



DOI: <https://doi.org/10.46296/yc.v8i14.0404>

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PASTELERÍA JENNY MÁRQUEZ EN EL CANTÓN PAJÁN PROVINCIA DE MANABÍ

BUSINESS PLAN FOR THE IMPLEMENTATION OF THE JENNY MÁRQUEZ BAKERY IN PAJÁN, MANABÍ PROVINCE

Márquez-Rodríguez Jenny Liceth ¹; Álvarez-Tituano Vicente Fabricio ²

¹ Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Manabí. Portoviejo, Ecuador.
Correo: jeylimr@hotmail.com.

² Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Manabí. Portoviejo, Ecuador.
Correo: fabricioalvareztituano@gmail.com. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7657-6821>

Resumen

En las pastelerías cada día surgen nuevas técnicas de decoración y preparación que permiten ofertar un producto de mayor calidad a los clientes y generan una oportunidad de emprender. En este sentido, el objetivo de esta investigación se basó en elaborar un plan de negocio para la implementación de la pastelería Jenny Márquez en el cantón Paján provincia de Manabí, durante el periodo 2024. La metodología aplicada se fundamentó en una investigación con enfoque mixto, con un diseño no experimental y de tipo descriptiva en la que a través de una encuesta con la que se determinó aspectos relacionados como la oferta, demanda, precio, forma de pago, características del producto y medios de información permitió identificar la necesidad y demanda de este tipo de negocio. Se desarrollaron los respectivos cálculos de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN). El instrumento fue aplicado a una muestra de 373 habitantes de la parroquia urbana del cantón Paján y sus resultados fueron procesados mediante el programa estadístico SPSS v. 25 y Microsoft Excel. Los principales resultados indican que existe la necesidad de implementar una pastelería en la localidad debido a la falta de este tipo de oferta bajo las características de Jenny Márquez y además la inversión y los flujos de caja esperados generan la rentabilidad adecuada para la sostenibilidad del negocio durante los cinco primeros años. Se concluye que es viable la puesta en marcha del negocio con un VAN positivo de \$3.001,56 y una TIR del 24.96%.

Palabras claves: Costos, demanda, inversión, oferta, plan de negocio.

Abstract

In the pastry shops every day there are new techniques of decoration and preparation that allow offering a higher quality product to customers and generate an opportunity for entrepreneurship. In this sense, the objective of this research was based on developing a business plan for the implementation of the Jenny Márquez pastry shop in the canton of Paján, province of Manabí, during the period 2024. The methodology applied was based on a research with a mixed approach, with a non-experimental design and descriptive type in which through a survey with which aspects related to supply, demand, price, payment method, product features and information media were determined, it was possible to identify the need and demand for this type of business. The respective calculations of the Internal Rate of Return (IRR) and Net Present Value (NPV) were also developed. The instrument was applied to a sample of 373 inhabitants of the urban parish of the canton Paján and the results were processed using the statistical program SPSS v. 25 and Microsoft Excel. The main results indicate that there is a need to implement a bakery in the locality due to the lack of this type of offer under the characteristics of Jenny Márquez and also the investment and expected cash flows generate adequate profitability for the sustainability of the business during the first five years. It is concluded that it is viable to start up the business with a positive NPV of \$3,001.56 and an IRR of 24.96%.

Keywords: Costs, demand, investment, supply, business plan.

Información del manuscrito:

Fecha de recepción: 23 de octubre de 2023.

Fecha de aceptación: 27 de diciembre de 2023.

Fecha de publicación: 10 de enero de 2024.



1. Introducción

La evolución constante de los negocios motiva a los empresarios a buscar actividades innovadoras que no solo generen beneficios económicos, sino también aporten un valor agregado que garantice su sostenibilidad en el tiempo, en busca de este objetivo en la actualidad muchos optan por desarrollar un plan de negocio, que a través de los componentes que se consideran en su estructura permite determinar la viabilidad económica, técnica, social y ambiental de un proyecto (Baque, 2020).

