

Trabajo de Investigación

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN:

ADMINISTRACIÓN

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ACCESORIOS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE QUITO, PERÍODO
2026

AUTOR/ES

JENNY FERNANDA DAQUILEMA ROLDAN

TUTOR

Ing. Omar Vinueza M.B.A.

CIUDAD

Quito, D.M.

AÑO

2026

Agradecimiento

Al culminar este trabajo de investigación, expreso mi más sincero agradecimiento a todas las personas que hicieron posible alcanzar esta importante meta académica. A Dios, Pachakamak, por brindarme vida, salud, fortaleza y sabiduría para superar cada dificultad durante este camino.

A mis padres y a mi familia, por su amor, sacrificio, paciencia y apoyo incondicional, que fueron fundamentales para no rendirme y continuar luchando por mis sueños. Este logro también es el resultado de su esfuerzo, confianza y constante motivación.

A los docentes del Instituto ITSEP, especialmente de la carrera de Administración de Empresas, por compartir sus conocimientos y contribuir a mi formación profesional. De igual manera, agradezco a la comunidad de Galte Laime, parroquia Palmira, cantón Guamote, provincia de Chimborazo, por compartir su cultura, tradiciones y conocimientos artesanales, los cuales fueron una fuente importante de inspiración para este proyecto.

Finalmente, agradezco a mis compañeros, amigos y a todas las personas que, de manera directa o indirecta, aportaron con su apoyo, consejos y palabras de aliento. Este logro representa el esfuerzo, la perseverancia y el acompañamiento de cada persona que creyó en mí. Shuklla shunkulla, juntos se puede.

Dedicatoria

Con profundo amor y gratitud, dedico este trabajo de investigación a Dios, Pachakamak, por brindarme la fortaleza, sabiduría y fe necesarias para superar cada dificultad y alcanzar esta importante meta.

Dedico este logro especialmente a mis padres, por su amor incondicional, sacrificio, consejos y constante apoyo. Ellos han sido mi principal fuente de inspiración y motivación, por lo que este logro también representa el resultado de todos sus esfuerzos y enseñanzas.

Asimismo, dedico este trabajo a mi familia, a esa persona especial que me acompañó durante este proceso y a todas las personas que, con sus palabras y apoyo, contribuyeron a que no me rindiera. Finalmente, me dedico este logro a mí misma, por haber tenido la valentía de continuar, superar los obstáculos y demostrar que, con esfuerzo y perseverancia, es posible alcanzar los sueños. Alli rurashka: hecho con mis propias manos.

Índice General

Introducción.....	1
Definición y Justificación del Tema	2
Planteamiento del Problema	5
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos.....	6
Metodología de la Investigación.....	7
Marco Teórico	10
CAPÍTULO I: Diagnóstico Y Contextualización	21
1.1. Descripción del Tema de Investigación.....	21
1.1.1. Análisis del Sector o Área de Estudio	22
1.1.2. Contexto Institucional, Sectorial o Social	23
1.1.3. Identificación del Problema u Oportunidad	24
1.2. Caracterización del Objeto de Estudio.....	25
1.2.1. Descripción General	25
1.2.2. Naturaleza Jurídica o Normativa.....	26
1.2.3. Actores Involucrados.....	26
1.2.4. Estructura Organizacional o Funcional.....	27
1.2.5. Roles y Perfiles Relevantes	30
1.3. Orientación Estratégica del Proyecto	31
1.3.1. Misión / Propósito del Proyecto	31
1.3.2. Visión / Proyección Futura	31
1.3.3. Valores o Principios Rectores	31
1.3.4. Políticas Generales.....	32
1.3.5. Análisis PEST	33
1.3.6. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.....	34
1.3.7. Análisis FODA.....	34
1.3.8. Estrategias de Desarrollo.....	35
1.3.9. Objetivos Estratégicos.....	36
1.3.10. Alianzas o Articulaciones Clave.....	37
CAPÍTULO II: Análisis Del Entorno	38
2.1. Análisis de la demanda / necesidad	38
2.1.1. Perfil de los Beneficiarios o Usuarios Potenciales	39
2.1.2. Tipo de Mercado o Contexto	40
2.1.3. Segmentos y Grupos Objetivo	41
2.1.4. Comportamiento, Hábitos o Patrones Relevantes	42

