Manta.*



Interpretación:

El 99 % de los encuestados manifestó que le gustaría contar con una pastelería sostenible en la ciudad de Manta, mientras que solo el 1 % respondió de forma negativa. La amplia aceptación declarada constituye una señal favorable para la propuesta y muestra interés por este tipo de establecimiento. Sin embargo, este resultado debe analizarse junto con la frecuencia de compra, el nivel de ingresos y la disposición a pagar, debido a que la aceptación expresada no garantiza por sí sola una demanda efectiva.

Capítulo III

3 Estudio de mercado

3.1 Objetivo del estudio de mercado

El estudio de mercado tiene como objetivo analizar las condiciones del mercado para la implementación de la microempresa de repostería sostenible y sustentable en el cantón Manta.

3.1.1 Generalidades del Proyecto

Las generalidades del proyecto establecen la identidad de la microempresa propuesta dentro del estudio de prefactibilidad, definiendo los principios que orientarán su funcionamiento y desarrollo. En relación, se presentan la misión y la visión como elementos estratégicos que expresan la razón de ser de la organización y la proyección que se espera alcanzar a futuro. Estos componentes servirán como guía para el cumplimiento de los objetivos empresariales, promoviendo la oferta de productos de repostería elaborados bajo criterios de calidad, innovación y sostenibilidad, con el propósito de satisfacer las necesidades de los consumidores de la ciudad de Manta y contribuir al desarrollo de prácticas responsables con el medio ambiente.

3.1.1.1 Misión

Ofrecer productos de repostería sostenible y sustentable, elaborados con ingredientes de calidad y empaques ecológicos, satisfaciendo las necesidades de los consumidores de la ciudad de Manta mediante un servicio innovador y responsable con el medio ambiente.

3.1.1.2 Visión

Ser una microempresa reconocida en la ciudad de Manta por ofrecer productos de repostería sostenible y sustentable de alta calidad, destacándose por la innovación, la satisfacción del cliente y el compromiso con el cuidado del medio ambiente.

3.1.2 Descripción de la microempresa

La presente propuesta contempla la creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta, la cual operará bajo el nombre comercial “Placeres & Sabores”. La empresa estará orientada a la elaboración y comercialización de tortas y productos de repostería, elaborados con ingredientes de calidad, incorporando prácticas responsables con el medio ambiente y el uso de empaques ecológicos.

La actividad empresarial estará orientada a satisfacer las necesidades de consumidores que buscan productos de repostería de calidad, personalizados y elaborados bajo criterios de sostenibilidad. Mediante esta propuesta, la microempresa buscará diferenciarse en el mercado local por la combinación de innovación, responsabilidad ambiental y atención al cliente.

3.1.3 Descripción de los productos

Los productos de la microempresa estarán conformados por una variedad de tortas, y otros productos de repostería elaborados de forma artesanal. Su preparación se realizará con

ingredientes de calidad, priorizando el uso de insumos naturales, proveedores locales y empaques ecológicos, con el propósito de ofrecer productos que combinen sabor, calidad y sostenibilidad.

La oferta estará dirigida a consumidores que buscan productos personalizados para diferentes ocasiones, elaborados bajo prácticas responsables con el medio ambiente. De esta manera, la microempresa buscará diferenciarse en el mercado local mediante una propuesta que integre innovación, responsabilidad ambiental y satisfacción del cliente.

3.1.4 Delimitación geográfica del mercado

El estudio de mercado se delimita geográficamente al cantón Manta, ubicado en la provincia de Manabí, debido a su importancia comercial, crecimiento urbano y dinamismo económico. Esta localidad presenta condiciones favorables para el desarrollo de la microempresa, al concentrar una población con una demanda constante de productos de repostería para consumo cotidiano y celebraciones especiales.

La investigación se enfoca en los habitantes del cantón Manta, quienes constituyen el mercado objetivo para la comercialización de los productos propuestos. La elección de esta zona responde a la factibilidad de acceso al mercado, la disponibilidad de proveedores, la presencia de potenciales consumidores y las oportunidades de crecimiento para una microempresa de repostería sostenible y sustentable.

3.1.5 Análisis del entorno (PESTEL)

El análisis PESTEL permite identificar los factores externos que pueden influir en el desarrollo de una organización (García, 2026). Mediante esta herramienta se evalúan los aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que inciden en el entorno del

proyecto, con el propósito de reconocer oportunidades y amenazas que puedan afectar su desempeño y contribuir a la toma de decisiones dentro del estudio de prefactibilidad.

3.1.5.1 Político

El Gobierno del Ecuador impulsa políticas orientadas al fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), promoviendo su competitividad, innovación y desarrollo productivo. Asimismo, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones desarrolla programas de capacitación y fortalecimiento empresarial, mientras que BanEcuador ofrece líneas de crédito dirigidas a financiar actividades productivas y emprendimientos.

Estas acciones favorecen la creación de la microempresa de repostería sostenible y sustentable, ya que facilitan el acceso a programas de fortalecimiento empresarial y alternativas de financiamiento para la adquisición de equipos, insumos y capital de trabajo, contribuyendo a mejorar la prefactibilidad y sostenibilidad del proyecto.

3.1.5.2 Económico

La economía ecuatoriana influye directamente en el desarrollo de las microempresas, debido a la variación de los precios de las materias primas, los servicios básicos y el poder adquisitivo de los consumidores. Según el Banco Central del Ecuador (2025), la economía nacional registró un crecimiento interanual del 4,3 % durante el segundo trimestre de 2025, impulsado principalmente por el consumo de los hogares, las exportaciones no petroleras y la inversión.

Este comportamiento económico favorece un entorno propicio para el desarrollo de nuevos emprendimientos; sin embargo, la microempresa deberá considerar las fluctuaciones en los precios de insumos como harina, azúcar, huevos, mantequilla y empaques ecológicos, ya que

estas pueden incrementar los costos de producción y afectar la rentabilidad del proyecto. Por ello, será necesario establecer estrategias de control de costos y una adecuada planificación financiera que contribuyan a mantener su competitividad.

3.1.5.3 Social

En los últimos años, la sociedad ha mostrado una mayor preocupación por adoptar hábitos de consumo responsables y promover prácticas orientadas al desarrollo sostenible. La Organización de las Naciones Unidas destaca que el consumo y la producción responsables son fundamentales para reducir el impacto ambiental y contribuir al desarrollo sostenible.

Esta tendencia favorece el desarrollo de la microempresa de repostería sostenible y sustentable, ya que su propuesta incorpora prácticas responsables como el uso de empaques ecológicos y una producción orientada a minimizar el impacto ambiental. Estos aspectos pueden fortalecer su diferenciación frente a la competencia y responder a las expectativas de consumidores que valoran alternativas más sostenibles.

3.1.5.4 Tecnológico

En Ecuador, la transformación digital se ha consolidado como un eje estratégico para fortalecer la competitividad del sector productivo. La Agenda de Transformación Digital del Ecuador 2022–2025 establece acciones orientadas a impulsar la digitalización de las empresas mediante el fortalecimiento del comercio electrónico, la implementación de sistemas de pago digitales, el desarrollo de infraestructura tecnológica y la adopción de herramientas digitales que favorezcan la innovación y el crecimiento de los emprendimientos (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2022). Bajo esta perspectiva, la microempresa de repostería sostenible y sustentable podrá aprovechar el uso de redes sociales,

plataformas de comercio electrónico y medios de pago digitales para ampliar su alcance comercial, mejorar la atención al cliente y optimizar la gestión de pedidos, fortaleciendo así su posicionamiento en el mercado

3.1.5.5 Ecológico

La adopción de prácticas sostenibles y de economía circular promueve el uso eficiente de los recursos, la reducción de residuos y la implementación de procesos productivos con menor impacto ambiental. Estas acciones fomentan modelos de producción responsables y contribuyen a la protección del medio ambiente. Bajo esta perspectiva, la microempresa de repostería sostenible y sustentable incorporará empaques ecológicos y prácticas responsables durante su proceso productivo, fortaleciendo su compromiso con la sostenibilidad y diferenciándose dentro del mercado.

3.1.5.6 Legal

La creación y funcionamiento de una microempresa de repostería en el Ecuador debe cumplir con la normativa vigente en materia sanitaria, tributaria y comercial. Instituciones como la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), el Servicio de Rentas Internas (SRI) y el Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta regulan aspectos relacionados con la notificación o registro sanitario, las obligaciones tributarias y la obtención de los permisos necesarios para el funcionamiento del establecimiento.

El cumplimiento de estas disposiciones permitirá que la microempresa desarrolle sus actividades dentro del marco legal vigente, fortaleciendo la confianza de los consumidores, reduciendo riesgos administrativos y garantizando la comercialización de productos que cumplan con los estándares de calidad e inocuidad establecidos por la normativa ecuatoriana.

3.1.6 Análisis FODA

Con el propósito de complementar el análisis del entorno realizado mediante la matriz PESTEL, se desarrolla el análisis FODA de la microempresa propuesta. Esta herramienta permite identificar los principales factores internos y externos que pueden influir en el desarrollo del proyecto, facilitando la evaluación de las condiciones que favorecen o limitan su implementación. Los resultados obtenidos constituyen un apoyo para la formulación de estrategias orientadas a fortalecer la propuesta empresarial y mejorar su competitividad en el mercado.

Figura 21. Matriz FODA



Nota: Elaboración propia

Los resultados de la matriz FODA evidencian que la microempresa cuenta con fortalezas relacionadas con la calidad de sus productos, la personalización de la oferta y el enfoque sostenible, aspectos que representan una ventaja competitiva. Asimismo, se identifican oportunidades asociadas a la creciente demanda de productos sostenibles y al uso de medios digitales para su comercialización. No obstante, el proyecto deberá enfrentar desafíos como el

bajo reconocimiento de marca, los recursos financieros limitados y la competencia existente en el mercado local.

3.1.7 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda permite conocer las preferencias, hábitos de consumo y nivel de aceptación de los potenciales consumidores frente a la creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de Manta. Para ello, se evaluaron los resultados obtenidos mediante la aplicación de 384 encuestas, con el propósito de identificar el mercado potencial y obtener información que sustente la prefactibilidad comercial del proyecto. A partir de estos resultados, se desarrollan la segmentación del mercado, la identificación del mercado objetivo y la estimación de la demanda potencial.

3.1.8 Segmentación del mercado

Con el propósito de identificar el perfil de los potenciales consumidores de la microempresa, se realizó la segmentación del mercado considerando criterios geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales. Esta clasificación permite conocer las características del público objetivo y orientar las estrategias de comercialización de acuerdo con sus necesidades y preferencias.