El plan de negocio es una herramienta que permite a cualquier organización trazar una ruta para alcanzar objetivos y metas previamente establecidas, entre ellas, la rentabilidad que se espera obtener, así como abordar y ofrecer soluciones ante los posibles desafíos que se presentan durante su implementación y el desarrollo de las diferentes actividades en el futuro. Es de alta utilidad porque permite a cualquier emprendimiento o empresa determinar la ventaja competitiva que puede desarrollar en el sector o mercado objetivo para posicionar un determinado

productos o servicios (Gaytán, 2020).

En algunos países latinoamericanos los gobiernos brindan apoyo a los emprendedores con capacitaciones para acceder a financiamiento y crear herramientas para plasmar una idea de negocio. En el caso de Ecuador, el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS, 2021), reveló que existe la necesidad de asesorar en la elaboración de planes de negocios para beneficiar a las organizaciones conformadas por los sectores comunitarios, asociativos, cooperativistas, personas naturales y jurídicas privadas, para que quienes tienen un emprendimiento reciban la respectiva orientación de las autoridades competentes para hacer uso de esta herramienta, que es requerida por algunas entidades financieras para acceder a cofinanciamiento y financiamiento cuando se quiere fortalecer o crear un nuevo negocio.

Una de las industrias que demanda del uso de esta herramienta es la panadería y pastelería, que se caracteriza por ser una de las más dinámicas en la economía nacional, ya que estadísticas del año 2018



indican que tuvo una participación del 7.5% en la matriz productiva del sector de actividades relacionadas con comida y el censo del año 2010 evidenció que en el país existen 8.214 establecimientos que hoy en día van en aumento, no solo satisfacen una necesidad según los gustos y preferencias de la población, sino que generan más de 22.000 plazas de trabajo (Marquez, 2020).

En el cantón Paján de la provincia de Manabí, el sector panificador y pastelero ha buscado durante años posicionarse en la venta de productos relacionados a la pastelería, pero la falta de una visión a futuro no les ha permitido ser competitivos y mantenerse estables en el mercado, ya que en su mayoría se implantan de manera empírica, sin el uso de una guía o documento que les brinde una perspectiva de los beneficios y pérdidas que podrían obtener a corto y largo plazo mediante la planificación de las ventas e ingresos esperados, así como los gastos y costos en los que debe incurrir para el desarrollo de esta actividad, estrategias que debe aplicar para que la inversión genere

el retorno adecuado y la continuidad del negocio.

Cabe destacar, que las pastelerías requieren de mucho potencial y estar a la vanguardia sobre las últimas tendencias para no quedar relegados en el mercado, por lo que surgen nuevas ideas de negocios que requieren del análisis de diferentes factores vinculados con el mercado, los clientes potenciales y otros que otorgan cierto nivel de seguridad de la rentabilidad de este tipo de negocio y una herramienta útil es el plan de negocio.

A pesar de los múltiples beneficios que genera la elaboración de un documento que detalle el potencial de cualquier emprendimiento previo a su implantación, muchas personas naturales y jurídicas privadas ignoran la aplicación del plan de negocio, sin tomar en cuenta que su finalidad es determinar la viabilidad económica, social, técnica y ambiental de cualquier proyecto que se desee plasmar. Además, en muchos casos quienes emprenden no toman muy en cuenta las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las que deben enfrentarse por el entorno en

el cual se desarrollarán (Baque et al., 2019).

A pesar del apoyo recibido por el gobierno ecuatoriano, las condiciones actuales del entorno económico social del país limitan en gran medida el desarrollo de emprendimientos, sumado a este existen otros factores como la falta de motivación, inadecuada utilización de herramientas administrativas y técnicas para la gestión de emprendimientos, desconocimiento de las ventajas de la asociatividad, que tienen incidencia en la decisión de cristalizar un negocio por la incertidumbre de no conocer de manera técnica y razonable si este tendrá el éxito esperado (Molina, et al., 2022). Por su parte, Viteri et al. (2020), también sostiene que el uso inadecuado de técnicas de gestión en los emprendimientos, incide en que las ideas de negocio muchas veces no sean concretadas por la falta de confianza, desconocimiento del entorno económico y competitivo en el que se pretende incursionar. Situaciones como las mencionadas generan mayor necesidad de una herramienta como el plan de negocio.

