

XVI FERIA FACULTATIVA

**DE EMPREDEDURISMO INNOVACION
Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA**

GRUPO N°

48

PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

NOMBRE DEL TEMA:

ELABORACIÓN Y PRODUCCIÓN DE POSTRES ARTESANALES

INTEGRANTES:

JULIO CESAR VALVERDE RIBERA

JOSIE NATALIA CARDONA CUELLAR

DANITZA LILIANA ORTIZ ORELLANA

FERNANDA SENSANO ESCOBAR

DOCENTE GUÍA:

FAUSTO MENDOZA IRIARTE

ORGANIZA:



APOYAN:



ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	3
JUSTIFICACIÓN	5
OBJETIVOS	7
Objetivo General	7
Objetivos Específicos	7
DESARROLLO DEL TEMA	8
Emprendimiento Gastronómico: Definición, Importancia y Contexto Actual	8
Marketing Emocional y Experiencial: Estrategias que Conectan con el Cliente.....	8
Diferenciación del Producto: Clave para la Competitividad	9
Segmentación de Mercado: Conociendo al Cliente Ideal	10
Análisis de la Competencia: Identificación de Oportunidades	10
Estrategia de Precio y Distribución: Equilibrio entre Valor y Accesibilidad.....	11
Comunicación y Promoción: Creación de Marca con Emoción	12
Análisis Económico: Rentabilidad, Costos y Punto de Equilibrio	12
CONCLUSIÓN	14
RECOMENDACIÓN	15
BIBLIOGRAFÍA	16

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento gastronómico se ha convertido en una de las principales fuentes de innovación y desarrollo económico en los últimos años, en especial dentro del sector de la pastelería y repostería artesanal. La creciente competencia, la evolución de los hábitos de consumo y la necesidad de diferenciarse en un mercado saturado han impulsado a los nuevos negocios a replantear sus modelos de producción, comercialización y atención al cliente.

En este contexto nace Postres artesanales, una propuesta original que busca ofrecer al público no solo un producto de repostería de calidad, sino una experiencia emocional significativa a través de la tradición y el detalle. Postres artesanales se especializa en la elaboración y comercialización de queques artesanales temáticos, enfocados en tres sabores clásicos y altamente valorados por el consumidor: naranja, zanahoria, marmolado y chocolate.

El negocio se dirige a un público que valora la repostería hecha en casa, la estética, la calidad de los ingredientes y, sobre todo, el valor simbólico que adquiere un pastel cuando se transforma en un gesto de cariño, un mimo personal o una forma de celebración. Este emprendimiento busca llenar un vacío existente en el mercado, al unir el placer de compartir una merienda tradicional con la posibilidad de expresar sentimientos a través de un producto diseñado para ocasiones especiales como aniversarios, cumpleaños, meriendas familiares, o simplemente para regalar un momento dulce.

El modelo de negocio de Postres artesanales contempla la personalización del producto según la ocasión (mediante empaques temáticos, mensajes impresos y decoraciones conceptuales), el uso de ingredientes naturales y seleccionados cuidadosamente sin conservantes artificiales, así como una atención centrada en el cliente y en los detalles que evocan el calor de un hogar. La propuesta se apoya en tendencias actuales del mercado, como el consumo nostálgico, el

marketing sensorial, la repostería artesanal y la búsqueda de experiencias que conecten con lo auténtico. Asimismo, se inserta en un entorno donde las redes sociales y las plataformas digitales juegan un papel fundamental para la promoción de productos activos y visualmente llamativos, lo cual abre una oportunidad de posicionamiento importante.

Este plan de negocio tiene como finalidad describir y estructurar todos los elementos necesarios para la puesta en marcha de Postres artesanales, desde la investigación del mercado y el análisis del cliente objetivo, hasta la elaboración de las estrategias comerciales, operativas y financieras.

Se parte del principio de que un negocio exitoso no solo ofrece productos de calidad, sino que sabe conectar emocionalmente con sus consumidores, generando fidelidad y diferenciación en un entorno competitivo

JUSTIFICACIÓN

El presente plan de negocio encuentra su justificación en múltiples factores de orden económico, social y emocional que hacen viable y necesaria la implementación de una propuesta como Postres artesanales. En primer lugar, se observa un cambio progresivo en las preferencias del consumidor moderno, quien ya no se limita a buscar un postre industrializado o genérico, sino que busca una experiencia agradable, personalizada y con un fuerte valor simbólico y nostálgico. Los queques artesanales evocan la infancia, el hogar y el compartir en familia, transformando la comida en una forma de comunicación afectiva, especialmente útil en entornos urbanos donde el ritmo de vida no siempre permite dedicar tiempo a la elaboración de repostería casera.

