



Universidad del Azuay

Facultad de Ciencia y Tecnología

Carrera de Ingeniería de la Producción

“Estudio de factibilidad para la creación de COOKRIS”

Trabajo previo a la obtención del grado en Ingeniería de la Producción

Autora:

Cristina Ortega Castro

Director:

Ing. Damián Encalada Avila, MSc.

Cuenca – Ecuador

2025

AGRADECIMIENTOS

Al concluir uno de los capítulos más importantes de mi vida, lleno de experiencias, desafíos y aprendizajes que llevaré siempre conmigo, quiero expresar mi más sincera gratitud a quienes han sido mi apoyo incondicional en este camino.

En primer lugar, agradezco profundamente a Dios. Sin su guía y sus bendiciones, ninguno de mis sueños habría sido posible. Su presencia constante me ha dado la fuerza y la determinación para seguir adelante en cada momento y gracias a él, hoy puedo ver este sueño cumplido.

A mi familia, quienes han sido mi refugio y mi impulso. A mi mamá, por inculcarme el amor por la gastronomía, por enseñarme desde pequeña a valorar cada detalle y a trabajar con dedicación en cada proyecto que emprendo. Gracias a ti, hoy COOKRIS existe y es un reflejo de todo lo que me has transmitido. A mi papá y a mi hermana, gracias por ser siempre mi apoyo, por estar a mi lado en los momentos de duda y celebración; por su confianza en mí, es eterna mi gratitud.

A mis abuelos, quienes con su ejemplo de esfuerzo y perseverancia me han inspirado a luchar por cada uno de mis objetivos, y a mi novio, por su compañía y apoyo constante, por estar presente en cada paso de este proceso y recordarme siempre que todo esfuerzo tiene su recompensa.

A mis profesores, quienes han sido fundamentales en mi formación académica y personal. Gracias por compartir su conocimiento, por su dedicación y por ser una fuente de inspiración constante. Cada lección y consejo me han ayudado a crecer y a llegar hasta aquí.

Finalmente, a todas las personas que han creído en COOKRIS, que han depositado su confianza en este proyecto y me han motivado a seguir adelante. Gracias a ustedes, COOKRIS es hoy una realidad y sigue creciendo con el mismo amor y dedicación con el que fue creado.

Cristina Ortega

RESUMEN

El presente trabajo de titulación se centra en evaluar la factibilidad económica y financiera de COOKRIS, un proyecto de emprendimiento dedicado a la producción y comercialización de galletas artesanales en la ciudad de Cuenca. La propuesta de la marca, se sustenta en un modelo de negocio que busca destacar en el mercado local mediante la oferta de sabores semanales exclusivos, atención personalizada y producción con altos estándares de calidad y frescura de cada lote.

Para la realización de este estudio se implementó una metodología de investigación que comprende varios análisis fundamentales. En primer lugar, el estudio de mercado permitió identificar las preferencias de consumo y la demanda potencial en el segmento de productos artesanales, específicamente hacia el mercado de galletas en Cuenca. En segundo lugar, el análisis de factibilidad técnica, para cuantificar los recursos, infraestructura y capacidad productiva que requiere COOKRIS, así como los requerimientos de equipamiento y personal necesarios para alcanzar niveles de producción eficientes y sostenibles.

Finalmente, se desarrolló un análisis económico-financiero que incluyó la estimación de costos de operación, ingresos proyectados y el cálculo de indicadores financieros como la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN). Estos indicadores se analizaron en diferentes escenarios para determinar la viabilidad financiera del proyecto e identificar la rentabilidad a mediano y largo plazo.

Los resultados de esta investigación muestran que, bajo las condiciones y supuestos considerados, COOKRIS es un proyecto factible desde el punto de vista técnico - financiero que exige el mercado de Cuenca, con proyecciones de rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo. Este trabajo contribuye al desarrollo de un modelo de negocio artesanal rentable y competitivo, capaz de satisfacer las necesidades de un mercado en crecimiento y poco atendido desde el concepto gastronómico gourmet.

Palabras claves: artesanal, emprendimiento, factibilidad, galleta, mercado, viabilidad.

ABSTRACT

This thesis focuses on evaluating the economic and financial feasibility of COOKRIS, an entrepreneurial project dedicated to the production and marketing of artisanal cookies in the city of Cuenca. The brand's proposal is based on a business model that seeks to stand out in the local market by offering exclusive weekly flavors, personalized service, and production with high standards of quality and freshness in each batch.

To conduct this study, a research methodology was implemented that includes several fundamental analyses. First, the market study identified consumer preferences and potential demand in the artisanal product segment, specifically for the cookie market in Cuenca. Second, the technical feasibility analysis quantified the resources, infrastructure, and production capacity required by COOKRIS, as well as the equipment and personnel requirements necessary to achieve efficient and sustainable production levels.

Finally, an economic and financial analysis was conducted, including estimates of operating costs, projected revenues, and the calculation of financial indicators such as the Internal Rate of Return (IRR) and Net Present Value (NPV). These indicators were analyzed under different scenarios to determine the project's financial viability and identify its medium- and long-term profitability.

The results of this research show that, under the conditions and assumptions considered, COOKRIS is a feasible project from the technical and financial perspective required by the Cuenca market, with long-term profitability and sustainability projections. This work contributes to the development of a profitable and competitive artisanal business model, capable of meeting the needs of a growing and underserved market from a gourmet gastronomic perspective.

Keywords: artisanal, entrepreneurship, feasibility, cookie, market, viability.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTOS.....	ii
RESUMEN	iii
ABSTRACT	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
ÍNDICE DE ANEXOS	xi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1: MODELO DE NEGOCIO Y ANÁLISIS DE ENTORNO	3
1.1. Idea de negocio	3
1.2. Formulación del modelo de negocio.....	4
1.3. Modelo Canvas para un nuevo negocio	4
1.4. Análisis PESTEL	6
1.4.1. Factor político.....	7
1.4.2. Factor económico	8
1.4.3. Factor social.....	9
1.4.4. Factor tecnológico	10
1.4.5. Factor ecológico	11
1.4.6. Factor legal	12
1.5. Fuerzas de Porter.....	12
1.5.1. Amenaza de nuevos entrantes.....	13

1.5.2.	Poder de negociación de los proveedores.....	13
1.5.3.	Poder de negociación de los compradores.....	14
1.5.4.	Amenaza de productos sustitutos	14
1.5.5.	Rivalidad entre competidores	15
1.6.	Ventajas competitivas y comparativas.....	16
1.6.1.	Ventajas competitivas.....	16
1.6.2.	Ventajas comparativas	16
CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO.....		18
2.1.	Determinación de la demanda.....	18
2.1.1.	Justificación de encuestados.....	19
2.1.2.	Cálculo muestral	19
2.1.3.	Encuesta.....	20
2.1.4.	Información primaria sobre la demanda.....	21
2.1.5.	Análisis y proyección de la demanda, mercado meta y crecimiento poblacional.....	22
2.1.6.	Indicadores del mercado meta	24
2.1.7.	Resultados.....	30
2.2.	Determinación de la oferta.....	31
2.2.1.	Información sobre la oferta.....	31
2.2.2.	Información secundaria sobre la competencia.....	32
2.2.3.	Competencia	32

2.2.4. Oportunidades para COOKRIS	34
2.3. Conclusiones del estudio de mercado	35
CAPÍTULO 3: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICA.....	36
3.1. Localización e infraestructura actual de COOKRIS.....	36
3.1.1. Localización.....	36
3.1.2. Infraestructura actual	36
3.2. Capacidad y tamaño óptimo del proyecto.....	39
3.2.1. Capacidad actual.....	39
3.2.2. Análisis de capacidad y limitaciones.....	39
3.3. Disponibilidad y costo de suministros	39
3.4. Descripción de procesos	40
3.4.1. Modalidades de mejora en los procesos	40
3.5. Organización humana	41
3.6. Aspectos legales y regulatorios.....	41
3.7. Conclusiones	42
CAPÍTULO 4: ESTUDIO ECONÓMICO Y FACTIBILIDAD FINANCIERA.....	44
4.1. Estudio económico	44
4.1.1. Determinación de costos.....	45
4.1.2. Costos totales.....	47
4.1.3. Depreciación y amortización.....	50
4.2. Evaluación financiera	51

4.2.1. Estado de resultados	52
4.2.2. Punto de equilibrio.....	53
4.3. Análisis de sensibilidad	54
4.3.1. Indicadores financieros.....	55
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
Conclusiones.....	57
Recomendaciones	57
LISTA DE REFERENCIAS.....	59
ANEXOS	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Modelo Canvas para COOKRIS	5
Tabla 2. Inversión inicial	45
Tabla 3. Costos operacionales (mensuales).....	48
Tabla 4. Depreciación y amortización.....	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	24
Figura 2. Género	25
Figura 3. Ciudad de residencia	25
Figura 4. Frecuencia de consumo	26
Figura 5. Preferencia de compra.....	27
Figura 6. Proyección de la demanda.....	27
Figura 7. Motivación por galleta artesanal	28
Figura 8. Importancia de la recomendación	29
Figura 9. Factores clave al comprar.....	29
Figura 10. Batidora Kitchen	37
Figura 11. Horno.....	37
Figura 12. Refrigeradora.....	38
Figura 13. Área de empaque.....	38

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Logo de COOKRIS.....	61
Anexo 2. Imagen promocional de COOKRIS	61

INTRODUCCIÓN

El presente estudio se enfoca en evaluar la viabilidad económica y financiera de la creación de COOKRIS, una marca dedicada a la elaboración y comercialización de galletas estilo Nueva York en la ciudad de Cuenca. A través de un análisis detallado de los distintos aspectos del negocio, se busca determinar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto a largo plazo, considerando tanto el entorno competitivo como las características internas del negocio.

Para lograr lo anteriormente expuesto, se desarrolla la siguiente estructura capitular:

En el capítulo 1, se presenta el modelo de negocio de COOKRIS, detallando la propuesta de valor, objetivos del proyecto y el mercado nicho al que se dirige. Este análisis incluye el uso de herramientas como: modelo CANVAS, análisis PESTEL, fuerzas de PORTER y un estudio de las ventajas competitivas y comparativas de COOKRIS como marca. Además, se describe el entorno actual del mercado de repostería y galletas en Cuenca, identificando oportunidades y desafíos clave para el desarrollo del negocio.

El capítulo 2 aborda el estudio de mercado, donde se analiza la demanda potencial para COOKRIS, preferencias de los consumidores, comportamiento de compra y la competencia. A través de encuestas y análisis de datos, se examina el perfil del consumidor ideal y se identifican los segmentos de mercado más relevantes. Este capítulo también considera aspectos clave como el rango de precios, canales de distribución y estrategias de marketing para posicionar la marca de manera efectiva.

En el capítulo 3, se enfoca en la factibilidad técnica del proyecto, orientándose en aspectos operativos como la producción de las galletas, selección de proveedores, instalaciones necesarias y la cadena de suministro. También se analizan los recursos humanos y tecnológicos requeridos para garantizar la eficiencia en la producción y distribución de los productos de COOKRIS, incluyendo los aspectos logísticos para asegurar una operación fluida y competitiva.

Finalmente, en el capítulo 4 se realiza un análisis económico y financiero que incluye la evaluación de la inversión inicial, costos operativos y las proyecciones de ingresos a corto y largo plazo. Se presenta un análisis de sensibilidad que considera escenarios pesimistas y optimistas para determinar el punto de equilibrio y la rentabilidad del proyecto en distintas condiciones del mercado. Este estudio busca ofrecer una visión clara y fundamentada sobre la viabilidad de COOKRIS, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y la planificación del crecimiento del negocio.

En compendio, este estudio integral proporciona una evaluación exhaustiva de la viabilidad de COOKRIS, abarcando desde el análisis del modelo de negocio y el mercado objetivo, hasta la factibilidad técnica y la proyección financiera. La estructura capitular detallada permite comprender en profundidad cada aspecto relevante para el éxito del proyecto, ofreciendo una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y la planificación del crecimiento del negocio en el competitivo mercado de galletas de Cuenca.

CAPÍTULO 1: MODELO DE NEGOCIO Y ANÁLISIS DE ENTORNO

COOKRIS es una propuesta innovadora en el mercado de repostería artesanal en Ecuador y se especializa en la producción de galletas artesanales de estilo New York con sabores y rellenos únicos desde enero 2024. A medida que la demanda por productos artesanales y de calidad *premium* ha ido evolucionando, COOKRIS sigue siendo una marca comprometida con la satisfacción de los clientes que buscan sabores y experiencias auténticas dentro de la elaboración de galletas.

Este capítulo propone la formulación del modelo de negocio para COOKRIS y el análisis de su entorno. Las características del mercado local y nacional, sumado a las tendencias actuales en la repostería. Así como las oportunidades y desafíos para el negocio y cómo la marca se ha posicionado como respuesta a la exclusividad y el trato personal. El objetivo principal es que, el lector comprenda el entorno competitivo de la empresa y su apoyo a las necesidades del mercado cambiante.

1.1. Idea de negocio

COOKRIS es una empresa que ofrece galletas artesanales de estilo New York rellenas, caracterizadas por su tamaño, rellenos y sabores únicos. En la ciudad de Cuenca, actualmente existen varias panaderías y negocios de repostería, pero ninguno ofrece un enfoque especializado en una gastronomía gourmet con sabores innovadores como: Cerelac, S'mores, Reese's, Milo y Raffaello, lo que distingue al proyecto COOKRIS de sus competidores o productos sustitutos.

