

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Ingeniería



**PLAN DE NEGOCIO DE UNA PASTELERÍA  
ARTESANAL EN NUEVA CONCEPCIÓN, ESCUINTLA.**

Trabajo de graduación presentado por  
Briana Sucell Bonilla Meza  
Para optar por el grado académico de Licenciada en  
Administración de Empresas

Guatemala,  
2022



UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Ingeniería



**PLAN DE NEGOCIO DE UNA PASTELERÍA  
ARTESANAL EN NUEVA CONCEPCIÓN, ESCUINTLA.**

Trabajo de graduación presentado por  
Briana Sucell Bonilla Meza  
Para optar por el grado académico de Licenciada en  
Administración de Empresas


Guatemala,  
2022

Vo.Bo. :

(f)   
MBA Manuel Venicio Mejia Rion  
Asesor

Tribunal Examinador:

(f)   
MBA Manuel Venicio Mejia Rion  
Asesor

(f)   
Lic. Eddyn Geovani Figueroa Lopez  
Evaluador

(f)   
Ing. Mario Adolfo Sian Quisque  
Director

# ÍNDICE

LISTA DE FIGURAS.....	iii
RESUMEN.....	iv
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. OBJETIVOS .....	2
A. GENERAL.....	2
B. ESPECÍFICOS .....	2
III. JUSTIFICACIÓN .....	4
IV. MARCO TEÓRICO.....	1
A. ANTECEDENTES.....	1
1. ¿Cómo influye la repostería en la economía mundial?.....	1
2. Estadísticas importantes de la industria de fabricación de pasteles.....	1
3. ¿Cómo influye la repostería en la economía de Guatemala?.....	2
4. ¿Cómo influye la repostería en la economía de Escuintla?.....	4
5. Metodología .....	4
6. Encuesta .....	5
B. LA REPOSTERÍA.....	7
1. ¿Abrir una pastelería es rentable?.....	7
2. Las pastelerías más exitosas en Guatemala .....	8
C. ESTUDIO DE CAMPO A LOS NEGOCIOS QUE VENDEN PRODUCTOS DE REPOSTERÍA EN EL ÁREA DE LA NUEVA CONCEPCIÓN, ESCUINTLA.....	9
1. Panadely .....	9
2. Holandesa .....	10
3. Stefany pastelería .....	12
D. CONSTITUCIÓN EMPRESA EN SUPERINTENDENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA.....	13
1. Constitución de la Empresa Registro Mercantil. ....	13
2. Registro Sanitario.....	14
3. Registro Sanitario de productos afines .....	14
E. MATRIZ DE COMPARACIÓN .....	15
F. ESTUDIO SOCIOECONÓMICO EN NUEVA CONCEPCIÓN, ESCUINTLA.....	16
1. Datos generales .....	16
2. Descripción del departamento. ....	16
3. Población .....	17

4.	Población económicamente activa.....	17
5.	Ocupación y salarios.....	18
6.	Población económicamente activa por actividad productiva.....	18
7.	Salarios .....	18
8.	Niveles de ingreso.....	19
G.	PREFERENCIAS GASTRONÓMICAS DE LA POBLACIÓN SUR DE GUATEMALA. ....	20
1.	Borracho.....	20
2.	Rellenito .....	20
3.	Polvorosas .....	20
4.	Tradiciones.....	20
H.	<i>BENCHMARKING</i> DE ESPACIOS.....	21
1.	Caso Ánfora .....	21
2.	Lucky Lorenzo pasteles & postres .....	22
3.	Bricake .....	22
I.	<i>BENCHMARKING</i> EN PRECIOS DE PRODUCTOS.....	24
V.	ESTUDIO DE COSTOS Y PRESUPUESTOS .....	25
VI.	PRESUPUESTO .....	26
VII.	RESULTADOS FINANCIEROS.....	27
A.	RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE EMPRENDIMIENTO DESARROLLADO EN EL ÁREA DE NUEVA CONCEPCIÓN ESCUINTLA, Y SU COMPORTAMIENTO DURANTE LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS. ....	28
VIII.	ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	29
IX.	CONCLUSIÓN.....	30
X.	RECOMENDACIONES .....	32
XI.	BIBLIOGRAFÍA.....	33

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Ventas Retail de panadería y pastelería en Guatemala valor en millones de GTQ...	3
Figura 2. Marcas de productos horneados porcentaje de participación.....	3
Figura 3. Encuesta preferencia de flores. ....	5
Figura 4. Encuesta preferencia de figuras. ....	6
Figura 5. Encuesta preferencia de montaje de pastel.....	6
Figura 6. Logo San Martín.....	8
Figura 7. Logo Anfora.....	8
Figura 8. Logo Fado .....	8
Figura 9. Logo Palace .....	8
Figura 10. Pasteles fríos Panadely. ....	9
Figura 11. Productos de panadería Panadely.....	9
Figura 12. Gustitos de Panadely. ....	10
Figura 13. Productos individuales de Panadely. ....	10
Figura 14. Pasteles fríos de Holandesa. ....	11
Figura 15. Pasteles tradicionales Holandesa. ....	11
Figura 16. Pasteles personalizados Holandesa .....	11
Figura 17. Logo Stefany Pastelería.....	12
Figura 18. Pasteles fríos Stefany pastelería. ....	12
Figura 19. Pasteles personalizados Stefany pastelería. ....	13
Figura 20. Matriz comparativa de pastelerías. ....	15
Figura 21. Gráfica de rango de edades en Nueva Concepción, Escuintla. (GUATEMALA, 2019)	17
.....	17
Figura 22. Población económicamente activa por actividad productiva.....	18
Figura 23. Nivel de ingresos población de Nueva Concepción, Escuintla. ....	19
Figura 24. Matriz en comparación a precios. ....	24
Figura 25. Presupuesto Bricake .....	26
Figura 26. Estado de resultados Bricake .....	27

## RESUMEN

El presente estudio tiene como finalidad ofrecer un panorama amplio para la determinación del entorno que tendrá Bricake en los próximos 5 años, Bricake es una pastelería ubicada en el municipio de Nueva Concepción, Escuintla, la cual ofrece al mercado variedad de postres en línea, siendo únicos en diseño y sabor, así mismo para el desarrollo del mismo se llevaron a cabo estudios de factibilidad, las cuales serán factibilidad operativa, técnica y financiera, tomando en cuenta el desarrollo de temas clave para determinación de panorama.

Dentro del primer punto de partida se desarrolló el estudio de pastelerías a nivel nacional con mayor presencia así mismo pastelerías ubicadas en el Municipio de Nueva Concepción con mayor presencia y competitividad, por ende, se realizaron encuestas, las cuales tienen como finalidad conocer gustos y preferencias del mercado meta.

Por consiguiente, obteniendo dichos datos de análisis se creó matriz de comparación, con dicha matriz se pudo desarrollar decisiones clave para fijación de precios y segmento de mercado al cual debemos dirigirnos.

De acuerdo con el análisis realizado a la competencia, en este orden de ideas, se implementó el estudio socioeconómico en Nueva Concepción Escuintla, de este modo teniendo en cuenta todos los temas desarrollados se implementó el tema de *benchmarking* dentro de la organización, el cual es de gran importancia para la misma ya que se obtuvieron nuevas ideas de negocios, nuevos métodos de desarrollo y posicionamiento de marca, así también procesos de producción eficientes y eficaces.

En síntesis, con todos los temas abordados, Bricake es una pastelería que durante los próximos años logró incursionar en el mercado de manera totalmente viable.

## I. INTRODUCCIÓN

La industria de la repostería en Guatemala consiste principalmente de pequeñas y medianas empresas. Muchas de ellas con presencia en el formato de cadenas de negocios con operaciones a nivel interdepartamental. A diferencia de los patrones de consumo que se ven en Estados Unidos donde los clientes suelen ser mayoristas; en Guatemala, es lo contrario. Debido a la idiosincrasia nacional, las reposterías tienen como mercado objetivo principal la venta de productos a consumidores finales.

Escuintla es el departamento más industrializado y con amplia producción agrícola. Cuenta con más de 730 mil habitantes. Lo cual brinda un mercado ideal para poder crear y expandir un negocio de repostería. Específicamente para la Nueva Concepción, que será el objeto principal de estudio. Allí existen 4 pastelerías reconocidas y 12 puntos de venta de pasteles o postres. Solo existe una repostería dedicada a la personalización de pasteles con un formato similar a Bricake, pero con énfasis en productos económicos.