Considerando los aspectos indicados y con la finalidad de organizar, fortalecer y evitar riesgos de no tener el éxito esperado de un emprendimiento dedicado a la producción de pasteles y aprovechar su característica diferenciadora ante otros establecimientos ubicados en Paján que ofertan productos similares, el objetivo de esta investigación fue elaborar un plan de negocio para la implementación de la pastelería Jenny Márquez en el cantón Paján provincia de Manabí, durante el periodo 2024.

2. Metodología

El estudio tuvo un enfoque mixto, ya que la información se analizó tanto cualitativa como cuantitativamente, ya que se requirió de información obtenida a través de una encuesta y revisión bibliográfica, para conocer gustos y preferencias de los clientes potenciales y de esta forma establecer a través de un plan de negocio la viabilidad de la puesta en marcha de la pastelería Jenny Márquez y tener un fundamento teórico de los elementos que integran un plan de negocio. El diseño de la investigación fue no experimental, porque se basó en el



análisis de las variables inmersas en tema para evaluar el beneficio que generaría la puesta en marcha de la pastelería.

El tipo de investigación es descriptiva, porque se detallaron los componentes del plan de negocio de acuerdo a las necesidades que requiere una pastelería para llevar a cabo sus actividades, el mismo que incluye aspectos relacionados con la inversión, costos, gastos, utilidad, tasa interna de retorno y valor actual

neto, lo que servirá para fundamentar la investigación considerando el aporte de autores que han abordado temas relacionados con el objeto de estudio.

La población que se consideró para este estudio estuvo constituida por 12.266 habitantes de la parroquia urbana del cantón Paján. La muestra se determinó mediante un muestreo aleatorio simple, por el cual se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

N = Tamaño de población = 12.266 habitantes
Z = Nivel de confianza del 95% = 1,96
p = Probabilidad de éxito = 0,50
q = Probabilidad de fracaso = 0,50
e = Precisión del 5% = 0,05

$$n = \frac{12.266 \times 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}{0,05^2 \times (12.266 - 1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{12.266 \times 3,8416 \times 0,50 \times 0,50}{0,0025 \times 12.265 + 3,8416 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{11780.2664}{31,6229}$$

$$n = 373$$

De esta forma, la muestra de estudio correspondió a 373 habitantes de la parroquia urbana del cantón Paján.

La técnica de investigación aplicada consistió en una encuesta a la población del área urbana de Paján que permitió determinar la

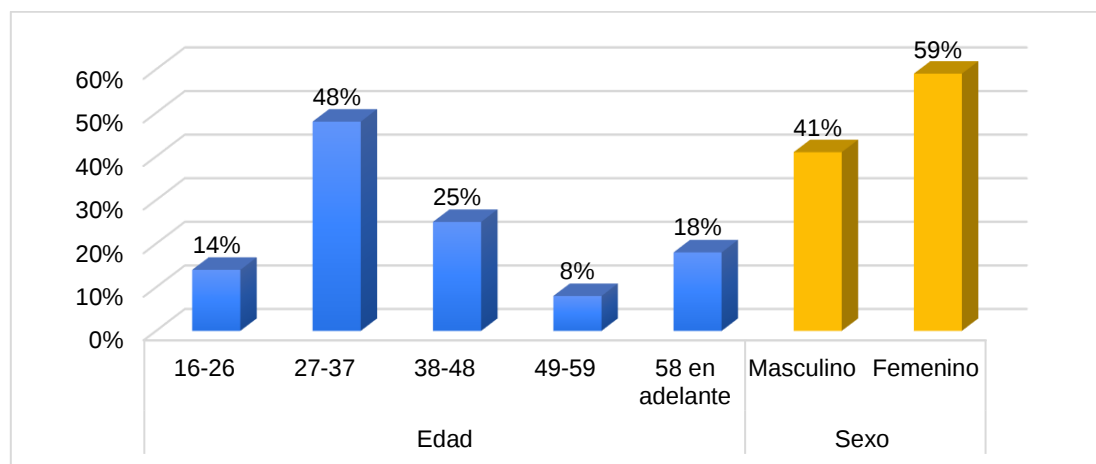
aceptación que tendría este tipo de negocio y sus productos. El procesamiento de la información se llevó a cabo mediante el programa estadístico SPSS v. 25 y Microsoft Excel que permitió presentar los datos en gráficos estadísticos con valores relativos y realizar los

cálculos financieros que determinan la inversión, ingresos, costos y gastos que determinan la viabilidad del negocio según la tasa interna de retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN).