Geográfica: La microempresa dirigirá inicialmente sus actividades al cantón Manta, provincia de Manabí, por ser el área donde se desarrollará el proyecto. Esta ciudad presenta un importante dinamismo comercial y una demanda constante de productos de repostería para celebraciones, eventos y consumo familiar, constituyendo un mercado con oportunidades para la incorporación de una propuesta basada en criterios de sostenibilidad.

Demográfica: El mercado está conformado por hombres y mujeres mayores de 18 años, con ingresos bajos y medios, residentes en el cantón Manta. Este segmento incluye consumidores que adquieren productos de repostería para diferentes ocasiones y que valoran la calidad, la presentación y la innovación en los productos que consumen.

Psicográfica: El perfil psicográfico corresponde a consumidores que valoran la calidad, la personalización y el consumo responsable. Además, muestran una disposición favorable hacia propuestas que incorporen prácticas sostenibles y el uso de empaques ecológicos.

Conductual: El segmento está integrado por consumidores que adquieren productos de repostería de manera ocasional o frecuente para cumpleaños, reuniones familiares, eventos sociales y otras celebraciones. Asimismo, consideran aspectos como el sabor, la calidad, la presentación, el precio y la sostenibilidad al momento de realizar su compra, evidenciando una disposición favorable hacia propuestas que aporten un valor diferenciador.

3.1.9 Mercado objetivo

El mercado objetivo de la microempresa está conformado por hombres y mujeres mayores de 18 años residentes en el cantón Manta, pertenecientes principalmente a los niveles de ingresos bajos y medios, quienes adquieren productos de repostería para celebraciones, reuniones familiares y otras ocasiones especiales. Este segmento se caracteriza por valorar atributos como la calidad, la presentación, el sabor y la relación entre calidad y precio, mostrando además una disposición favorable hacia propuestas que incorporen prácticas sostenibles.

Los resultados de la investigación evidencian que el 95 % de los encuestados consume tortas o productos de repostería, lo que demuestra una alta aceptación de este tipo de productos dentro del mercado local. Asimismo, el 53 % de los participantes corresponde al género

femenino y el 47 % al masculino, reflejando un interés equilibrado por la adquisición de estos productos. En cuanto a los ingresos mensuales, el 58 % percibe menos de \$400, el 26 % entre \$401 y \$800, el 11 % entre \$801 y \$1200, y el 5 % ingresos superiores a \$1200, información que respalda la orientación de la oferta hacia consumidores de ingresos bajos y medios.

3.1.10 Estrategia de comercialización (4P)

La estrategia de comercialización se orienta a posicionar la microempresa de repostería sostenible y sustentable en el mercado del cantón Manta, mediante la aplicación de acciones relacionadas con el producto, el precio, la plaza y la promoción. Estas estrategias se diseñan considerando los resultados del estudio de mercado y las preferencias de los consumidores, con el fin de fortalecer la competitividad del proyecto y facilitar su ingreso al mercado.

3.1.10.1 Producto

La microempresa ofrecerá una línea de productos de repostería artesanal, conformada por tortas y postres personalizados para diferentes ocasiones. La propuesta de valor se fundamentará en la utilización de ingredientes de calidad, diseños personalizados y prácticas sostenibles, incorporando empaques ecológicos y promoviendo el uso responsable de los recursos. Estas características permitirán diferenciar la oferta frente a la competencia y atender las preferencias de consumidores que valoran la calidad, la personalización y el compromiso con el cuidado del medio ambiente.

3.1.10.2 Precio

La estrategia de precios se establecerá considerando los costos de producción, el análisis del mercado y el poder adquisitivo del segmento objetivo. Se aplicará una estrategia de penetración de mercado, ofreciendo precios competitivos que faciliten la captación de clientes

durante la etapa inicial del proyecto. Esta política permitirá posicionar la microempresa sin afectar la percepción de calidad de los productos ni la rentabilidad del negocio.

3.1.10.3 Plaza

La comercialización se desarrollará inicialmente en el cantón Manta mediante la venta directa y la elaboración de productos bajo pedido. Los canales de distribución incluirán la atención en el establecimiento, entregas a domicilio y la gestión de pedidos a través de WhatsApp, Facebook e Instagram, facilitando el acceso de los consumidores y ampliando la cobertura del mercado local.

3.1.10.4 Promoción

La estrategia de promoción se apoyará principalmente en medios digitales, mediante la difusión de contenido en redes sociales, campañas publicitarias, promociones en fechas especiales y descuentos para clientes frecuentes. Además, se destacarán los atributos sostenibles de la microempresa, como el uso de empaques ecológicos y el compromiso con prácticas responsables, fortaleciendo la imagen de la marca y favoreciendo la fidelización de los clientes.

3.1.11 Disponibilidad de materia prima

La disponibilidad de materia prima constituye un factor fundamental para garantizar la continuidad del proceso productivo de la microempresa. La elaboración de los productos de repostería requerirá ingredientes como harina de trigo, azúcar, huevos, leche, mantequilla, chocolate, frutas y otros insumos complementarios, los cuales podrán adquirirse a través de distribuidores especializados en insumos para repostería, supermercados y proveedores locales del cantón Manta.

Con el propósito de fortalecer la sostenibilidad del proyecto, se priorizará la adquisición de materias primas a proveedores locales, favoreciendo el uso de ingredientes frescos, la reducción de los costos de transporte y el fortalecimiento de la economía local. Esta estrategia permitirá mantener un abastecimiento oportuno, garantizar la calidad de los productos y respaldar el desarrollo continuo de las actividades productivas.

Capítulo IV

4 Estudio técnico y organizacional

4.1 Estudio técnico

4.1.1 Objetivo del estudio técnico

El estudio técnico tiene como objetivo determinar los requerimientos técnicos necesarios para la implementación de la microempresa de repostería sostenible y sustentable en el cantón Manta.

4.1.2 Localización del proyecto

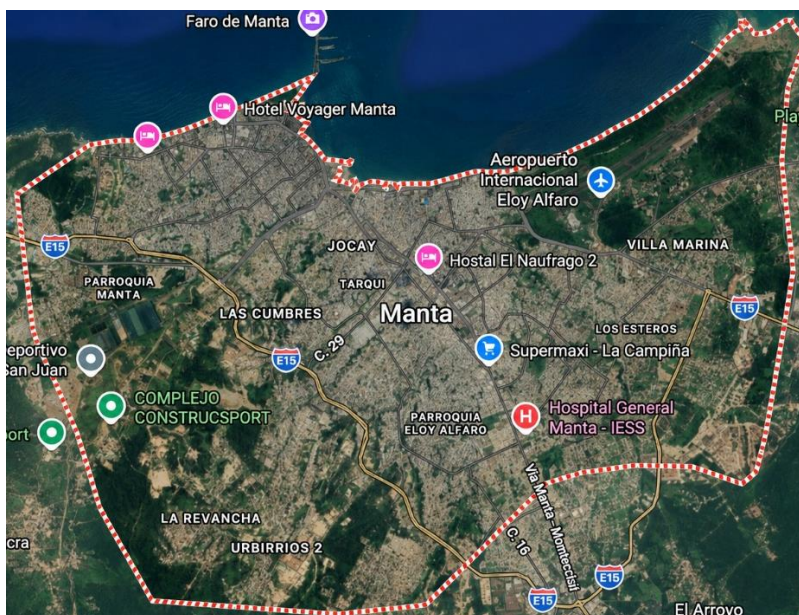
La localización del proyecto comprende el análisis del lugar donde se implementará la microempresa de repostería sostenible y sustentable. Para su determinación se consideran la macrolocalización y la microlocalización, con el propósito de establecer el ámbito geográfico donde se desarrollarán las actividades del proyecto y las condiciones más favorables para su futura implementación.

4.1.2.1 Macrolocalización

A nivel macro, el proyecto se localizará en el Ecuador, específicamente en la provincia de Manabí, cantón Manta. La selección de esta ubicación responde a las condiciones comerciales

del cantón, la disponibilidad de proveedores, el acceso a servicios básicos y el potencial de mercado para la comercialización de productos de repostería.

Figura 22. *Macrolocalización del proyecto en el cantón Manta.*



Nota: Fuente Google Maps

4.1.2.2 Microlocalización

En la presente investigación no se establece un sector específico para la implementación de la microempresa, debido a que el proyecto se desarrolla a nivel de prefactibilidad. No obstante, la futura selección del establecimiento deberá considerar criterios como la accesibilidad, la cercanía al mercado objetivo, la disponibilidad de servicios básicos, la seguridad del sector y los costos de operación, con el fin de garantizar condiciones favorables para el desarrollo de las actividades productivas y comerciales.

4.1.3 Proceso de Producción

El proceso productivo de la microempresa comprende un conjunto de actividades que orientan la transformación de las materias primas en productos de repostería terminados. Aunque

las etapas pueden presentar variaciones según el tipo de producto elaborado, se establece un flujo general que organiza las operaciones principales, facilita el control del proceso y contribuye a mantener la calidad, la inocuidad y la eficiencia durante la producción.