Bricake nace como un emprendimiento en 2021 como prueba de concepto de negocio. Como factor principal de diferenciación se encuentran los diseños personalizados y el uso de materiales de alta calidad para deleitar los paladares. La prueba de concepto se llevó a cabo a puerta cerrada y desde la cocina de casa. Sin embargo, la demanda de los productos está generando la necesidad de tener instalaciones propias y un área para que la clientela pueda consumir. Por lo que este documento se hace con el propósito de ser un instrumento complementario al plan de negocios de la pastelería.

## II. OBJETIVOS

### A. GENERAL

- Realizar el estudio de factibilidad de una pastelería artesanal en el área de Nueva Concepción, Escuintla, desarrollando las áreas de factibilidad técnica, económica y operativa. Identificando los elementos necesarios para poder llevar a cabo exitosamente la operación.

### B. ESPECÍFICOS

- Hacer un estudio de mercado de la competencia, se nombrarán y evaluarán criterios específicos de otros establecimientos comerciales similares en el área del casco urbano de Nueva Concepción, Escuintla.
- Presentar, con base en los hallazgos realizados, un panorama amplio y objetivo sobre las metas y plan de crecimiento de una pastelería en un plazo de 5 años.
- Identificar la sostenibilidad del emprendimiento de acuerdo con la factibilidad técnica, al investigar puntos claves para la producción, al hacer un listado detallado de los implementos y suministros necesarios y al mostrar la factibilidad y el presupuesto para adquirir los mismos.
- Investigar las técnicas y buenas prácticas en el segmento de la repostería para brindar un servicio eficiente apoyado con la tecnología, aplicando dichas prácticas desde la obtención de materias primas hasta la experiencia de compra del cliente.
- Hacer un estudio de requisitos legales en temas de SAT, Ministerio de Salud y la Municipalidad para poder aperturar y operar el negocio.
- Definir proyecciones financieras, desarrollando estado de ganancias y pérdidas, y proyección de flujo de efectivo, analizando la sostenibilidad del emprendimiento para los próximos 5 años.
- Examinar la sostenibilidad del emprendimiento de acuerdo con la factibilidad económica, realizando un estudio socioeconómico en el municipio de Nueva Concepción, Escuintla. Así se logrará identificar la capacidad económica de compra de nuestro segmento de mercado meta.
- *Benchmarking*: Identificar negocios ya existentes en el país, fuera del municipio, con un concepto diferenciado y modelo de negocio exitoso que se pudiera tomar como

*benchmarking*. Y de esta manera, poder definir indicadores de éxito realistas y medibles.

### III. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto responde a la necesidad de visualizar la situación actual del mercado de la repostería en Nueva Concepción. Ya que Bricake ha operado exitosamente su prueba de concepto desde junio de 2021. Por lo que se desea analizar las oportunidades de mercado para un manejo y crecimiento sostenible de la empresa. De esta manera se puede obtener una imagen clara del futuro del proyecto en sus diferentes aspectos operativos. Finalmente, se creará la visión y proyección basados en la evidencia actual para definir metas para los siguientes 5 años.

## IV. MARCO TEÓRICO

### A. ANTECEDENTES

#### 1. ¿Cómo influye la repostería en la economía mundial?

Los consumidores en los Estados Unidos y en todo el mundo están optando por seguir estilos de vida más saludables. Eso significa que hay menos demanda de alimentos azucarados, lo que haría parecer que la industria de la pastelería podría estar en problemas. Lo que quieren los clientes son productos orgánicos, integrales, sin gluten y bajos en carbohidratos que puedan ayudarlos a alcanzar sus objetivos de acondicionamiento físico.

Incluso el consumidor más preocupado por su salud tiene margen para darse capricho ocasionalmente, como ocurre con los productos recién horneados y otros productos. Siguen desempeñando un papel en la economía.

Los consumidores en los Estados Unidos utilizan panaderos comerciales con mucha más frecuencia que las tiendas minoristas independientes. Solo el 9% de los ingresos de la industria en el sector de la panadería proviene del mercado minorista. Los tres principales productores comerciales generaron más de \$25 mil millones en ventas en 2015.

#### 2. Estadísticas importantes de la industria de fabricación de pasteles.

Los pasteles decorados constituyen la categoría más grande en la industria de EE. UU., y representan el 26,3% del mercado en 2017. Los pasteles de helado capturaron una participación del 5,7% de las ventas de la categoría durante el mismo tiempo con el propósito de comparar. (Statista)

La industria de la panificación genera más de \$30 mil millones en ingresos cada año, lo que representa el 2.1% del PIB en los Estados Unidos. (Asociación Americana de Panaderos)

El impacto económico de los productos horneados que se producen y venden en los Estados Unidos asciende a \$423 mil millones, pero las ganancias no son necesariamente altas debido a los crecientes costos del azúcar, el trigo y el aceite vegetal, que pueden oscilar hasta en un 40% en un solo año. (Asociación Americana de Panaderos)

El 65% de todas las panaderías que operan en los Estados Unidos emplean a menos de 10 personas. El 44% tiene entre 1 y 4 trabajadores, y la mayoría de los pequeños operadores tienen una instalación desde donde producen los bienes. (Crónica de San Francisco)

Los pasteles pequeños se apoderaron de la mayor parte del mercado del Reino Unido para la industria en 2012 con 139 millones de kilogramos vendidos en 2012, lo que representa el 44% de las ventas totales.

(GeneratePress, 2022)

### 3. ¿Cómo influye la repostería en la economía de Guatemala?

Guatemala es un país tradicionalmente orientado al consumo de pan en especial para dos tiempos de comida: el desayuno y la cena. El pan es uno de los productos alimenticios más importante en los hogares guatemaltecos y se encuentra generalmente al alcance de todas las familias a un costo relativamente bajo. Entre los productos más representativos de la industria se pueden mencionar el pan francés, pirujo, tostado, concha, champurradas, zepelines, magdalenas y tortas.

Cerca del 90% del sector está conformado por medianas y pequeñas empresas que producen diariamente pan y pasteles para la venta directa a sus clientes y consumidores. Hoy en día, familias enteras se dedican al negocio de la panadería y repostería generando los suficientes ingresos para sustentar una vida digna y favorable. Aun cuando el sector se ha visto influenciado grandemente por la introducción de empresas panificadoras del extranjero, los guatemaltecos parecen ser fieles a las delicias de pan y pasteles que adquieren en tiendas y panaderías de barrio o colonia.

Actualmente se pueden definir tres tipos de negocios en la industria del pan en Guatemala:

- Panadería tradicional: Son todas aquellas pequeñas y medianas empresas con un nivel de automatización bajo en sus procesos. Comercializan sus productos a través de sus propios puntos de venta, franquicias o siendo proveedores de pequeños negocios de la industria alimentaria.
- Panadería de marca: Medianas empresas cuyo nivel de automatización es alto y comercializan sus productos bajo una marca propia y utilizan supermercados, tiendas de conveniencia o comercios para distribuir sus productos.
- Panificadoras: Se refiere a todas aquellas empresas grandes que poseen sistemas con niveles de automatización avanzados e introducen sus productos al mercado por medio de supermercados principalmente. Poseen una marca y empaque propio, modos de transporte exclusivos y rara vez poseen puntos de ventas.

La repostería es la parte de la cocina dedicada a la elaboración y decoración de pasteles para toda ocasión. Se considera como un arte delicado por la gran variedad de técnicas utilizadas para su elaboración y por las diversas presentaciones que pueden dársele a un pastel al momento de montarlo y decorarlo.

Actualmente existen varias opciones de repostería fina en Guatemala. Los tradicionales pasteles para bodas, quince años, bautizos, primeras comuniones y cumpleaños son elaborados tanto por empresas dedicadas a la industria como por personas dedicadas a este negocio de manera informal. Los precios varían acorde a la cantidad de porciones que se deseen, la decoración que se elabore y el diseño que posea el pastel.

(Sanche, 2014)



Figura 1. Ventas Retail de panadería y pastelería en Guatemala valor en millones de GTQ (economía, 2021)



Figura 2. Marcas de productos horneados porcentaje de participación.

*(economía, 2021)*

#### 4. ¿Cómo influye la repostería en la economía de Escuintla?

La repostería es un negocio que se hace presente a nivel mundial; sin embargo, el departamento de Escuintla cuenta con más de 10 empresas en el rubro de repostería. Es un pilar importante en el desarrollo del departamento, además aporta trabajo a más de 700 personas en el desarrollo de la industria.