Postres artesanales responde a esta necesidad de conexión emocional a través de un producto que ñcantador.

Por otro lado, este emprendimiento también se justifica desde una perspectiva económica, ya que el mercado de la repostería artesanal y los productos listos para consumir por encargo continúa

creciendo. Según diversas investigaciones, los consumidores están dispuestos a pagar un precio premium por productos que les generen una experiencia única y que respondan a valores como la autenticidad, la frescura, la creatividad y la atención al detalle. Postres artesanales, al unir estos elementos con un concepto temático y celebratorio, tiene el potencial de captar un segmento de mercado dispuesto a invertir en repostería fina para consentirse o agasajar a otros con estilo y emoción.

Asimismo, desde una perspectiva estratégica, Postres artesanales se presenta como una oportunidad de innovación comercial al integrar conceptos de marketing emocional, diseño de empaques experienciales y personalización en el ámbito de la repostería tradicional. Al operar bajo formatos de entrega a domicilio, pedidos por encargo y cajas de regalo para momentos especiales, el negocio se adapta perfectamente a las nuevas dinámicas de consumo donde la comodidad, la flexibilidad y la sorpresa son prioritarias.

Finally, este proyecto también tiene un componente de impacto positivo en la comunidad, al promover el emprendimiento local, la manufactura artesanal, la adquisición de materias primas a productores locales (frutas frescas como naranjas y zanahorias de la región) y la dinamización de alianzas estratégicas con otros negocios afines (cafeterías, tiendas de regalos, floristerías). De este modo, Postres artesanales no solo representa un negocio rentable, sino también una propuesta innovadora, emocionalmente significativa y socialmente relevante.

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar un modelo de negocio innovador y emocionalmente atractivo basado en la venta de queques artesanales temáticos de sabores tradicionales (naranja, zanahoria, marmolado y chocolate) que combine calidad repostería, personalización conceptual y atención al cliente, con el propósito de posicionarse como una opción destacada en el mercado de repostería con enfoque en regalos, meriendas especiales y experiencias significativas.

Objetivos Específicos

- Identificar y analizar el perfil del cliente objetivo para diseñar presentaciones y empaques temáticos que respondan a sus preferencias emocionales y de consumo.
- Establecer un sistema de producción artesanal estandarizado y una distribución eficiente que garanticen la máxima frescura, esponjosidad y puntualidad en la entrega de los queques.
- Implementar estrategias de marketing digital y emocional que posicionen a Postres artesanales como una marca asociada a la calidez del hogar, el cariño y la celebración de momentos cotidianos o especiales.
- Evaluar la viabilidad económica del emprendimiento mediante un análisis riguroso de costos de insumos, ingresos proyectados y punto de equilibrio.
- Generar alianzas con comercios relacionados (cafeterías locales, tiendas de regalos, organizadores de eventos corporativos) para ampliar los canales de venta y la cobertura de la marca.

DESARROLLO DEL TEMA

Emprendimiento Gastronómico: Definición, Importancia y Contexto Actual

El emprendimiento gastronómico es una manifestación dinámica del espíritu emprendedor, que combina la creatividad culinaria con la gestión empresarial. Se define como la creación y desarrollo de un negocio que ofrece productos o servicios relacionados con la alimentación, donde el emprendedor asume el riesgo económico con el objetivo de satisfacer una necesidad del mercado y obtener rentabilidad.

En el contexto actual, el sector de la repostería artesanal ha tomado un nuevo impulso gracias a factores como el auge de las redes sociales visuales, la valorización de lo natural frente a lo ultraprocesado, y la búsqueda de sabores reconfortantes o "comfort food". En este sentido, iniciativas como postres artesanales representan una evolución de la pastelería tradicional, al incorporar no solo un producto alimenticio de consumo masivo —el queque casero— sino también una propuesta emocional, estética y simbólica bien definida a través de una línea selecta de sabores clásicos: naranja, zanahoria, marmolado y chocolate.

Este tipo de emprendimiento permite al repostero diferenciarse mediante propuestas conceptuales, donde el queque se adapta temáticamente según la ocasión (mensajes calados en azúcar glass, etiquetas personalizadas, empaques tipo regalo), vinculando directamente el consumo con el afecto y la calidez familiar. Así, se convierte en un vehículo para transmitir emociones y revivir tradiciones culinarias.