Adquirir una galleta de COOKRIS y su comercialización, no implica una simple venta, sino una experiencia de consumo para el cliente que continúa buscando productos en tendencia y artesanales con altos parámetros de calidad. De igual manera, la rotación de sabores sin mantener un inventario fijo, significa que siempre habrá sabores por experimentar, lo que garantiza el interés y fidelidad del consumidor.

En un segundo lugar, el modelo incluye la venta electrónica por plataformas y la tienda física, acompañada del envío nacional para acceder a una mayor oferta de consumidores en el mercado cuencano y ecuatoriano. Así, COOKRIS busca posicionarse

como un negocio que vende galletas, pero y más importante, que ofrece una experiencia gourmet de repostería desde un sentido artesanal y accesible.

1.2. Formulación del modelo de negocio

COOKRIS se distingue por su modelo de negocio centrado en la creación y venta de galletas artesanales estilo Nueva York de alta gama. Su propuesta de valor reside en la exclusividad de sus sabores y la calidad superior de sus ingredientes, lo que justifica una estrategia diferenciadora de productos similares. La cadena de suministro se optimiza mediante la selección rigurosa de proveedores de ingredientes de primera calidad y la implementación de procesos de producción internos que garantizan la frescura y la consistencia en cada lote. Este enfoque integral asegura que COOKRIS ofrezca un producto diferenciado y de alto valor para el actual consumidor exigente.

1.3. Modelo Canvas para un nuevo negocio

El modelo Canvas, según Naranjo (2023), es “una herramienta de administración estratégica que permite entender los elementos clave de un negocio y cómo interactúan entre sí” (p.104). Su propósito es visualizar la estructura interna, propuesta de valor, base de clientes y situación financiera de la empresa para identificar áreas de mejora y evaluar su desempeño. Concebido por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, dicho modelo se compone de nueve categorías que representan los componentes esenciales de una organización. En este caso, se aplica el modelo Canvas para el proyecto COOKRIS que busca establecer estrategias y puntos clave para analizar el entorno del negocio en crecimiento.

Tabla 1.

Modelo Canvas para COOKRIS

Problema	Propuesta de valor	Mensajes	Canales	Personas	Estructura de costo	Fuente de ingresos	Métricas clave
Escasa oferta de galletas con relleno (estilo New York).	Galletas con sabores únicos y presentaciones innovadoras.	Galletas con ingredientes <i>premium</i> y abundante relleno que buscan sorprender a los consumidores, ofreciendo una experiencia única y diferente.	Redes sociales (Instagram, TikTok). Página web. Participación en ferias gastronómicas locales.	Jóvenes y adultos. Consumidores de galletas artesanales. Personas que buscan un regalo especial desde un sentido gastronómico.	Costos de producción (ingredientes <i>premium</i>). Costos de <i>packaging premium</i> . Gastos en publicidad y marketing digital. Logística de envíos nacionales.	Venta directa de galletas por caja. Ventas para eventos y ocasiones especiales. Envíos nacionales con tarifas adicionales.	Número de ventas mensuales. Aumento de seguidores en redes sociales. Retorno sobre la inversión.

Fuente: Elaboración propia (2025)

El modelo de negocio de COOKRIS se centra en la oportunidad de mercado que representa la escasa o nula oferta de galletas con relleno estilo Nueva York. Esta carencia permite a COOKRIS posicionarse como una marca innovadora y líder en este nicho. La propuesta de valor se basa en la creación de galletas con sabores únicos y presentaciones innovadoras, utilizando ingredientes *premium* y ofreciendo un abundante relleno que busca sorprender y deleitar a los consumidores, proporcionando una experiencia gastronómica diferenciada.

La comunicación con el público objetivo se realizará a través de mensajes que destaquen la calidad de los ingredientes y la experiencia única que ofrecen las galletas. Los canales de distribución y promoción incluyen redes sociales como Instagram y TikTok, una página web para la venta directa y la participación en ferias gastronómicas locales. El público objetivo abarca jóvenes y adultos, consumidores de galletas artesanales y personas que buscan regalos especiales con un enfoque gastronómico.

La estructura de costos considera la adquisición de ingredientes *premium*, el *packaging* de alta calidad, publicidad, marketing digital y la logística de envíos nacionales. Las fuentes de ingresos provienen de la venta directa de galletas por caja, las ventas para eventos y ocasiones especiales y los envíos nacionales con tarifas adicionales. Las métricas clave para evaluar el éxito del negocio incluyen el número de ventas mensuales, el aumento de seguidores en redes sociales y el retorno sobre la inversión.

En resumen, el Canvas de COOKRIS presenta un modelo de negocio sólido y bien definido, con un enfoque claro en la calidad, la innovación y la experiencia del cliente. La estrategia de marketing digital, la participación en eventos locales y la gestión eficiente de los costos son elementos cruciales para el éxito y la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

1.4. Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta estratégica esencial para evaluar el entorno macroeconómico que rodea a una organización. Al desglosar el panorama externo en factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, este modelo a criterio de Vargas (2024), “permite a las empresas comprender las fuerzas que pueden influir en su desempeño” (p. 94). Este análisis facilita la identificación de

oportunidades y amenazas, lo que a su vez permite a los gerentes desarrollar estrategias proactivas y adaptativas para navegar en un entorno empresarial dinámico y complejo.

1.4.1. Factor político

El panorama político ecuatoriano, caracterizado por una notable inestabilidad en las últimas dos décadas, presenta desafíos significativos para las empresas. La frecuente rotación de administraciones y la consiguiente volatilidad legislativa, especialmente en áreas fiscales, laborales y comerciales, generan incertidumbre y obligan a las empresas a adaptarse constantemente a nuevas normativas. Esta situación, según informes recientes como el citado por Ramírez (2023), “dificulta la planificación a largo plazo y aumenta la carga administrativa y económica” (p. 23).

En el ámbito laboral, la complejidad y los cambios continuos en la legislación requieren una atención constante. La flexibilidad en los tipos de contratos, aunque ofrece opciones a los empleadores, implica un seguimiento detallado para garantizar el cumplimiento. La reciente implementación de contratos a destajo, aunque potencialmente beneficiosa para ciertos sectores, plantea desafíos en términos de control y fiscalización.

La política energética, un tema crítico en Ecuador, busca equilibrar el desarrollo con la sostenibilidad ambiental. La inversión en energías limpias, como la hidroeléctrica, ofrece ventajas a largo plazo en costos, pero también implica una mayor regulación para los sectores dependientes de la electricidad. La dependencia de la hidroelectricidad, sin embargo, como cita el Ministerio de Energía y Minas (2024), “expone a las empresas a riesgos derivados de la variabilidad estacional y la escasez de recursos hídricos” (p. 7).

Las políticas comerciales, que incluyen aranceles y acuerdos de libre comercio, configuran el acceso a bienes nacionales e importados. Las restricciones a las importaciones y los aranceles elevados pueden incrementar los costos de producción para empresas que dependen de componentes extranjeros. Por otro lado, según Sarmiento (2023), “los acuerdos de libre comercio buscan impulsar las exportaciones ecuatorianas, beneficiando principalmente a los sectores agrícola y manufacturero” (p. 66).

La burocracia y los trámites administrativos representan un obstáculo significativo para el establecimiento y crecimiento de empresas en Ecuador. La complejidad de los

procesos para obtener permisos de funcionamiento, reflejada en la baja posición del país en el índice de facilidad para hacer negocios del Banco Mundial (2024), “desalienta la creación de nuevas empresas y dificulta la expansión de las existentes, especialmente las pymes” (p. 30).

La implementación del Régimen Impositivo Simplificado (RIMPE), junto con el Registro Único de Contribuyentes (RUC), busca facilitar el cumplimiento tributario para las pequeñas empresas. Sin embargo, los cambios frecuentes en los parámetros y requisitos del RIMPE generan incertidumbre y requieren una adaptación constante por parte de los empresarios.

Para COOKRIS, la venta en línea implica el cumplimiento de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos. Dado el creciente número de ecuatorianos que realizan compras en línea, es crucial garantizar prácticas comerciales transparentes y seguras. El registro en el Servicio de Rentas Internas (SRI) y la consideración de los beneficios del RIMPE son esenciales para la formalización y el crecimiento de la microempresa.

Finalmente, las políticas locales, como las ordenanzas municipales sobre ferias artesanales en Cuenca, representan oportunidades y desafíos. La regulación de la venta de alimentos en espacios públicos puede beneficiar a COOKRIS al participar en estos eventos, pero también requiere el cumplimiento de normativas específicas.

1.4.2. Factor económico

El poder adquisitivo de los consumidores ecuatorianos ha experimentado fluctuaciones debido al contexto económico pos pandemia. A pesar de una inflación del 3.8% en 2023, que ha llevado a los consumidores a racionalizar sus gastos, según Deloitte (2023), “la clase media en Ecuador ha mostrado un crecimiento significativo, influyendo en el consumo de productos *premium*” (p. 18).

Este crecimiento de la clase media, impulsado por factores económicos y sociales, ha sido destacado por organizaciones como la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) y Deloitte. Así, la CEPAL (2024) señala que, “a pesar de los desafíos económicos regionales, ciertas políticas de apoyo a la inversión pública y la

estabilidad inflacionaria han favorecido la expansión de la clase media en Ecuador” (p. 40). Por su parte, Deloitte (2023), observa una creciente inclinación hacia productos de alta calidad, con un 45% de los consumidores dispuestos a invertir en productos *premium*, lo que refleja un fortalecimiento gradual de este segmento.

En Cuenca, la clase media representa aproximadamente el 50% de la población, y el auge del turismo ha incrementado la demanda de productos locales y gourmet. El crecimiento del turismo en un 15% en 2022 subraya, según el Ministerio de Turismo (2024), “el interés por experiencias gastronómicas auténticas” (p. 11), lo que presenta una oportunidad estratégica para COOKRIS al ofrecer productos que combinan calidad e innovación.

El reciente reconocimiento de Cuenca como capital culinaria de América Latina por la *World Travel Association* refuerza su atractivo como destino gastronómico. Este reconocimiento impulsa el turismo y posiciona a la ciudad como un mercado favorable para productos *premium*, creando un entorno propicio para emprendimientos locales como COOKRIS.

Desde la perspectiva de la viabilidad económica, el análisis de costos y márgenes de beneficio es crucial. Las galletas artesanales estilo Nueva York, aunque implican mayores costos de producción, permiten establecer precios *premium*, con márgenes de beneficio promedio en el sector gourmet que oscilan entre el 40% y 60%. Este potencial de rentabilidad podría facilitar una rápida penetración de COOKRIS en el mercado.

1.4.3. Factor social

La creciente tendencia hacia el consumo responsable y la preferencia por productos artesanales es especialmente notable entre la Generación Z y los *millennials*, que representan aproximadamente el 50% de la población ecuatoriana. Estudios recientes, como el de Riera (2024), indican que “el 60% de estos jóvenes consumidores priorizan marcas con compromiso social y medioambiental” (p. 52). Además, la educación financiera se ha vuelto crucial para su independencia económica, especialmente ante el aumento del costo de vida.

En Cuenca, la percepción positiva hacia los productos artesanales es particularmente fuerte. Un 70% de los consumidores encuestados prefiere productos locales a los de grandes marcas, según la Encuesta de Preferencias de Consumo del INEC (2023). Esta tendencia ofrece a COOKRIS la oportunidad de fortalecer su identidad de marca y establecer una conexión emocional con los consumidores.

El segmento de clase media - alta busca experiencias diferenciadas, no solo productos básicos. Un estudio de Nielsen (2024), revela que “el 55% de los consumidores ecuatorianos están dispuestos a pagar más por productos exclusivos o de alta calidad” (p. 42), validando la estrategia de COOKRIS de ofrecer sabores innovadores y presentaciones atractivas.

Además, la demanda de productos *eco-friendly* está en aumento. Según el informe sobre consumo sostenible generado por las Naciones Unidas (2023), “el 47% de los consumidores considera el impacto ambiental en sus decisiones de compra” (p. 19). COOKRIS puede capitalizar esta tendencia promoviendo la sostenibilidad en su producción y empaque, mejorando su reputación y atrayendo a un público consciente.

1.4.4. Factor tecnológico

COOKRIS puede aprovechar significativamente el marketing en redes sociales para impulsar su marca. Plataformas visuales como Instagram y TikTok son ideales para exhibir la calidad y el atractivo de sus galletas artesanales, generando interés y reconocimiento entre el público objetivo. La creación de contenido innovador y atractivo, junto con la segmentación precisa de audiencias a través de las herramientas publicitarias de estas plataformas, permite a COOKRIS llegar eficazmente a consumidores interesados en productos gourmet.

La colaboración con *influencers* y creadores de contenido que compartan los valores de la marca es una estrategia clave para expandir el alcance y atraer nuevos clientes. Además, es esencial optimizar el contenido para los algoritmos de las redes sociales, asegurando relevancia y frecuencia en las publicaciones. El uso de herramientas analíticas para monitorear el rendimiento del contenido permitirá a COOKRIS ajustar sus estrategias de marketing basándose en datos concretos, maximizando el impacto de sus campañas.

La implementación de plataformas de comercio electrónico, como *Shopify*, *WooCommerce* o *MercadoLibre*, ofrece a COOKRIS la oportunidad de expandirse a nivel nacional, facilitando la venta en línea y el envío de productos a todo Ecuador. La integración de pagos seguros, interfaces intuitivas y procesos de compra simplificados, mejora la experiencia del cliente y fomenta la lealtad. Además, estas plataformas proporcionan herramientas de análisis de datos que permiten a COOKRIS ajustar sus estrategias de precios y promociones según las preferencias del mercado, optimizando la gestión y mejorando la competitividad.