2.1.5.	Instrumentos de Recolección de Información Primaria.....	43
2.1.5.1.	Encuestas.....	43
2.1.5.2.	Modelo de la Encuesta	44
2.1.5.3.	Análisis e Interpretación de Resultados	44
2.2.	Análisis de la Oferta / Situación Actual.....	57
2.2.1.	Perfil del Actor Principal.....	58
2.2.2.	Variables Psicográficas y Demográficas Pertinentes.....	59
2.3.	Plan de Acción o Propuesta.....	60
2.3.1.	Producto, Servicio o Intervención Propuesta	60
2.3.2.	Costos / Accesibilidad	61
2.3.3.	Comunicación y Difusión.....	62
2.3.4.	Distribución o Implementación	63
2.4.	Posibilidades desde el Punto de Vista del Entorno	64
2.4.1.	Ventaja Diferencial o Propuesta de Valor	65
2.4.2.	Análisis de Fuerzas o Factores del Entorno	66
2.4.3.	Barreras o Restricciones Identificadas	67
CAPÍTULO III: Aspectos Técnicos Y Operativos		69
3.1.	Procesos y Control de Calidad.....	69
3.1.1.	Diagramas de Flujo del Proceso.....	70
3.1.2.	Mecanismos de Control y Seguimiento	71
3.2.	Capacidad Operativa.....	73
3.2.1.	Capacidad de Ejecución o Producción	74
3.2.2.	Dimensionamiento del Proyecto	75
3.3.	Infraestructura y Recursos	76
3.3.1.	Espacios, Equipos o Recursos Necesarios	76
3.3.2.	Distribución y Organización Física o Lógica	77
3.4.	Análisis de Recursos y Proveedores.....	78
3.4.1.	Insumos, Materiales o Herramientas Necesarias	78
3.4.2.	Criterios de Selección.....	80
3.5.	Normativa Aplicable	81
3.5.1.	Normas Técnicas, Sanitarias, Ambientales o Sectoriales	81
3.5.2.	Medidas de Seguridad y Cumplimiento	82
3.6.	Localización o Ámbito de Aplicación	83
3.6.1.	Macro Localización.....	83
3.6.2.	Micro Localización	83
3.6.3.	Factores de Decisión	84

3.7.	Matriz de Impacto y Mitigación	85
3.7.1.	Impactos Sociales, Ambientales y Económicos	85
3.7.2.	Plan de Mitigación	86
CAPÍTULO IV: Estudio Económico Y Evaluación		89
4.1.	Estructura Económica del Proyecto.....	89
4.1.1.	Plan de Inversiones	90
4.1.2.	Fuentes de Financiamiento	92
4.1.3.	Presupuesto de Ingresos	93
4.1.4.	Presupuesto de Costos.....	93
4.1.5.	Presupuesto de Gastos.....	94
4.1.6.	Estado de Resultados Proyectado	96
4.1.7.	Punto de Equilibrio	96
4.1.8.	Flujo de Caja Proyectado.....	97
4.2.	Evaluación del Proyecto.....	97
4.2.1.	Indicadores de Viabilidad: VAN, TIR, ROE/ROA, Período de Recuperación	98
PLAN DE CONTINGENCIA Y SALIDA.....		100
Matriz de Situaciones Adversas.....		101
Medidas de Mitigación y Alternativas		102
CONCLUSIONES		103
RECOMENDACIONES		104
ANEXOS.....		108

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Pregunta 1 de la Encuesta	45
Gráfico 2. Pregunta 2 de la Encuesta	46
Gráfico 3. Pregunta 3 de la Encuesta	47
Gráfico 4. Pregunta 4 de la Encuesta	48
Gráfico 5. Pregunta 5 del Encuesta	49
Gráfico 6. Pregunta 6 de la Encuesta	51
Gráfico 7. Pregunta 7 de la Encuesta	52
Gráfico 8. Pregunta 8 de le Encuesta	53
Gráfico 9. Pregunta 9 de la Encuesta	54
Gráfico 10. Pregunta 10 de la Encuesta	56
Gráfico 11. Diagrama de Flujo	70

Índice de Tablas

Tabla 1. Estructura Organizacional	28
Tabla 2. Roles y Perfiles.....	30
Tabla 3. Análisis Pest.....	33
Tabla 4. Análisis de las 5 Fuerzas de Portes	34
Tabla 5. Análisis FODA.....	35
Tabla 6. Estrategias de Desarrollo	35
Tabla 7. Objetivos Estratégicos.....	36
Tabla 8. Pregunta 1 de la Encuesta	44
Tabla 9. Pregunta 2 de la encuesta	45
Tabla 10. Pregunta 3 de la Encuesta	47
Tabla 11. Pregunta 4 de la Encuesta	48
Tabla 12. Pregunta 5 de la Encuesta	49
Tabla 13. Pregunta 6 de la Encuesta	50
Tabla 14. Pregunta 7 de la Encuesta	52
Tabla 15. Pregunta 8 de la Encuesta	53
Tabla 16. Pregunta 9 de la Encuesta	54
Tabla 17. Pregunta 10 de la Encuesta	55
Tabla 18. Variables demográficas	59
Tabla 19. Variables Psicográficas	59
Tabla 20. Procesos y Control de Calidad	70
Tabla 21. Mecanismo de Control.....	73
Tabla 22. Capacidad de Producción	74
Tabla 23. Dimensionamiento del Proyecto	75
Tabla 24. Espacios, Equipos y Recursos	76
Tabla 25. Distribución Física	78
Tabla 26. Insumos y Herramientas	79
Tabla 27. Criterios de Selección.....	80
Tabla 28. Medidas de Seguridad.....	82
Tabla 29. Factores de Localización.....	84
Tabla 30. Plan de Mitigación	87
Tabla 31. Estructura Económica	89
Tabla 32. Inversión Activos Fijos.....	91
Tabla 33. Inversión Activos Diferidos.....	91
Tabla 34. Capital de Trabajo	91
Tabla 35. Inversión Total del Proyecto.....	92
Tabla 36. Fuente de Financiamiento.....	92
Tabla 37. Presupuesto de Ingresos Mensuales	93
Tabla 38. Presupuesto Ingresos Anuales.....	93
Tabla 39. Costo unitario de producción	93
Tabla 40. Presupuesto mensual de Costos.....	94
Tabla 41. Presupuesto anual de costos	94
Tabla 42. Presupuesto mensual de gastos Administrativos	95
Tabla 43. Presupuesto mensual de gasto en ventas	95
Tabla 44. Presupuesto anual de gastos	95
Tabla 45. Resultados Proyectados anuales	96