3. Resultados y discusión

La muestra considerada para el desarrollo de esta investigación fue de 373 personas que habitan en el cantón Paján, en edad de 16 años en adelante, la mayoría representada por el 48% presentó entre 27 y 37 años. El 41% de los encuestados fueron del sexo masculino y 59% del sexo femenino, detallado en la figura 1.

Figura 1. Datos demográficos: Edad y Sexo



Fuente: Población del cantón Paján

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta a los habitantes del cantón Paján, que ha permitido analizar las necesidades del

mercado de consumo de productos de pastelería a través de los elementos: oferta y demanda, precio y forma de pago, características del producto y medios de información.

Tabla 1. Oferta y demanda

Preguntas	f	%
¿Con qué frecuencia usted requiere los servicios de alguna pastelería?		
Semanal	62	17%
Mensual	150	40%
Semestral	124	33%
Anual	37	10%
Total	373	100%
Al comprar un producto en una pastelería, ¿qué es lo que más considera y aprecia?		



Precio	26	7%
Sabor	118	32%
Calidad	202	54%
Variedad	12	3%
Decoración (diseño)	11	3%
Promoción	0	0%
Originalidad	5	1%
Total	373	100%
¿En qué ocasiones usted acostumbra a comprar un pastel o torta?		
Cumpleaños	253	68%
Matrimonio	1	0%
Comunión	0	0%
Bautizo	0	0%
Baby shower	1	0%
Todas las anteriores	113	30%
Otras ocasiones	5	1%
Total	373	100%
¿Qué sabor de tortas le gustaría que vendan con mayor frecuencia en el cantón Paján?		
Vainilla	44	12%
Chocolate	53	14%
Durazno con fresa (en la masa)	68	18%
Tres leches	61	16%
Frutos secos	49	13%
Mojada de chocolate	44	12%
Inglesa	15	4%
Selva negra	20	5%
Tropical	20	5%
Total	373	100%
¿Qué otros servicios le gustaría encontrar en una pastelería?		
Cafetería	134	36%
Servicio de bocadillos	149	40%
Panadería	22	6%
Servicio de distribución a domicilio	68	18%
Total	373	100%

Fuente: Población del cantón Paján

De acuerdo a los datos de la tabla 1, el consumo de servicios de pastelería por parte de los habitantes de Paján, se da en un 40% de manera mensual, 33% semestral, 17% semanal y 10% anual. En lo que respecta a percepción de las personas sobre el aspecto que considera previo a la compra de un producto de pastelería, el 54% señaló que la calidad es lo más importante, 32% sostuvo que el sabor de los pasteles es lo que más

llama su atención previo a su compra, 7% lo primero que toma en cuenta es el precio, 3% la variedad de productos que se ofertan, 3% sostuvo que la decoración es un factor que ellos valoran antes de hacer la compra y el 1% la originalidad ya que en la actualidad no solo importa el sabor sino la estética y creatividad basada en las tendencias actuales que le dan un toque especial a los pasteles.

El consumo de pasteles por parte del 68% de los habitantes de Paján se da generalmente en los cumpleaños, el 30% consume este tipo de productos en matrimonios, comunión, bautizos, baby shower y el 1% en otras ocasiones. El consumo de pastel es una costumbre como homenaje a los seres queridos en su cumpleaños o en fechas especiales y pueden ser personalizados en sabor y diseño, según los gustos del cliente. El sabor que les gustaría más al 18% de las personas que viven en Paján es durazno con fresa, 16% tres leches, 14% chocolate, 13% frutos secos, 12% vainilla, 12% mojada de chocolate, 5% selva negra, 5% tropical y 4% inglesa, determinando así que existe una variedad de preferencias en cuanto al sabor de pastel que más consumen estas

personas, destacando los sabores de durazno y tres leches como los apetecidos por la población.