La optimización de las operaciones diarias de COOKRIS se logra mediante la implementación de software de gestión. El software de control de inventarios reduce el desperdicio y mejora la gestión de suministros, mientras que el software de gestión de pedidos facilita el seguimiento y la automatización de entregas, minimizando errores y tiempos de entrega. La automatización de tareas administrativas, como la generación de informes y la gestión contable, libera tiempo para que el equipo se enfoque en actividades estratégicas. La adopción de un sistema CRM integrado con el comercio electrónico permite una personalización más efectiva de la experiencia del cliente y fomenta la retención.

Finalmente, el análisis de big data ofrece a COOKRIS la oportunidad de obtener información valiosa sobre los patrones de compra de sus clientes. Esta información permite ajustar las estrategias comerciales de manera precisa, maximizando las ventas y mejorando la satisfacción del cliente. La integración de estas innovaciones tecnológicas y estrategias digitales permitirá a COOKRIS posicionarse de manera competitiva en el mercado y asegurar un crecimiento sostenible.

1.4.5. Factor ecológico

En la actualidad, la sostenibilidad se ha consolidado como un factor determinante en las decisiones de compra. Los consumidores, cada vez más conscientes del impacto ambiental, buscan marcas que demuestren un compromiso genuino con prácticas responsables. Para COOKRIS, esto representa una oportunidad única para no solo satisfacer las expectativas del cliente, sino también para establecer una ventaja competitiva distintiva.

La preferencia por productos con un menor impacto ambiental se manifiesta en la valoración de aspectos como el uso de empaques ecológicos, la reducción de residuos y la adopción de prácticas de producción sostenibles. COOKRIS puede capitalizar esta tendencia al integrar estas prácticas en su modelo de negocio, destacándose en un mercado donde la sostenibilidad es un valor añadido crucial.

1.4.6. Factor legal

La regulación de la industria alimentaria en Ecuador, supervisada por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), es un aspecto crucial para el desarrollo de COOKRIS. A esto, se debe sumar la Ley Orgánica de Salud que exige el cumplimiento de normativas de inocuidad alimentaria, garantizando la salud pública. Dado que, según la Organización Panamericana de la Salud (2023), “el 70% de los consumidores ecuatorianos prioriza la seguridad alimentaria” (p. 70), el cumplimiento de estos requisitos es fundamental para generar confianza.

ARCSA también regula la venta de alimentos, exigiendo el registro de todos los productos y el cumplimiento de normas de seguridad e higiene. El registro de más de 4,900 nuevos productos alimenticios al cierre del 2024 (Informe Anual ARCSA, 2024) refleja la creciente formalización del sector. Para esto, COOKRIS debe asegurar el cumplimiento desde el inicio para evitar sanciones y garantizar la calidad.

1.5. Fuerzas de Porter

El modelo de las cinco Fuerzas de Porter, desarrollado por Michael E. Porter en 1979, se consolida como una herramienta esencial para la gestión estratégica. Este modelo permite a las empresas analizar la dinámica competitiva de su industria, evaluando cinco fuerzas clave: la intensidad de la rivalidad entre competidores, la amenaza de nuevos entrantes, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores y la amenaza de productos sustitutos.

A través de la evaluación de estas fuerzas, según Nájera (2024), “las empresas pueden obtener una comprensión profunda de la atractiva industria y tomar decisiones estratégicas, informadas y alineadas con las condiciones del mercado” (p. 102).

La relevancia del modelo radica en su capacidad para proporcionar una visión integral del panorama competitivo, permitiendo a las empresas anticipar tendencias y definir estrategias efectivas para el éxito. Este análisis no solo identifica los desafíos existentes, sino que también revela oportunidades de crecimiento y diferenciación en un mercado en constante evolución. En consecuencia, la aplicación del modelo de las cinco Fuerzas de Porter proporciona a las empresas el conocimiento necesario para navegar las complejidades de su industria y posicionarse estratégicamente para el éxito.

1.5.1. Amenaza de nuevos entrantes

La amenaza de nuevos competidores en el mercado de galletas artesanales estilo Nueva York es considerable debido a las bajas barreras de entrada. Los costos iniciales reducidos facilitan la incorporación de nuevos actores, permitiendo a pequeños negocios operar desde casa y minimizar gastos en infraestructura y equipamiento. Además, la producción de estas galletas no requiere conocimientos altamente especializados, lo que facilita la replicación de la propuesta de valor de COOKRIS.

Para mitigar esta amenaza, esta nueva marca debe diferenciarse mediante la innovación en sabores y la construcción de una sólida experiencia de marca. Un *storytelling* atractivo y una estrategia de marketing centrada en la calidad *premium* pueden crear una barrera emocional, fortaleciendo la lealtad del cliente.

Aunque grandes empresas con economías de escala podrían ingresar al mercado, COOKRIS puede proteger su posición enfocándose en un nicho especializado con productos personalizados. Esta estrategia le permite evitar la competencia directa en volumen y precio, consolidando su presencia en un segmento de mercado distintivo.

1.5.2. Poder de negociación de los proveedores

La fuerza de negociación de los proveedores representa un factor crítico para COOKRIS, dada su dependencia de ingredientes específicos y de alta calidad para mantener su propuesta de valor diferenciada. La disponibilidad limitada de productos como chocolate de importación y rellenos especiales (Reese's, y Milo) en el mercado ecuatoriano otorga un poder significativo a los proveedores. Si bien los ingredientes básicos como azúcar y harina ofrecen mayor flexibilidad debido a la disponibilidad de

sustitutos, la adquisición de ingredientes especializados enfrenta limitaciones y genera dependencia de ciertos proveedores.

Para mitigar este riesgo, COOKRIS debe implementar estrategias de diversificación de proveedores y establecer relaciones a largo plazo con aquellos más confiables. Estas relaciones pueden facilitar la negociación de acuerdos favorables, como descuentos por volumen o compromisos de suministro constante, reduciendo así la influencia de los proveedores sobre los costos de producción.

1.5.3. Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación de los compradores en el mercado de galletas artesanales estilo Nueva York está influenciado por la lealtad del cliente y la competencia existente. Los consumidores que buscan productos personalizados, como los que ofrece COOKRIS, tienden a ser menos sensibles al precio y muestran mayor lealtad a la marca, lo que disminuye su poder de negociación. Sin embargo, la presencia de alternativas más económicas, como galletas comerciales o productos de panaderías locales, ejerce presión sobre COOKRIS para mantener precios competitivos o justificar precios *premium* mediante una clara diferenciación en calidad y presentación.

En las plataformas de comercio electrónico, la amplia gama de opciones y la facilidad para comparar precios aumentan el poder de negociación de los compradores. Por lo tanto, COOKRIS debe enfocarse en ofrecer un valor agregado distintivo, como ofertas especiales, personalización de productos o una experiencia de compra única, para justificar su propuesta y fomentar la lealtad del cliente.

1.5.4. Amenaza de productos sustitutos

La disponibilidad de productos sustitutos en el mercado de repostería representa una amenaza significativa para COOKRIS. Los consumidores tienen acceso a una amplia gama de alternativas, como *cupcakes*, *brownies*, helados artesanales y barras de cereales, que pueden satisfacer las mismas necesidades de postre o snack. Para contrarrestar esta competencia, COOKRIS debe enfocarse en la innovación constante de sabores y presentaciones, ofreciendo productos que se distingan por su calidad y experiencia única.

Además, la creciente tendencia hacia el consumo saludable plantea un desafío adicional. Los consumidores buscan cada vez más productos bajos en azúcar, sin gluten o con ingredientes naturales. COOKRIS puede abordar esta tendencia desarrollando una línea de galletas artesanales estilo Nueva York que incorpore opciones más saludables o veganas, alineándose con la demanda de productos menos procesados.

La diferenciación a través de la calidad artesanal y una experiencia de producto superior será crucial para minimizar la amenaza de sustitutos más comerciales y menos distintivos. COOKRIS debe enfocarse en crear un valor único que justifique su propuesta frente a las alternativas disponibles en el mercado.

1.5.5. Rivalidad entre competidores

La amplia gama de productos sustitutos en el mercado de repostería representa un desafío significativo para COOKRIS. Los consumidores tienen acceso a diversas alternativas, como *cupcakes*, *brownies*, helados artesanales y barras de cereales, que satisfacen necesidades similares de postre o snack. Para competir eficazmente, COOKRIS debe priorizar la innovación continua en sabores y presentaciones, ofreciendo productos que se distingan por su calidad superior y una experiencia de consumo única.

Además, la creciente tendencia hacia el consumo saludable exige una adaptación estratégica. La demanda de productos bajos en azúcar, sin gluten y con ingredientes naturales está en aumento. COOKRIS puede capitalizar esta tendencia mediante el desarrollo de una línea de galletas artesanales estilo Nueva York que incorpore opciones saludables o veganas, alineándose con la preferencia por productos menos procesados.

La diferenciación a través de la calidad artesanal y la creación de una experiencia de producto excepcional es fundamental para minimizar la amenaza de sustitutos comerciales y menos distintivos. COOKRIS debe enfocarse en construir un valor único que justifique su propuesta y fomente la lealtad del cliente.

1.6. Ventajas competitivas y comparativas

1.6.1. Ventajas competitivas

COOKRIS se distingue en el mercado por su innovación en sabores y rellenos. La oferta de combinaciones originales y poco exploradas, como: Cerelac, S'mores, Reese's, Raffaello y Milo, junto con rellenos innovadores como la leche condensada, crea una propuesta única que captura la preferencia de los consumidores.

La calidad artesanal es otro factor diferenciador clave. La producción manual de las galletas, combinada con el uso de ingredientes frescos y de alta calidad, eleva la experiencia del consumidor y posiciona a COOKRIS como una marca *premium*. Además, el canal de ventas online y los envíos nacionales amplían significativamente el alcance de COOKRIS. La facilidad de compra en línea y la capacidad de enviar a todo el país permiten llegar a consumidores en áreas remotas, diversificando el mercado y superando a la competencia local que carece de esta capacidad.

Finalizando con las estrategias de marketing en redes sociales, que fortalecen la presencia y el reconocimiento de la marca. La creación de contenido viral y la interacción constante con los usuarios en plataformas como Instagram y TikTok fomentan una comunicación directa y efectiva con el público objetivo.

1.6.2. Ventajas comparativas

COOKRIS se destaca por ofrecer una experiencia personalizada que se adapta a las preferencias individuales de los consumidores, con una rotación constante de sabores que fomenta la recompra. Esta flexibilidad y atención al detalle permiten a COOKRIS diferenciarse de competidores que ofrecen experiencias más estandarizadas. Además, el empaque innovador y atractivo añade un valor significativo al producto, mejorando la experiencia visual y sensorial. Esta presentación cuidadosa convierte las galletas en un regalo ideal para ocasiones especiales, fortaleciendo la percepción de COOKRIS como una marca *premium*.

La realización de talleres de repostería o eventos de degustación representa una oportunidad para atraer nuevos clientes y profundizar la conexión con los existentes. Estas actividades permiten a COOKRIS compartir el proceso de elaboración de sus galletas y

ofrecer degustaciones de productos exclusivos, creando una experiencia interactiva y memorable. Complementado por las alianzas estratégicas con otras marcas locales, artesanales y sostenibles, que pueden ampliar la visibilidad de COOKRIS y fortalecer su imagen de marca. Estas colaboraciones permiten a COOKRIS llegar a nuevos mercados y consolidar su compromiso con la calidad y la comunidad.

CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado constituye una herramienta estratégica fundamental para cualquier empresa, ya que, según Hidalgo (2024), “permite recopilar, analizar e interpretar información crucial sobre un mercado específico, sus consumidores y la competencia existente” (p. 77). Su objetivo principal es proporcionar un conocimiento profundo del funcionamiento del mercado, incluyendo las necesidades, preferencias y hábitos de compra de los consumidores. Además, facilita la identificación de oportunidades y amenazas que puedan influir en la estrategia empresarial.

Este análisis detallado es esencial para optimizar la toma de decisiones en áreas clave como el desarrollo de productos, la segmentación del mercado y la implementación de estrategias de marketing efectivas. Al comprender las dinámicas del mercado, las empresas, desde el criterio de Salguero (2024), “pueden adaptar su estrategia para responder a las condiciones cambiantes, posicionándose de manera ventajosa frente a la competencia” (p. 103).

2.1. Determinación de la demanda

La demanda, un concepto fundamental en economía y marketing, se refiere, según Moncayo (2024), a “la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a diferentes precios durante un período determinado” (p. 102). La relación entre precio y cantidad demandada es crucial para comprender el comportamiento del consumidor y anticipar las dinámicas del mercado. Diversos factores influyen en la demanda, incluyendo el ingreso del consumidor, sus preferencias, la disponibilidad de sustitutos y las expectativas futuras.

Para las empresas, la demanda es un indicador clave que permite prever tendencias de mercado, ajustar la oferta y establecer políticas de precios óptimas para maximizar ingresos y la satisfacción del cliente. En el caso de COOKRIS, la determinación de la demanda potencial en Cuenca requiere un análisis detallado de las preferencias locales. Para ello, se ha realizado una investigación de mercado mediante encuestas, con el fin de obtener información precisa sobre el perfil del consumidor, sus preferencias y sus hábitos de compra, elementos esenciales para el éxito de COOKRIS.

2.1.1. Justificación de encuestados

2.1.1.1. Población total de Cuenca

Según el censo realizado por el INEC (2023), la población total de Cuenca es de aproximadamente 596.101 habitantes.

2.1.1.2. Distribución de edad

En base con la información demográfica, se estima que aproximadamente el 38% de la población de Cuenca se encuentra en el rango de 21 a 40 años. Esto representa alrededor de 226.122 personas (38% de 596.101). Grupo etario de alto consumo de dulce, pastelería y afines.