#### 5. Metodología

En Nueva Concepción y sus alrededores existen variedad de pastelerías, pero la mayor parte de ellas ofrecen pasteles tradicionales o comúnmente conocemos como pasteles fríos.

Como principal punto al momento de montar un negocio es poder identificar de qué manera se cubrirá dicha necesidad en el mercado que no está cubierta, viendo este espacio en el mercado, el cual es poder ofrecer a la población de Nueva Concepción productos personalizados en los cuales el cliente puede realizar su pedido conforme preferencias en color, tamaño, forma y sabor.

Además, un punto muy importante es ofrecer figuras comestibles, ya que es una tendencia hoy en día.

Al inicio de todo proyecto no se tiene experiencia que valide las habilidades de dicho emprendimiento, se obtuvo la oportunidad de poder ofrecer pasteles personalizados junto a la municipalidad de Nueva Concepción, en la cual se laboró por un mes, dicho mes se pudo adquirir experiencia y habilidad en la materia.

En dicho mes la pastelería tuvo un gran avance debido a que muchas personas del municipio pudieron degustarlos, además las cajas de empaque contaban con un sticker en el cual se les proporcionaba dirección y número de teléfono para realizar sus pedidos.

Un avance y es lo que hoy en día es el punto primordial de publicidad de la marca son las redes sociales, se inició realizando publicaciones en redes personales, pero visualizando el gran desarrollo de la misma se crearon redes directamente de la pastelería, la función principal de la página es crear contenido, tomar pedidos, promociones y desarrollar imagen a nuevos productos.

## 6. Encuesta

Encuesta desarrollada en una población de 1,370 seguidores, por lo tanto, se obtuvo la respuesta de 820 perfiles sociales, los cuales están ubicados en los municipios de Nueva Concepción, y Tiquisate, Escuintla.

Permitió conocer cuáles son en específico los gustos y preferencias del consumidor siendo los resultados los siguientes:

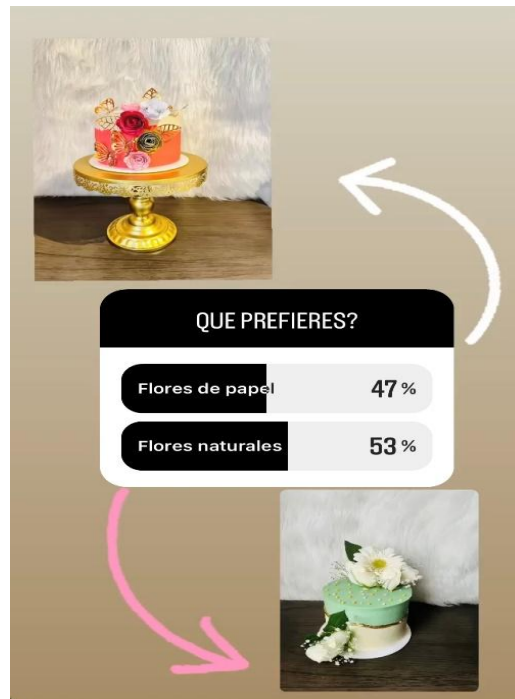


Figura 3. Encuesta preferencia de flores.

(Bonilla, Bricake\_5, s.f.)

Los consumidores prefieren flores naturales antes que las flores de papel, siendo este un dato muy importante ya que permite ofrecer un catálogo de los diversos estilos y colores de flores disponibles.

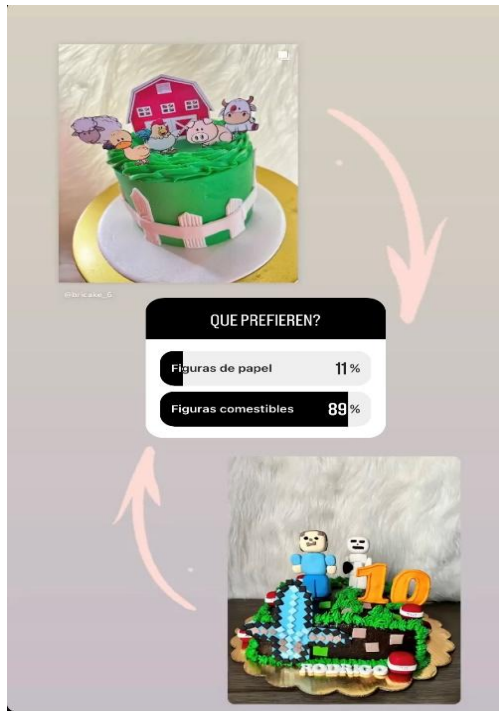


Figura 4. Encuesta preferencia de figuras.

(Bonilla, Bricake\_5, s.f.)

Una de las tendencias hoy en día es poder ofrecer figuras comestibles, dando a conocer que las personas de la comunidad de Nueva Concepción tienen conocimiento de lo que está marcando popularidad hoy en el mercado de la repostería.

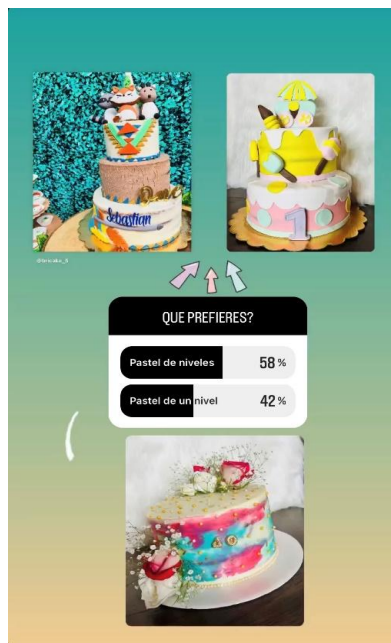


Figura 5. Encuesta preferencia de montaje de pastel.

(Bonilla, Bricake\_5, s.f.)

Dicho resultado no es definido debido a que desde siempre se ha llevado una cultura tradicional que los consumidores no desean dejar a un lado, así que ambos diseños deben ser ofrecidos en la pastelería para poder cubrir ambos mercados.

## B. LA REPOSTERÍA

Cuando mencionamos la palabra “repostería” viene a nuestra mente diversidad de imágenes las cuales se ven reflejadas de acuerdo con gustos y preferencias en este amplio mundo, pero lo que realmente engloba la repostería es lo siguiente: Un arte tan único y especial que lleva a cabo diversidad de sabores dulces o salados, texturas, colores y diseños.

La repostería tuvo sus inicios en la década del Antiguo Egipto y Mesopotamia hace más de 7 mil años, época en la que se elaboraba pastelería artesanal básica, allí mismo se contrajo la cultura de celebrar cumpleaños junto a un pastel.

Pero no fue hasta el siglo XIX en el cual Antoine de Carêm publicó el libro “*El Pastelero Real*”, en el cual se desarrolló la repostería moderna lo que conocemos hoy en día. (WORDPRESS, s.f.)

### 1. ¿Abrir una pastelería es rentable?

Desde hace muchos años la repostería ha permanecido, pero no hace mucho tiempo en la cual la población fue muy exigente en cuanto a diseños. Se iniciará mencionando que la pastelería artesanal desde casa puede ser el inicio de una gran empresa.

Abrir una pastelería sí es rentable.

¿Por qué?

Porque se desarrollan diversidad de recetas, por ejemplo:

- Pasteles temperatura ambiente
- Pasteles fríos
- Cupcakes
- Galletas
- French Macarrons
- Tartas

Los temas para tomar en cuenta al momento de apertura una pastelería son: desarrollar qué campo se suplirá, si serán eventos (bodas, quince años, bautizos), fiestas infantiles, postres al menudeo y así mismo determinar ventas lineales durante todas las temporadas del año. (Institute, 2022)

## 2. Las pastelerías más exitosas en Guatemala.

*San Martín*

Figura 6. Logo San Martín

San Martín: contando con una alta gama de elecciones desde la panadería hasta restaurantes familiares. “ (Martín, s.f.)”

ANFORA

Figura 7. Logo Anfora

Anfora: cuentan con diversidad de sabores únicos, siendo reconocidos por utilizar ingredientes de alta calidad. “ (Anfora, s.f.)”



Figura 8. Logo Fado

Fado Bakery: su alma en la repostería es ofrecer pan artesanal a sus consumidores. “ (BAKERY, s.f.)”



Figura 9. Logo Palace

Pastelería Palace: se desarrolla dentro de la cafetería, además ofreciendo diversidad de sabores en pasteles. “ (PALACE, s.f.)”