Entre los servicios que les gustaría encontrar en una pastelería a las personas que habitan en Paján constan: 40% servicio de bocadillos, 36% cafetería, 18% servicio de distribución a domicilio y 6% panadería. La implementación de un servicio complementario en la pastelería Jenny Márquez no se haría de forma inmediata con la apertura del negocio, sino más bien a futuro de acuerdo a la evolución del mismo.

A través de los ítems detallados en la tabla 2, según la percepción de la población de Paján se analiza el precio y forma de pago que sería conveniente considerar en el negocio Jenny Márquez.

Tabla 2. Precio y forma de pago

Preguntas	f	%
¿Qué precio le gustaría tener como opción para comprar un pastel entero de una libra?		
Entre \$ 15-\$20	255	68%
Entre \$20-\$30	108	29%
Más de \$30	10	3%
Total	373	100%
¿Cuál es el tipo de pago que usted prefiere para hacer sus compras?		
Efectivo	271	73%
Tarjeta de débito	10	3%
Tarjeta de crédito	14	4%
Transferencias bancarias	78	21%
Total	373	100%

Fuente: Población del cantón Paján



Una de los elementos fundamentales para que el negocio tenga éxito es el precio, por ello, se realizó la consulta a la población cuanto estaría dispuesto a cancelar por un pastel entero de una libra y de acuerdo a los resultados presentados en la tabla 2, el 68% señaló que entre \$15 – 20 dólares, 29% indicó que podría

cancelar entre \$20 – 30 dólares por un pastel de esta característica y 3% tendría la capacidad de pagar más de \$30 dólares. Por otra parte, la forma de pago que prefiere el 73% de la población de Paján es en efectivo, 21% transferencia bancaria, 4% tarjeta de crédito y 3% tarjeta de débito.

Tabla 3. Características del local

Preguntas	f	%
¿Dónde le gustaría se encuentre ubicada una pastelería en Paján?		
Norte de Paján	40	11%
Zona central de Paján	318	85%
Sur de Paján	16	4%
Total	373	100%
¿Qué tipo de pastelería le gustaría encontrar en Paján?		
Pastelería tradicional	171	46%
Pastelería boutique	201	54%
Total	373	100%
¿De los siguientes aspectos cuales son en su criterio fundamentales para considerar una excelente atención al cliente?		
Cumplimiento de horario de entrega de productos	87	23%
Calidad del producto	168	45%
Cordialidad y respeto en la atención	92	25%
Aseo del local	27	7%
Total	373	100%

Fuente: Población del cantón Paján

De acuerdo a los datos de la tabla 3, el 85% de los habitantes de Paján les gustaría encontrar una pastelería en la zona central del cantón, el 11% en el norte y 4% en el sur. El tipo de pastelería que les gustaría encontrar al 54% es tipo boutique ya que brindan mayor variedad y productos para ocasiones especiales y al 46% tradicional. Además, consideran en un 45% que un factor fundamental que un establecimiento de este tipo debe tomar en cuenta para brindar

una excelente atención a sus clientes es la calidad del producto porque es lo que caracterizará y diferenciará de otros, el 25% cree que es importante la cordialidad y el respeto en la atención, el 23% señaló que es relevante para un cliente el cumplimiento de horario de entrega de productos y 7% indicó que el aseo del local es un factor que no se puede descuidar en un local que expende alimentos.

Tabla 4. Medios de información

Preguntas	f	%
¿A través de qué medios de información le gustaría informarse sobre ofertas en pastelería?		
Radio	16	4%
Televisión	23	7%
Periódico	1	0%
Medios digitales	332	89%
Total	373	100%
¿Qué red social prefiere para recibir información sobre pastelerías?		
Whatsapp	185	50%
Facebook	138	37%
Twitter	0	0%
Instagram	42	11%
Telegram	0	0%
Snapchat	0	0%
Tik Tok	8	2%
Total	373	100%

Fuente: Población del cantón Paján

En lo relacionado a los medios de información según los datos de la tabla 4, el 89% le gustaría recibir novedades sobre ofertas de pastelería a través de medios digitales, el 7% mediante la televisión y 4% por radio. La red social de preferencia de la población de Paján, en un 50% es Whatsapp, 37% Facebook, 11% Instagram y 2% Tik Tok.