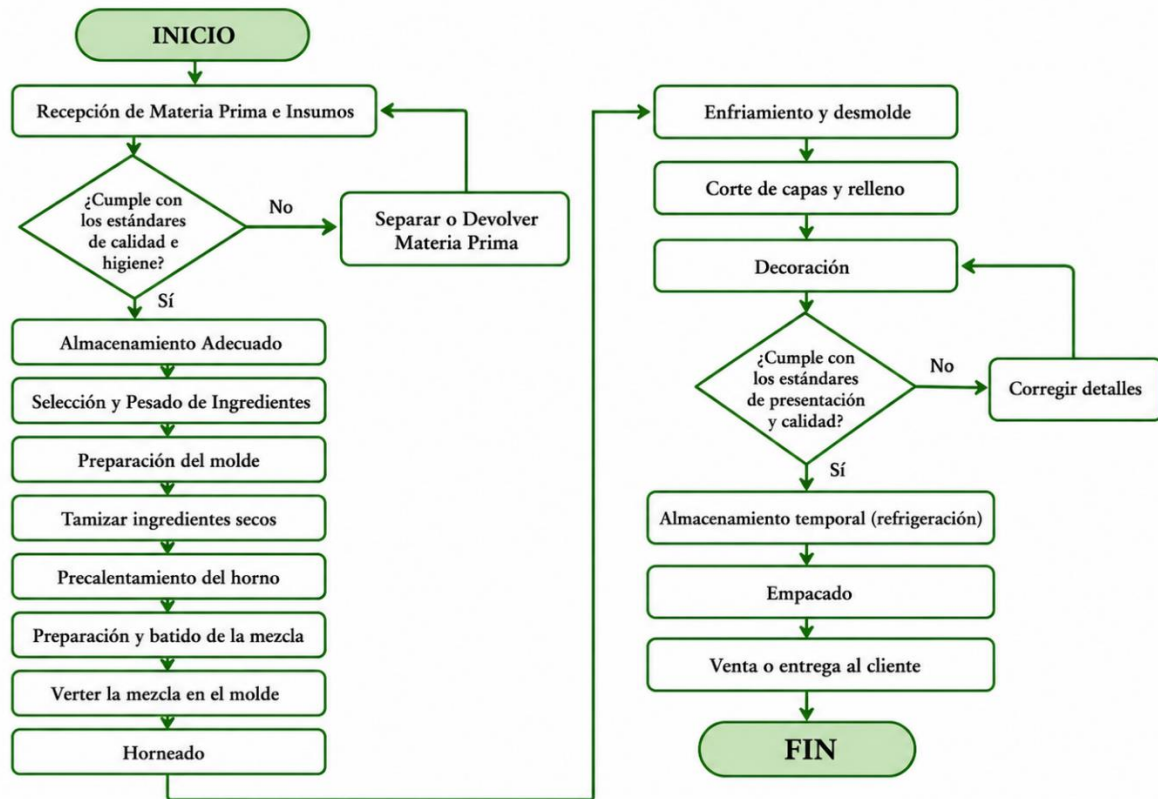
- **Recepción de materias primas e insumos:** El proceso productivo inicia con la recepción de las materias primas e insumos requeridos para la elaboración de los diferentes productos de repostería. En esta etapa se verifica que los materiales recibidos correspondan al pedido realizado y se encuentren en condiciones adecuadas para su utilización.
- **Inspección de calidad e higiene:** Posteriormente, se realiza una inspección para comprobar que los ingredientes cumplan con los estándares de calidad, higiene e inocuidad establecidos. Cuando algún insumo no reúne las condiciones requeridas, es separado o devuelto al proveedor para evitar que afecte el proceso de producción.
- **Almacenamiento adecuado:** Una vez aprobados, los ingredientes se almacenan de acuerdo con sus características de conservación. Esta clasificación permite mantener la calidad de las materias primas y facilitar su disponibilidad durante la producción.
- **Selección y pesado de ingredientes:** Los ingredientes se pesan y dosifican conforme a la formulación correspondiente de cada producto. Esta actividad asegura la uniformidad en la preparación y contribuye a un mejor control del consumo de materias primas.
- **Preparación de moldes:** Antes de iniciar la elaboración, se acondicionan los moldes que serán utilizados en la producción. Dependiendo del tipo de producto, esta preparación puede incluir el engrasado o la colocación de papel para hornear.

- **Tamizado de ingredientes secos:** Cuando la formulación lo requiere, los ingredientes secos son tamizados para eliminar impurezas y grumos, favoreciendo una mezcla más homogénea y una mejor textura del producto final.
- **Precalentamiento del horno:** De forma paralela a la preparación de la mezcla, el horno se precalienta hasta alcanzar la temperatura establecida para el producto que se elaborará, garantizando condiciones adecuadas para la cocción.
- **Preparación y batido de la mezcla:** Los ingredientes se incorporan siguiendo el procedimiento establecido para cada receta y se mezclan hasta obtener la consistencia adecuada. El tiempo y la técnica de batido pueden variar según las características del producto elaborado.
- **Vertido de la mezcla en los moldes:** La mezcla se distribuye en los moldes previamente preparados, procurando una cantidad uniforme que permita una cocción adecuada y una presentación homogénea.
- **Horneado:** Los moldes se introducen en el horno y se controla el tiempo y la temperatura de cocción de acuerdo con las especificaciones de cada producto. Durante esta etapa se desarrolla la estructura y textura característica de la preparación.
- **Enfriamiento y desmolde:** Finalizada la cocción, el producto se deja reposar hasta alcanzar una temperatura que permita su manipulación. Posteriormente, se realiza el desmolde con el cuidado necesario para conservar su forma y presentación.
- **Corte de capas y relleno:** En aquellos productos que lo requieren, se procede al corte de capas y a la incorporación del relleno correspondiente. Esta actividad dependerá del diseño y las características del pastel solicitado por el cliente.

- **Decoración:** Una vez armado el producto, se aplica la cobertura y la decoración según el tipo de pastel o el diseño requerido. Esta etapa aporta el acabado final y mejora la presentación del producto.
- **Inspección de calidad y presentación:** Antes de continuar con el proceso, se verifica que el producto terminado cumpla con los criterios de calidad, presentación e inocuidad definidos por la microempresa. Si se identifica alguna observación, se realizan las correcciones necesarias.
- **Almacenamiento temporal:** Los productos terminados se mantienen en condiciones adecuadas de conservación hasta el momento de su despacho. Cuando el tipo de preparación lo requiere, se almacenan bajo refrigeración para preservar su calidad y estabilidad.
- **Empacado:** El producto se coloca en un empaque apropiado para protegerlo durante su manipulación y transporte. Como parte de la propuesta de la microempresa, se prioriza el uso de materiales sostenibles que reduzcan el impacto ambiental.
- **Venta o entrega al cliente:** Finalmente, el producto es entregado al cliente en las condiciones acordadas, procurando mantener su calidad, presentación e inocuidad hasta el momento de su consumo.

4.1.4 Diagrama de flujo del proceso

Figura 23. Flujo del proceso de producción



Nota: Elaboración propia

4.1.5 Distribución de planta

La distribución de planta presenta la organización propuesta para las diferentes áreas de la microempresa, con el propósito de facilitar el desarrollo ordenado de sus actividades. Para su diseño se consideró el recorrido de la materia prima, desde la recepción y el almacenamiento hasta las etapas de preparación, horneado, enfriamiento, decoración, empaque y entrega del producto terminado.

Además, se incorporaron espacios destinados a la atención al cliente, el mostrador con vitrina, la oficina, los servicios higiénicos, los vestidores y el área de limpieza. La ubicación de cada zona permite mantener separadas las actividades de producción de aquellas destinadas al público, favoreciendo el orden, la higiene y la circulación dentro del establecimiento.

Figura 24. Distribución de planta propuesta para la microempresa Placeres y Sabores.



Nota: Elaboración propia

Como se observa en la figura, las áreas fueron ubicadas de acuerdo con la secuencia del proceso productivo. La recepción de materia prima se encuentra conectada con el área de almacenamiento y, posteriormente, con las etapas de elaboración. Por su parte, el área de clientes se mantiene separada de la zona de producción, lo que permite brindar una atención más cómoda y evitar interferencias con las actividades internas de la microempresa.

4.1.6 Capacidad Instalada

La capacidad instalada representa el volumen máximo de producción que la microempresa puede alcanzar en un período determinado, considerando la disponibilidad de

recursos y las condiciones normales de operación. Su determinación permite establecer el potencial productivo de la empresa y evaluar el nivel de aprovechamiento de su capacidad operativa.

Para el presente proyecto, se considera una jornada laboral de 8 horas diarias durante 23 días laborables al mes, bajo condiciones normales de operación. Con base en este supuesto, la capacidad instalada se determina mediante la siguiente expresión:

$$\text{Capacidad instalada} = \text{Producción diaria} * \text{Días laborables}$$

$$\text{Capacidad instalada} = 20 \text{ productos} * 23 \text{ días} = 460 \text{ productos/mes}$$

Tabla 24. *Capacidad Instalada*

Descripción	Valor
Capacidad instalada	460 productos/mes
Capacidad utilizada	360 productos/mes
Capacidad ociosa	100 productos/mes
Porcentaje de utilización	78,26 %
Porcentaje de capacidad ociosa	21,74 %

Nota: Elaboración propia

La capacidad instalada de 460 productos mensuales permite cubrir la producción proyectada de 360 productos al mes, alcanzando un nivel de utilización del 78,26 %. Esto evidencia la existencia de una capacidad ociosa del 21,74 %, la cual proporciona un margen operativo para atender incrementos en la demanda sin requerir inversiones adicionales, favoreciendo el crecimiento y la continuidad de la microempresa.

4.1.7 Materia prima e insumos

La producción de los diferentes productos de repostería requiere materias primas e insumos que garanticen la calidad, inocuidad y presentación de cada preparación. La selección

de estos materiales considera su disponibilidad en el mercado local, costos, condiciones de conservación y cumplimiento de las normas sanitarias vigentes.

Las materias primas utilizadas corresponden principalmente a ingredientes de uso alimenticio, mientras que los insumos comprenden materiales destinados al proceso productivo, la decoración y el empaque de los productos.

Entre las principales materias primas se encuentran:

Tabla 25. *Materia prima*

Descripción	unidad
cacao Orgánico	500 g
Azúcar	kg
Huevos	cubeta (30)
Aceite vegetal	L
Harina	kg
Bicarbonato	100g
vainilla	120 ml
manjar	250g
leche	L
Mantequilla	500 g
polvo de hornear	100 g
chocolate cobertura	500g
Azúcar micro pulverizada	1 kg
Margarina Marva	500g
colorantes	unidad
sprinkles	Frasco
perlas comestibles	Frasco

Nota: Elaboración propia

Por otra parte, los principales insumos considerados son:

Tabla 26. *Insumos*

Insumos	Unidad
Cajas biodegradables	Unidad
Bases para torta	Unidad
Etiquetas	Unidad
Papel encerado	Rollo
Guantes desechables	Caja
Productos de limpieza y desinfección	L

Nota: Elaboración propia

La selección de las materias primas e insumos busca garantizar la elaboración de productos de calidad y, al mismo tiempo, mantener coherencia con la propuesta sostenible de la microempresa. El uso de empaques biodegradables y materiales reciclables representa un valor agregado que contribuye a disminuir el impacto ambiental y fortalece la imagen del emprendimiento.

4.1.8 Maquinaria y equipos

La operación de la microempresa requiere maquinaria y equipos que permitan desarrollar el proceso productivo de manera eficiente, garantizando la calidad de los productos y el cumplimiento de las condiciones de higiene e inocuidad.

La selección de estos recursos se realizó considerando el nivel de producción proyectado para una microempresa, la relación costo-beneficio, la disponibilidad en el mercado ecuatoriano y la facilidad de mantenimiento.