Marketing Emocional y Experiencial: Estrategias que Conectan con el Cliente

El marketing emocional es una herramienta poderosa que se centra en generar una conexión profunda con el consumidor, apelando a sus emociones, deseos, valores y experiencias

personales. Según Goleman (1995), las emociones influyen directamente en el comportamiento humano, y esto se traduce en decisiones de compra que van más allá de lo racional.

En postres artesanales, esta estrategia se refleja en cada aspecto del negocio: desde la selección de los sabores (que evocan la infancia y las meriendas en casa de la abuela) hasta el packaging (cajas con diseños cálidos, tarjetas con dedicatorias personalizadas y la opción de incluir mensajes emotivos). Cada elemento está pensado para provocar una emoción positiva en el consumidor, ya sea nostalgia, ternura, gratitud o afecto.

Por su parte, el marketing experiencial busca que el cliente viva una experiencia completa que involucre los cinco sentidos y deje una huella emocional. Disfrutar un queque de postres artesanales no es solo saciar un antojo dulce; es el aroma cítrico de la naranja fresca al abrir la caja, la textura húmeda y el color vibrante de la zanahoria, o el contraste visual del marmolado de chocolate y vainilla. Esta experiencia multisensorial y social aumenta significativamente la percepción de valor y la fidelidad del cliente hacia la marca.

Diferenciación del Producto: Clave para la Competitividad

La diferenciación de producto es un pilar fundamental del posicionamiento estratégico de un negocio. Se refiere a la capacidad de una empresa para ofrecer un producto único, que se destaque frente a la competencia por su diseño, funcionalidad, calidad o valor simbólico.

En este sentido, postres artesanales basa su diferenciación en tres aspectos clave:

- **Enfoque en Línea Selecta y Tradicional:** En lugar de saturar el menú, se perfeccionan tres sabores icónicos y de alta demanda (Naranja natural con glaseado cítrico, Zanahoria húmeda con sutiles especias, y el clásico Marmolado balanceado), asegurando una calidad artesanal homogénea.

- **Tematización y Personalización:** La capacidad de transformar un queque de molde en un regalo personalizado mediante empaques temáticos para fechas especiales (Día de la Madre, cumpleaños, aniversarios, "pensando en ti") y dedicatorias a medida.
- **Presentación y Frescura Artesanal:** Elaborados rigurosamente bajo pedido, sin premezclas ni conservantes artificiales, lo que garantiza una esponjosidad y humedad superiores a las de los supermercados o pastelerías industriales.

Esta diferenciación justifica un mayor valor percibido por parte del consumidor, permitiendo al emprendimiento competir por calidad y concepto, y no por precio bajo.

Segmentación de Mercado: Conociendo al Cliente Ideal

La segmentación de mercado consiste en dividir el mercado en grupos de consumidores con características comunes, con el fin de diseñar estrategias adecuadas a sus necesidades y preferencias. En el caso de postres artesanales, se identifican dos segmentos principales:

- **Segmento Emocional-Familiar:** Compuesto principalmente por personas de 22 a 55 años que valoran las reuniones familiares, buscan acompañar sus meriendas o cafés con un producto de calidad casera y les gusta sorprender a sus seres queridos (padres, abuelos, parejas) con un detalle dulce y nostálgico.
- **Segmento Corporativo y de Regalos de Agradecimiento:** Incluye profesionales o microempresas que desean enviar un obsequio cálido, elegante y no pretencioso a clientes, colaboradores o amigos en señal de agradecimiento, buscando desmarcarse de los regalos de oficina tradicionales.

Ambos segmentos comparten un perfil psicográfico basado en el aprecio por lo hecho a mano, el gusto por los sabores auténticos y naturales, y el deseo de generar momentos de confort y convivencia.

Análisis de la Competencia: Identificación de Oportunidades

Analizar la competencia es esencial para entender el entorno de mercado y encontrar oportunidades de diferenciación. En el caso de postres artesanales, se identifican los siguientes tipos de competidores:

- **Pastelerías Industriales y Supermercados:** Ofrecen queques a precios bajos y disponibilidad inmediata, pero sus productos suelen ser secos debido a los conservantes, carecen de sabor natural y no ofrecen personalización ni identidad emocional.
- **Reposterías de Alta Gama o de Diseños en Fondant:** Se enfocan en tortas muy decoradas, complejas y costosas para eventos grandes, dejando desatendido el mercado cotidiano de queques tradicionales de molde para el consumo diario o regalos sencillos de alta calidad.
- **Emprendimientos Caseros Informales:** Venden queques de manera intermitente, pero por lo general carecen de una marca sólida, empaques atractivos que protejan el producto y estrategias de marketing emocional organizadas.