## C. ESTUDIO DE CAMPO A LOS NEGOCIOS QUE VENDEN PRODUCTOS DE REPOSTERÍA EN EL ÁREA DE LA NUEVA CONCEPCIÓN, ESCUINTLA.

### 1. Panadely

- “Hechos con amor para un día especial”
- “Elaboramos los más deliciosos postres para celebrar”

Productos:

Pasteles fríos



Figura 10. Pasteles fríos Panadely.

(Panadely, s.f.)

Panadería



Figura 11. Productos de panadería Panadely.

(Panadely, s.f.)

### Gustitos



Figura 12. Gustitos de Panadely.

(Panadely, s.f.)

### Productos individuales



Figura 13. Productos individuales de Panadely.

(Panadely, s.f.)

## 2. Holandesa

“En la familia Holandesa trabajamos duro para ganarnos la confianza de más hogares guatemaltecos, para que nos inviten a celebrar y compartir sus momentos de unión, alegría y amor”.

### Pasteles fríos

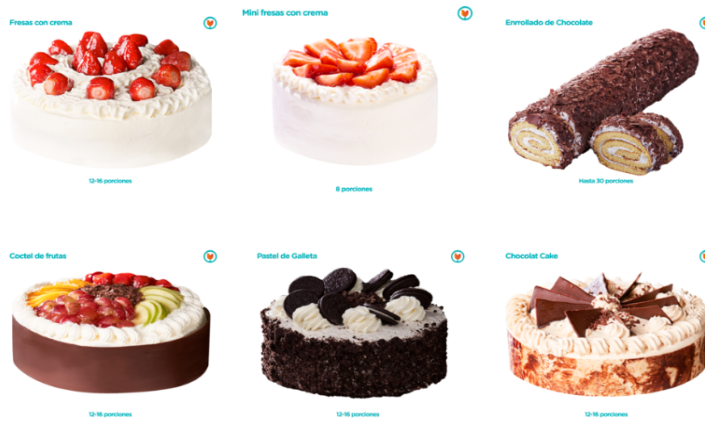


Figura 14. Pasteles fríos de Holanda.

(Holandesa, s.f.)

### Pasteles tradicionales



Figura 15. Pasteles tradicionales Holanda.

(Holandesa, s.f.)



Figura 16. Pasteles personalizados Holanda.

(Holandesa, s.f.)

### 3. Stefany pastelería



Figura 17. Logo Stefany Pastelería.

*(Pastelería, s.f.)*

Pasteles fríos.

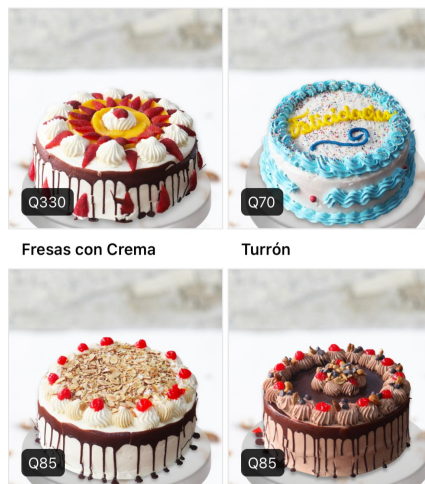


Figura 18. Pasteles fríos Stefany pastelería.

*(Pastelería, s.f.)*

Pasteles personalizados.



Figura 19. Pasteles personalizados Stefany pastelería.

(Pastelería, s.f.)

## D. CONSTITUCIÓN EMPRESA EN SUPERINTENDENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA.

### 1. Constitución de la Empresa Registro Mercantil.

- a. Solicitar en el Registro Mercantil una certificación de autorización de uso de la denominación de la sociedad de emprendimiento.
- b. Llenar la solicitud de Inscripción via online: <https://minegocio.gt/>
- c. Suscribir con firma electrónica avanzada la solicitud y el contrato social por accionistas.
- d. Cargar electrónicamente al Portal del Registro Mercantil los siguientes datos:
  1. Contrato firmado con firma electrónica avanzada por cada uno de los accionistas.
  2. Certificación de autorización de uso de la denominación emitida en el Registro Mercantil a uno de los accionistas.
  3. DPI de cada uno de los accionistas.
  4. Boletas de pago conforme al arancel del Registro Mercantil por los siguiente:
    - (a) Elaboración de edicto Q30.00
    - (b) Publicación de edicto Q200.00
    - (c) Autorización de libros (según la cantidad de hojas).
    - (d) Si el Capital autorizado es de Q500 mil o más se deberá de pagar aranceles de Q8.50 por milla de capital autorizado.
    - (e) Pago de arancel correspondiente a la inscripción de nombramiento de representante legal Q150.00
    - (f) Pago de arancel correspondiente a la inscripción de empresa mercantil Q100.00
- e. Comprobante de domicilio.

## 2. Registro Sanitario

El Registro Sanitario es la inscripción con secuencias alfanuméricas únicas y propias que se colocan en las etiquetas de los productos y las cuales sirven para identificar qué clase de producto es el que se está comercializando en el mercado. Al autorizar esta gestión se garantiza que el producto cumple con las buenas prácticas de su manufactura para seguridad de los consumidores.

El ente encargado de generar dicha inscripción para que una empresa o SA pueda comercializar, importar, fabricar o envasar es el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

## 3. Registro Sanitario de productos afines

Todo alimento es catalogado por el Ministerio de Salud Pública como “productos afines” de acuerdo con la categoría de registros sanitarios que debe gestionarse para comercializar, importar, o fabricar.

Documentos necesarios para gestionar el registro de productos a fines:

1. Licencia Sanitaria.
2. Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura o documento de autorización de fabricación debidamente legalizado, emitido por la autoridad regulador o autoridad competente autorizada del país fabricante.
3. Poder a favor del representante legal y del profesional responsable. (Alimentos).
4. Formula cualitativa completa. (Alimentos).
5. Formula cualitativa avalada con la firma y sello del profesional responsable de la inscripción sanitaria (Higiénicos).
6. Especificaciones del producto terminado en papel membretado, extendida por el laboratorio fabricante firmas y selladas por el profesional responsable. (Alimentos).
7. Empaques primarios y/o secundario, proyecto legible. (Aplica para todos los productos afines).

Documentación necesaria del solicitante de registro sanitario.

1. Del titular del registro
  - a) Nombre de la persona individual o jurídica que tendrá la Responsabilidad y Representación Legal de los derechos y obligaciones que el Registro Sanitario representa.



## F. ESTUDIO SOCIOECONÓMICO EN NUEVA CONCEPCIÓN, ESCUINTLA

### 1. Datos generales

- Población: 538,746 habitantes (censo 2002-2003).
- Idiomas: Español, Cakchiquel y Pocomam.
- Grupos étnicos: Indígenas 10%, No indígenas 90%.
- Extensión: 4,384 Kilómetros cuadrados.
- Número de municipios: 13

### 2. Descripción del departamento.

Bañada por una gran cantidad de ríos, Escuintla es la puerta al Océano Pacífico, donde el sol y el agua se combinan en un mágico escenario. Es el lugar que muchos buscan para descansar, pero también es un departamento con creciente actividad económica. Su prosperidad comercial se refleja en la producción de azúcar y actividad ganadera, así como en la producción de café y cardamomo, sin olvidar las actividades portuarias.

La "Ciudad de las Palmeras", como también se le llama, es famosa por sus playas y recibe gran cantidad de turismo nacional. Pero allí se puede encontrar muchas cosas más, como las piezas arqueológicas que se pueden apreciar en la Finca El Baúl de Santa Lucía Cotzumalguapa y en el municipio de La Democracia, que evidencian la grandeza de sus antepasados. Sin lugar a duda, Escuintla es un lugar que tiene mucho para ofrecer a sus visitantes.

Muchos de los primeros habitantes de estos municipios fueron negros y mulatos, como en La Gomera y Escuintla. Se encontraban estrechamente vinculados a los repartimientos, ya que, por la fertilidad de sus tierras y la riqueza del lugar, sus haciendas fueron calificadas entre las mejores y, por lo tanto, codiciadas por los españoles. Esta situación hizo indispensable el trabajo forzado de grandes contingentes humanos, especialmente de pueblos indígenas. Debe tenerse presente que Escuintla, durante toda la colonia y el período independiente, ha sido un centro ganadero de primer orden y sus haciendas han sido famosas por su calidad. Así es que en cualquier fiesta patronal se destacan las ferias ganaderas, los jaripeos, carreras de cintas, peleas de gallos y en algunas ocasiones una actividad que ya no es muy usual como son las corridas de toros.