Tabla 46. Punto de Equilibrio	96
Tabla 47. Flujo de caja.....	97
Tabla 48. Datos para calcular el VAN	98
Tabla 49. Cálculo del Valor actual neto.....	98
Tabla 50. Cálculo de la tasa interna de retorno.....	98
Tabla 51. Cálculo del retorno sobre el patrimonio	99
Tabla 52. Cálculo del retorno sobre los activos	99
Tabla 53. Cálculo del periodo de recuperación de la inversión.....	100
Tabla 54. Plan de Contingencia.....	101
Tabla 55. Matriz de Situaciones Adversas	101
Tabla 56. Medidas de Mitigación.....	103

Resumen Ejecutivo - Palabras Clave

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de accesorios artesanales en la ciudad de Quito durante el período 2026. La propuesta se desarrolla con el propósito de identificar una oportunidad de emprendimiento que permita atender las necesidades y preferencias de los consumidores que buscan productos artesanales, creativos y diferenciados.

Para el desarrollo de la investigación se plantea realizar un estudio de mercado que permita determinar las características del consumidor potencial, sus preferencias, frecuencia de compra, tipos de accesorios de mayor aceptación y disposición de pago. Asimismo, se analizará la oferta existente y la competencia relacionada con la comercialización de accesorios artesanales en la ciudad de Quito, con el propósito de establecer estrategias que permitan generar una propuesta diferenciada y competitiva.

El plan de negocios estará conformado por el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero. Estos componentes permitirán establecer los recursos necesarios para la puesta en marcha de la empresa, los procesos de elaboración y comercialización, la estructura organizacional, las estrategias de marketing y la inversión inicial requerida.

Finalmente, se realizará una evaluación financiera mediante la proyección de ingresos, costos y gastos, además del análisis del punto de equilibrio, flujo de caja, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y período de recuperación de la inversión. Con los resultados obtenidos se determinará la factibilidad del proyecto y se establecerá si la creación de una empresa de accesorios artesanales representa una alternativa de negocio viable y sostenible en la ciudad de Quito durante el período 2026.

Palabras clave: Plan de negocios, emprendimiento, accesorios artesanales, estudio de mercado, comercialización, viabilidad financiera.

Abstract - Keywords

This research project aims to develop a business plan for establishing a company dedicated to the production and marketing of handcrafted accessories in Quito during 2026. The proposal seeks to identify an entrepreneurial opportunity that meets the needs and preferences of consumers looking for creative, distinctive, and handcrafted products.

The research involves conducting a market study to determine the characteristics of potential consumers, including their preferences, purchasing frequency, the types of accessories with the highest acceptance, and their willingness to pay. Additionally, the existing supply and competition regarding the sale of handcrafted accessories in Quito will be analyzed to formulate strategies for creating a distinctive and competitive offering.

The business plan will comprise market, technical, administrative, and financial studies. These components will help define the resources needed to launch the company, as well as production and marketing processes, organizational structure, marketing strategies, and the required initial investment.

Finally, a financial evaluation will be conducted, involving projections of revenue, costs, and expenses, alongside analyses of the break-even point, cash flow, Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and payback period. The results will determine the project's feasibility and establish whether creating a handcrafted accessory company represents a viable and sustainable business option in Quito for 2026.

Keywords: business plan, entrepreneurship, handcrafted accessories, market study, marketing, financial viability.

Introducción

En la actualidad, el emprendimiento representa una alternativa para generar nuevas oportunidades económicas y desarrollar actividades productivas orientadas a satisfacer las necesidades de los consumidores. Dentro de este contexto, los productos artesanales pueden constituirse en una oportunidad de negocio debido a sus características relacionadas con la creatividad, elaboración manual y diferenciación. En Ecuador se han desarrollado diferentes propuestas empresariales vinculadas con la producción y comercialización de artesanías, demostrando la existencia de oportunidades para este tipo de actividades. Por esta razón, la planificación previa constituye un elemento importante para conocer las condiciones en las cuales se desarrollará una nueva empresa. Un adecuado plan de negocios permite organizar los principales aspectos que intervienen en la creación y funcionamiento de un emprendimiento.