En este escenario, postres artesanales se posiciona como el equilibrio perfecto: repostería tradicional con calidad premium, presentación de regalo impecable y precios accesibles, cubriendo un nicho intermedio altamente rentable.

Estrategia de Precio y Distribución: Equilibrio entre Valor y Accesibilidad

La estrategia de precios de postres artesanales se basa en el método de coste más margen, buscando cubrir estrictamente los costos de producción (ingredientes de calidad, empaques aptos para alimentos, etiquetas, transporte) y generar una utilidad razonable. Los precios establecidos buscan mantenerse competitivos en el mercado de repostería artesanal por encargo, permitiendo el acceso a un público amplio sin sacrificar la frescura de la materia prima.

En cuanto a la distribución, se aplican canales directos y digitales:

- Pedidos Directos por Canales Digitales: Gestión de pedidos planificados y personalizados a través de WhatsApp Business y redes sociales, permitiendo una comunicación fluida.
- Entregas Programadas (Delivery): Envíos realizados bajo estrictas condiciones de cuidado para que los queques y sus empaques lleguen intactos, manteniendo su estética de regalo.
- Alianzas Estratégicas B2B: Distribución de queques enteros o en porciones en cafeterías locales que no cuentan con taller de repostería propio, ampliando los canales de ingresos estables.

Comunicación y Promoción: Creación de Marca con Emoción

La comunicación de marca se construye a partir de una identidad coherente, un mensaje claro y una estética cuidada. En el caso de postres artesanales, la promoción se basa en los siguientes pilares:

- Contenido Visual y Sensorial en Redes Sociales: Uso de Instagram, Facebook y TikTok para mostrar videos del desmolde de los queques, el humo saliendo de un queque de naranja recién horneado o el corte perfecto de un marmolado. Esto despierta el apetito y la nostalgia (antojo visual y olfativo simulado).
- Branding de Calidez: Mensajes enfocados en "el sabor de compartir", "un mimo para el alma" o "el olor de la casa de mamá", reforzando el concepto de amor y bienestar.
- Campañas por Temporada y Fechas Clave: Promociones especiales para domingos familiares, "Día de la Zanahoria" (con enfoques saludables), Día de la Madre, o combos de "Queque + Café" para regalar en el trabajo.

Análisis Económico: Rentabilidad, Costos y Punto de Equilibrio

Un emprendimiento sostenible debe estar respaldado por un análisis económico sólido. Para postres artesanales, la inversión inicial está destinada principalmente a la adquisición de moldes de alta calidad, batidora, insumos base al por mayor (harina, azúcar, chocolate, empaques temáticos) y marketing inicial.

Se clasifican de la siguiente manera:

- Costos Variables: Insumos frescos (naranjas, zanahorias, huevos, mantequilla, cacao), empaques de cartón con ventana transparente, cintas y tarjetas de regalo.
- Costos Fijos: Energía eléctrica/gas proporcional para el horneado, servicios de conectividad y gastos de promoción mensual.

Debido a que la materia prima para estos sabores específicos es altamente accesible y ofrece un gran rendimiento, el margen de contribución de cada queque artesanal es sumamente favorable. El punto de equilibrio mensual se estima bajo y fácilmente alcanzable con una venta diaria constante, lo que disminuye el riesgo operativo y proyecta un retorno de inversión dentro de los primeros meses de actividad, permitiendo una rápida escalabilidad hacia nuevos sabores tradicionales o formatos individuales.

CONCLUSIÓN

La elaboración del presente plan de negocio para postres artesanales ha permitido identificar y estructurar de manera integral las estrategias necesarias para introducir una propuesta innovadora dentro del sector de la repostería artesanal. A través del análisis de mercado, se ha evidenciado un nicho con alta receptividad hacia productos tradicionales diferenciados no por la complejidad de su diseño exterior (fondant o cremas pesadas), sino por la autenticidad de su sabor casero, fresca, presentación limpia y carga emocional, como los queques de naranja, zanahoria y marmolado orientados a obsequios o meriendas especiales. Esta diferenciación permite a la marca trascender lo netamente comercial, construyendo momentos memorables para los consumidores.