También vale la pena observar las celebraciones de aldeas, reuniones familiares en comunidades más pequeñas, o bien el ambiente pintoresco de actividades comunitarias en poblaciones que aún guardan mucho su autenticidad como en algunas aldeas de San Vicente

Pacaya, donde el mestizo auténtico descendiente de español e indígena expresa los elementos más auténticos de su cultura. (Gastronomía Guatemalteca, s.f.).

### 3. Población

A continuación, se desarrolla el estudio poblacional en el municipio de Nueva Concepción, por consiguiente, se determinarán resultados de análisis.

Estadística de población por rango de edades en Nueva Concepción Escuintla, de acuerdo con la estadística, las edades con mayor presencia son entre 15 a 34 años, siendo en su minoría la población entre rango de edades de 35 a 100 años.

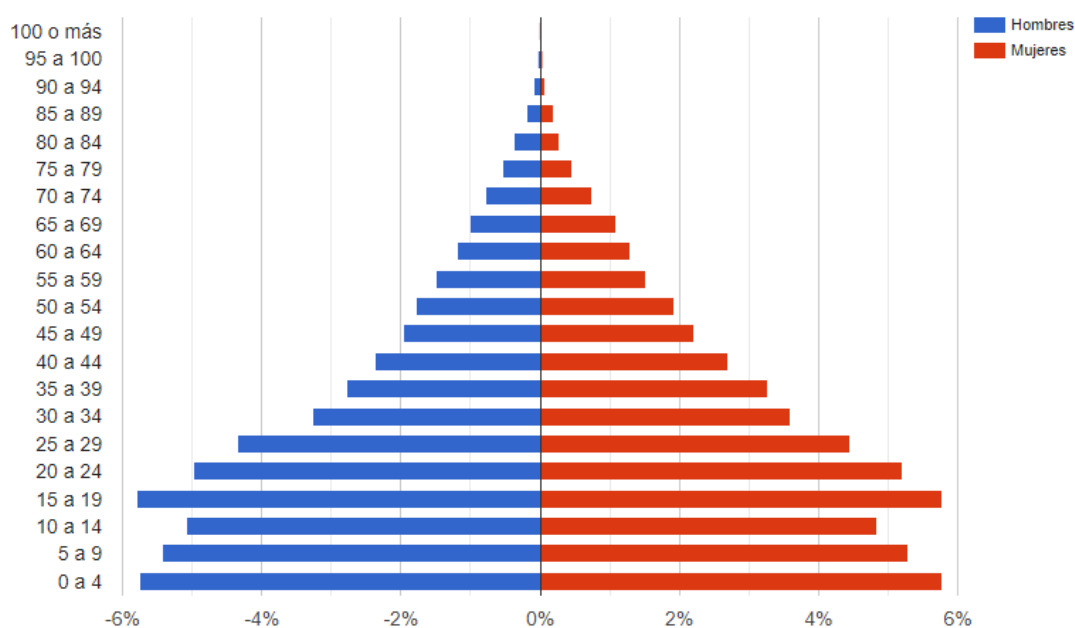


Figura 21. Gráfica de rango de edades en Nueva Concepción, Escuintla. (GUATEMALA, 2019)

### 4. Población económicamente activa

Es todo conjunto de habitantes de 7 años en adelante que durante el periodo censal ejercían una ocupación así también aquellas que activamente buscaban una ya que anterior la tenían. Es importante conocer el historial de dicha investigación, en 1994 se cuenta con el 27% de la población, en 2002, 29%, logramos visualizar una variable notablemente mejorada ya que en 2018 existe un porcentaje del 48%, contando con un aumento del 19%. (GUATEMALA, 2019).

## 5. Ocupación y salarios

En el municipio de Nueva Concepción, departamento de Escuintla, la principal actividad de producción es generada por el sector agrícola con un 76% y dentro de este, el cultivo más significativo es el maíz. El siguiente es la actividad pecuaria con el 24% principalmente bovino y porcino. Seguido por tiendas, servicios, artesanías, industrias y agroindustrial.

Escuintla es el departamento más industrializado fuera de la ciudad. Y Nueva Concepción es un municipio productivo, en donde sus habitantes cuentan con opciones de empleo propio o ser contratados por empresas privadas.

De acuerdo con Hernández en su publicación revela que el municipio posee elementos que lo hacen económicamente estable para poder iniciar un negocio de pastelería artesanal. Dando la pauta que el crecimiento de la población ira en aumento; actualmente posee más de 72 mil habitantes, así mismo sus tierras son extensas para que las personas puedan desarrollarse integralmente.

Conforme el Ministerio de trabajo en el año 2022 los salarios mínimos según la actividad económica son en el área agrícola de Q2,872.55 y no agrícola de Q.2,959.24 mensuales.

(Trabajo, 2021)

## 6. Población económicamente activa por actividad productiva

La población de Nueva Concepción, Escuintla se caracteriza por ser dedicadas a la agricultura por sus grandes extensiones de tierra para cultivos, se deriva el comercio/ artesano en donde se encuentra incluida la gastronomía.

<b>Actividad</b>	<b>Habitantes</b>	<b>%</b>
Agricultura	281	57.7
Agropecuaria (campesino)	20	4.1
Artesano (a)	16	3.3
Agroindustrial	2	0.4
Industrial	3	0.6
Profesional	16	3.3
Servicios	149	30.6
<b>Total</b>	<b>487</b>	<b>100.0</b>

Figura 22. Población económicamente activa por actividad productiva (EPS, 2012)

## 7. Salarios

"Los niveles de ingreso son relativamente bajos para las personas contratadas por jornal, ya que no rebasan el salario mínimo mensual, quedando por debajo de la canasta básica vital que establece el instituto Nacional de Estadística -INE-, para el mes de febrero de 2011 casi duplicó el salario mínimo." Además, según los datos obtenidos en la encuesta efectuada a la

población, se determinó que el jornal pagado en el campo generalmente es de Q.50.00, comparado con el salario mínimo oficial para el sector agrícola de Q.68.00 diarios.

(Motta, s.f.)

## 8. Niveles de ingreso

El nivel de ingreso mensual en el presente diagnóstico se estratificó con base a rangos; que determina la capacidad económica para la adquisición de bienes y servicios que tienen las familias para su subsistencia. A continuación, se muestra el cuadro donde se pueden apreciar los resultados para este indicador.

Ingreso Q.		Cantidad de familias	%	
1	a	450	16	2.5
451	a	900	31	4.9
901	a	1,350	91	14.4
1,351	a	1,800	127	20.0
1,801	a	2,250	101	15.9
2,251	a	2,700	67	10.6
2,701	a	3,150	59	9.3
Más de		3,151	142	22.4
<b>Total</b>		<b>634</b>	<b>100.0</b>	

Figura 23. Nivel de ingresos población de Nueva Concepción, Escuintla. (EPS, 2012)

En el cuadro anterior se observa que el 57.74% de los hogares obtienen ingresos por debajo del salario mínimo, para 2012 es de Q.2,074.00, los rubros representativos son Q.1,351.00 a Q.1,800.00 con un 20.0% y de Q.901.00 a Q.1,350.00 con el 14.4%.

(Motta, s.f.)

## G. PREFERENCIAS GASTRONÓMICAS DE LA POBLACIÓN SUR DE GUATEMALA.

Cada país tiene sus propios dulces y postres. A veces se conocen principalmente sólo en su país de origen, y a veces se vuelven muy populares a través de la exposición en restaurantes étnicos. Algunos postres guatemaltecos son similares en naturaleza a los de otros países, como el pastel de Borracho.

Borracho significa literalmente borracho, y como es de esperar, contiene alcohol. Muchas culturas tienen pasteles empapados con jarabe de azúcar y alcohol. Otros postres guatemaltecos son mucho más inusuales.

### 1. Borracho

Es un bizcocho ligero que está literalmente empapado en jarabe de azúcar mezclado con un ron típico guatemalteco hecho de sus cultivos de caña de azúcar. Este pastel se encuentra en las pastelerías de la ciudad de Guatemala, y generalmente se vende por porciones.

### 2. Rellenito

Los Rellenitos de Plátano son uno de los postres que siempre me han encantado. Los plátanos son plátanos, y relleno significa relleno. En este caso, estos pequeños postres de forma ovalada se rellenan con judías negras cocidas hasta formar una pasta.