Por otra parte, a través de una revisión bibliográfica se identificó los principales procedimientos que deben llevarse a cabo para la creación de una pastelería en el cantón Paján, que constituyen la base legal sobre la cual estará regulado este negocio, entre los cuales se destacan los siguientes:

- Preparar documentación básica (copia de cédula, papeleta de votación y una factura de servicios básicos, foto del rótulo del local.
- Inscripción y obtención del RUC, para lo cual se debe asistir al Servicio de Rentas Internas y completar los datos y requisitos solicitados para este trámite.
- Una vez obtenido el RUC, en el Municipio de la localidad se deberá obtener la patente municipal.
- Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

Otro elemento fundamental del plan de negocio es el estudio técnico donde se plasma los activos y el



personal que se requiere para la puesta en marcha de este tipo de negocio, es importante porque determina la capacidad de producción de los activos para minimizar el riesgo de invertir en algo que no genere el retorno esperado para obtener beneficio. Es uno de los insumos principales para el estudio financiero, por tanto, a continuación, se detalla la inversión inicial requerida para llevar a cabo la pastelería Jenny Márquez.

Tabla 5. Inversión requerida

Descripción	Valor
Inversión Fija	\$8.205,50
Inversión diferida	600,00
Inversión de Operación	1.891,20
Total	\$10.696,70

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los datos de la tabla 5, la puesta en marcha de la pastelería Jenny Márquez requiere de una inversión total de \$10.696,70 dólares, distribuidos en inversión fija \$8.205,50 en la que se considera equipos como cocina de inducción, batidora semi industrial, horno industrial y mesa de trabajo, se considera también implementos de cocina, muebles y enseres, equipos de computación, suministros y materiales de oficina e insumos de limpieza. En lo relacionado a la inversión diferida se estima un rubro de \$600,00 dólares que engloba gastos de constitución. La inversión de operación con un valor de \$1.891,20 dólares como respaldo para el primer mes de actividad de la pastelería.

Tabla 6. Financiamiento

Descripción	Valor	%
Accionistas	\$3,696.70	35%
Crédito banca privada o pública	7,000.00	65%
Total	\$10,696.70	100%

Fuente: Elaboración propia

La inversión se planea financiar, 35% que corresponde a \$3.696,70 por medio de los accionistas y 65% que asciende a un valor de \$7.000,00 con financiamiento a través de la banca pública o privada.

Los productos que la pastelería tendrá inicialmente a disposición de los clientes son: Torta de vainilla a un costo de \$30,00 dólares, chocolate (\$30,00) y mojada de chocolate (\$35,00), la previsión de ventas para un año se estimado es de 360

unidades de cada producto, por lo que se prevé obtener los ingresos detallados en la tabla 7.

Tabla 7. Presupuesto de ventas

Producto	Precio	Venta esperada (Unidades)	Ingreso mensual
Torta de vainilla	\$30,00	360	\$10.800,00
Torta de chocolate	\$30,00	360	10.800,00
Torta de chocolate mojada	\$35,00	360	12.600,00
Ingreso anual			\$34.200,00

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los datos de la tabla 7, se espera obtener un ingreso anual de \$34.200,00 valor sobre el cual se realiza la proyección de flujos de caja neto a cinco años, tal como se presenta en la tabla 8.

Tabla 8. Flujo de caja neto

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$34.200,00	\$34.884,00	\$35.581,68	\$36.293,31	\$37.019,18
Egresos	\$31.686,29	\$32.245,23	\$32.815,35	\$33.165,87	\$33.759,02
Flujo de caja neto	\$3.775,26	\$3.900,32	\$4.027,88	\$4.158,00	\$4.290,71

Fuente: Elaboración propia

Con la puesta en marcha de la pastelería Jenny Márquez según los datos de la tabla 7, considerando la proyección de ingresos de \$34.200,00 para el año 1 con un crecimiento del 2% para los próximos cinco años, luego de deducir los egresos se espera obtener un flujo de caja neto \$3.775,26 en el año 1, para el año 2 de \$3.900,32, año 3 \$4.027,88, año 4 \$4.158,00 y en el año 5 \$4.290,71. Estos flujos se tomaron como base para determinar el retorno de la

inversión y el valor actual neto, cuyos resultados constan en la tabla 9.