2.1.1.3. Preferencias de consumo

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2024), “el 80% de las personas de 21 a 40 años consumen dulces al menos una vez al mes” (p. 44), esto equivale a 180.898 personas. Además, se puede estimar que el 50% de estos consumidores está dispuesto a probar nuevos productos, lo que representa aproximadamente 90,449 personas.

2.1.2. Cálculo muestral

Usando la fórmula de muestreo para determinar el tamaño de la muestra, con un nivel de confianza del 95% que, se usa comúnmente en estudios estadísticos porque representa un equilibrio práctico entre la precisión y la certeza de los resultados, ($Z = 1.96$) y un margen de error del 5% ($E = 0.05$), expuesto en la siguiente ecuación:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{E^2}$$

Sustituyendo los valores:

- $Z^2 = (1.96)^2 = 3.8416$
- $p = 0.5$ (para maximizar el tamaño de la muestra)
- $E^2 = (0.05)^2 = 0.0025$

El cálculo es el siguiente:

- $n = 3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5 / 0.0025$
- ≈ 384.16

Redondeando, aproximadamente 384 encuestas.

2.1.2.1. Ajuste por diversidad

Para asegurar una mejor representación y cubrir diferentes segmentos, se podría aumentar el tamaño de la muestra un 10%, el cálculo sería:

- $\text{Ajustado} = 384 \times 1.1$
- ≈ 422

Por lo tanto, el tamaño de muestra sugerido es de aproximadamente 422 encuestas.

2.1.3. Encuesta

Para la recopilación de datos de este estudio de mercado, se empleó Google Encuestas, una herramienta que facilita la obtención de gráficos estadísticos y el análisis de resultados. El cuestionario se diseñó a partir de información recopilada en los meses previos, lo que aseguró la relevancia de las preguntas y su alineación con las tendencias y preferencias del mercado objetivo de COOKRIS. Este enfoque permitió obtener datos significativos y aplicables, centrados en aspectos clave como las preferencias de sabor, la disposición a pagar y los factores que influyen en la decisión de compra. Además, se recabaron opiniones de clientes actuales y potenciales para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.

La utilización de herramientas tecnológicas como Google Encuestas es fundamental para modernizar la recolección de datos y optimizar el proceso de análisis, lo que garantiza una toma de decisiones más informada y efectiva. Misma, que se encuentra en el siguiente link:

https://docs.google.com/forms/d/176MsigsiQByJMzcJlhWJi-beCiY_t9YuVV-SemMPvhM/edit

La encuesta dirigida al público objetivo se realizó a través de la plataforma Instagram, utilizando el perfil @cristyortega22 como canal de difusión. Esta estrategia permitió alcanzar a una audiencia activa y comprometida, compuesta principalmente por seguidores que representan potenciales clientes para COOKRIS. Para maximizar la participación, se ofreció un sorteo de una caja de galletas artesanales estilo Nueva York entre los encuestados, lo que incrementó significativamente el interés y la interacción con la marca.

Esta metodología resultó en la recopilación de datos valiosos sobre las preferencias de sabor, la disposición a pagar y otros factores clave que influyen en la decisión de compra. Los resultados obtenidos reflejan de manera precisa las necesidades y expectativas del público objetivo, proporcionando información esencial para la estrategia de COOKRIS.

2.1.4. Información primaria sobre la demanda

La información primaria sobre la demanda se obtuvo directamente de los consumidores a través de encuestas, un método de recopilación de datos que permite un contacto directo y aumenta la fiabilidad de los resultados. En el caso de COOKRIS, estas encuestas se realizaron en redes sociales, específicamente Instagram, lo que facilitó el acceso al público objetivo.

Para esta investigación de mercado, se diseñó cuidadosamente una encuesta que recopiló datos sobre los aspectos clave que influyen en la decisión de compra de galletas artesanales estilo Nueva York y dulces en Cuenca. Las preguntas se centraron en los siguientes temas:

- Preferencias de sabor: identificar los sabores más populares entre los consumidores le permitirá adaptar los productos COOKRIS a los gustos de su mercado local.
- Disposición a pagar: analizar el precio de compra dispuesto a pagar por el proyecto COOKRIS. Esto le permite establecer un rango de precios competitivo y al mismo tiempo garantizar la rentabilidad del negocio.
- Frecuencia de consumo: mide la frecuencia con la que los consumidores compran productos similares, lo que ayuda a estimar la demanda recurrente.

- Factores de compra: Comprender qué es lo que más valoran los consumidores a la hora de comprar galletas artesanales de estilo New York o dulces (calidad, precio, apariencia, etc.).

La realización de encuestas preliminares en redes sociales demostró ser una estrategia eficaz, no solo para la recopilación de datos, sino también para fomentar la interacción directa con clientes potenciales y obtener retroalimentación en tiempo real sobre el producto. El incentivo de una caja de galletas artesanales estilo Nueva York generó una alta participación, fortaleciendo la representatividad de la muestra.

Este acercamiento a los consumidores a través de plataformas digitales facilitó el acceso rápido y rentable a información relevante, crucial para identificar las tendencias de consumo en Cuenca y optimizar la propuesta de valor de COOKRIS. Los datos recopilados permitieron construir un perfil detallado del cliente ideal y desarrollar estrategias de marketing más efectivas, basadas en información precisa y actualizada.

2.1.5. Análisis y proyección de la demanda, mercado meta y crecimiento poblacional

2.1.5.1. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda, basado en la información recopilada mediante encuestas, confirma la viabilidad de COOKRIS en el mercado local. Los datos revelan que aproximadamente el 80% de los consumidores en Cuenca, dentro del rango de edad de 21 a 40 años, consumen dulces al menos una vez al mes, y la mitad de ellos muestran disposición a probar nuevos productos. Esto representa un mercado potencial de aproximadamente 90.449 consumidores interesados en innovaciones en este sector.

Además, la investigación indica una alta demanda de galletas artesanales estilo Nueva York en el mercado local, especialmente aquellas que destacan por su apariencia innovadora y sabores novedosos. Estos resultados sugieren perspectivas favorables para COOKRIS y un significativo potencial de crecimiento a corto y mediano plazo.

2.1.5.2. Proyección de la demanda

Las proyecciones de demanda para COOKRIS consideran tanto el crecimiento poblacional de Cuenca como el potencial de expansión a otras áreas. Según datos del INEC (2023), Cuenca cuenta con aproximadamente 596,101 habitantes, y la población ha experimentado un crecimiento anual promedio del 2% en los últimos años. Esta tendencia sugiere un aumento proporcional en el número de consumidores de entre 21 y 40 años, lo que amplía el mercado potencial para COOKRIS.

Partiendo de un mercado actual de 90.449 consumidores potenciales, se estima un crecimiento a 92.258 consumidores en el próximo año. Si COOKRIS logra captar un 5% de este mercado objetivo, con un gasto promedio de \$ 5,00 por cliente al mes, los ingresos mensuales proyectados ascenderían a aproximadamente \$ 22.565 dólares.

2.1.5.3. Mercado meta

Para obtener una comprensión precisa de las necesidades y preferencias del cliente, la encuesta se dirigió a un grupo específico que representa el mercado objetivo de COOKRIS. Este grupo fue cuidadosamente seleccionado, considerando características clave como el interés en productos artesanales de alta calidad, la afinidad por las galletas estilo Nueva York, la disposición a explorar nuevos sabores y el apoyo a negocios locales. Las respuestas obtenidas proporcionaron información valiosa y auténtica, permitiendo a COOKRIS diseñar estrategias que resuenan con los gustos y expectativas de su público.

El mercado objetivo principal de COOKRIS se compone de consumidores jóvenes y adultos, de 21 a 40 años, residentes en Cuenca, con una inclinación por los dulces y una apertura a nuevas ofertas. Este segmento valora los productos artesanales elaborados con ingredientes frescos y sabores innovadores. Además, su activa participación en redes sociales facilita la implementación de estrategias de marketing digital efectivas para COOKRIS.

2.1.5.4. Crecimiento poblacional y su impacto en la demanda

El crecimiento sostenido de Cuenca, con una proyección poblacional al alza, presenta una oportunidad estratégica para la expansión de COOKRIS. El incremento anual del 2% en la población, específicamente en el segmento de consumidores de 21 a

40 años, amplía significativamente la demanda potencial. Esta tendencia, combinada con una estrategia de marketing digital efectiva, permitirá a COOKRIS capitalizar el crecimiento natural del mercado y fortalecer su posicionamiento.

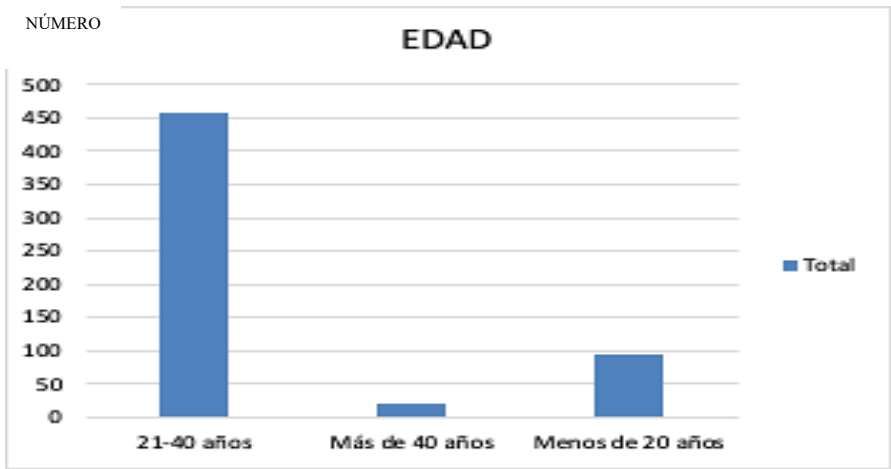
El análisis detallado de la demanda primaria, las proyecciones de crecimiento y la segmentación del mercado revelan un panorama favorable para COOKRIS en Cuenca. La estrategia clave será captar la atención del público joven, construyendo lealtad a través de productos de alta calidad y una presencia dinámica en redes sociales. Este enfoque asegurará un crecimiento sostenible y consolidará la presencia de COOKRIS en el mercado en los próximos años.

2.1.6. Indicadores del mercado meta

2.1.6.1. Demografía

Edad

Figura 1. *Edad*

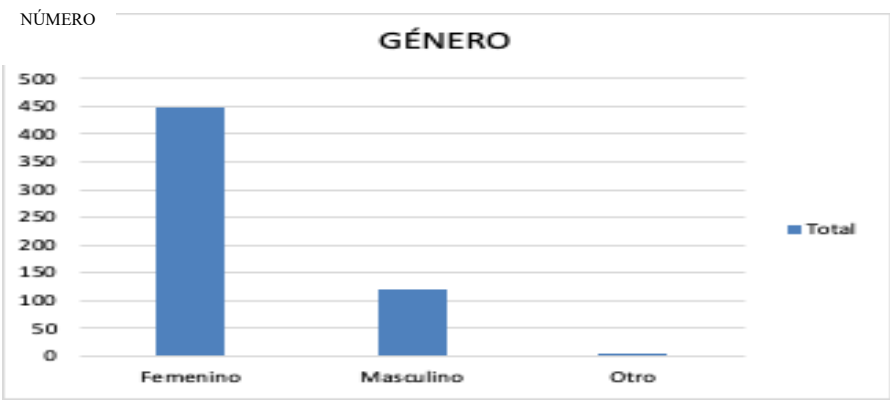


Fuente: Elaboración propia (2025)

En referencia a la pregunta 1, los resultados de la encuesta revelan que el 80% de los participantes se encuentran en el rango de edad de 21 a 40 años, con un 16,7% menores de 20 años y un 4% mayores de 40. Esta distribución demográfica sugiere que COOKRIS debe concentrar sus esfuerzos de marketing en el segmento de jóvenes y adultos jóvenes, un grupo demográfico que tiende a ser más receptivo a la experimentación con nuevos sabores y a la adopción de tendencias de consumo emergentes.

Género

Figura 2. *Género*



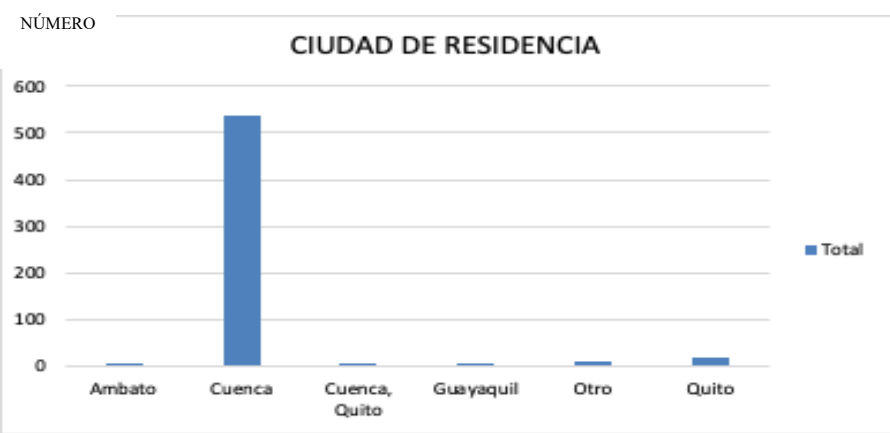
Fuente: Elaboración propia (2025)

De acuerdo con la pregunta 2, los datos de la encuesta revelan que el 78,6% de los participantes son mujeres, lo que indica que este segmento representa el principal consumidor de galletas artesanales estilo Nueva York. En contraste, el 21,4% de los encuestados son hombres. Esta información demográfica sugiere que COOKRIS puede optimizar sus campañas publicitarias y el desarrollo de productos para resonar de manera más efectiva con el público femenino.