### 3. Polvorosas

Las polvorosas son un tipo de galletas de mantequilla. El nombre proviene de la palabra polvo, que significa polvo. Las galletas se enrollan en azúcar en polvo cuando se hornean, por lo que morderlas le da a uno la razón por la que se las llama así. Son muy parecidas a las galletas conocidas como bolas de nieve, o pasteles de boda mexicanos.

(Tradiciones.com, s.f.)

### 4. Tradiciones

- Celebrar los cumpleaños con un pastel o comida especial.
- Celebrar el Carnaval.
- Preparar pavo en Navidad.
- Vestirse de payaso el día Internacional del Payaso.

(Olgin, s.f.)

## H. BENCHMARKING DE ESPACIOS

Actualmente la industria ofrece variedad de elecciones en cuanto a gustos, preferencias y precios, es importante estar a la vanguardia. Tener en claro que es lo que se está moviendo hoy en día y así tomar acciones para próximos lanzamientos.

Una de las empresas más importantes y reconocidas en Guatemala, muestra cuál ha sido la clave de su éxito y como punto importante su crecimiento y diversificación en el mercado.

### 1. Caso Ánfora

Ánfora es una empresa guatemalteca que ha ido escalando rápidamente, la cual, ha mantenido espacios de pastelería, pero se ha enfocado en diferentes segmentos como repostería, cafetería y panadería hasta llegar a restaurante.

Desde la experiencia del gerente general los factores de crecimiento han sido los siguientes:

#### a. Menú original

Ofrecer un menú con variedad de opciones en desayuno, almuerzo, refacción y cena, integrando sabores únicos y especiales que no estén en otros puntos de venta en el mercado.

Su carta ofrece más de 30 platillos entre platillos fuertes y postres.

#### b. Expansión

Al momento de incursionar en el mercado tomaron en cuenta la respuesta de los clientes, la cual fue positiva, por lo tanto, realizaron remodelaciones con el formato de microespacios en sus diferentes sucursales.

#### c. El mercado

Para la gran cadena de pastelería Ánfora, el gerente general afirma que la competencia no es preocupación. Pero para lograr llegar a este punto es necesario entender cuáles son las necesidades de los consumidores y adoptar formatos según sus necesidades.

Ánfora actualmente posee tres formatos los cuales permite captar más información de sus clientes, donde llegan a consumir directamente los productos.

- Microespacios: dirigido en ambientes pequeños, siendo locales donde los clientes llegan a adquirir directamente los productos.
- Formato intermedio: integran la repostería, panadería y cafetería en ambientes acogedores donde los clientes conviven un momento acompañado de un postre y una taza de café.
- Restaurante: Estos espacios cuentan con la capacidad para 60 personas, estos clientes podrán elegir entre 30 platillos diferentes, además toda la línea de repostería, panadera, bebidas.

El gerente general hace referencia en un factor muy importante para lograr permanecer en el mercado durante 15 años, el cual es mantener un concepto original, recetas caseras y ambiente familiar. (comercial, 2022)

## 2. Lucky Lorenzo pasteles & postres

Es una empresa 100% en línea ubicada en Chiquimula, Guatemala, actualmente lleva alrededor de 10 años en el mercado, la cual se dedica a ofrecer diversidad de pasteles personalizados y mesas de postres al gusto del cliente, los puntos más fuertes que ellos mencionaron fueron los siguientes:

1. Ofrecer según la temporada de frutas diferentes sabores en cuanto a rellenos y masas.
2. De acuerdo con el personal, las mezclas las realiza el propietario, y luego son entregadas a los colaboradores.
3. De acuerdo con la agenda de la semana se establecen días para elaborar diferentes partes del pastel, por ejemplo: tortas, flores, rellenos.
4. Cada colaborador cuenta con diferente área de trabajo.

Uno de sus grandes éxitos es contar una amplia variedad de sabores, además cuentan con paquetes de Candy bar que se ajustan a la cantidad de personas, gustos y preferencias.

## 3. Bricake

Es una pastelería artesanal, actualmente su mercado se basa 100% en línea, de acuerdo con el estudio realizado en empresas dedicadas al mismo giro de negocio y empresas que cuenta ya con una cadena de tiendas se puede concluir en lo siguiente.

Bricake actualmente cuenta con una persona dedicada a todas las áreas de trabajo desde creación de contenido hasta entrega de producto, además el espacio operativo es demasiado reducido.

Los pasos por seguir de acuerdo con el análisis será el siguiente:

1. Creación de espacio acogedor tipo cafetería familiar.
2. Creación de espacio operativo, conforme a todo lo ofrecido en carta.
3. Contratación de personal encargado de la atención al cliente y temas de producción.
4. Identificar agenda semanalmente para distribuir tareas y llevar a cabo menor uso de tiempo en cada una de las actividades.
5. Creación de cartera de menú de acuerdo con temporadas de frutos.
6. Incorporación de paquetes de Candy bar al momento de adquirir pastel para fiestas.
7. Implementación de sabores únicos, con los que no cuente la competencia.
8. Incorporación de equipo tecnológico industrializado para realización procesos eficientes y eficaces.

## I. BENCHMARKING EN PRECIOS DE PRODUCTOS

Bricake es una pastelería que se caracteriza por ser única en sabor y diseño, pastelería como Milena's se dedican exactamente al mismo rubro que Bricake, una de las ventajas es poder estar en el rango de precios, pero se debe diferenciar en cuanto a servicio para que nuestros clientes siempre nos prefieran.

<b>Matriz en comparación a precios</b>		
Pastel personalizado para 10 a 12 porciones		
Pastelería	Precio	Diferencia con BriCake
Pasteleria Stefany	Q 145.00	Q 5.00
Milena's Pasteleria	Q 140.00	Q 10.00
Panadely	Q 100.00	Q 50.00
Holandesa	Q 130.00	Q 20.00
Bricake	Q 150.00	Q -

Figura 24. Matriz en comparación a precios.

(Bonilla, *Matriz en comparación a precios*, 2022)

## V. ESTUDIO DE COSTOS Y PRESUPUESTOS

Estudio financiero de presupuesto, cálculo de inversión inicial, costos y gastos operativos.

El estudio de factibilidad se basa en los siguientes aspectos:

- Costo de materia prima
- Costo de operación
- Salarios
- Presupuesto
- Estado de resultado

## VI. PRESUPUESTO

Se tomó en cuenta temas concretos, los cuales fueron la inversión inicial por un monto de Q61,475.00, ventas promedio los cuales se calcularon 5 pasteles de venta diariamente, lo que equivale a 35 pasteles semanales, 140 mensuales, contando con un promedio de venta anual de 1,680 pasteles, cada uno valorado en Q150.00, siendo un total de Q252,000.00, conforme las proyecciones de año 2021 se contempló la producción del año 2022, determinando temporadas altas y bajas de acuerdo con el comportamiento llevado a cabo hasta la fecha, es por ello que conforme a dichas proyecciones se contempla la inversión en el siguiente cuadro además se involucró así también gastos de operación, salarios, luz, insumos de materia prima, costo de venta tomando como conclusión nuestro flujo de caja.

<b>WACC</b>	11%
<b>TIR</b>	115%
<b>VAN</b>	206,644.24

	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
<b>Inversión Inicial</b>	61,475.00					
<b>Ventas</b>		252,000.00	252,000.00	252,000.00	252,000.00	252,000.00
<b>Gastos de operación</b>						
Salarios		96,000.00	96,000.00	96,000.00	96,000.00	96,000.00
Luz		3,949.89	3,949.89	3,949.89	3,949.89	3,949.89
Insumos de materia prima		79,505.01	79,505.01	79,505.01	79,505.01	79,505.01
Costo de venta		179,454.90	179,454.90	179,454.90	179,454.90	179,454.90
<b>Flujo de Caja</b>	<b>-61,475.00</b>	<b>72,545.10</b>	<b>72,545.10</b>	<b>72,545.10</b>	<b>72,545.10</b>	<b>72,545.10</b>

Figura 25. Presupuesto Bricake

(Bonilla, Estudio de costos y presupuestos , 2022)

## VII. RESULTADOS FINANCIEROS

En el siguiente cuadro numérico se mostrará el resultado EBITDA, el cual es un indicador financiero del beneficio bruto de explotación, calculado antes de la deducibilidad de los gastos financieros, posteriormente se determinará el EBIT, el beneficio antes de intereses e impuestos, siendo como resultado nuestra utilidad neta.