Tabla 9. TIR Y VAN de la inversión

Inversión inicial	\$10.696,70
Tasa de interés	14.07%
Valor Actual Neto (VAN)	\$3.001,56
Tasa Interna de Retorno (TIR)	24.96%

Fuente: Elaboración propia

Los datos de la tabla 9, indican que una inversión de \$10.696,70 dólares requerida para la puesta en marcha de la pastelería Jenny Márquez y los flujos de caja estimados con una



tasa de interés del 14.07% generan un VAN positivo de \$3.001,56 dólares y una TIR del 24.96%, de esta manera se determina que el plan de negocio es factible de realizar.

Discusión

A través de los elementos del plan de negocio considerados en esta investigación se determinó que la puesta en marcha de una pastelería en el cantón Paján si generaría el flujo de caja necesario que justifica la inversión inicial y obtener beneficios que garantizan la estabilidad del negocio durante los primeros cinco años. Para Baque (2020) el plan de negocios es favorable cuando se desea iniciar un negocio o insertar nuevos productos al mercado, porque muestra de manera clara lo que se desea lograr y a través de los principales elementos que lo estructuran determina el rendimiento económico que genera las hipótesis financieras presupuestadas. Al respecto, Chávez et al. (2019), concuerda en que esta herramienta proporciona la base fundamental para implantar un emprendimiento porque lo analiza desde todas las aristas para determinar la viabilidad de una idea.

Dentro del plan de negocio se ha considerado las preferencias de consumo en productos de pastelería por parte de la población del cantón Paján, denotando que a la hora de adquirirlos los aspectos más considerados son la calidad, el sabor y el precio. El estudio de Martínez et al. (2022), resalta que la calidad junto con el servicio brindado se encuentra directamente ligado a la preferencia del consumidor, ya que contribuye a su lealtad con la empresa, sin embargo, esto no garantiza la decisión final del cliente, siendo de gran relevancia identificar otros factores como la experiencia, comunicación y calidez en el trato que motiva a una persona a la preferencia comercial. Por su parte, Herrera (2020) concuerda en que el precio es el principal factor que incide en la decisión de compra y que la atención es un punto decisivo para la existencia de un negocio en el tiempo.

El valor actual neto (VAN) positivo obtenido en esta investigación indica que el plan de negocio es viable de poner en marcha. De acuerdo con Zhingre et al. (2020), los estudios de factibilidad ayudan a determinar si el negocio será bueno o malo y el VAN

es un indicador de gran utilidad para determinar este aspecto y las personas emprendedoras o dueños de negocios tomen una decisión acertada para invertir. Por ello, Goercke et al. (2019) sostiene que un plan de negocio conlleva de la aplicación de una secuencia de acciones que interrelacionadas entre sí determinan la factibilidad de invertir en determinada actividad económica.

4. Conclusiones

El plan de negocio demuestra la viabilidad de aplicar esta idea en el cantón Paján debido a que la oferta de pasteles con las características indicadas, no se ha dado hasta la actualidad en la localidad, ya que solo se venden productos direccionados a un segmento de bajo poder adquisitivo, lo que permitió diversificar el bien final enfocado en ocasiones especiales y con un producto de mejor calidad y diferenciación en el mercado al que se pretende llegar.

En esta investigación se hace referencia al producto, el estudio de mercado, la inversión a realizar y los resultados financieros como puntos

de partida para minimizar el riesgo de la inversión y poder ejecutar esta idea de negocio, que considera un mercado diversificado que no tiene respuesta en el cantón en lo relacionado a pasteles y que genera una oportunidad para generar fuentes de empleo como una actividad económica con perspectivas de sostenibilidad en el tiempo.

A través del estudio financiero se determinó que se requiere de una inversión de \$10.696,70 dólares, que será financiado en un 35% con recursos propios y 65% con crédito bancario y a través de la evaluación financiera se obtuvo un VAN positivo de \$3.001,56 dólares y una TIR del 24.96%, dando lugar a la factibilidad del plan de negocio que consiste en una pastelería a la que se denominará Jenny Márquez y se localizará en el centro de la parroquia urbana del cantón Paján.