2.1.6.2. Geografía

Ciudad de residencia

Figura 3. *Ciudad de residencia*

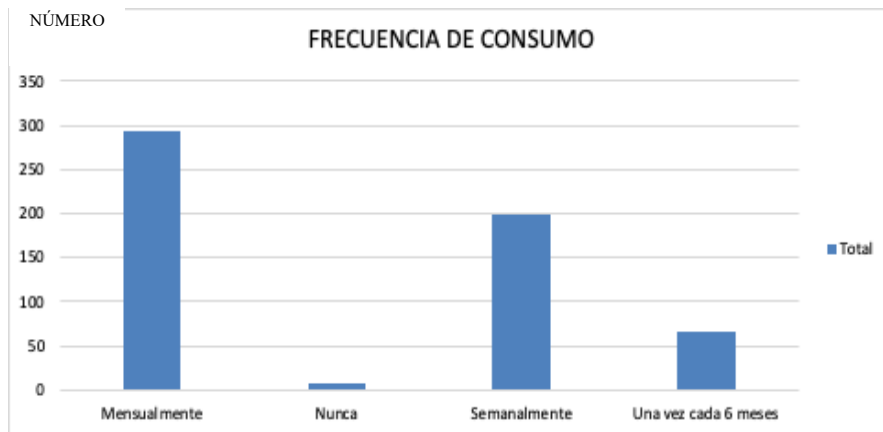


Fuente: Elaboración propia (2025)

Con base en la pregunta 3, la encuesta reveló que la gran mayoría de los participantes, específicamente el 93,6%, residen en Cuenca, lo cual refleja la concentración de seguidores en esta ciudad. Aunque otras ciudades como Quito 3,3% y Guayaquil 0,3% mostraron una representación menor, estas localidades podrían considerarse en futuras estrategias de expansión para COOKRIS.

2.1.6.3. Frecuencia de consumo

Figura 4. *Frecuencia de consumo*

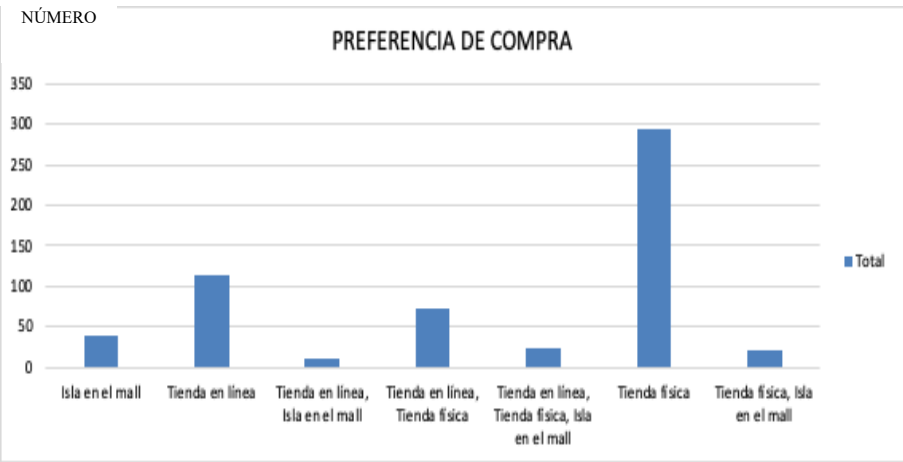


Fuente: Elaboración propia (2025)

La pregunta 4 expone que, la frecuencia de consumo de galletas artesanales estilo Nueva York es notablemente alta entre los encuestados. Un 36% reporta consumir estas galletas semanalmente, mientras que un 52,4% lo hace mensualmente. Este patrón de consumo consistente indica una demanda sólida y sugiere que COOKRIS tiene la oportunidad de construir una base de clientes leales, atraídos por productos de alta calidad que satisfacen sus preferencias de sabor y presentación.

2.1.6.4. Preferencia de compra

Figura 5. *Preferencia de compra*



Fuente: Elaboración propia (2025)

La pregunta 5 expone que, los resultados de la tercera pregunta revelan una alta frecuencia de consumo de galletas artesanales estilo Nueva York entre los encuestados. Un 36% reporta consumirlas semanalmente, mientras que un 52,4% lo hace mensualmente. Este patrón de consumo constante indica una demanda sólida y sugiere que COOKRIS tiene la oportunidad de construir una base de clientes leales, atraídos por productos de alta calidad que satisfacen sus preferencias de sabor y presentación.

2.1.6.5. Proyección de la demanda

Figura 6. *Proyección de la demanda*



Fuente: Elaboración propia (2025)

La pregunta 6 menciona que, la información recopilada en las encuestas proyecta un mercado potencial en crecimiento para COOKRIS en Cuenca y sus alrededores. Un 49,9% de los encuestados ha indicado una disposición a pagar entre \$ 2 y \$ 3 dólares por galleta, lo que sugiere un precio de venta viable y una demanda sólida para el producto.

Motivación por galleta artesanal

Figura 7. *Motivación por galleta artesanal*



Fuente: Elaboración propia (2025)

La pregunta 7 revela que las promociones por tiempo limitado 60,7% y los descuentos por volumen 24,5% son los principales motivadores para la compra de galletas artesanales estilo Nueva York. Esto sugiere que la implementación de estrategias de marketing centradas en ofertas especiales podría resultar en un incremento significativo de las ventas para COOKRIS.

2.1.6.6. Importancia de la recomendación

Figura 8. *Importancia de la recomendación*

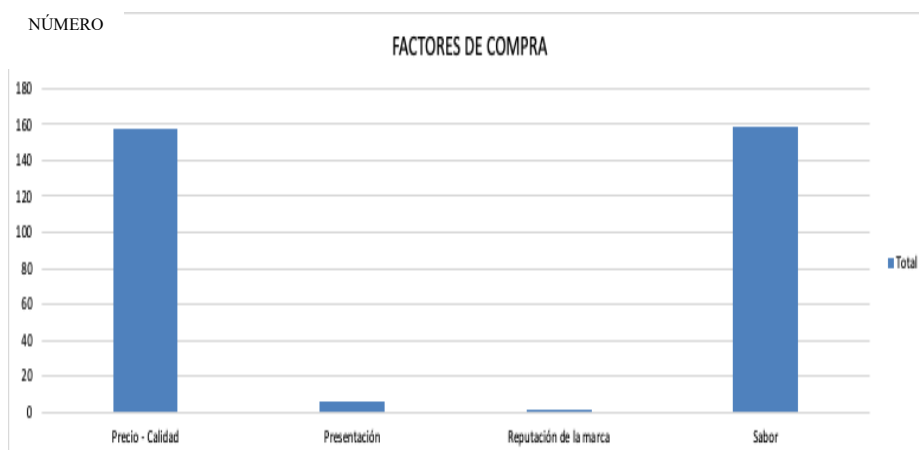


Fuente: Elaboración propia (2025)

La pregunta 8 expone una alta probabilidad de que los encuestados recomienden una marca de galletas artesanales estilo Nueva York a sus amigos o familiares, con un 95,7% de respuestas afirmativas, indica un fuerte potencial para el marketing de boca a boca. Si COOKRIS logra superar las expectativas de sus clientes, la marca se beneficiará significativamente de esta forma de promoción, lo que impulsará tanto el crecimiento como la lealtad del cliente.

2.1.6.7. Factores claves al comprar

Figura 9. *Factores clave al comprar*



Fuente: Elaboración propia (2025)

La pregunta 9 determina que, al evaluar los factores más influyentes en la decisión de compra de galletas artesanales estilo Nueva York, el sabor emergió como la prioridad principal para el 70,4% de los encuestados, seguido de cerca por la relación calidad - precio con un 69%. La presentación del producto y la reputación de la marca fueron considerados menos relevantes, con un 14,3% y un 3,7% respectivamente. Estos resultados sugieren que COOKRIS debe concentrar sus esfuerzos en la creación de galletas artesanales que no solo destaquen por su sabor excepcional, sino que también ofrezcan una excelente relación calidad-precio y una presentación atractiva.

2.1.7. Resultados

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados consumen galletas artesanales de estilo New York desde un sentido mensual o semanal, lo que indica una demanda continua. Este comportamiento demuestra la existencia de un mercado activo para productos como los generados por COOKRIS, que se caracterizan por sabores y presentaciones innovadoras y hacia un mercado enfocado en las experiencias gastronómicas gourmets.

Un dato importante es que el 70,4% de los encuestados consideran el sabor como el factor más importante a la hora de comprar galletas artesanales de estilo New York. Esto refuerza aún más la necesidad de seguir ofreciendo productos de alta calidad en términos de sabor y variedad con dicho estilo. Además, el 49,9% de los encuestados estaba dispuesto a pagar entre \$ 2 y \$ 3 dólares por galleta, rango de precios consistente con la estructura propuesta por COOKRIS para asegurar la competitividad en el mercado local.

El 71,7% de las personas prefiere comprar galletas artesanales de estilo New York en tiendas físicas, seguido del 38,6% que prefiere comprarlas online. Esta información proporciona una guía clara para las estrategias de distribución, enfatizando la necesidad de mantener una fuerte presencia física y digital; para acceder a un mayor número de consumidores.

Finalmente, el estudio encontró que las promociones por tiempo limitado son una de las estrategias más efectivas para aumentar las ventas: el 60,7% de los encuestados dijo que estas ofertas los motivarían a comprar más galletas artesanales de estilo New

York. Estos resultados permiten a COOKRIS tomar decisiones informadas para optimizar su modelo de negocio y adaptarse a las preferencias y expectativas del cliente para brindar una experiencia satisfactoria y un servicio superior en cada adquisición.

2.2. Determinación de la oferta

Para definir la oferta de COOKRIS, se realizó un estudio de mercado enfocado en el segmento de galletas artesanales estilo Nueva York. Este análisis tuvo como objetivo comprender el panorama competitivo directo e identificar las necesidades y deseos insatisfechos de los consumidores en el sector de la repostería.

2.2.1. Información sobre la oferta

La estrategia publicitaria de COOKRIS se centrará en el marketing digital a través de redes sociales como Instagram y TikTok, aprovechando su alcance visual para promocionar la variedad de sabores y la calidad de las galletas artesanales estilo Nueva York. Complementariamente, se distribuirán folletos en puntos estratégicos de la ciudad y se invertirán en anuncios pagados para aumentar la visibilidad de la marca. El precio promedio de las galletas se establecerá en \$ 2 dólares, con la flexibilidad de ofrecer promociones y descuentos para atraer a un público más amplio. La producción en lotes permitirá una gestión eficiente del volumen de ventas, con expectativas de crecimiento progresivo a medida que la marca se consolide en el mercado.

Los resultados de la encuesta revelan que el sabor es el factor decisivo para el 70,4% de los consumidores, subrayando la importancia de ofrecer una gama de sabores únicos y deliciosos, respaldados por ingredientes de alta calidad. La presentación del producto y la disponibilidad en tiendas físicas y en línea también son aspectos relevantes. COOKRIS adoptará un modelo de venta directa, eliminando intermediarios para mantener el control sobre la experiencia del cliente tanto en tiendas físicas como en la plataforma de comercio electrónico.

En un mercado local con opciones limitadas en galletas artesanales estilo Nueva York, COOKRIS se diferenciará mediante la innovación en sabores y un enfoque centrado en el cliente. La marca responderá a las preferencias y sugerencias recopiladas en la encuesta, ofreciendo una experiencia única y personalizada.

2.2.2. Información secundaria sobre la competencia

El mercado de galletas artesanales estilo Nueva York en Cuenca presenta una competencia variada, con marcas establecidas que ofrecen una gama de productos. Sin embargo, existe una oportunidad significativa para COOKRIS al introducir sabores innovadores y enfocarse en la calidad superior de los ingredientes. La investigación de mercado revela una carencia de opciones que destaquen por su sabor y presentación entre las marcas existentes en Cuenca. Esto crea un espacio estratégico para que COOKRIS se posicione como una marca *premium*, diferenciándose a través de la calidad, el sabor y una experiencia de compra única.

2.2.3. Competencia

2.2.3.1. Tulipano

Tulipano es una marca establecida en Cuenca, reconocida por su producción de galletas artesanales estilo Nueva York y otros productos de panadería. Su enfoque en la calidad y el uso de ingredientes frescos y naturales le ha permitido construir una sólida reputación entre los consumidores. La marca ofrece una variedad de sabores y presentaciones, y su estrategia de marketing destaca el compromiso con la calidad y la autenticidad, atrayendo a un público que valora los productos tradicionales con un toque moderno.

Fortalezas:

- Enfoque en la calidad de los ingredientes.
- Variedad en la oferta de productos.
- Sólida reputación entre los consumidores.

Debilidades:

- La producción en grandes volúmenes puede comprometer la personalización y exclusividad de sus productos.

2.2.3.2. Maki

Maki se distingue en Cuenca por su enfoque innovador, combinando el comercio justo con productos sostenibles. Además de galletas artesanales estilo Nueva York, ofrece una variedad de artesanías y productos locales, posicionándose como una tienda integral. Maki ha cultivado una base de clientes leales al enfatizar prácticas éticas y el apoyo a artesanos locales, utilizando sus redes sociales para conectar con su audiencia y promover un estilo de vida consciente.

Fortalezas:

- Enfoque en comercio justo y sostenibilidad.
- Diversidad de productos, incluyendo artesanías.
- Fuerte presencia en redes sociales.