Los principales equipos necesarios para el funcionamiento son los siguientes:

Tabla 27. *Maquinaria y equipo*

Descripción	Cantidad
Batidora semiindustrial	1
Horno industrial	1
Refrigerador	1
Cocina semiindustrial	1
Balanza	1
Licuadaora	1

Nota: Elaboración propia

La microempresa contará con una batidora semiindustrial para la preparación de masas y mezclas; un horno industrial destinado a la cocción de los productos de repostería; un refrigerador para la conservación adecuada de materias primas y productos terminados; una cocina semiindustrial para la preparación de ingredientes y procesos complementarios; una balanza que permitirá realizar el pesaje preciso de los insumos; y una licuadora para la mezcla y homogeneización de ingredientes. En conjunto, estos equipos proporcionan las condiciones necesarias para desarrollar el proceso productivo de manera eficiente y garantizar la calidad de los productos elaborados.

Los equipos mencionados cubren las necesidades operativas de la microempresa durante su etapa inicial y permiten desarrollar cada fase del proceso productivo en condiciones adecuadas de higiene, seguridad y eficiencia. Además, su capacidad ofrece la posibilidad de incrementar la producción en el futuro sin requerir cambios significativos en la infraestructura.

4.2 Estudio organizacional

4.2.1 Objetivo del estudio organizacional

El estudio organizacional tiene como objetivo establecer la estructura organizacional necesaria para el funcionamiento de la microempresa de repostería sostenible y sustentable.

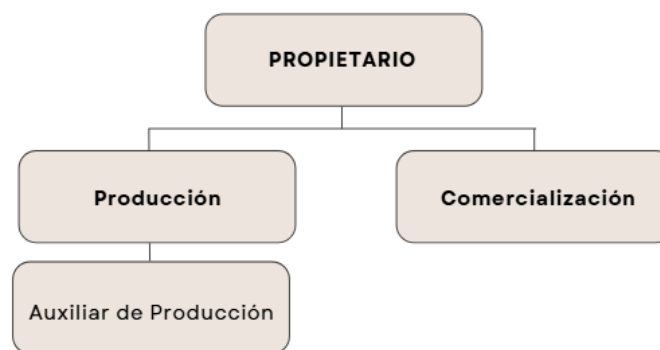
4.2.2 Estructura organizacional

La estructura organizacional define la distribución de los cargos y las responsabilidades dentro de la microempresa, con el fin de facilitar la coordinación de las actividades administrativas, productivas y comerciales. Debido a la naturaleza del proyecto, se plantea una estructura organizativa sencilla que permita optimizar los recursos y garantizar un funcionamiento eficiente.

4.2.3 Organigrama

La estructura organizacional propuesta para la microempresa se representa mediante un organigrama, el cual muestra la distribución de los cargos y las relaciones de autoridad necesarias para el desarrollo de las actividades administrativas, productivas y comerciales, como se muestra en la siguiente ilustración.

Figura 25. *Organigrama*



Nota: Elaboración propia

4.2.4 Funciones de los cargos

Propietario: Planificar, organizar y supervisar las actividades de la microempresa. Administrar los recursos, realizar la compra de materias primas, coordinar la producción, establecer estrategias comerciales y velar por el cumplimiento de los objetivos del negocio.

Auxiliar de Producción: Elaborar los productos de repostería conforme a los estándares de calidad e higiene. Preparar los ingredientes, apoyar en la decoración de los productos, mantener el área de trabajo limpia y controlar el uso adecuado de las materias primas e insumos.

4.2.5 Identidad corporativa

La identidad corporativa de la microempresa está representada por el nombre comercial “Placeres & Sabores” y su logotipo, los cuales permitirán identificar la empresa en el mercado. El diseño del logotipo incorpora una porción de pastel y una mariposa, elementos que reflejan la actividad de la microempresa y proyectan una imagen asociada con la calidad, la creatividad y el compromiso con una propuesta de repostería sostenible y sustentable.

Figura 26. Logotipo de la microempresa "Placeres & Sabores"



Nota: Elaboración propia

4.2.6 Aspectos legales de la microempresa

La microempresa de repostería sostenible y sustentable deberá cumplir con los requisitos legales establecidos en la normativa ecuatoriana para su constitución y funcionamiento. Entre los principales trámites se encuentran la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), la patente municipal, el permiso de funcionamiento emitido por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y las demás autorizaciones requeridas para el desarrollo de sus actividades.

Capítulo V

5 Estudio Financiero

5.1 Objetivo del estudio financiero

Evaluar la prefactibilidad financiera del proyecto mediante la proyección de ingresos, la estimación de costos y el análisis de indicadores de rentabilidad.

5.2 Financiamiento.

La evaluación del financiamiento comprende el análisis de los recursos económicos destinados a la puesta en marcha del proyecto y de las obligaciones financieras derivadas de su ejecución. Para ello, se desarrollan las tablas correspondientes a la inversión total, las fuentes de financiamiento y la amortización del préstamo.

Tabla 28. *Inversión total*

Descripción	valor
Inversión fija	\$6.020,25
Gastos preoperativos	\$470,00
Capital de trabajo	\$2.132,96
Total	\$8.623,21

Nota: Elaboración propia

La inversión total requerida asciende a \$8.623,21, distribuida entre inversión fija, gastos preoperativos y capital de trabajo. Esta estructura evidencia que la mayor parte de los recursos se destina a la adquisición de los activos necesarios para el funcionamiento de la microempresa, mientras que el capital de trabajo garantiza la disponibilidad de efectivo para cubrir las operaciones iniciales. Una adecuada distribución de la inversión reduce el riesgo de

interrupciones durante la puesta en marcha y proporciona una base financiera acorde con la capacidad operativa prevista.

Tabla 29. *Financiamiento*

Descripción	valor
Capital propio	\$5.173,93
Financiamiento externo	\$3.449,28
Total	\$8.623,21

Nota: Elaboración propia

El proyecto será financiado mediante una combinación de capital propio (\$5.173,93) y financiamiento externo (\$3.449,28), cubriendo la totalidad de la inversión requerida. Esta estructura disminuye la dependencia del crédito, ya que la mayor parte de los recursos proviene del aporte del emprendedor. Como consecuencia, se reducen las obligaciones financieras futuras y se fortalece la estabilidad económica de la microempresa durante los primeros años de operación.

Tabla 30. *Amortización*

Amortización del Préstamo					
Plazo:	3 años				
Periodo de gracia:	0 años				
Interés	17%				
Años	Monto	Cuota	Interés	Amortización	Saldo final
1	\$3.449,28	\$1.561,05	\$586,38	\$974,68	\$2.474,60
2	\$2.474,60	\$1.561,05	\$420,68	\$1.140,37	\$1.334,23
3	\$1.334,23	\$1.561,05	\$226,82	\$1.334,23	\$0,0000

Nota: Elaboración propia

El préstamo será amortizado en un plazo de tres años con una tasa de interés anual del 17% y cuotas constantes de \$1.561,05. La disminución progresiva del saldo pendiente demuestra que la deuda puede atenderse conforme avanzan las operaciones del negocio. Esto representa una condición favorable para la viabilidad financiera, ya que permite cumplir las obligaciones crediticias sin comprometer la continuidad de las actividades productivas, siempre que se mantengan las ventas proyectadas.

5.3 Costos de producción

Los costos de producción permiten determinar los recursos económicos necesarios para la elaboración de los productos, considerando los elementos que intervienen directamente en el proceso productivo y aquellos costos indirectos indispensables para el funcionamiento de la microempresa.

Tabla 31. *Costo de Producción*

Descripción	valor
Materia prima directa	\$223,06
Mano de obra directa	\$627,97
Costos indirectos de fabricación	\$524,23
Total	\$1.375,25
Nota: Elaboración propia	

El costo total de producción asciende a \$1.375,25, integrado por la materia prima directa, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. Se observa que la mano de obra representa uno de los componentes de mayor participación dentro de la estructura de costos, lo cual es coherente con la naturaleza artesanal de la actividad. Conocer esta composición facilita el

control de los costos y la definición de estrategias que permitan mantener la rentabilidad sin afectar la calidad de los productos.

Tabla 32. *Costos Indirectos de Producción*

Descripción	valor
Materiales indirectos	\$107,85
Servicios de producción	\$126,00
Mantenimiento	\$13,46
Arriendo del local	\$250,00
Depreciación de maquinaria y equipos	\$26,92
Total	\$524,23

Nota: Elaboración propia

Los costos indirectos de producción alcanzan \$524,23, incluyendo materiales indirectos, servicios, mantenimiento, arriendo y depreciación de maquinaria y equipos. Aunque estos costos no forman parte directa del producto, son indispensables para mantener la continuidad de las operaciones. Su identificación permite estimar con mayor precisión el costo real de producción y evitar una subvaloración de los gastos que podría afectar la fijación de precios y la rentabilidad del negocio.

5.4 Gastos

Los gastos representan los desembolsos necesarios para el funcionamiento administrativo y comercial de la microempresa. Su identificación permite estimar los costos asociados a la gestión y comercialización de los productos, complementando el análisis financiero del proyecto.

Tabla 33. *Gastos administrativos*

Descripción	valor
Mano de obra administrativa	\$627,97
Servicios administrativos	\$50,00
Depreciación de muebles y enseres	\$14,74
Total	\$692,71

Nota: Elaboración propia

La gestión administrativa requiere una asignación mensual de \$692,71, destinada principalmente a la remuneración del personal administrativo, los servicios básicos y la depreciación de muebles y enseres. Estos gastos respaldan las actividades de planificación, organización y control, por lo que constituyen un componente necesario para el funcionamiento del negocio. Mantener un adecuado control de estos desembolsos permitirá evitar incrementos innecesarios que puedan afectar la utilidad proyectada.

Tabla 34. *Gastos de Ventas*

Descripción	cantidad	Precio
Publicidad	1	\$25,00
Transporte	1	\$40,00
Total		\$65,00

Nota: Elaboración propia

Para las actividades comerciales se asignó un presupuesto mensual de \$65,00, destinado a publicidad y transporte. Aunque representa un monto reducido dentro de la estructura financiera, esta inversión resulta estratégica para fortalecer la presencia de la microempresa en el mercado y facilitar la distribución de los productos. Su adecuada utilización contribuirá a captar clientes y favorecer el cumplimiento de las ventas proyectadas.

5.5 Proyección de ingresos.

La proyección de ingresos permite estimar las ventas esperadas de la microempresa durante su operación, considerando la cantidad de productos proyectados y su precio promedio de comercialización. Esta información constituye la base para evaluar el comportamiento económico y la rentabilidad del proyecto.