Existen factores externos que están directamente relacionados a una la actividad económica, es por ello, que se analizan las variables económicas, sociales, que direccionan el mercado objetivo al cual se busca satisfacer con un producto de calidad personalizados



de acuerdo a la ocasión y gustos del cliente, por tanto, se interpretan de manera minuciosa los resultados obtenidos de los clientes potenciales a través del instrumento de recolección de información que genera una base significativa en la toma de decisiones para la implementación de la pastelería.

Bibliografía

- Baque, L. (2020). Plan de negocio para emprendimiento de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400120
- Baque, L., Burbano, W., & Caravaca, O. (2019). Modelo de negocio para la creación de una distribuidora de accesorios para bebés en el cantón Quevedo. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 7(105), 1-16. <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/1073/128>.
- Chávez, P., & Gómez, J. (2019). Plan de negocio para la creación de una empresa de repostería que permita a los clientes hacer sus pedidos por medio de redes sociales. *Ciencia Unisalle*, 1, 10-80. https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=3165&context=administracion_de_empresas
- Gaytán, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Mercados y Negocios*, 21(42), 143-156. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632020000200143&script=sci_arttext.
- Goercke, J., Narváez, C., & Quevedo, J. (2019). Plan de negocio, proyecto constructora Bella Terra en la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Visionario Digital*, 3(2), 173-191. <https://doi.org/https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.2.629>
- Guevara, E. (18 de Febrero de 2022). Plan de negocios para la creación de una pastelería con temática cake shop en Ambato. Universidad Autónoma de Los Andes: <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/14515/1/UA-ESCL-PDI-002-2022.pdf>
- Herrera, F. (2020). Análisis del comportamiento del consumidor y de los factores que influyen en la decisión de compra en el supermercado el súper del distrito de Chiclayo-2018. [Tesis de grado.

- Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7275/Herrera%20Saavedra%20Fiorella%20del%20Pilar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- IEPS. (22 de Diciembre de 2021). Asesoría para la elaboración del Plan de Negocio EPS solidarios. Trámites en Línea: <https://www.gob.ec/ieps/tramites/asesoria-elaboracion-plan-negocio-eps-solidarios#contact>
- Isuiza, L., & Flores, A. (23 de Junio de 2020). Plan de Negocio Panadería y Pastelería Doña Flores, año 2020. Universidad Científica del Perú: <http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/1197/FLORES%20SALAZAR%20ALISON%20CAROLINA%20Y%20ISUIZA%20C%C3%93RDOVA%20LIBIA%20CRUZ%20-%20TSP.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Lemoine, F., Montesdeoca, M., & Hernández, N. (2023). Plan de negocio y emprendimientos: contribución al fortalecimiento comercial en el destino Sucre-San Vicente. *Revista Gestionar*, 3(3), 56-67. https://www.researchgate.net/publication/373703515_Plan_de_negocio_y_emprendimientos_contribucion_al_fortalecimiento_comercial_en_el_destino_Sucre-San_Vicente
- miento_comercial_en_el_destino_Sucre-San_Vicente.
- Marquez, E. (2020). Plan de negocios para la implementación de una panadería pastelería ubicada en el norte de la ciudad de Durán, Provincia del Guayas. Tesis de maestría, Universidad de las Américas. <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/12308/4/UDLA-EC-TMAEGO-2020-01.pdf>
- Martínez, E., Licon, J., & Rivera, P. (2022). Importancia del servicio al cliente como factor de preferencia comercial en una pyme. *Revista de Investigación Académica Sin Fronteras: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 15(37), 17-27. <https://doi.org/https://doi.org/10.46589/RDIASF.VI37.463>
- Molina, C., Rivera, G., & Parrales, C. (2022). Análisis de las principales estrategias financieras aplicadas por las madres solteras en los emprendimientos en Guayaquil. *593 Digital Publisher*, 7(3), 208-219. <https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593>
- Viteri et al. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12>



n4/2218-3620-rus-12-04-
120.pdf.

Zhingre, S., Erazo, J., Narváez, C., & Moreno, V. (2020). Plan de negocio para evaluar la viabilidad en el sector microempresarial de repuestos de vehículos. Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA, 5(10), 370-397. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i10.699>