Debilidades:

- La diversidad de productos puede diluir el enfoque en las galletas.
- Posibles desafíos en competencia de precios con marcas establecidas.

2.2.3.3. An Levain Galletería Online

An Levain es una marca emergente que opera exclusivamente en línea desde Cuenca, especializada en galletas estilo Nueva York. Su propuesta se enfoca en la experiencia gourmet, con un diseño visual atractivo y moderno que apela a un público joven, activo en redes sociales. Aunque es una marca nueva, ha logrado captar atención rápidamente gracias a su presencia digital, presentación cuidada y enfoque artesanal en lotes pequeños.

Fortalezas:

- Especialización en galletas estilo Nueva York.
- Venta exclusiva online, lo que reduce costos fijos.
- Imagen moderna y coherente con las tendencias digitales.

Debilidades:

- Limitada trayectoria en el mercado.
- Alcance restringido al canal online, lo que puede limitar la visibilidad frente a marcas con presencia física.

El análisis de la competencia revela que el mercado de galletas artesanales estilo Nueva York en Cuenca está en crecimiento, con marcas que se diferencian por su propuesta de valor. Tulipano destaca por su reputación y calidad; Maki por su enfoque ético y variedad; y An Levain por su modelo digital moderno. Esto demuestra que existe una demanda activa y segmentada, donde cada marca apunta a nichos específicos. Para Cookris, esta diversidad competitiva representa una oportunidad para posicionarse con una propuesta clara que combine innovación en sabores, presentación distintiva y cercanía con el consumidor tanto online como en puntos físicos estratégicos.

2.2.4. Oportunidades para COOKRIS

El análisis de la competencia revela oportunidades estratégicas clave para el crecimiento y éxito de COOKRIS en el mercado de galletas artesanales estilo Nueva York en Cuenca. La carencia de marcas que ofrezcan sabores únicos y exóticos representa una oportunidad significativa para la marca. Desarrollar una línea de galletas innovadoras que combinen ingredientes locales con tendencias globales atraerá a un público joven y aventurero.

COOKRIS puede diferenciarse ofreciendo una experiencia de compra memorable, con presentaciones atractivas, empaques creativos y opciones de personalización, fomentando la lealtad y satisfacción del cliente. La implementación de promociones por tiempo limitado y descuentos por volumen, alineados con las preferencias del consumidor, será un poderoso incentivo para atraer nuevos clientes.

Dado el alto porcentaje de consumidores que prefieren comprar en línea, el desarrollo de una plataforma de comercio electrónico efectiva es crucial. Invertir en

marketing digital y redes sociales aumentará la visibilidad y facilitará el acceso a los productos de COOKRIS. Estas estrategias, basadas en la comprensión de las preferencias del consumidor y la diferenciación de la competencia, posicionarán a COOKRIS para un crecimiento sostenible en el mercado de Cuenca.

2.3. Conclusiones del estudio de mercado

El estudio de mercado realizado para COOKRIS ha revelado hallazgos clave que delinean tanto las oportunidades como los desafíos en el competitivo mercado de galletas artesanales estilo Nueva York en Cuenca. Se observa una demanda creciente por productos innovadores que ofrezcan sabores únicos y experiencias novedosas, lo que posiciona a COOKRIS favorablemente para introducir galletas con ingredientes y presentaciones atractivas desde el sentido de promocionar nuevas experiencias gastronómicas de tipo gourmet. La investigación también indica una preferencia dual por la compra en tiendas físicas y en línea, subrayando la necesidad de una estrategia comunicacional.

La calidad y el sabor emergen como factores cruciales para los consumidores cuencanos quienes buscan dentro de su opción alimenticia un producto que genere diferenciación clara, lo que exige a COOKRIS mantener un enfoque riguroso en la excelencia de sus productos para construir una reputación sólida. Además, las estrategias de marketing que incorporan promociones y descuentos son altamente efectivas para impulsar las ventas y atraer nuevos clientes.

En conclusión, COOKRIS se encuentra en una posición estratégica para capitalizar las oportunidades identificadas y consolidarse como líder en el mercado de galletas artesanales estilo Nueva York en Cuenca. La implementación efectiva de estas estrategias permitirá a la marca diferenciarse y conectar con su público objetivo, además de una sostenibilidad de marca de largo plazo.

CAPÍTULO 3: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICA

Este capítulo detalla la factibilidad técnica de COOKRIS, examinando los elementos operacionales y organizacionales que sustentan su capacidad de producción. Se aborda la selección de la ubicación de las instalaciones y la infraestructura necesaria, así como la planificación de la producción para optimizar el uso de recursos y el cronograma. Además, se analiza la operación actual y se proponen estrategias para incrementar su eficiencia.

3.1. Localización e infraestructura actual de COOKRIS

3.1.1. Localización

Inicialmente, COOKRIS operará desde un espacio doméstico. Aunque este entorno permite el inicio de la producción, presenta limitaciones para satisfacer la demanda futura. La transición a un área dedicada exclusivamente a la producción es crucial para garantizar condiciones de trabajo seguras, control de calidad y eficiencia en los tiempos de producción.

3.1.2. Infraestructura actual

El proyecto COOKRIS dispone de los siguientes insumos:

- Dos batidoras KitchenAid de tamaño estándar, usadas para mezclar y amasar la masa de galletas artesanales de estilo New York.

Figura 10. *Batidora KitchenAid*



Fuente: COOKRIS (2025)

- Un horno con capacidad de trabajo en tandas de 8 galletas artesanales de estilo New York a la vez, con un tiempo de cocción de 15 minutos.

Figura 11. *Horno*



Fuente: COOKRIS (2025)

- Refrigeradora de dos puertas, donde la masa de las galletas artesanales de estilo New York reposa al menos 4 horas antes de hornearse.

Figura 12. *Refrigeradora*



Fuente: COOKRIS (2025)

- Un área para el empaque final, donde se colocan las galletas artesanales de estilo New York en cajas con 4 unidades, obteniendo 9 cajas por cada tanda de producción.

Figura 13. *Área de empaque*



Fuente: COOKRIS (2025)

3.2. Capacidad y tamaño óptimo del proyecto

3.2.1. Capacidad actual

La producción de COOKRIS se realiza tres veces por semana, con una producción diaria de 36 galletas artesanales estilo Nueva York, equivalentes a 9 cajas de 4 unidades, ofreciendo un sabor diferente cada semana. Esto resulta en una producción semanal total de 108 galletas, distribuidas en 27 cajas. El proceso de producción implica aproximadamente 50 minutos de trabajo activo en mezcla y preparación por tanda, un mínimo de 4 horas de refrigeración, 15 minutos de horneado por tanda de 8 galletas y 30 minutos de enfriado.

3.2.2. Análisis de capacidad y limitaciones

El proceso de producción actual de COOKRIS se ve limitado por la capacidad de sus equipos. Las batidoras de tamaño doméstico, aunque funcionales para la producción actual, podrían restringir el aumento en la cantidad de masa procesada por tanda. La adquisición de una batidora de mayor capacidad, o una adicional, optimizaría significativamente la producción al permitir mayores volúmenes de mezcla en un solo proceso. De manera similar, el horno actual, con capacidad para 8 galletas estilo Nueva York por bandeja, requiere múltiples tandas para cumplir con la producción diaria, lo que incrementa el tiempo total de horneado. Un horno de mayor tamaño o con bandejas de mayor capacidad reduciría drásticamente el tiempo de horneado por tanda, mejorando la eficiencia general del proceso.

3.3. Disponibilidad y costo de suministros

La producción de galletas artesanales estilo Nueva York de COOKRIS requiere insumos específicos y, dado que el negocio depende de un solo operario, la gestión de abastecimiento y logística es crucial. Actualmente, la compra y almacenamiento de materia prima se realiza directamente, adquiriendo los ingredientes necesarios para la producción semanal. Sin embargo, a medida que la demanda crezca, se recomienda explorar la compra al por mayor para reducir costos y mejorar la rentabilidad. Además, el tiempo de refrigeración es un factor limitante en la operación actual, por lo que la implementación de un sistema de refrigeración adicional o más eficiente podría reducir

los tiempos de espera y aumentar la capacidad de almacenamiento de productos semielaborados.

3.4. Descripción de procesos

El proceso de producción de COOKRIS se caracteriza por su enfoque artesanal y una metodología meticulosamente controlada, asegurando la calidad de cada lote. El proceso se divide en las siguientes etapas:

- 1) Preparación de la masa: La elaboración de cada tanda requiere aproximadamente 50 minutos, durante los cuales los ingredientes se mezclan y amasan utilizando dos batidoras KitchenAid.
- 2) Refrigeración: La masa de las galletas artesanales estilo Nueva York debe refrigerarse durante un mínimo de 4 horas. Esta etapa es crucial para lograr la consistencia y calidad deseadas del producto. La capacidad de refrigeración y el espacio de almacenamiento son factores determinantes para evitar retrasos y optimizar la producción.
- 3) Horneado: Las galletas se hornean en tandas de 8 unidades, cada una con una duración de 15 minutos. Para completar la producción diaria de 36 galletas, se requieren varias tandas, lo que resulta en un tiempo total de horneado de aproximadamente 1 hora y 15 minutos. La optimización del equipo de horneado podría mejorar significativamente esta etapa.
- 4) Empaque y Logística de Envío: Una vez horneadas y enfriadas, las galletas se empaquetan en cajas de 4 unidades, obteniendo 9 cajas por tanda de 36 galletas. La logística de envío es gestionada individualmente por el operario, lo que implica una inversión adicional de tiempo y organización.

3.4.1. Modalidades de mejora en los procesos

Las modalidades de mejora de procesos son las siguientes:

- Sistema de automatización de reservas y entregas: Considerar un sistema automatizado para gestionar pedidos en línea podría reducir el tiempo invertido en coordinar cada pedido y simplificar el proceso.

- Diversificación de métodos de pago: Ofrecer diferentes opciones de pago digital permitiría mayor comodidad para los clientes, mejorando su experiencia y facilitando la administración de ingresos.

A continuación, se expone la codificación del diagrama de flujo productivo:

A [Inicio: Preparación de la Masa] --> B {50 minutos de mezcla y amasado en batidoras KitchenAid};

B --> C [Refrigeración: Mínimo 4 horas];

C --> D {Horneado: Tanda de 8 galletas por 15 minutos};

D --> E [Repetir horneado hasta 36 galletas];

E --> F [Enfriado: 30 minutos];

F --> G [Empaque: Cajas de 4 galletas];

G --> H [Logística de Envío: Gestión individual];

H --> I [Fin: Galletas listas para envío];

3.5. Organización humana

La operación actual de COOKRIS recae en una única persona, responsable de la compra de insumos, producción, empaquetado, gestión de pedidos y logística de envío. Esta estructura operativa impone una carga significativa y limita el potencial de expansión de la producción. Para optimizar la organización, se propone la incorporación de personal de apoyo a mediano plazo, lo que aliviaría la carga operativa y permitiría aumentar la producción y atender más pedidos. Además, se sugiere externalizar la logística de envíos a una empresa de paquetería. Esta medida optimizaría los tiempos de entrega y permitiría al operario centrarse en la producción y la mejora continua del producto.

3.6. Aspectos legales y regulatorios

Para formalizar la operación de COOKRIS y asegurar su crecimiento sostenible, es crucial considerar varios requisitos legales esenciales. Esto incluye la obtención del

permiso de funcionamiento, un trámite obligatorio para garantizar el cumplimiento de las normativas locales, así como el permiso de manipulación de alimentos, que certifica que los productos se manejan y procesan en condiciones higiénicas adecuadas. Además, el registro de la marca COOKRIS es fundamental para proteger su identidad y asegurar la exclusividad de su uso en el mercado, salvaguardando así la inversión y reputación de la empresa.

3.7. Conclusiones

La evaluación de la viabilidad técnica de COOKRIS revela un panorama prometedor de largo plazo, respaldado por el control integral del operario sobre el proceso y un firme compromiso con la calidad del producto, sobre la base de ofrecer una experiencia gastronómica al consumidor. Sin embargo, para asegurar un crecimiento sostenible y maximizar la rentabilidad, es imperativo abordar áreas clave de mejora continua. La optimización de la capacidad de los equipos, especialmente en las etapas de horneado y refrigeración, se presenta como una prioridad para agilizar la producción y satisfacer la creciente demanda. Asimismo, la diversificación de los canales de entrega y pago, incluyendo opciones en línea y alianzas con servicios de entrega, ampliará el alcance de COOKRIS y mejorará la experiencia del cliente.

A medida que COOKRIS experimente un crecimiento, la reubicación a un espacio de mayor capacidad se convertirá en una necesidad estratégica. Esta expansión no solo acomodará equipos de mayor tamaño y la incorporación de personal, sino que también facilitará la implementación de procesos más eficientes y la optimización del flujo de trabajo. Estos cambios son esenciales para transformar a COOKRIS en una operación escalable, capaz de satisfacer la creciente demanda sin comprometer la calidad artesanal que distingue a la marca. Además, la adopción de tecnologías y sistemas de gestión avanzados permitirá una mejor planificación de la producción, el control de inventarios y la gestión de pedidos, lo que contribuirá a una operación más fluida y rentable.

En resumen, la viabilidad técnica de COOKRIS es sólida, pero la implementación de mejoras estratégicas en la capacidad de producción, la diversificación de canales y la planificación para el crecimiento futuro son esenciales para asegurar el éxito a largo plazo de la marca en el competitivo mercado de galletas artesanales en Cuenca; lo cual,

permitirá una consolidación desde el sentido gastronómico y limitando el accionar de su competencia o de productos sustitutos.