WACC	11%
TIR	82%
VAN	134,481.80

	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
<b>Inversión Inicial</b>	61,475.00					
<b>Ventas</b>		252,000.00	252,000.00	252,000.00	252,000.00	252,000.00
<b>Gastos de operación</b>						
Salarios		96,000.00	96,000.00	96,000.00	96,000.00	96,000.00
Luz		3,949.89	3,949.89	3,949.89	3,949.89	3,949.89
Insumos de materia prima		79,505.01	79,505.01	79,505.01	79,505.01	79,505.01
<b>Costo de venta</b>		179,454.90	179,454.90	179,454.90	179,454.90	179,454.90
EBITDA		72,545.10	72,545.10	72,545.10	72,545.10	72,545.10
Depreciaciones		12,295.00	12,295.00	12,295.00	12,295.00	12,295.00
EBIT		60,250.10	60,250.10	60,250.10	60,250.10	60,250.10
% impuestos		12%	12%	12%	12%	12%
Impuestos		7,230.01	7,230.01	7,230.01	7,230.01	7,230.01
<b>Utilidad Neta</b>	<b>-61,475.00</b>	<b>53,020.09</b>	<b>53,020.09</b>	<b>53,020.09</b>	<b>53,020.09</b>	<b>53,020.09</b>

Figura 26. Estado de resultados Bricake

(Bonilla, Estudio de costos y presupuestos , 2022)

## A. RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE EMPRENDIMIENTO DESARROLLADO EN EL ÁREA DE NUEVA CONCEPCIÓN ESCUINTLA, Y SU COMPORTAMIENTO DURANTE LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS.

Bricake es una empresa incursionada y posicionada en el mercado de manera positiva por contar con puntos clave los cuales son sabores y diseños únicos.

A lo largo de este tiempo Nueva Concepción, Escuintla no cuenta con un lugar agradable y acogedor en donde disfrutar de postres, debido a el análisis planteado se desarrollará un espacio físico en el cual los clientes puedan identificar a Bricake como un espacio acogedor, tranquilo y sobre todo a la vanguardia.

Se implementó la modificación de la cartera de menú semestralmente incorporando las temporadas de frutas, así mismos ofrecer productos diferenciados cada cierto tiempo, llamando su atención y curiosidad en visitar y probar nuevos sabores. A finales del año 2022 se tiene planificado contar con dicho espacio recreativo, el cual contara con vitrinas demostrativas de productos, mesas familiares, área verde y espacio de juegos para niños.

Conforme a la demanda en municipio vecino, Tiquisate Escuintla se tiene planificado poder aperturar nuestra primera sucursal, como base se identificará cuales con aquellos postres con mayor demanda y por ende poder incorporarse en nueva sucursal.

Además, en el año 2024 se tiene contemplado crear asociaciones con empresas dedicadas a la planeación de eventos, los cuales serán: fiestas infantiles, bodas y quince años ubicadas en departamentos vecinos de Escuintla, en el cual se ofrecerán pasteles de mayor rango y complejidad juntamente con postres de mesa complementando Candy bar.

De acuerdo con el comportamiento y aceptación visualizado hasta el momento Santa Lucia Cotzumalguapa, es un municipio que cuenta con alta cantidad de población siendo este un enfoque positivo de crecimiento para Bricake, se espera poder incursionar en el año 2025 una segunda sucursal, aperturando un espacio agradable, familiar y acoger, el cual será de positiva aceptación en el área, tomando en cuenta municipio vecino de Siquinala.

Siendo este el panorama previsto para Bricake, en el año 2026 será una de las mejores pastelerías y tiendas de postres posicionadas en área de la costa sur, siendo una fuerte empresa generadora de empleados en toda el área, generando flujo de efectivo atracti

## VIII. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Bricake es un concepto de pastelería moderna incursionado en Nueva Concepción, Escuintla, el cual tiene como propósito ofrecer productos culinarios excepcionales los cuales sean únicos en sabor y diseño, de acuerdo con los resultados obtenidos, Bricake es una pastelería que cuenta con amplio rango de crecimiento a nivel nacional, contando con productos personalizados diferenciados.

En el momento de incursionar en el mercado como una marca nueva es un gran reto, pero no ha sido un obstáculo para seguir creciendo, conforme pasan los meses Bricake está siendo reconocida en nuevos municipios, hasta el mes de octubre del año 2022 cuenta con presencia en: Nueva Concepción, Tiquisate, Patulul y Santa Lucia. Siendo hasta la fecha un paso muy importante debido a que muchas pastelerías desean contar con presencia en nuevos municipios, pero esto tiende a ser un poco complicado debido a la gran logística con la que se debe de contar al momento de movilizar los postres.

A lo largo de este tiempo ha sido un gran reto, un sacrificio que está teniendo resultados, en los cuales existen días que solamente se descansan pocas horas, dejando a un lado tiempo en familia y vida social, todo este esfuerzo tiene su recompensa al momento de lograr ver la satisfacción del cliente.

Bricake es una pastelería única que hasta la fecha se encuentra muy bien posicionada, visualizando un futuro grande que en algún momento pueda ser franquiciado y ser una de las mejores pastelerías en Guatemala.

## IX. CONCLUSIÓN

1. Al explorar las diferentes dimensiones que comprende la actividad económica y social de la Nueva Concepción se ha creado un análisis claro y exhaustivo diseñado para tomar una decisión informada sobre emprender con el proyecto de repostería artesanal. Con los elementos expuestos que abarcan un amplio rango de aspectos sociales, financieros y mercadológicos se demostró con la evidencia existente que si hay un potencial de éxito para Bricake. Por lo cual deberá seguir la tendencia de crecimiento mientras la clientela demande sus productos. Esto, siempre aunado a esfuerzos de mantener la marca fresca, relevante y con costos asequibles para su mercado objetivo de pasteles personalizados y de materiales de alta calidad.
  - a. Se observaron y analizaron los diferentes puntos de venta de pasteles y postres ubicados en la Nueva Concepción. Para ello se categorizaron las pastelerías que toman el rol de competencia directa o indirecta.
  - b. Se Identifico el comportamiento de crecimiento de Bricake durante su primer año y medio. Por medio de los hallazgos obtenidos se pudo realizar una descripción del rumbo correcto de la pastelería y sus proyecciones.
  - c. Actualmente Bricake es una pastelería sostenible, la cual a través del tiempo ha podido identificar y desarrollar nueva tecnología y recursos para producción. Se han implementado nuevas herramientas e implementos para su correcto funcionamiento.
  - d. Identificamos mejores prácticas de servicio al cliente, implementando nuevas metodologías en las cuales podremos dar un servicio eficiente y eficaz, además incursionamos con proveedores de mayor prestigio y aportación de materia prima de menor costo.
  - e. De acuerdo con estudio de requisitos legales en temas de SAT, se clasifico cuáles son aquellos requisitos aplicables a la empresa, con el fin de ser una empresa constituida legalmente y presentando declaraciones de impuestos.
  - f. Poder definir cuáles serán las proyecciones para los próximos 5 años nos proporcionó identificar cuáles son aquellos rubros elevados y aquellos rubros en los cuales debemos de maximizar.
  - g. Bricake es un emprendimiento que a lo largo de su lanzamiento ha ido aumentando ventas, Nueva Concepción Escuintla es un municipio de alta concentración de negocios para los más de 72 mil habitantes del municipio, siendo esto una fortaleza de suma importancia para continuo crecimiento.

- h. Implementar *Benchmarking* dentro de Bricake, permitió ampliar modelo de negocios, producción a mayor escala, siempre teniendo una visión amplia de hacia dónde es el rumbo de dicho proyecto.