La ciudad de Quito presenta un mercado amplio y diverso en el cual se desarrollan actividades comerciales relacionadas con la moda, accesorios y productos artesanales. Un antecedente directamente relacionado corresponde al trabajo desarrollado por (Vásquez Carvajal, 2023), quien elaboró un plan de negocio para la producción de bisutería personalizada y artesanal dirigida a mujeres en la ciudad de Quito, con el propósito de determinar la viabilidad y factibilidad de una empresa de este tipo. Este antecedente permite identificar que existe interés académico y empresarial por analizar el mercado de accesorios artesanales dentro de la capital ecuatoriana. De igual manera, (Suquillo Ramos, 2020) planteó un negocio relacionado con la producción y comercialización sustentable de bisutería artesanal en Quito. Estos estudios constituyen referencias importantes para el desarrollo de la presente investigación.

El estudio de mercado representa uno de los componentes fundamentales para la planificación de un emprendimiento, debido a que permite conocer las características de los consumidores y las condiciones de la oferta existente. (Macas Jumbo, 2025) señala la importancia de realizar un estudio de mercado como una fase inicial para la elaboración de un plan de negocios relacionado con productos artesanales, debido a que permite identificar oportunidades, amenazas y factores que influyen en las decisiones de compra. En este sentido, para la creación de una empresa de accesorios artesanales será necesario conocer las preferencias de los consumidores, frecuencia de compra, productos de mayor

aceptación y precios que estarían dispuestos a pagar. Esta información permitirá establecer estrategias comerciales acordes con las características del mercado objetivo.

Además del estudio de mercado, la creación de una empresa requiere analizar aspectos relacionados con la producción, administración y comercialización de los productos. En este sentido, el desarrollo de un plan de negocios debe considerar los recursos necesarios, los procesos de producción, la estructura organizacional y las estrategias que serán utilizadas para llegar al consumidor. (Suquillo Ramos, 2020) desarrolló una propuesta de negocio de bisutería artesanal en Quito considerando el análisis del entorno, la segmentación de mercado, las estrategias de marketing, el estudio técnico, los aspectos legales y la evaluación financiera. Por lo tanto, estos elementos serán considerados dentro de la presente investigación para establecer una propuesta empresarial organizada y acorde con las condiciones del mercado de la ciudad de Quito.

En función de lo expuesto, la presente investigación tiene como finalidad elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa de accesorios artesanales en la ciudad de Quito durante el período 2026. Para alcanzar este propósito se realizará un estudio de mercado que permita identificar las características y preferencias de los consumidores potenciales, además de analizar la oferta y competencia existente. Posteriormente, se establecerán los aspectos técnicos, administrativos y comerciales necesarios para el funcionamiento de la empresa. Finalmente, se desarrollará un estudio financiero mediante la proyección de ingresos, costos, gastos e inversión, con el propósito de determinar la viabilidad económica del proyecto. De esta manera, la investigación busca establecer una propuesta empresarial que pueda constituirse en una alternativa viable para la producción y comercialización de accesorios artesanales en Quito.

Definición y Justificación del Tema

El tema de investigación denominado “Plan de Negocios para la Creación de una Empresa de Accesorios Artesanales en la Ciudad de Quito, período 2026” se enfoca en el desarrollo de una propuesta empresarial orientada a la elaboración y comercialización de accesorios artesanales. El plan de negocios permitirá analizar los diferentes aspectos que deben considerarse antes de iniciar las actividades de una nueva empresa, con el propósito de conocer las posibilidades que existen dentro del mercado y reducir los riesgos relacionados con la inversión.

Los accesorios artesanales comprenden productos elaborados mediante diferentes técnicas y materiales, en los cuales se puede incorporar creatividad y características propias que permitan diferenciarlos de otros productos disponibles en el mercado. Dentro de esta categoría pueden encontrarse pulseras, collares, aretes, anillos, dijes y otros accesorios que pueden ser elaborados de manera artesanal y, en algunos casos, personalizados de acuerdo con los gustos de los consumidores. La (Unesco, 2024) reconoce la importancia de las actividades artesanales como parte de las industrias culturales y creativas, debido a su relación con la conservación de conocimientos y la generación de oportunidades económicas.

El desarrollo del plan de negocios permitirá estudiar el mercado de la ciudad de Quito para identificar las características de los posibles consumidores, sus preferencias, frecuencia de compra y disposición de pago. También permitirá conocer la oferta existente y analizar a los principales competidores. De acuerdo con (Vásquez Carvajal, 2023), el análisis de mercado resulta importante para establecer la viabilidad de un negocio relacionado con la elaboración y comercialización de bisutería artesanal en Quito. Por esta razón, el estudio permitirá obtener información que sirva como base para establecer una propuesta acorde con las condiciones del mercado.

Asimismo, el tema comprende el análisis de los aspectos técnicos, administrativos y financieros necesarios para la creación de la empresa. Se determinarán los materiales, herramientas, procesos de producción, personal, inversión inicial, costos, gastos e ingresos proyectados. Finalmente, mediante la evaluación financiera se podrá determinar si la propuesta presenta condiciones favorables para su implementación. En este sentido, el tema busca desarrollar una propuesta empresarial que permita establecer de manera organizada los recursos y actividades necesarias para crear una empresa de accesorios artesanales en la ciudad de Quito durante el período 2026.