Tabla 35. *Proyección mensual de ventas*

Productos	Cantidad	Precio promedio	Valor
Tortas personalizadas	18	\$33,00	\$594,00
Tortas de vitrina	22	\$25,00	\$550,00
postres y productos de repostería	320	\$4,50	\$1.440,00
total	360		\$2.584,00

Nota: Elaboración propia

La proyección estima ingresos mensuales por \$2.584,00, provenientes de la comercialización de tortas personalizadas, tortas de vitrina y postres. Este volumen de ventas se encuentra alineado con la capacidad instalada definida en el estudio técnico, lo que refleja coherencia entre la producción prevista y la demanda esperada. No obstante, el cumplimiento de esta proyección dependerá de la aceptación del mercado, de la efectividad de las estrategias

comerciales y de la capacidad de la microempresa para mantener un nivel constante de ventas durante su operación.

5.6 Estados financieros proyectados.

Los estados financieros proyectados reflejan el comportamiento económico esperado de la microempresa durante el período de evaluación, permitiendo analizar su desempeño financiero y los resultados estimados de la operación.

Tabla 36. *Estado de Resultados Proyectados*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$31.008,00	\$32.558,40	\$34.186,32	\$35.895,64	\$37.690,42
Costo de producción	\$16.503,01	\$17.328,16	\$18.194,57	\$19.104,29	\$20.059,51
Utilidad Bruta	\$14.504,99	\$15.230,24	\$15.991,75	\$16.791,34	\$17.630,91
Gastos administrativos	\$8.312,46	\$8.728,09	\$9.164,49	\$9.622,71	\$10.103,85
Gastos de ventas	\$780,00	\$819,00	\$859,95	\$902,95	\$948,09
Utilidad Operativa	\$5.412,53	\$5.683,16	\$5.967,31	\$6.265,68	\$6.578,96
Gastos financieros	\$586,38	\$420,68	\$226,82	\$0,00	\$0,00
Utilidad antes de Impuestos	\$4.826,15	\$5.262,47	\$5.740,49	\$6.265,68	\$6.578,96
Impuesto a la renta	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Utilidad neta	\$4.826,15	\$5.262,47	\$5.740,49	\$6.265,68	\$6.578,96

Nota: Elaboración propia

El estado de resultados proyectado evidencia un crecimiento sostenido de las ventas y de la utilidad neta durante los cinco años evaluados. Este comportamiento indica que el incremento de los ingresos sería suficiente para absorber el aumento gradual de los costos y gastos, permitiendo mantener resultados positivos en todo el horizonte de evaluación. Sin embargo, estas proyecciones dependen del cumplimiento de las metas comerciales y de un adecuado control de los costos operativos, factores que serán determinantes para alcanzar la rentabilidad estimada.

No obstante, estas proyecciones corresponden a un escenario estimado; por ello, será necesario monitorear periódicamente el comportamiento real de los ingresos y los costos para verificar el cumplimiento de los resultados esperados.

Tabla 37. *Flujo de Caja*

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	-\$8.623,21					
Utilidad Neta		\$4.826,15	\$5.262,47	\$5.740,49	\$6.265,68	\$6.578,96
Depreciación		\$514,21	\$514,21	\$514,21	\$514,21	\$514,21
Amortización del préstamo		\$974,68	\$1.140,37	\$1.334,23	\$0,00	\$0,00
Flujo neto de efectivo	-\$8.623,21	\$4.365,68	\$4.636,31	\$4.920,46	\$6.779,88	\$7.093,17

Nota: Elaboración propia

El flujo de caja proyectado muestra que, aunque el proyecto presenta una salida inicial de efectivo correspondiente a la inversión requerida, desde el primer año genera flujos netos positivos con una tendencia creciente. Lo anterior demuestra que la operación tendría capacidad para generar los recursos necesarios para cubrir los costos, cumplir con las obligaciones financieras y mantener liquidez durante el período de evaluación. Además, el incremento progresivo de los flujos proporciona un margen favorable para enfrentar imprevistos, reinvertir en el negocio o financiar futuras ampliaciones, fortaleciendo la sostenibilidad financiera de la microempresa.

5.7 Evaluación financiera

La evaluación financiera constituye la etapa en la que se analizan los resultados económicos del proyecto mediante indicadores que permiten determinar la prefactibilidad y rentabilidad. Su propósito es proporcionar información que facilite la toma de decisiones sobre la conveniencia de implementar la propuesta.

Tabla 38. Punto de Equilibrio

Costos y Gastos	Costos Fijos	Costos Variables
Costos de Producción		
Materia prima directa		\$223,06
Mano de obra directa	\$627,97	
Mantenimiento	\$13,46	
Materiales Indirectos		\$107,85
servicios de producción		\$126,00
Depreciación maquinaria y equipos	\$26,92	
Arriendo del local	\$250,00	
Gastos Administrativos	\$692,71	
Gastos de Ventas	\$65,00	
Total	\$1.676,05	\$456,91
Indicadores		
Ventas mensuales		\$2.584,00
Índice de costo variable		0,177
Margen de contribución		82,3%
Punto de equilibrio	\$2.036,07	

Nota: Elaboración propia

El punto de equilibrio se estableció en \$2.036,07, valor inferior a las ventas mensuales proyectadas de \$2.584,00. Desde la perspectiva financiera, este margen evidencia que la microempresa dispondría de un margen aproximado de \$547,93 por encima del nivel mínimo necesario para cubrir sus costos. Aunque este resultado respalda la viabilidad económica de la

propuesta, también evidencia la importancia de mantener un control permanente sobre los costos y las ventas, ya que una disminución considerable en los ingresos o un incremento de los gastos podría reducir dicho margen y afectar la rentabilidad esperada.

5.7.1 Interpretación de los indicadores

Tabla 39. *Indicadores financieros*

Evaluación Financiera		
Indicador	valor	Interpretación
Tasa de Descuento	17%	Tasa mínima de rentabilidad
Valor Actual Neto (VAN)	\$8.420,58	VAN>0: Viable
Tasa Interna de Retorno (TIR)	51%	TIR>TMAR: Aceptar
Período de Recuperación	1,92	Años de recuperación
Inversión		
Relación Beneficio/Costo	\$1,98	Beneficios por dólar invertido

Nota: Elaboración propia

5.7.1.1 Tasa de descuento (TMAR)

Para la evaluación financiera se estableció una TMAR del 17 %, la cual representa la rentabilidad mínima que se espera obtener por los recursos invertidos, considerando el costo del financiamiento y el riesgo asociado con la puesta en marcha de la microempresa. Esta tasa funciona como un punto de comparación para determinar si el rendimiento generado por el proyecto compensa adecuadamente la inversión realizada.

En términos de viabilidad, la propuesta debe generar una rentabilidad superior al 17 % para ser considerada conveniente. Si el rendimiento fuera menor, los beneficios obtenidos no compensarían suficientemente el riesgo asumido ni el costo de oportunidad del capital. Por tanto, la TMAR constituye el límite mínimo que el proyecto debe superar para justificar su ejecución.

5.7.1.2 Valor Actual Neto (VAN)

De acuerdo con los resultados obtenidos, el Valor Actual Neto obtenido fue de \$8.420,58, resultado positivo que indica que, después de recuperar la inversión inicial y descontar los flujos futuros a una tasa del 17 %, el proyecto generaría un excedente económico equivalente a dicho valor.

Este resultado significa que la microempresa no se limitaría a devolver el capital invertido, sino que tendría capacidad para crear valor adicional durante los cinco años evaluados. Desde la perspectiva de la toma de decisiones, un VAN mayor que cero respalda la aceptación del proyecto, porque demuestra que los ingresos proyectados serían suficientes para cubrir la inversión, los costos y la rentabilidad mínima exigida.

Además, el valor obtenido es cercano al monto de la inversión inicial de \$8.623,21, lo que refleja una generación de valor importante en relación con los recursos comprometidos. Sin embargo, este resultado depende del cumplimiento de las ventas, costos y flujos proyectados; por ello, será necesario controlar el comportamiento real de estas variables durante la operación.

5.7.1.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

En cuanto a la rentabilidad del proyecto, la Tasa Interna de Retorno alcanzó el 51 %, porcentaje superior a la TMAR del 17 %. La diferencia de 34 puntos porcentuales muestra que el rendimiento esperado del proyecto se encuentra ampliamente por encima de la rentabilidad mínima requerida.

Para la viabilidad del proyecto, este resultado representa un margen financiero favorable, ya que la microempresa podría soportar determinadas variaciones en las ventas o en los costos antes de que su rentabilidad se reduzca hasta el nivel mínimo aceptable. En otras palabras, la

propuesta presenta una capacidad de generación de rendimiento que compensa el riesgo asumido por el inversionista.

No obstante, la TIR debe analizarse junto con los demás indicadores, porque expresa una rentabilidad estimada a partir de los flujos proyectados y no garantiza por sí sola que las condiciones del mercado se mantengan sin cambios. Su cumplimiento dependerá de que la microempresa alcance los niveles de producción y comercialización establecidos.

5.7.1.4 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El período de recuperación de la inversión fue de 1,92 años, lo que significa que el capital inicial se recuperaría aproximadamente en un año y once meses de funcionamiento.

Considerando que la evaluación financiera comprende cinco años, la inversión sería recuperada durante la primera mitad del horizonte analizado.

Este resultado disminuye la exposición del capital a largo plazo, debido a que, una vez recuperada la inversión, los flujos generados durante los años restantes contribuirían directamente a fortalecer la liquidez y la rentabilidad de la microempresa. Además, una recuperación relativamente rápida permitiría disponer de recursos para mantenimiento, reposición de equipos o ampliaciones futuras.

Sin embargo, el PRI no considera por sí solo los beneficios generados después de recuperar la inversión ni el valor del dinero en el tiempo. Por esta razón, su resultado debe complementarse con el VAN y la TIR para obtener una valoración financiera más completa.

5.7.1.5 Relación Beneficio/Costo (B/C)

Finalmente, la relación beneficio/costo alcanzó un valor de 1,98, lo que indica que por cada dólar destinado al proyecto se obtendrían aproximadamente \$1,98 en beneficios actualizados. Al ser superior a uno, este indicador muestra que los beneficios esperados exceden los costos asociados con la inversión y la operación.

Desde el punto de vista financiero, el resultado refleja un margen favorable entre los recursos utilizados y los beneficios generados. Esto respalda la conveniencia económica de la propuesta, ya que el proyecto tendría capacidad para compensar los costos asumidos y producir un retorno adicional.