## X. RECOMENDACIONES

1. Conforme estudios realizados por UFM el 34% de emprendimientos fracasan en el primer año de lanzamiento, es por ello por lo que al iniciar un proyecto se debe tomar en cuenta un amplio aspecto de metodologías a trabajar para seguir con el enfoque de crecimiento de manera persistente, audaz y perseverante.
  - a. De acuerdo con documento de investigación sobre emprendimiento Bricake se debe implementar estudio de mercado, siendo un punto de partida al momento de iniciar un proyecto, en el cual se podrá conocer cuál será el rumbo de cada emprendimiento.
  - b. Identificar cuáles son aquellos competidores directos e indirectos es una metodología que permitirá proporcionar nuevas técnicas de compras, ventas y producción, además será una fortaleza de diferenciación para continuar con el comportamiento de crecimiento de Bricake.
  - c. Fomentar estudio de innovación y nuevas tendencias de mercado para tener en claro hacia que rumbo deseamos llevar el proyecto, conforme a los hallazgos obtenidos, llevar a cabo nuevas herramientas de trabajo.
  - d. Involucrar temas de capacitaciones, con el fin de estar a la vanguardia en el mundo de la repostería, así mismo se podrá ofrecer a la clientela nuevos productos conforme las épocas festivas del año.
  - e. Contar con un amplio conocimiento en temas legales de Guatemala para aperturar un emprendimiento, el cual sea conforme lo establecido dentro de los parámetros constituidos por las instituciones reguladoras en el país.
  - f. Definir y tener clara cuál será la visión estratégica de Bricake para los próximos 5 años, es un punto que apoyara al momento de tomar decisiones sobre nueva implementación de tecnología para la maximización de tiempo y recursos.
  - g. Desarrollar el correcto control financiero en ventas, compras e inversiones, incorporando estados de resultados con el fin de conocer que rumbo persigue el emprendimiento en tiempos prolongados debido a que Nueva Concepción es un municipio que está en constante crecimiento poblacional.
  - h. Indagar qué es lo que hacen empresas que cuentan con el mismo modelo de negocio al de Bricake a nivel nacional para, expandir ideas y conocimientos, aplicando nuevas técnicas y mejor aún perfeccionarlas.

## XI. BIBLIOGRAFÍA

- A. E-grafía. Anfora. (s.f.). *Google*. Obtenido de [https://www.google.com/search?q=logo+anfora&tbm=isch&ved=2ahUKEwiNobbU85L7AhXmQkIHV5MBGcQ2cCegQIABAA&oq=logo+anfora&gs\\_lcp=CgNpbWcQAzIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgYIABAIEB4yBggAEAgQHjIGCAAQCBAeMgYIABAIEB4yBggAEAgQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjoECAAQZzoICAAQgAQQsQNQ9Q](https://www.google.com/search?q=logo+anfora&tbm=isch&ved=2ahUKEwiNobbU85L7AhXmQkIHV5MBGcQ2cCegQIABAA&oq=logo+anfora&gs_lcp=CgNpbWcQAzIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgYIABAIEB4yBggAEAgQHjIGCAAQCBAeMgYIABAIEB4yBggAEAgQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjoECAAQZzoICAAQgAQQsQNQ9Q)
- B. E-grafía. BAKERY, F. (s.f.). *Google*. Obtenido de [https://www.google.com/search?q=logo+fado+pasteleria+&tbm=isch&ved=2ahUKEwi a9\\_ux9JL7AhXdQkIHHaUrBI0Q2cCegQIABAA&oq=logo+fado+pasteleria+&gs\\_lcp=CgNpbWcQAzoHCAAQgAQQEzoGCAAQHhATOggIABAIEB4QEzoECAAQHjoGCAAQCBAeUlsDWlwTYOYUaABwAHgAgAH6BlgBlyGSAQM1LTeyAQcGAg](https://www.google.com/search?q=logo+fado+pasteleria+&tbm=isch&ved=2ahUKEwi a9_ux9JL7AhXdQkIHHaUrBI0Q2cCegQIABAA&oq=logo+fado+pasteleria+&gs_lcp=CgNpbWcQAzoHCAAQgAQQEzoGCAAQHhATOggIABAIEB4QEzoECAAQHjoGCAAQCBAeUlsDWlwTYOYUaABwAHgAgAH6BlgBlyGSAQM1LTeyAQcGAg)
- C. Bonilla, B. (2022). *Estudio de costos y presupuestos* .
- D. Bonilla, B. (2022). *Matriz de comparacion* .
- E. Bonilla, B. (2022). *Matriz en comparacion a precios* .
- F. E-grafía. Bonilla, B. (s.f.). *Bricake\_5*. Obtenido de [https://www.instagram.com/bricake\\_5/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D](https://www.instagram.com/bricake_5/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D)
- G. E-grafía. comercial, R. (6 de Octubre de 2022). *Prensa libre* . Obtenido de <https://www.prensalibre.com/economia/vida-empresarial/una-nueva-experiencia-en-anfora-restaurante/>
- H. E-grafía. economia, M. d. (ENERO de 2021). *Ministerio de economia*. Obtenido de [https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/mercado\\_de\\_panaderia.pdf](https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/mercado_de_panaderia.pdf)
- I. E-grafía. EPS, I. d. (2012). Obtenido de [http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/03/03\\_0840\\_v11.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/03/03_0840_v11.pdf)
- J. E-grafía. *Gastronomia Guatemalteca*. (s.f.). Obtenido de <https://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2004/10962.pdf>
- K. E-grafía. GeneratePress. (2022). *Pagina propia* . Obtenido de <https://paginapropia.com/35-estadisticas-tendencias-y-analisis-de-la-industria-de-la-fabricacion-de-pasteles/>
- L. E-grafía. GUATEMALA, I. (2019). *Instituto Nacional de Estadística* . Obtenido de <https://www.ine.gob.gt/ine/portal-estadistico-1-0/>
- M. E-grafía. Holandesa. (s.f.). *Facebook*. Obtenido de <https://es-la.facebook.com/HolandesaGuatemala/>
- N. E-grafía. Martin, S. (s.f.). *Google* . Obtenido de [https://www.google.com/search?q=logo+san+martin&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiYkplP85L7AhUrbTABHRv\\_CM4Q\\_AUoAXoECAIQAw&biw=1366&bih=625&dpr=1#imgrc=HOQtQ9uOwBwrNM](https://www.google.com/search?q=logo+san+martin&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiYkplP85L7AhUrbTABHRv_CM4Q_AUoAXoECAIQAw&biw=1366&bih=625&dpr=1#imgrc=HOQtQ9uOwBwrNM)

- O. E-grafía. Motta, E. M. (s.f.). *Tesis "DAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO, POTENCIALIDADES.* Obtenido de [http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/03/03\\_0840\\_v11.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/03/03_0840_v11.pdf)
- P. E-grafía. Olgin, E. (s.f.). *Hoy historia GT.* Obtenido de <https://hoyhistoriagt.org/interesante/que-tradiciones-tiene-guatemala.html>
- Q. E-grafía. PALACE. (s.f.). *Google.* Obtenido de [https://www.google.com/search?q=logo+palace+pasteleria&tbm=isch&ved=2ahUKEwjzP3O9JL7AhVOQEIHYYIHD9cQ2cCegQIABAA&oq=logo+palace+pasteleria&gs\\_lcp=CgNpbWcQAziECAAQzIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgQIABAEgQIABAEgQIABAEgQIABAEgQIABAEgQIABAEULsCWOkOYJES](https://www.google.com/search?q=logo+palace+pasteleria&tbm=isch&ved=2ahUKEwjzP3O9JL7AhVOQEIHYYIHD9cQ2cCegQIABAA&oq=logo+palace+pasteleria&gs_lcp=CgNpbWcQAziECAAQzIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgQIABAEgQIABAEgQIABAEgQIABAEgQIABAEULsCWOkOYJES)
- R. E-grafía. Panadely. (s.f.). *Panadely.* Obtenido de <https://panadely.com/>
- S. E-grafía. Pasteleria, S. (s.f.). *Facebook.* Obtenido de <https://www.facebook.com/pasteleriafefany>
- T. E-grafía. Sanche, J. C. (Agosto de 2014). *Plan de mercado para la panaderia y reposteria fina.* Obtenido de [http://www.repositorio.usac.edu.gt/1507/1/06\\_3607.pdf](http://www.repositorio.usac.edu.gt/1507/1/06_3607.pdf)
- U. E-grafía. SAT. (s.f.). *SAT.* Obtenido de <https://portal.sat.gob.gt/portal/requisitos-de-personas-empresas/>
- V. E-grafía. Trabajo, M. d. (17 de Diciembre de 2021). *Ministerio de Trabajo .* Obtenido de <https://www.mintrabajo.gob.gt/index.php/dgt/salario-minimo>
- W. E-grafía. Tradiciones.com. (s.f.). *Tradiciones.com.* Obtenido de [https://tradiciones.com/tradiciones-de-guatemala/#postres\\_y\\_dulces\\_de\\_guatemala](https://tradiciones.com/tradiciones-de-guatemala/#postres_y_dulces_de_guatemala)
- X. E-grafía. WORDPRESS. (s.f.). *Gobierno de Canarias .* Obtenido de <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/nuclmed/>