Justificación: La presente investigación se justifica debido a la necesidad de analizar nuevas alternativas de emprendimiento que puedan contribuir a la generación de actividades económicas en la ciudad de Quito. La creación de una empresa de accesorios artesanales puede representar una oportunidad para desarrollar productos diferenciados y atender las necesidades de consumidores que buscan artículos con características particulares. Además, este tipo de actividad permite relacionar la creatividad y el trabajo artesanal con una propuesta empresarial organizada. Según la (Unesco, 2024), las

actividades relacionadas con la artesanía pueden contribuir tanto a la conservación de conocimientos culturales como al desarrollo económico de las personas que participan en ellas.

Desde el punto de vista económico, la investigación permitirá determinar si la creación de la empresa puede generar resultados favorables a partir del análisis de la inversión, los costos, gastos e ingresos proyectados. La elaboración de un plan de negocios permitirá conocer previamente los recursos que serían necesarios para iniciar las actividades y establecer una proyección de los posibles resultados económicos. De esta manera, se podrá contar con información que facilite la toma de decisiones antes de realizar una inversión. Además, el proyecto podría contribuir a la generación de fuentes de trabajo y al fortalecimiento de proveedores relacionados con la adquisición de materiales y otros recursos necesarios para la elaboración de los accesorios.

Desde el punto de vista comercial, la investigación permitirá conocer las preferencias de los consumidores de Quito respecto a los accesorios artesanales. Se analizarán aspectos como los productos de mayor interés, precios, frecuencia de compra, lugares donde los consumidores adquieren este tipo de productos y medios de comunicación utilizados para conocer nuevas marcas. (Vásquez Carvajal, 2023) desarrolló un estudio relacionado con la producción de bisutería personalizada y artesanal en Quito, identificando la importancia de analizar el mercado antes de implementar una propuesta empresarial. Por lo tanto, los resultados obtenidos en la presente investigación podrán servir para establecer estrategias de producto, precio, promoción y comercialización.

Desde el punto de vista social y cultural, el proyecto puede contribuir a valorar el trabajo artesanal y la creatividad utilizada en la elaboración de los productos. Los accesorios pueden incorporar diferentes diseños, materiales y técnicas que permitan ofrecer productos con características propias. Asimismo, la comercialización de estos productos puede ayudar a generar mayor reconocimiento para las actividades artesanales y promover el consumo de productos elaborados localmente. De esta manera, la propuesta no solamente estará relacionada con la obtención de beneficios económicos, sino también con la posibilidad de fortalecer una actividad que puede relacionarse con la identidad, creatividad y trabajo de los emprendedores.

Finalmente, desde el punto de vista académico, la investigación permitirá aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación profesional en áreas relacionadas con la administración, emprendimiento, marketing, investigación de mercados y gestión financiera. El desarrollo del plan de negocios permitirá integrar estos conocimientos en una propuesta empresarial concreta y relacionada con la realidad de la ciudad de Quito. Los resultados del estudio permitirán establecer la factibilidad comercial, técnica, administrativa y financiera de la propuesta. Por esta razón, la investigación se considera pertinente, ya que permitirá determinar si la creación de una empresa de accesorios artesanales puede constituir una alternativa de negocio viable durante el período 2026.

Planteamiento del Problema

A nivel mundial, la actividad artesanal representa una alternativa para conservar conocimientos, técnicas y tradiciones que forman parte de la cultura de diferentes comunidades. Además, puede convertirse en una oportunidad para generar ingresos mediante la elaboración y comercialización de productos diferenciados. La (Unesco, 2024) reconoce que la artesanía puede aportar al desarrollo económico y social de las comunidades. Sin embargo, desarrollar una actividad artesanal como negocio requiere planificación y conocimiento del mercado. Por ello, resulta importante analizar las condiciones que pueden influir en la creación de una nueva empresa.

En Ecuador, las actividades artesanales tienen importancia cultural y económica, debido a que diferentes sectores de la población se dedican a la elaboración de productos artesanales. Un ejemplo es Chordeleg, donde existe una reconocida tradición relacionada con la joyería y otros productos elaborados artesanalmente (Unesco, 2024). Esta actividad representa una posibilidad para generar ingresos y fortalecer los emprendimientos locales. Sin embargo, los negocios artesanales deben enfrentar aspectos como la competencia, los cambios en las preferencias de los consumidores y la necesidad de mejorar sus procesos de comercialización. Por esta razón, es necesario realizar estudios que permitan conocer las condiciones del mercado.

En la ciudad de Quito existen emprendimientos y actividades relacionadas con la elaboración de joyería, bisutería y diferentes tipos de accesorios artesanales. El (Municipio de Quito, 2025) ha desarrollado actividades de capacitación relacionadas con la elaboración de joyería y accesorios, lo que evidencia la existencia de interés por este

tipo de productos. Sin embargo, para crear una nueva empresa no es suficiente conocer cómo elaborar los accesorios, sino que también es necesario identificar los posibles consumidores, sus preferencias, precios y formas de compra. La falta de esta información puede dificultar la toma de decisiones y aumentar el riesgo de la inversión inicial.