Debe aclararse que el valor de \$1,98 representa el beneficio total por cada dólar comprometido, no una ganancia neta de \$1,98. En términos netos, el excedente sería de aproximadamente \$0,98 por cada dólar invertido, una vez considerado el valor del recurso utilizado.

5.7.2 Análisis de los resultados financieros

Los indicadores financieros permiten valorar la capacidad del proyecto para recuperar la inversión inicial, alcanzar el rendimiento mínimo esperado y generar beneficios durante el periodo analizado. Su interpretación conjunta ofrece una visión más completa del comportamiento económico de la propuesta, debido a que cada indicador evalúa un aspecto diferente de la inversión.

Los resultados obtenidos presentan coherencia entre los distintos criterios de evaluación. El VAN positivo demuestra que el proyecto generaría valor adicional después de recuperar la inversión y cubrir la rentabilidad mínima exigida. Por su parte, la TIR superior a la TMAR

confirma que el rendimiento estimado se encuentra por encima del porcentaje mínimo esperado. El PRI indica que la inversión podría recuperarse antes del segundo año, mientras que la relación beneficio/costo evidencia que los beneficios proyectados superarían los recursos destinados al proyecto.

Las ventas mensuales estimadas de \$2.584,00 superan en \$547,93 el punto de equilibrio de \$2.036,07, lo que representa un margen aproximado del 26,9 % sobre el nivel mínimo de ventas requerido. Este resultado indica que la microempresa tendría capacidad para cubrir sus costos y comenzar a generar utilidad. Sin embargo, la diferencia no es lo suficientemente amplia como para descuidar el control de los gastos o una posible disminución en las ventas, especialmente durante los primeros meses de funcionamiento.

En términos generales, los resultados financieros respaldan la prefactibilidad de la propuesta bajo las condiciones proyectadas. No obstante, su comportamiento real dependerá del cumplimiento de las ventas previstas, del manejo adecuado de los costos, de la disponibilidad de materias primas y de la capacidad del negocio para responder ante cambios en el mercado. Por esta razón, será necesario realizar un seguimiento periódico del flujo de caja, el punto de equilibrio y los costos de producción, con el fin de identificar desviaciones y aplicar medidas correctivas de manera oportuna.

Conclusiones

1. El estudio de mercado permitió identificar que en la ciudad de Manta existe interés por una propuesta de repostería sostenible. Los consumidores valoran principalmente la calidad de los productos, el uso de ingredientes naturales y locales, así como la utilización de empaques ecológicos. Estos resultados muestran que la microempresa tendría posibilidades de aceptación, siempre que mantenga una oferta diferenciada y acorde con las preferencias del público objetivo.
2. El estudio técnico y organizacional mostró que la idea de negocio es operativamente viable. Los recursos, equipos y procesos definidos están acordes con el tamaño inicial del emprendimiento, mientras que la distribución de las áreas y la secuencia productiva favorecen el desarrollo ordenado de las actividades. La estructura organizacional, sencilla y ajustada a la escala del negocio, facilita la asignación de funciones y la toma de decisiones. En conjunto, existen las condiciones técnicas y organizacionales necesarias para iniciar las operaciones.
3. Los resultados del estudio financiero muestran un comportamiento favorable para la propuesta. Las ventas mensuales estimadas en \$2.584,00 se encuentran por encima del punto de equilibrio de \$2.036,07. Además, se obtuvo un VAN de \$8.420,58, una TIR del 51 %, superior a la TMAR del 17 %, un período de recuperación de 1,92 años y una relación beneficio/costo de 1,98. Estos resultados indican que el proyecto podría cubrir sus costos, recuperar la inversión y generar beneficios durante el período evaluado.
4. La integración de los estudios de mercado, técnico-organizacional y financiero permitió cumplir el objetivo general de la investigación. Los resultados obtenidos muestran que la creación de una microempresa de repostería sostenible y sustentable en la ciudad de

Manta presenta condiciones favorables para su puesta en marcha. Sin embargo, su permanencia dependerá de una adecuada gestión de los recursos, del control de los costos y de la capacidad del negocio para adaptarse a las necesidades de los consumidores.

Recomendaciones

1. Para la puesta en marcha de la microempresa, conviene establecer un plan de implementación por etapas. Durante los primeros meses se deberá trabajar con la capacidad de producción estimada en el estudio técnico y evaluar mensualmente las ventas, los costos y el flujo de caja antes de ampliar las operaciones. Esto permitirá reducir el riesgo financiero y realizar ajustes de acuerdo con el comportamiento real del negocio.
2. En el ámbito comercial, resulta necesario implementar un plan de marketing digital mediante Instagram, Facebook y WhatsApp. Las acciones deberán organizarse en un calendario mensual de publicaciones, promociones en fechas especiales y contenido que destaque la calidad de los productos, el uso de ingredientes locales y la utilización de empaques ecológicos.
3. Respecto al abastecimiento de materias primas, se sugiere establecer acuerdos con proveedores locales que ofrezcan ingredientes de calidad, disponibilidad constante y precios competitivos. También será importante contar con proveedores alternativos para evitar interrupciones en la producción y reducir la dependencia de una sola fuente de suministro.
4. Para mantener el control financiero, será fundamental revisar mensualmente el flujo de caja, los costos de producción, el nivel de ventas y el punto de equilibrio. Esta

información permitirá detectar variaciones frente a las proyecciones, controlar gastos innecesarios y aplicar medidas correctivas antes de que afecten la estabilidad de la microempresa.

5. Como parte del seguimiento del mercado, se plantea realizar evaluaciones trimestrales de la satisfacción y las preferencias de los clientes mediante encuestas breves, comentarios recibidos y análisis de las ventas por producto. Los resultados servirán para ajustar sabores, tamaños, diseños, precios y presentaciones según las necesidades del público objetivo.
6. Para fortalecer la gestión operativa, será conveniente llevar un registro del cumplimiento de los pedidos, los tiempos de producción, el desperdicio de materias primas y las observaciones de los clientes. La revisión periódica de esta información permitirá identificar dificultades en el proceso, aplicar mejoras y tomar decisiones de acuerdo con el funcionamiento real de la microempresa.

Bibliografía

- Álava, D., & Leon, J. (05 de Abril de 2025). Innovación en postres ecuatorianos con cacao (Theobroma cacao L.) y frutas tropicales. *Boletín Científico Ideas y Voces*, 38-60.
doi:<https://ciciap.org/ideasvoces/index.php/BCIV/article/view/196/221>
- Alieco. (2023). Repostería Eco VS Industrial. *Alieco, S.L.* Obtenido de <https://www.alieco.com/2023/02/reposteria-eco-vs-industrial/>
- ARCSA. (09 de Julio de 2025). *Agencia Nacional de Regulación, control y vigilancia sanitaria*. Obtenido de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2025/07/Resolucion-ARCSA-DE-2025-007-DASP_Ref-Parcial-ARCSA-DE-2022-016-AKRG_Alimentos-Procesados.pdf
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas, Venezuela: Episteme.
- Arias, J. (2021). *Diseño y Metodología de la investigación*. Arequipa Perú.
- Aucapiña, T., & Teneda, W. (19 de Octubre de 2024). Sostenibilidad y sustentabilidad de las cadenas productivas. *Multidisciplinaria*, 2-11. Obtenido de <https://investigacion.utc.edu.ec/index.php/dateh/article/view/961/1363>
- Banco central del Ecuador. (2025). *INFORME DE RESULTADOS CUENTAS NACIONALES TRIMESTRALES*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/cuentasnacionales/trimestrales/Informe_CNTIITrim2025.pdf

- BBVA. (29 de Mayo de 2025). Sostenibilidad económica: qué es y cómo impacta en el desarrollo sostenible. *Banco Bilbao Vizcaya Argentaria*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-sostenibilidad-economica-y-cuales-son-sus-implicaciones/>
- Benítez, J., & Fonseca, A. (Noviembre de 2024). Producción de carne bovina bajo los estándares de sellos verdes. *Producción de carne bovina bajo los estándares de sellos verdes*. Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/fee889b5-56a8-4cb7-8b56-c07ea89beff3/content>
- Calvopiña, S., & Toaso, A. (2024). Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Repostería Saludable en el Sector Solanda, Quito. doi:<https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/0c53b114-2c9e-4201-a2b6-6e247e7833f0/content>
- Carpio, M. (Diciembre de 2024). Visualización y Análisis Interactivos de Tendencias en Sostenibilidad Alimentaria mediante Minería de Texto. *Estudios y Perspectivas*, 1-23. doi:<https://doi.org/10.61384/r.c.a..v4i4.647>
- Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, "Nuestro futuro común"*. Oxford University Press.
- Constitución de la República del Ecuador . (2008). *Constitución de la República del Ecuador* . Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Cortes, D. (25 de Abril de 2023). ¿Qué es la Producción Limpia (Lean Manufacturing)?

CESUMA. Obtenido de <https://www.cesuma.mx/blog/que-es-la-produccion-limpia-lean-manufacturing.html>

De Jesús, C. (2024). La Investigación Cuantitativa. *Corporación Universitaria de Asturias* .

Obtenido de La Investigación Cuantitativa.

De La Cruz, E., & Flores, B. (Enero-Abril de 2011). Sabores dulces, una encrucijada étnica y multicultural. 26(1), 199-226. doi:<https://www.redalyc.org/pdf/658/65828406009.pdf>

Díaz, N., Menoscal, R., & González, M. (20 de Diciembre de 2020). Economía Circular:

Desafíos para una visión estratégica de las empresas exportadores. *Compendium*, 120-135. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-ECONOMIACIRCULAR-8232785.pdf>

Duarte, R., & Parreño, J. (2025). Representación de la cocina Manabita mediante la lista libre: estudio piloto en Portoviejo. *Revista de Gastronomía y Cocina.*, 1-9. doi:[doi:10.70221/rgc.v4iE1.92](https://doi.org/10.70221/rgc.v4iE1.92)

10.70221/rgc.v4iE1.92

El Empaque. (26 de Mayo de 2025). *Empaques biodegradables: ¿qué materiales se utilizan y cómo funcionan?* Obtenido de El Empaque.

Escuela Torreblanca. (20 de Junio de 2023). La fascinante historia de la pastelería: evolución y tradición. *Escuela Torreblanca*. Obtenido de <https://escuelatorreblanca.com/la-fascinante-historia-de-la-pasteleria-evolucion-y-tradicion/>

Espinoza, A. (2023). Economía Circular: Una aproximación a su origen, evolución e Importancia como modelo de desarrollo sostenible. *Economía Institucional*, 110-134.

doi:<https://doi.org/10.18601/01245996.v25n49.06>

FAO. (2025). El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2024: Transformación de los sistemas agroalimentarios orientada hacia el valor. *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura* , 188. doi:<https://doi.org/10.4060/cd2616es>

Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing Inc.