CAPÍTULO 4: ESTUDIO ECONÓMICO Y FACTIBILIDAD FINANCIERA

El capítulo 4 se centra en el análisis detallado de la viabilidad financiera de COOKRIS, un aspecto crucial para determinar su rentabilidad y sostenibilidad en el mercado. Este análisis exhaustivo abarca desde la inversión inicial requerida hasta los costos operativos, con el objetivo de identificar los recursos financieros esenciales para el funcionamiento del negocio y proyectar su rentabilidad a corto y mediano plazo.

La estructura del capítulo se inicia con la determinación precisa de los costos de inversión y operación, diferenciando entre costos fijos y variables. Esta clasificación sienta las bases financieras del modelo de producción de COOKRIS y permite identificar los elementos que influyen directa e indirectamente en los costos totales de la empresa. Posteriormente, se incorpora el análisis de la depreciación de los activos fijos, evaluando el desgaste de los equipos a lo largo del tiempo y su impacto en los resultados económicos del negocio. Este cálculo es fundamental para reflejar el valor real de los activos y su efecto en la rentabilidad del proyecto.

A continuación, se realiza una proyección de los ingresos anuales, que incluye el estado de resultados proyectado y el punto de equilibrio. Estas herramientas permiten estimar la utilidad neta y el volumen mínimo de ventas, necesarios para cubrir los costos operativos, información esencial para determinar la viabilidad económica y el potencial de éxito de COOKRIS.

Finalmente, se incluye un análisis de sensibilidad, evaluando diferentes escenarios y proyectando el comportamiento de la empresa ante posibles variaciones en costos y precios de venta. Este análisis permite anticipar riesgos y desarrollar estrategias para mitigar el impacto de las fluctuaciones del mercado. En conjunto, el estudio económico y de viabilidad financiera presentado en este capítulo proporciona una evaluación integral de la viabilidad de COOKRIS, sustentando la toma de decisiones estratégicas y proyectando la rentabilidad del negocio en un marco de sostenibilidad económica.

4.1. Estudio económico

Este análisis busca determinar la rentabilidad financiera de COOKRIS, evaluando si la inversión inicial, costos operativos, y el margen de utilidad del negocio justifican el

esfuerzo del emprendimiento, proporcionando además bases para futuras decisiones estratégicas.

4.1.1. Determinación de costos

4.1.1.1. Inversión inicial

La inversión inicial para COOKRIS abarca todos los elementos necesarios para el inicio de operaciones, incluyendo equipos, insumos y la infraestructura básica. Se realizará una identificación detallada de cada partida, especificando la cantidad requerida, el costo unitario y el costo total correspondiente.

Tabla 2.

Inversión inicial

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Batidoras KitchenAid	2	\$ 600,00	\$1.200,00
Horno industrial	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Utensilios de cocina (básicos: bandejas, espátulas, medidores)	Varios	\$ 150,00	\$ 150,00
Refrigerador	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Insumos iniciales (harina, azúcar, mantequilla, etc.)	-	\$ 300,00	\$ 300,00
Total			\$ 2.950,00

Fuente: Elaboración propia (2025)

La tabla presentada ofrece un desglose conciso de los costos iniciales fundamentales para el arranque de COOKRIS, donde se destaca que la mayor inversión se concentra en el equipamiento principal, específicamente en las batidoras KitchenAid y el horno industrial, sumando un total de \$ 2.000,00. Estos equipos son esenciales para la producción, y su calidad tendrá un impacto directo en la eficiencia operativa y la calidad del producto final. Asimismo, el refrigerador, con un costo de \$ 500,00; se posiciona como un elemento crucial para asegurar la frescura y seguridad alimentaria, tanto de los ingredientes como de los productos semielaborados.

En cuanto a los utensilios de cocina básicos, se estima un costo de \$ 150,00; cubriendo las necesidades esenciales para la preparación de las galletas. Por otro lado, los insumos iniciales, valorados en \$ 300,00; permiten dar inicio a la producción y satisfacer las primeras demandas del mercado. Es relevante mencionar que el total de la inversión inicial asciende a \$ 2.950,00; lo cual representa una suma relativamente baja para un negocio de producción de alimentos. Esta cifra puede ser una ventaja para COOKRIS, ya que reduce el riesgo financiero inicial.

Sin embargo, para una planificación financiera más precisa, sería útil detallar los tipos y cantidades de insumos incluidos en los \$ 300,00. Además, se recomienda considerar si la inversión inicial abarca todos los costos necesarios para el arranque del negocio, como permisos, marketing, empaque, transporte y software. También sería beneficioso incluir un análisis de la depreciación de los equipos y mencionar las posibles fuentes de financiamiento.

4.1.1.2. Financiamiento

Para impulsar la expansión y el desarrollo de COOKRIS, se ha establecido un plan de financiamiento estratégico que combina recursos propios y externos. Este plan busca optimizar la inversión y asegurar la sostenibilidad financiera a largo plazo.

Capital propio: Inversión de la propietaria

La propietaria de COOKRIS contribuirá con un capital inicial de \$ 2.000,00; proveniente de sus ahorros personales. Esta inversión representa un compromiso sólido con el proyecto y demuestra la confianza en su potencial de crecimiento.

Este capital se destinará a cubrir los gastos iniciales, tales como:

- Compra de equipo básico.
- Gastos de mercadeo iniciales.
- Gastos legales y contables.

Crédito bancario: Apalancamiento financiero

Se explorarán diversas opciones de crédito bancario para complementar el capital propio y financiar la inversión restante. Se priorizarán instituciones financieras que ofrezcan:

- Tasas de interés competitivas.
- Plazos de pago flexibles.
- Condiciones favorables para pequeñas y medianas empresas (PYMES).

Se realizará un análisis comparativo de las diferentes ofertas de crédito, considerando:

- Tasas de interés fijas y variables.
- Comisiones y gastos asociados.
- Requisitos y garantías exigidas.

Otras fuentes de financiamiento

Se explorará la posibilidad de obtener financiamiento a través de programas gubernamentales o privados que apoyen a emprendedores y PYMES.

4.1.2. Costos totales

4.1.1.2. Costos fijos y variables

Para garantizar la viabilidad y rentabilidad de COOKRIS, es fundamental realizar un análisis exhaustivo de los costos operativos mensuales, dividiéndolos en costos fijos y variables. Este análisis permitirá una gestión financiera precisa y una toma de decisiones informada.

Los costos fijos son aquellos que permanecen constantes, independientemente del nivel de producción de COOKRIS. Estos costos son esenciales para el funcionamiento básico del negocio e incluyen el alquiler del espacio físico, los servicios básicos como electricidad, agua, internet y telefonía, el mantenimiento de equipos, los salarios fijos del personal administrativo o de producción, y los seguros necesarios para proteger el negocio.

Por otro lado, los costos variables fluctúan en función del volumen de producción de COOKRIS. A medida que la producción aumenta, estos costos también aumentan, y viceversa. Los costos variables clave incluyen las materias primas como harina, azúcar y otros ingredientes, los empaques, la mano de obra directa pagada por hora o por unidad producida, el combustible utilizado en la entrega de productos o en la operación de equipos, y las comisiones por ventas.

Es crucial considerar las necesidades específicas de COOKRIS al calcular los costos de insumos. Esto implica identificar todos los ingredientes y materiales necesarios para la elaboración de los productos ofrecidos, determinar la cantidad de cada insumo requerida por unidad de producción, obtener cotizaciones de proveedores para asegurar precios competitivos, y realizar un inventario constante de los insumos para evitar la pérdida de materiales y poder calcular los costos de producción de manera precisa.

Tabla 3.

Costos operacionales (mensuales)

Tipo	Concepto	Monto mensual
Fijos	Alquiler de espacio	\$ 200,00
	Electricidad e Internet	\$ 50,00
	Mantenimiento de equipos	\$ 30,00

Variables	Insumos (harina, mantequilla, etc.)	\$ 250,00
	Empaques y etiquetas	\$ 40,00
	Transporte y entrega	\$ 60,00
	Total	\$ 630,00

Fuente: Elaboración propia (2025)

La tabla presenta un desglose claro y conciso de los costos operacionales mensuales de COOKRIS, separándolos en dos categorías fundamentales: costos fijos y costos variables. Esta distinción es crucial para comprender la estructura de gastos del negocio y para tomar decisiones financieras informadas. Los costos fijos, que ascienden a un total de \$ 280,00 mensuales, representan aquellos gastos que permanecen constantes, independientemente del nivel de producción. Estos incluyen el alquiler del espacio, que constituye la mayor parte de estos costos, con \$ 200,00; así como los servicios esenciales de electricidad e internet \$ 50,00 y el mantenimiento de equipos \$30,00. La estabilidad de estos costos fijos proporciona una base para la planificación financiera y el presupuesto.

Por otro lado, los costos variables, que suman \$ 350,00 mensuales, fluctúan en proporción directa al volumen de producción de COOKRIS. Estos costos incluyen los insumos necesarios para la elaboración de los productos \$ 250,00; los empaques y etiquetas \$40,00; y los gastos de transporte y entrega \$ 60,00. La gestión eficiente de estos costos variables es esencial para optimizar la rentabilidad del negocio, ya que pueden variar significativamente en función de la demanda y la eficiencia de la producción.

El costo operacional total mensual de COOKRIS, que asciende a \$ 630,00; representa la suma de los costos fijos y variables. Este monto proporciona una visión general de los gastos mensuales totales del negocio y es un indicador clave de su salud financiera. Un análisis detallado de estos costos, como el que se presenta en esta tabla, es fundamental para la toma de decisiones estratégicas, la identificación de áreas de mejora

y la garantía de la sostenibilidad a largo plazo de COOKRIS. El costo operacional total anual del emprendimiento se proyecta en \$7.560,00. Esta cifra representa la suma de todos los gastos necesarios para mantener el negocio en funcionamiento durante un año.

4.1.3. Depreciación y amortización

Para reflejar con precisión la disminución del valor de los activos iniciales de COOKRIS, como la batidora y el horno, a lo largo de su vida útil, se aplicarán métodos contables rigurosos. La depreciación, un concepto contable fundamental, permite distribuir el costo de un activo fijo a lo largo de su vida útil, reflejando su desgaste y obsolescencia gradual.

Tabla 4.

Depreciación y amortización

Activo	Costo total	Vida útil (años)	Depreciación anual	Depreciación mensual
Batidoras	\$ 1.200,00	5	\$ 240,00	\$ 20,00
Horno industrial	\$ 800,00	5	\$ 160,00	\$ 13,33
Refrigerador	\$ 500,00	8	\$ 62,50	\$ 5,21
Total			\$ 462,50	\$ 38,54

Fuente: Elaboración propia (2025)

La tabla proporcionada detalla la depreciación de los activos iniciales de COOKRIS, un aspecto crucial para la contabilidad y la planificación financiera. Se desglosan tres categorías principales de activos: batidoras, horno industrial y refrigerador, cada uno con su respectivo costo total, vida útil estimada y los montos de depreciación anual y mensual. Este análisis permite a COOKRIS comprender la disminución gradual

del valor de sus activos a lo largo del tiempo, lo cual es esencial para reflejar con precisión la salud financiera del negocio.

En primer lugar, las batidoras, con un costo total de \$ 1.200,00 y una vida útil de 5 años, experimentan una depreciación anual de \$ 240,00 y mensual de \$ 20,00. Esto significa que cada mes, el valor de las batidoras disminuye en \$ 20,00, lo que refleja su desgaste y obsolescencia. Del mismo modo, el horno industrial, con un costo de \$ 800,00 y una vida útil de 5 años, se deprecia a una tasa anual de \$ 160,00 y mensual de \$ 13,33. Esta depreciación mensual refleja el desgaste del horno a lo largo del tiempo, distribuyendo su costo a lo largo de su vida útil estimada. Por último, el refrigerador, con un costo de \$ 500,00 y una vida útil de 8 años, se deprecia a una tasa anual de \$62,50 y mensual de \$ 5,21. Debido a su vida útil más larga, la depreciación mensual del refrigerador es menor en comparación con las batidoras y el horno.

Los totales de depreciación anual y mensual, que ascienden a \$ 462,50 y \$ 38,54 respectivamente, representan la depreciación total combinada de todos los activos. Estos valores son fundamentales para la elaboración de los estados financieros de COOKRIS, ya que reflejan con precisión la disminución del valor de los activos y permiten calcular la rentabilidad del negocio. Es crucial que COOKRIS registre con precisión estos montos de depreciación en sus libros contables para garantizar la transparencia y la precisión de sus informes financieros.

4.2. Evaluación financiera

La evaluación financiera de COOKRIS se erige como un pilar fundamental para discernir su viabilidad económica y potencial de rentabilidad. Este análisis integral abarca la inversión inicial, la estructura detallada de costos y las proyecciones meticulosas de flujo de caja, ofreciendo así una visión profunda y detallada del punto de equilibrio y el horizonte temporal esperado para el retorno de la inversión.

En este contexto, se emplean indicadores financieros clave, tales como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), con el propósito de evaluar la rentabilidad intrínseca del proyecto. Asimismo, se lleva a cabo un análisis de sensibilidad, que permite proyectar diversos escenarios posibles, contribuyendo de esta manera a la anticipación y mitigación de potenciales riesgos financieros.

En conjunto, estos elementos analíticos convergen para facilitar la toma de decisiones informadas y estratégicas, que son esenciales para asegurar la sostenibilidad económica a largo plazo de COOKRIS. Este enfoque riguroso y exhaustivo proporciona una base sólida para la planificación financiera y la gestión de riesgos, permitiendo a al emprendimiento navegar con confianza en un entorno empresarial dinámico y competitivo.