En este contexto, se identifica la necesidad de analizar la factibilidad de crear una empresa de accesorios artesanales en la ciudad de Quito durante el período 2026. Por ello, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿De qué manera un plan de negocios permitirá determinar la factibilidad para la creación de una empresa de accesorios artesanales en la ciudad de Quito durante el período 2026?

Para responder esta pregunta, se realizará un estudio de mercado y se analizarán los aspectos técnicos, administrativos y financieros del proyecto. Los resultados permitirán determinar si existe una oportunidad comercial y económica para desarrollar la empresa de manera sostenible.

Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para determinar la factibilidad comercial, técnica, administrativa y financiera de la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de accesorios artesanales en la ciudad de Quito durante el período 2026.

Objetivos Específicos

1. Analizar las condiciones del mercado de accesorios artesanales en la ciudad de Quito, mediante la identificación de la demanda, oferta, preferencias, hábitos de compra y disposición de pago de los consumidores potenciales.
2. Determinar los requerimientos técnicos y administrativos para la creación de la empresa, considerando la ubicación, capacidad de producción, recursos materiales, talento humano, estructura organizacional y procesos necesarios para su funcionamiento.

3. Diseñar estrategias de marketing y comercialización para la empresa de accesorios artesanales, considerando el producto, precio, distribución, promoción y canales de comunicación adecuados para el mercado objetivo.
4. Evaluar la viabilidad financiera del proyecto, mediante la determinación de la inversión inicial, costos, gastos, ingresos proyectados y aplicación de indicadores financieros como el punto de equilibrio, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y período de recuperación de la inversión.

Metodología de la Investigación

La metodología de la investigación corresponde al conjunto de métodos, técnicas y procedimientos que se utilizan para recopilar, analizar e interpretar información con el propósito de responder al problema planteado y alcanzar los objetivos establecidos. Según (Roberto Hernández Sampieri, 2020), la metodología permite establecer el procedimiento que seguirá una investigación para obtener información confiable y generar resultados que permitan explicar o analizar un determinado fenómeno. En este sentido, la metodología constituye una parte fundamental de la presente investigación, ya que permitirá establecer la forma en que se estudiará la factibilidad de crear una empresa de accesorios artesanales en la ciudad de Quito durante el período 2026.

Enfoque de la investigación

Cuantitativo:

El enfoque cuantitativo se basa en la recolección y análisis de datos numéricos, permitiendo medir variables y establecer resultados mediante procedimientos estadísticos. Se utiliza principalmente cuando se busca obtener información objetiva y medible sobre un determinado fenómeno (Roberto Hernández Sampieri, 2020).

Cualitativo:

El enfoque cualitativo busca comprender situaciones, experiencias, opiniones y percepciones de las personas. La información se obtiene generalmente mediante entrevistas, observaciones, grupos de enfoque y análisis de documentos, permitiendo

conocer con mayor profundidad el fenómeno estudiado (Roberto Hernández Sampieri, 2020).

La presente investigación tendrá un enfoque cuantitativo, debido a que se recopilará información que pueda ser medida y expresada mediante datos numéricos. Este enfoque permitirá conocer las preferencias, necesidades, hábitos de compra y disposición de pago de los posibles consumidores de accesorios artesanales en la ciudad de Quito. Para ello, se aplicarán encuestas cuyos resultados serán organizados mediante tablas, frecuencias y porcentajes. Según (Roberto Hernández Sampieri, 2020), el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y análisis de datos para responder preguntas de investigación y comprobar aspectos planteados previamente. Por lo tanto, este enfoque permitirá obtener información objetiva que contribuya a determinar la factibilidad comercial de la propuesta empresarial.

Tipo de investigación

El tipo de investigación se refiere a la clasificación que permite establecer las características, alcance y propósito que tendrá un estudio, de acuerdo con el problema planteado y los objetivos que se desean alcanzar. Su definición permite determinar la manera en que se recopilará y analizará la información necesaria para desarrollar la investigación (Roberto Hernández Sampieri, 2020).

En la presente investigación se aplicará un tipo de investigación descriptiva, debido a que se buscará conocer y describir las características del mercado de accesorios artesanales en la ciudad de Quito. Se analizarán las preferencias de los consumidores, frecuencia de compra, precios, tipos de accesorios de mayor aceptación y otros aspectos relacionados con la demanda. También se utilizará investigación de campo y documental para complementar la información necesaria para elaborar el plan de negocios.

Diseño de la investigación

El diseño de investigación constituye el plan o estrategia que permite organizar la recopilación y análisis de los datos necesarios para responder al problema de investigación y alcanzar los objetivos establecidos (Roberto Hernández Sampieri, 2020).

La investigación utilizará un diseño **no experimental y de corte transversal**, debido a que no se modificarán deliberadamente las variables estudiadas. La información

será recopilada directamente de los posibles consumidores en un período determinado del año 2026. Las respuestas obtenidas permitirán conocer la situación actual del mercado y servirán como base para establecer las características de la empresa propuesta.