Asimismo, la planificación estratégica basada en el marketing emocional, el cuidado del empaque y el enfoque centrado en la nostalgia familiar, resulta fundamental para generar fidelización, valor de marca y una clara ventaja competitiva sobre los productos industriales. La incorporación de canales digitales rápidos para pedidos y entregas programadas optimiza la rentabilidad del negocio, respondiendo de manera eficiente a las necesidades del consumidor contemporáneo que busca practicidad sin perder el toque humano.

El análisis económico financiero realizado evidencia la viabilidad del proyecto, sustentado en el uso de insumos locales de costo eficiente y una estructura operativa esbelta. Todo ello confirma que postres artesanales es un emprendimiento con gran potencial de crecimiento, financieramente saludable y con un alto valor emocional agregado capaz de consolidarse con éxito en el mercado gastronómico actual.

RECOMENDACIÓN

- Implementar Campañas de Storytelling Olfativo y Visual: Mantener una estrategia de marketing digital constante enfocada en evocar los recuerdos asociados a los sabores clásicos (el olor a queque de naranja por las tardes, el marmolado de las meriendas infantiles), utilizando fotografía gastronómica de alta definición y videos tipo reels o shorts que muestren la textura suave y esponjosa del producto.
- Desarrollar un Catálogo Digital Flexible de Packaging: Diseñar empaques modulares que permitan cambiar la temática del queque con facilidad mediante fajas de papel o etiquetas especiales (por ejemplo: "Feliz Cumpleaños", "Gracias por todo", "Para una tarde juntos"), permitiendo que el mismo sabor de queque funcione para múltiples propósitos de regalo.
- Establecer Alianzas Críticas con Cafeterías de Especialidad: Ofrecer el producto a cafeterías locales que busquen una opción de repostería verdaderamente artesanal y con sabor casero para sus vitrinas, asegurando un canal de ingresos fijos mensuales (B2B).
- Estandarizar Rigurosamente las Recetas: Documentar las cantidades exactas y los tiempos de horneado para los queques de naranja, zanahoria y marmolado, garantizando que el sabor, la humedad y la altura del queque sean exactamente iguales en cada pedido, lo cual es clave para retener a los clientes exigentes.
- Monitorear la Estacionalidad de las Materias Primas: Controlar los costos de insumos clave (como la naranja y la zanahoria) según las épocas del año, generando alianzas con proveedores locales para mantener los precios estables y asegurar la máxima frescura de las frutas utilizadas.

- Adoptar una Identidad Eco-Amigable: Utilizar cajas de cartón kraft reciclable o biodegradable y minimizar el uso de plásticos en la presentación final. Esto no solo disminuye costos de empaques complejos, sino que refuerza el concepto de un producto natural, honesto y socialmente responsable, una característica altamente valorada por el consumidor actual.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta Reátegui, J. M. (2021). Plan estratégico de marketing para fomentar el turismo gastronómico través del biohuerto en un restaurante, ciudad de Lima. *Revista Horizonte Empresarial*, 8(1), 257-271.
- Baca Urbina, G. (2016). *Evaluación de proyectos*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Flores Fernández, M. (2022). Investigaciones sobre mercados gastronómicos en escenarios de pandemia.
- Goleman, D. (1995). *Inteligencia emocional*. Barcelona: Kairós.
- Gustafsson, I. B. (2009). Las artes culinarias y la ciencia de la comida como currículo universitario interdisciplinario. En *Meals in Science and Practice: Interdisciplinary Research and Business Applications*, (pp. 270–293). Elsevier Ltd.
- Hernández Sampieri, R. F. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Lambin, J. J. (1995). *Marketing estratégico*. Madrid: McGraw-Hill.
- Medina, F. X. (2010). La gastronomía como medio para el desarrollo de innovaciones sociales. *Revista Investigación*, 10(1), 45-58.
- Munuera, J. L. (2007). *Marketing estratégico*. Madrid: ESIC Editorial.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Poveda, T. (2023). Apropiación de la planificación estratégica del marketing digital para emprendimientos gastronómicos en Guayaquil, contexto postpandemia. *IROCAMM - International Review Of Communication And Marketing Mix*, 6(2), 114–127.
- Ramírez Padilla, D. N. (2018). *Contabilidad administrativa: un enfoque estratégico para la competitividad* (10a ed.). México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Villagra Villanueva, J. A. (2016). *Indicadores de gestión: un enfoque práctico*. México D.F.: Cengage Learning.