4.2.1. Estado de resultados

Este estado permite conocer las utilidades netas anuales en función de las proyecciones de ingresos y costos operativos de COOKRIS. Su formulación contempla los ingresos anuales proyectados menos los costos operativos, considerando un incremento gradual en la demanda de productos.

Ingresos proyectados según los datos generales:

Número de galletas artesanales de estilo New York por semana: 108 unidades.

Precio unitario promedio: \$ 3,00 (o \$ 12,00 por cada caja de 4 galletas artesanales de estilo New York).

- Ingreso semanal: \$ 324,00.
- Ingreso mensual: \$ 1.296,00.
- Ingreso anual estimado (48 semanas de operación): \$ 15.552,00.

Costos:

Costos anuales= costos mensuales $\times$ 12 meses

- Costos anuales= \$ 630,00 $\times$ 12= \$ 7.560,00

Utilidad neta proyectada:

- Ingreso anual estimado es de \$ 15.552,00 y los costos anuales de \$ 7.560, 00.

Cuantificación:

- Utilidad Neta Anual= ingreso anual – costos anuales= \$ 15.552,00 –\$ 7.560,00=

\$ 7.992,00

Margen de utilidad

- Costos anuales= ingreso anual – utilidad neta

Reemplazando los valores: costos anuales= \$ 15.552,00 – \$ 7.992,00= \$ 7.560,00

Ingreso anual - costos = \$7.560,00 (esto representa un margen de 48.62%).

El estado de resultados proyectado para COOKRIS se fundamenta en la venta de 108 galletas artesanales de estilo New York por semana, con un precio unitario de \$ 3,00; o \$ 12,00 por caja de 4 galletas. Esto resulta en un ingreso semanal de \$ 324,00 y un ingreso mensual de \$ 1.296,00. Al considerar 48 semanas de operación al año, se estima un ingreso anual de \$ 15.552,00. Esta proyección de ingresos proporciona una base sólida para evaluar la rentabilidad potencial de COOKRIS y su viabilidad financiera.

En cuanto a los costos, se calculan multiplicando los costos mensuales de \$ 630,00 por 12 meses, lo que arroja un total de \$ 7.560,00 anuales. Estos costos representan los gastos totales necesarios para la producción y operación de COOKRIS a lo largo del año. Al restar estos costos del ingreso anual estimado de \$ 15.552,00, se obtiene una utilidad neta anual proyectada de \$ 7.992,00. Esta cifra representa la ganancia neta que COOKRIS espera obtener después de cubrir todos sus costos operativos.

El margen de utilidad, que se calcula dividiendo la utilidad neta anual entre el ingreso anual, es del 48,62%. Esto significa que, por cada dólar de ingreso, COOKRIS retiene aproximadamente 48.4 centavos como ganancia. Este margen de utilidad indica que COOKRIS tiene el potencial de ser rentable.

4.2.2. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un concepto financiero clave que determina, según Camargo (2023), “el volumen de ventas necesario para cubrir todos los costos fijos y variables de un negocio, sin generar ni ganancias ni pérdidas” (p. 77). En otras palabras, es el nivel de ventas en el que los ingresos totales igualan los costos totales, lo que significa que el negocio no tiene ganancias, pero tampoco está perdiendo dinero.

Este indicador es fundamental para cualquier emprendedor, ya que ayuda a comprender cuántas unidades deben venderse para que el negocio sea financieramente sostenible. Superar el punto de equilibrio genera utilidades, mientras que no alcanzarlo puede resultar en pérdidas.

Fórmula del punto de equilibrio:

Punto de Equilibrio= $\frac{\text{costos fijos}}{\text{precio de venta unitario} - \text{costo variable unitario}}$

- Costos fijos mensuales: \$ 330,00
- Precio de venta unitario: \$ 3,00
- Costo variable unitario: \$ 1,50

Remplazo:

Punto de equilibrio= $\frac{\$ 3.303,00}{\$ 3,00 - \$ 1,50} = \$ 3.301,50 = 220$ galletas mensuales.

El punto de equilibrio sería 220 galletas mensuales. Esto significa que debes vender al menos 220 galletas artesanales de estilo New York al mes para cubrir todos los costos fijos y variables, sin obtener ganancias ni pérdidas.

4.3. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad se erige como una herramienta crucial para explorar cómo las fluctuaciones en factores clave, tales como el costo de los insumos y el precio de venta, pueden influir en la rentabilidad y viabilidad de COOKRIS. Dado que estos elementos son determinantes directos del margen de ganancia, resulta imperativo anticipar cómo sus variaciones podrían alterar el flujo de caja y la estabilidad financiera del proyecto.

Para llevar a cabo este análisis de manera efectiva, se han planteado dos escenarios específicos. El primero contempla un aumento del 10% en el costo de los insumos, lo que evalúa el impacto de un incremento en los precios de las materias primas, como harinas, mantequillas y otros ingredientes esenciales. Tal aumento afecta directamente el costo variable, elevando el costo total de producción por unidad. Esta situación reduce el

margen de ganancia por unidad, requiriendo una reevaluación del precio de venta o la estructura de costos para evitar pérdidas. En este contexto, se recalcula el punto de equilibrio para determinar si COOKRIS necesita aumentar el volumen de ventas o ajustar el precio de venta para mantener la rentabilidad. También se proyecta la utilidad neta, para valorar la suficiencia de las ganancias generadas bajo este escenario.

El segundo escenario considera una reducción del 5% en el precio de venta por caja de galletas, como estrategia para mejorar la competitividad o responder a una baja demanda. La reducción del precio disminuye el margen de contribución, lo que implica la necesidad de mayores ventas para cubrir los costos fijos y variables. Se recalcula el punto de equilibrio para analizar el impacto de esta reducción en el volumen mínimo de ventas necesario para evitar pérdidas. Adicionalmente, se proyecta el efecto de esta reducción en el flujo de caja y rentabilidad general del negocio. El análisis también determina la capacidad de COOKRIS para absorber esta reducción sin comprometer su viabilidad.

Este análisis detallado permite a COOKRIS anticipar y prepararse para posibles fluctuaciones del mercado, asegurando una mayor resiliencia financiera y una toma de decisiones más informada.

4.3.1. Indicadores financieros

4.3.1.1. Valor Actual Neto

Datos:

- Inversión inicial: \$ 2950,00
- Flujo de caja anual: \$ 2.808,00
- Tasa de descuento: 12% (valor al 2025)

La fórmula del VAN es:

$$\text{VAN} = \sum [\text{FC} / (1 + r)^n] - \text{Inversión inicial}$$

Donde:

- FC = Flujo de caja

- r = Tasa de descuento
- n = Año

Calculando para 5 años:

$$VAN = [2808 / (1 + 0.12)^1] + [2808 / (1 + 0.12)^2] + [2808 / (1 + 0.12)^3] + [2808 / (1 + 0.12)^4] + [2808 / (1 + 0.12)^5] - 2950.$$

$$VAN \approx \$ 7.133,74$$

4.3.1.2. Tasa Interna de Retorno

Datos:

- Inversión inicial: \$ 2.950,00
- VAN: \$ 7.133,74
- n = año (1, 2, 3, 4, 5)

Dado que el flujo de caja anual es mucho mayor que la inversión inicial \$ 2.950,00, la TIR es aceptable. Usando un calculador financiero, se obtiene que la TIR es de 9,09%.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La investigación ejecutada ha proporcionado un análisis exhaustivo de la viabilidad financiera de COOKRIS, abarcando desde la inversión inicial hasta las proyecciones de rentabilidad. Se ha demostrado que, con una inversión inicial relativamente baja de \$ 2,950.00, COOKRIS tiene el potencial de generar utilidades significativas. La inversión inicial se centró principalmente en equipos de producción esenciales, lo que optimiza el uso de los recursos.

El análisis detallado de los costos fijos y variables permite una gestión financiera precisa y una toma de decisiones informada. El estado de resultados proyectado muestra un margen de utilidad del 48.62%, lo que indica una sólida capacidad para generar ganancias. El punto de equilibrio se calculó en 220 galletas mensuales, lo que proporciona una meta clara de ventas para asegurar la sostenibilidad financiera.

La evaluación de diferentes escenarios, mediante el análisis de sensibilidad, permite anticipar riesgos y desarrollar estrategias para mitigar el impacto de las fluctuaciones del mercado. Los indicadores financieros clave, como el Valor Actual Neto (VAN) de \$ 7,133.74 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 49.72%, indican que el proyecto generará un valor significativo y es altamente rentable.

Recomendaciones

Se recomienda detallar los tipos y cantidades de insumos incluidos en los \$ 300,00 de insumos iniciales y considerar si la inversión inicial abarca todos los costos necesarios para el arranque del negocio, como permisos, marketing, empaque, transporte y software. Es crucial realizar un análisis de la depreciación de los equipos y mencionar las posibles fuentes de financiamiento, así como realizar un análisis financiero más profundo, incluyendo flujos de caja proyectados a largo plazo, para poder tener datos más exactos y reducir la incertidumbre al tomar decisiones.

Se aconseja monitorear de cerca los costos variables y buscar oportunidades para optimizar la eficiencia de la producción, así como realizar un inventario constante de los insumos para evitar la pérdida de materiales y poder calcular los costos de producción de

manera precisa. Se sugiere desarrollar estrategias de marketing y ventas para superar el punto de equilibrio y maximizar la rentabilidad, y realizar un análisis de mercado constante para detectar oportunidades de crecimiento y anticiparse a los cambios en la demanda.

Finalmente, se recomienda continuar realizando análisis de sensibilidad para anticipar y mitigar posibles riesgos financieros y desarrollar planes de contingencia para hacer frente a escenarios adversos.

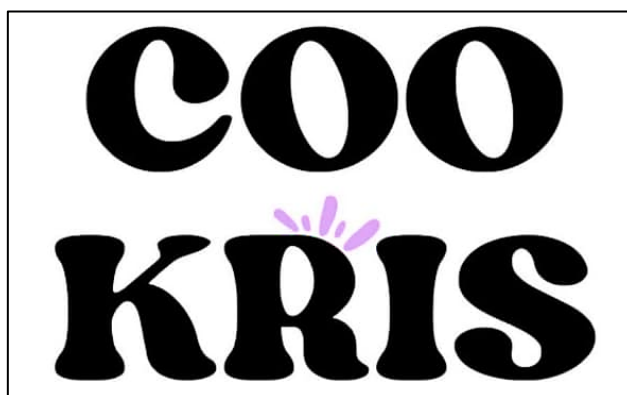
LISTA DE REFERENCIAS

- Banco Mundial. (2024). *Indicadores económicos de Latinoamérica*. Washington - Estados Unidos: Banco Mundial publicaciones.
- Camargo, P. (2023). *Indicadores financieros y determinación del punto de equilibrio*. Valencia España: Montreal ediciones.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2024). *Informe económico de la región: Tomo II - Latinoamérica*. Santiago - Chile: CEPAL publicaciones.
- Deloitte. (2023). *Informe del mercado ecuatoriano y tendencias de consumo*. Quito - Ecuador: Deloitte publicaciones.
- Hidalgo, C. (2024). *Estudio de mercado: Revisión y manejo estadístico - esquemas de simulación por tabulación*. Salamanca - España: Pelicano ediciones & investigaciones.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2023). *Encuesta de Preferencias de Consumo*. Quito - Ecuador: INEC publicaciones.
- Ministerio de Energía y Minas. (2024). *Informe de evaluación energética del Ecuador*. Quito - Ecuador: Ministerio de Energía y Minas publicaciones.
- Ministerio de Turismo. (2024). *Tendencias de consumo según la distribución demográfica de Ecuador*. Quito - Ecuador: Ministerio de Turismo publicaciones.
- Moncayo, C. (2024). *Determinación de la oferta y demanda de un mercado*. Guayaquil - Ecuador: Golden ediciones educativas.
- Naciones Unidas. (2023). *El consumo sostenible de productos y el alcance en los mercados*. Lima - Perú: Atlas ediciones.
- Nájera, C. (2024). *El modelo de las cinco Fuerzas de Porter*. Salamanca - España: Oaxaca ediciones.
- Naranjo, X. (2023). *Modelo Canvas para un nuevo negocio y su implementación*. Madrid - España: Platea ediciones educativas.

- Nielsen, P. (2024). *Las experiencias diferenciadas dentro de los productos*. Dallas - Estados Unidos: Nickson ediciones investigativas.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2024). *Indicadores de consumo alimenticio en Latinoamérica*. Roma - Italia: FAO publicaciones.
- Organización Panamericana de la Salud. (2023). *El acceso alimentario en Ecuador*. Washington - Estados Unidos: Organización Panamericana de la Salud publicaciones.
- Ramírez, F. (2023). *El panorama político ecuatoriano: Cambios y visión a la coyuntura*. Quito - Ecuador: Flacso publicaciones.
- Riera, E. (2024). *El consumo responsable y la preferencia por productos artesanales de la Generación Z y los millennials*. Valencia - España: Odyseus ediciones.
- Salguero, R. (2024). *Análisis estadístico para proyectos investigativos de mercados y segmentos*. Barcelona - España: Espejo ediciones educativas.
- Sarmiento, R. (2023). *Las políticas comerciales de Ecuador: Análisis de los segmentos estratégicos*. Quito - Ecuador: Publieditores asociados.
- Vargas, G. (2024). *El análisis PESTEL y su implementación en estudios empresariales*. Bogotá - Colombia: Metro ediciones financieras.

ANEXOS

Anexo 1. *Logo de COOKRIS*



Fuente: Elaboración propia (2025)

Anexo 2. *Imagen promocional de COOKRIS*



Fuente: Elaboración propia (2025)