Métodos de investigación

Método deductivo:

Permitirá partir de conceptos generales relacionados con planes de negocios, emprendimiento, marketing y administración para aplicarlos al caso específico de la creación de una empresa de accesorios artesanales en Quito.

Método Inductivo:

Permitirá analizar los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a los posibles consumidores, con el propósito de identificar tendencias y características generales del mercado.

Método analítico:

Permitirá estudiar por separado los diferentes componentes del plan de negocios, como el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero.

Método sintético:

Permitirá integrar los resultados obtenidos en las diferentes etapas de la investigación para establecer una propuesta empresarial y determinar la factibilidad de la creación de la empresa.

Técnicas e instrumentos de recolección de información

Las técnicas de recolección de datos son los procedimientos que permiten obtener información necesaria para desarrollar una investigación, mientras que los instrumentos son las herramientas utilizadas para registrar y organizar dicha información. Su selección debe estar relacionada con los objetivos de la investigación y con el tipo de información que se desea obtener (Roberto Hernández Sampieri, 2020).

Para la presente investigación se utilizará principalmente la **encuesta** como técnica de recolección de datos, debido a que permitirá obtener información directamente

de los posibles consumidores de accesorios artesanales en la ciudad de Quito. Esta técnica permitirá conocer aspectos como las preferencias de los consumidores, frecuencia de compra, tipos de accesorios de mayor interés, precios que estarían dispuestos a pagar, lugares habituales de compra y medios utilizados para conocer nuevos productos.

Como instrumento se utilizará un **cuestionario estructurado**, compuesto principalmente por preguntas cerradas y de selección múltiple. El cuestionario será aplicado a la muestra seleccionada y sus resultados serán posteriormente tabulados mediante frecuencias y porcentajes. La información obtenida permitirá desarrollar el estudio de mercado y establecer las características de la propuesta empresarial.

Marco Teórico

Plan de Negocios:

El plan de negocios constituye una herramienta que permite organizar y analizar una idea empresarial antes de iniciar sus actividades. Su elaboración permite establecer aspectos relacionados con el mercado, los productos, las estrategias comerciales, los recursos y las condiciones económicas del proyecto. Según (Weinberger Villarán, 2019)), el plan de negocios permite reunir y organizar información necesaria para evaluar una oportunidad empresarial y establecer las acciones que deberán desarrollarse para ponerla en marcha.

Además, el plan de negocios permite analizar diferentes factores que pueden influir en el funcionamiento de una empresa, entre ellos los consumidores, la competencia, los proveedores y los recursos disponibles. Esta planificación facilita la identificación de oportunidades y posibles dificultades antes de realizar una inversión. En este sentido, contar con información organizada puede contribuir a que las decisiones empresariales se fundamenten en un análisis previo (Weinberger Villarán, 2019).

La importancia del plan de negocios se relaciona también con la posibilidad de establecer una planificación que integre las diferentes áreas de una empresa. Al analizar el mercado, las operaciones, la administración y las condiciones financieras, se puede obtener una visión más completa del proyecto. Por esta razón, (Weinberger Villarán, 2019) considera que esta herramienta permite evaluar la viabilidad de una idea de negocio antes de su implementación.

En la presente investigación, el plan de negocios será aplicado para analizar la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de accesorios artesanales en la ciudad de Quito. Para ello, se desarrollarán los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero. Los resultados permitirán establecer las condiciones necesarias para determinar la factibilidad del proyecto durante el período 2026.

Emprendimiento:

El emprendimiento se relaciona con la creación de nuevas actividades económicas a partir de la identificación de una oportunidad o necesidad. Para (Meléndez Valdés, 2019), el desarrollo empresarial se encuentra relacionado con la innovación y con la capacidad de introducir nuevas combinaciones dentro de la actividad económica. Desde esta perspectiva, el emprendimiento puede generar nuevas propuestas de productos, procesos o formas de llegar al mercado.

El emprendimiento requiere que una idea pueda ser transformada en una actividad organizada y orientada hacia determinados resultados. Esto implica considerar los recursos disponibles, las necesidades de los consumidores y las condiciones existentes en el mercado. En este sentido, la creación de un negocio no depende únicamente de tener una idea, sino también de contar con una planificación que permita desarrollarla.

Otro elemento relacionado con el emprendimiento es la capacidad de identificar oportunidades y asumir decisiones frente a situaciones que pueden presentar incertidumbre. El emprendedor debe analizar las condiciones del entorno y establecer estrategias que permitan aprovechar las oportunidades existentes. De acuerdo con (Meléndez Valdés, 2019), la innovación constituye un elemento importante dentro del desarrollo de nuevas actividades económicas.

En la presente investigación, el emprendimiento estará relacionado con la creación de una empresa de accesorios artesanales en la ciudad de Quito. La propuesta parte de la identificación de una posible oportunidad dentro del mercado de productos artesanales. Para determinar si esta idea puede convertirse en un negocio sostenible, se realizará un análisis de mercado, técnico, administrativo y financiero.