Galarza, C. (2020). Los Alcance de una Investugación. *CienciAmérica*, 1-6.

doi:<http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>

Garcia, C. (2026). *Empresa y diseño de modelos de negocio*.

https://www.google.com.ec/books/edition/PAU_2026_EMPRESA_Y_DISE%C3%91O_DE_MODELOS_DE/bTTPEQAAQBAJ?hl=es-

[419&gbpv=1&dq=analisis+pestel&pg=PA17&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/PAU_2026_EMPRESA_Y_DISE%C3%91O_DE_MODELOS_DE/bTTPEQAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=analisis+pestel&pg=PA17&printsec=frontcover): Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Manta. (2 de Octubre de 2024).

Obtenido de PROYECTO NORMATIVO DE REFORMA AL CÓDIGO LEGAL MUNICIPAL, LIBRO IV CONVIVENCIA Y DESARROLLO DEL CANTÓN MANTA, QUE INCORPORA EL CAPÍTULO DENOMINADO “DEL FOMENTO ALEMPRENDIMIENTO EN EL CANTÓN MANTA”: https://manta.gob.ec/wp-content/uploads/2025/06/Archivo_Ref_tipo_11_26f201c8331d61c53fcc7edf48c6c552b938733egE.pdf

Gobierno de España. (20 de Septiembre de 2023). *¿Qué es la economía circular? Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia*. Obtenido de

<https://planderrecuperacion.gob.es/noticias/que-es-la-economia-circular-prtr>

Goodwin, L. (2023 de Junio de 2023). Los beneficios globales de reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos. *World Resources Institute*. Obtenido de

<https://es.wri.org/insights/los-beneficios-globales-de-reducir-la-perdida-y-el-desperdicio-de-alimentos#:~:text=Al%20reducir%20la%20p%C3%A9rdida%20y,sin%20expandir%20las%20%C3%A1reas%20cultivadas>.

Hernández, M. (04 de Marzo de 2024). Qué es la repostería. *Aprende Institute*. Obtenido de

<https://aprende.com/blog/gastronomia/reposteria/que-es-reposteria/>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. 6). México: McGraw-Hill Education.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cualitativas, Cuantitativas y mixta*. Mexico : McGraw-Hill Interamericana.

Huaire, E. (2019). *Método de investigación*. Obtenido de Método de investigación

Hurtado de Barrera, J. (2024). Investigación proyectiva: más allá de la investigación tecnológica. *Impacto Científico*, 13-26. Obtenido de

<https://produccioncientificaluz.org/index.php/impacto/article/view/42213>

- INEC. (4 de Octubre de 2023). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/201-279-personas-mas-viven-en-manabi/>
- Infoisinfo. (s.f.). *La Mar de Dulce*. Obtenido de Infoisinfo Zaragoza: https://zaragoza.infoisinfo.es/ficha/la_mar_de_dulce/3730225
- Leff, E. (2004). *Racionalidad Ambiental. La reapropiación social de la naturaleza*. Siglo xxi editores.
- Maaroufi, N. (1 de Noviembre de 2019). La evolucion de la repostería tradicional. *Círculo Internacional Hispano Árabe*. Obtenido de <https://cihispanoarabe.org/news/la-evolucion-de-la-reposteria-tradicional/>
- Maldonado, J., Gómez, L., & Camargo, E. (2023). La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI. *Tecnura*, 140-174. doi:<https://doi.org/10.14483/22487638.19171>
- Malhotra, K. N. (2020). *Investigación de Mercados* (Sexto Edición ed.). México: Pearson Educación de México, S. A.
- Mar, C., Barbosa, A., & Molar, J. (2020). *Metodología de la Investigación*. México : Patria S.A.
- Martinez, A., Ocampo, N., & Zapata, J. (14 de Enero de 2025). Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa de repostería dedicada a la elaboración y comercialización de una gama de productos saludables. *Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ingenierías, Ingeniería Industrial, Barrancabermeja*. doi:<https://hdl.handle.net/20.500.12494/58527>

Ministerio de Gobierno del Ecuador. (2015). Guía para la presentación de términos de referencia de estudios de preinversión. Obtenido de https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/04/Anexo-6-Guias-Metodologicas_compressed.pdf

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2022). *Agenda de Transformación Digital del Ecuador 2022–2025*. Obtenido de Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información: <https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2022/08/Agenda-transformacion-digital-2022-2025.pdf>

Montero, C. (2019). Alimentos ultraprocesados: qué son y cómo identificarlos. *Nutrición en Salud Pública*, 936-941. doi: <https://doi.org/10.1017/S1368980018003762>

Moustafa, H. (2019). Eco-friendly polymer composites for green packaging. *Composites Part B: Engineering*,. *Composites Part B: Engineering*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.compositesb.2019.05.048>

Naciones unidas. (16 de Octubre de 2019). Las dietas sostenibles mejoran el progreso de todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Obtenido de https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/las-dietas-sostenibles-mejoran-el-progreso-de-todos-los-objetivos-de-desarrollo#_edn1

Naranjo, V., & Salazar, A. (21 de 11 de 2024). Dulce Equilibrio: Repostería Saludable y Sostenable. Obtenido de <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/7014>

Organización de las Naciones Unidas . (s.f.). *Alimentación y cambio climático: dietas saludables para un planeta más sano*. Obtenido de Naciones Unidas : <https://www.un.org/en/climatechange/science/climate-issues/food>

Organización de las Naciones Unidas. (s.f.). *Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles*. Obtenido de Desarrollo Sostenible:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>

Ortega, C. (29 de Enero de 2024). *Investigación aplicada: Definición, tipos y ejemplos*. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-aplicada/>

Pacto Mundial . (2025). Sostenibilidad empresarial. *Pacto Mundial ONU España*.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas . (2025). Sostenibilidad Social . *Naciones Unidas* .

Palacios, J., & Moreno, A. (2023). Análisis de mercado en Guayaquil: Modelo de negocio sostenible para excedentes en negocios de repostería. *Análisis de mercado en Guayaquil: Modelo de negocio sostenible para excedentes en negocios de repostería. [Proyecto Integrador]. ESPOL.FCSH* .

Rodriguez, J., & Reinoso, J. (2025). Uso de productos de la costa ecuatoriana en restaurantes emblemáticos de Santo Domingo, Ecuador. *Revista de Gastronomía y Cocina*, 2-15.
doi:<https://doi.org/10.70221/rgc.v4i2.85>

Salazar, D., Portugal, E., & Fierro, D. (2022). Producción y consumo responsable de alimentos y bebidas en la ciudad de Quito. *Producción y consumo responsable de alimentos y bebidas en la ciudad de Quito. INNOVA Research Journal*,.
doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v7.n1.2022.1965>

Sanchez, A. (2023). *La responsabilidad social empresarial en Ecuador*. Universidad de Especialidades Espíritu Santo.

Sánchez, F. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa:

Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*,

13(1), 102-122. doi:<https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>

Schröder, P., Albaladejo, M., Ribas, P. A., MacEwen, M., & Tilkanen, J. (09 de 2020). La

economía circular en América Latina y el Caribe. *Programa de Energía*, 69. Obtenido de

<https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/2021-03/2021-01-13-spanish-circular-economy-schroder-et-al.pdf>

Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2022). Mipymes y organizaciones de economía popular

y solidaria son una pieza clave para la economía del país. Obtenido de

<https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>

Sovenis, A. (12 de Noviembre de 2024). Modelo de negocio para la creación de una pastelería

saludable. *Universidad Agraria del Ecuador*. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de

<https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/SOVENIS%20DENDER%20ARIANA%20MELANIE.pdf>

Toro, H., & Maria, L. (2015). La quinua como base sustentable de productos de pastelería (Tesis

de pregrado). Universidad de las Américas, Quito.

doi:<https://dspace.udla.edu.ec/jspui/bitstream/33000/4094/1/UDLA-EC-TLG-2015-02%28S%29.pdf>

UNICEF. (s.f.). Obtenido de Sostenibilidad: qué es, objetivos y planes.:

<https://www.unicef.es/blog/sostenibilidad/sostenibilidad-que-es-objetivos-planes>

Universidad de Cuenca. (20 de 3 de 2020). *Sustentabilidad y desarrollo sustentable*. Obtenido de <https://www.ucuenca.edu.ec/comunicacion/blogs/sustentabilidad-y-desarrollo-sustentable>

Universidad de Málaga . (s.f.). *Servicio de Construcción, Conservación y Sostenibilidad*.

Obtenido de Consumo Responsable: Productos Locales y de Temporada[ODS]:

<https://www.uma.es/infraestructuras-sostenibilidad/info/127638/consumo-responsable-productos-locales-y-de-temporada/>

Universidad Europea. (18 de Abril de 2024). ¿Qué es la sostenibilidad ambiental? *Universidad Europea Online*. Obtenido de

<https://ecuador.universidadeuropea.com/blog/sostenibilidad-ambiental/>

Vire, R. D. (2024). Relación entre Turismo, Gastronomía y Alimentación Saludable en Ecuador.

Instituto Superior Universitario Bolivariano, Loja Ecuador.

doi:<https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v5i3.306>

Zambrano, K., Vera, D., Párraga, L., & Ávila, F. (05 de Junio de 2024). La responsabilidad social empresarial y el impacto socioambiental de los pequeños negocios de comida rápida. *ESPAM MFL*. doi:https://doi.org/10.51260/desafio_organizacional.v2i1.465

Anexos

Formato de la encuesta

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE REPOSTERIA SOSTENIBLE Y SUSTENTABLE EN LA CIUDAD DE MANTA

Estimado(a) participante:

La presente encuesta forma parte de un estudio académico sobre la prefactibilidad de una pastelería sostenible en la ciudad de Manta. Su objetivo es conocer las preferencias y hábitos de consumo relacionados con productos de repostería.

La información es anónima y será utilizada únicamente con fines de investigación. Su participación es voluntaria; puede omitir cualquier pregunta o retirarse en cualquier momento sin ninguna consecuencia. Al continuar con la encuesta, usted acepta participar en este estudio.

1. ¿Qué edad tiene?

- a) 18–25
- b) 26–35
- c) 36–45
- d) 46–60
- e) Más de 61 años

2. ¿Cuál es su género?

- a) Masculino
- b) Femenino
- c) Otro

3. ¿Cuál es su ingreso mensual?

- a) Menos de \$400
- b) \$401–\$800
- c) \$801–\$1200
- d) Mayor \$1200

4. **¿Compra tortas o productos de repostería?**

- a) Sí
- b) No

5. **¿Con que frecuencia consume tortas?**

- a) Mensualmente
- b) Cada 2-3 meses
- c) Solo en ocasiones especiales

6. **¿Dónde compra habitualmente tortas o productos de repostería?**

- a) Pastelerías
- b) Supermercados
- c) Redes sociales
- d) Elaboración casera

7. **¿Cuál es su gasto habitual en la compra de una torta?**

- a) Menos de \$10
- b) \$10–\$20
- c) \$21–\$35
- d) Mayor a \$35

8. **¿Qué aspectos consideras al momento de la compra?**

ASPECTO	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Sabor				
Precio				
Diseño o Presentación				
Calidad de los Ingredientes				
Tamaño o Porción				

9. ¿Qué tipo de tortas prefieres?

- a) Tradicional
- b) Personalizada
- c) Saludable
- d) Frutales
- e) Chocolate
- f) Sin azúcar
- g) Veganas

10. ¿Conoce qué es una pastelería sostenible?

- a) Sí
- b) No

11. ¿Conoce usted algún lugar o espacio donde oferten productos de repostería sostenible en la ciudad?

- a) Sí
- b) No

12. ¿Qué importancia tiene para usted la utilización de productos naturales y locales en la elaboración de tortas o productos de repostería?

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Poco importante
- d) Nada importante

13. ¿Qué nivel de importancia le da al uso de empaques ecológicos en productos de repostería?

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Poco importante
- d) Nada importante

14. ¿Considera aceptable pagar un poco más por productos de repostería sostenible?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

15. ¿Compraría producto de repostería en una pastelería sostenible?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

16. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto(a) a adquirir productos de una pastelería sostenible?

- a) Frecuentemente
- b) Ocasionalmente
- c) Rara vez
- d) Nunca

17. ¿Qué factor considera más decisivo para elegir una pastelería frente a otra?

- a) Precio
- b) Calidad del producto
- c) Diseño y presentación
- d) Productos sostenibles
- e) Recomendación o redes sociales

18. ¿Por qué medio le gustaría conocer promociones o productos de una pastelería sostenible?

- a) Facebook
- b) WhatsApp
- c) Instagram
- d) Recomendaciones de familiares o amigos

19. ¿Recomendarías una pastelería que ofrezca productos de repostería sostenible en la ciudad?

- a) Si
- b) No

20. ¿Le gustaría una pastelería sostenible en Manta?

- a) Sí
- b) No

5.8 Tablas del Estudio Financiero

Tabla 40. *Muebles y enseres*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total	vida útil	Depreciación %	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Mesa acero inoxidable	1	\$373,75	\$373,75	10	0,1	\$37,38	\$3,11
Estantería	2	\$100,00	\$200,00	10	0,1	\$20,00	\$1,67
Vitrina de exhibición	1	\$650,00	\$650,00	10	0,1	\$65,00	\$5,42
Dispensador de agua	1	\$35,00	\$35,00	10	0,1	\$3,50	\$0,29
Escritorio	1	\$150,00	\$150,00	10	0,1	\$15,00	\$1,25
Juego de mesas y sillas	3	\$120,00	\$360,00	10	0,1	\$36,00	\$3,00
TOTAL			\$1.768,75			\$176,88	\$14,74

Nota: Elaboración propia

Tabla 41. *Maquinaria y equipos*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	vida útil	Depreciación %	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Batidora semiindustrial	1	\$850,00	10	0,1	\$85,00	\$7,08
Horno industrial	1	\$780,00	10	0,1	\$78,00	\$6,50
Refrigerador	1	\$770,00	10	0,1	\$77,00	\$6,42
Cocina semiindustrial	1	\$620,00	10	0,1	\$62,00	\$5,17
Balanza	1	\$80,00	10	0,1	\$8,00	\$0,67
Licuada	1	\$130,00	10	0,1	\$13,00	\$1,08
Instalación-montaje y puesta en marcha (5%)		\$161,50				
TOTAL		\$3.391,50			\$323,00	\$26,92

Nota: Elaboración propia

Tabla 42. Utensilios de producción

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total (USD)
Moldes redondos de aluminio (15,18,20,22, 24 cm)	5	\$15,00	\$75,00
Moldes rectangulares	2	\$18,00	\$36,00
Moldes para cupcakes	3	\$12,00	\$36,00
Tazones de acero inoxidable	3	\$14,00	\$42,00
Espátulas	3	\$3,00	\$9,00
Batidores manuales	1	\$12,00	\$12,00
Rodillos para fondant	2	\$15,00	\$30,00
Tamices para harina	2	\$7,00	\$14,00
Jarras medidoras	2	\$12,00	\$24,00
Juego de tazas medidoras	2	\$10,00	\$20,00
Mangas pasteleras	2	\$8,00	\$16,00
Juego de boquillas	2	\$25,00	\$50,00
Rejillas para enfriar	3	\$15,00	\$45,00
Bandejas para horno	5	\$18,00	\$90,00
Cuchillos pasteleros	2	\$18,00	\$36,00
Liras niveladoras para tortas	2	\$18,00	\$36,00
Bases giratorias para decorar	2	\$45,00	\$90,00
Brochas de cocina	3	\$6,00	\$18,00
Cortadores de masa	3	\$10,00	\$30,00
Rodillos texturizadores	1	\$15,00	\$15,00
Termómetro digital	1	\$25,00	\$25,00
Cronómetro digital	1	\$8,00	\$8,00
Recipientes plásticos con tapa	6	\$8,00	\$48,00
Espátulas para alisar	1	\$15,00	\$15,00
Tapetes de silicona para hornear	2	\$20,00	\$40,00
TOTAL			\$860,00
Depreciación	\$172,00		\$14,33

Nota: Elaboración propia**Tabla 43. Depreciación anual**

Descripción	Valor
Maquinaria y equipos	\$323,00
Muebles y enseres	\$176,88
Utensilios de producción	\$14,33
TOTAL	\$514,21

Nota: Elaboración propia

Tabla 44. *Materiales directos*

Descripción	unidad	cantidad	Precio	Total
Cacao Orgánico	500 g	5	\$4,93	\$24,65
Azúcar	kg	10	\$1,95	\$19,50
Huevos	cubeta (30)	7	\$3,75	\$26,25
Aceite Vegetal	L	5	\$2,79	\$13,95
Harina	kg	15	\$1,10	\$16,50
Bicarbonato	100g	5	\$1,00	\$5,00
Vainilla	120 ml	4	\$1,25	\$5,00
Manjar	250g	8	\$1,09	\$8,72
Leche	L	8	\$0,95	\$7,60
Mantequilla	500 g	6	\$3,25	\$19,50
Polvo de Hornear	100 g	5	\$0,74	\$3,70
Chocolate Cobertura	500g	3	\$3,13	\$9,39
Azúcar Micro Pulverizada	1 kg	8	\$3,60	\$28,80
Margarina Marva	500g	7	\$1,70	\$11,90
Colorantes	unidad	6	\$1,90	\$11,40
Sprinkles	Frasco	4	\$1,50	\$6,00
Perlas Comestibles	Frasco	4	\$1,30	\$5,20
TOTAL				\$223,06

Nota: Elaboración propia

Tabla 45. *Materiales indirectos*

Descripción	unidad	cantidad	Precio	Total
Toppers	unidad	20	\$0,75	\$15,00
Cajas para Tortas	unidad	25	\$0,85	\$21,25
Bases para Tortas	unidad	25	\$1,00	\$25,00
Etiqueta	paquete	2	\$5,00	\$10,00
Papel Film	rollo	2	\$1,80	\$3,60
Guantes	caja	2	\$5,00	\$10,00
Mascarillas	caja	1	\$3,00	\$3,00
Productos de Limpieza	lote	1	\$20,00	\$20,00
TOTAL				\$107,85

Nota: Elaboración propia

Tabla 46. *Mano de obra directa*

Cargo	#	SBU	SBU Anual	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Aporte IEES (9,45%)	Anual	Mensual
Auxiliar de producción	1	\$482,00	\$5.784,00	\$482,00	\$482,00	\$241,00	\$546,59	\$7.535,59	\$627,97

Nota: Elaboración propia**Tabla 47.** *Mano de obra indirecta*

Cargo	#	SBU	SBU Anual	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Aporte IEES (9,45%)	Anual	Mensual
Administrador	1	\$482,00	\$5.784,00	\$482,00	\$482,00	\$241,00	\$546,59	\$7.535,59	\$627,97

Nota: Elaboración propia**Tabla 48.** *Costos Indirecto de Fabricación*

Arriendo	Global	1	\$250,00	\$250,00
Mantenimiento (5% anual)	Global	1	\$3.230,00	\$13,46

Nota: Elaboración propia**Tabla 49.** *Servicios de producción*

Descripción	Unidad	cantidad	precio	total
Agua potable	m ³	Global	\$25,00	\$25,00
Agua purificada	bidón 20 l	20	\$1,25	\$25,00
Luz	kWh	Global	\$50,00	\$50,00
Gas	cilindro 15kg	8	\$3,25	\$26,00
Total, Mensual				\$126,00

Nota: Elaboración propia

Tabla 50. *Servicios administrativos*

Descripción	Unidad	Total
Internet	Global	\$30,00
Papelería	1	\$20,00
Total		\$50,00

Nota: Elaboración propia

Tabla 51. *Flujo neto de efectivo acumulado*

Año	Flujo neto	Flujo acumulado
0	-\$8.623,21	-\$8.623,21
1	\$4.365,68	-\$4.257,53
2	\$4.636,31	\$378,78
3	\$4.920,46	\$5.299,24
4	\$6.779,88	\$12.079,13
5	\$7.093,17	\$19.172,30

Nota: Elaboración propia

Guía de entrevista

Objetivo

Obtener información sobre la disponibilidad y costos de materias primas, proveedores, proceso de producción, condiciones del mercado y dificultades relacionadas con la adquisición de insumos y empaques ecológicos para la propuesta de microempresa de repostería sostenible y sustentable.

Preguntas

1. ¿Qué insumos se venden con mayor frecuencia?
2. ¿Hay disponibilidad permanente?

3. ¿Qué dificultades existen para conseguir empaques ecológicos?
4. ¿Cómo varían los precios?
5. ¿Qué proveedores utilizan?