Empresa:

La empresa puede ser entendida como una organización que combina diferentes recursos para desarrollar actividades destinadas a producir bienes o prestar servicios. Estos recursos incluyen elementos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, los cuales deben ser coordinados para alcanzar determinados objetivos. (Robbins Coluter, 2024) señalan que las organizaciones requieren una estructura y una administración que permitan coordinar el trabajo de las personas para alcanzar objetivos establecidos.

La organización de los recursos constituye un aspecto importante para el funcionamiento empresarial. Cada actividad debe contar con responsables y procedimientos que permitan desarrollar las operaciones de manera ordenada. Una empresa puede mejorar su funcionamiento cuando existe una adecuada distribución de responsabilidades y mecanismos de control.

Las empresas también participan en la actividad económica mediante la producción y comercialización de bienes y servicios. Su funcionamiento genera relaciones con consumidores, proveedores, trabajadores y otras organizaciones. Además, los negocios pueden generar oportunidades de empleo y contribuir al movimiento económico de una localidad (Robbins Coluter, 2024).

En la presente investigación, la empresa propuesta estará dedicada a la elaboración y comercialización de accesorios artesanales. Su estructura será definida considerando el tamaño inicial del proyecto, los recursos disponibles y las actividades que deberán desarrollarse. Se establecerán las funciones administrativas, productivas y comerciales necesarias para lograr un funcionamiento organizado.

Artesanía:

La artesanía comprende actividades relacionadas con la elaboración de productos mediante conocimientos, habilidades y técnicas que pueden transmitirse entre generaciones. Además de su importancia económica, estas actividades pueden representar una expresión cultural de diferentes comunidades. La (Unesco, 2024) destaca la relación existente entre las actividades artesanales, la conservación de conocimientos tradicionales y el desarrollo de oportunidades económicas en Ecuador.

Una característica de la artesanía es la participación del trabajo manual durante la elaboración de los productos. Aunque pueden utilizarse herramientas y materiales

diversos, las técnicas aplicadas permiten obtener piezas con características particulares. Esta condición puede generar diferencias entre productos y permitir que los consumidores encuentren artículos con diseños propios.

La actividad artesanal también puede adaptarse a las condiciones actuales del mercado mediante la incorporación de nuevos diseños, materiales y formas de comercialización. El uso de herramientas digitales puede facilitar la promoción de los productos y ampliar las posibilidades de contacto con los consumidores. De esta manera, la actividad artesanal puede mantener sus características tradicionales mientras incorpora nuevas alternativas comerciales.

En la presente investigación, la artesanía constituye la base de la propuesta empresarial. La empresa estará orientada a la elaboración de accesorios mediante procesos artesanales, procurando ofrecer diseños diferenciados. La información obtenida del estudio de mercado permitirá identificar las características que deberán tener los productos para responder a las preferencias de los consumidores de Quito.

Accesorios Artesanales:

Los accesorios artesanales son productos elaborados mediante diferentes técnicas y materiales que pueden utilizarse como complementos de la vestimenta o como elementos decorativos. Entre estos productos se encuentran pulseras, collares, aretes, anillos, dijes y otros artículos. (Vásquez Carvajal, 2023) analiza la elaboración de bisutería personalizada y artesanal como una alternativa de negocio dirigida a consumidores que buscan productos diferenciados.

Una característica importante de los accesorios artesanales es la posibilidad de desarrollar diseños variados y personalizados. La elaboración de este tipo de productos permite incorporar diferentes colores, formas, materiales y acabados de acuerdo con las preferencias del consumidor. Esta posibilidad puede constituir un elemento de diferenciación frente a productos fabricados de manera industrial.

La aceptación de los accesorios puede depender de factores como el diseño, precio, calidad, material y posibilidad de personalización. Por esta razón, la empresa necesita conocer las características de los consumidores antes de definir su catálogo de

productos. El estudio de las preferencias permitirá establecer una oferta que tenga relación con las necesidades del mercado.

En la presente investigación, los accesorios artesanales constituirán los principales productos de la empresa propuesta. Se analizarán las preferencias de los posibles consumidores de Quito para identificar los productos con mayor aceptación. Esta información permitirá definir el catálogo, las características de los productos y las estrategias de comercialización.

Estudio de Mercado:

El estudio de mercado permite recopilar y analizar información relacionada con los consumidores, la competencia y las condiciones existentes en un determinado mercado. Su finalidad es conocer las características de la demanda y obtener información que facilite la toma de decisiones empresariales. (Weinberger Villarán, 2019) considera que el análisis del mercado constituye una parte importante de la planificación de un nuevo negocio.

Dentro del estudio de mercado se pueden analizar aspectos como las necesidades de los consumidores, preferencias, frecuencia de compra, precios y características de los productos. También se puede estudiar la oferta existente y las condiciones bajo las cuales trabajan los competidores. Esta información permite obtener una visión general de las posibilidades que puede tener un producto dentro del mercado.

La importancia del estudio de mercado se encuentra en que permite reducir la incertidumbre antes de iniciar una actividad empresarial. Los resultados obtenidos pueden utilizarse para establecer decisiones relacionadas con el producto, precio, promoción y distribución. De esta manera, la empresa puede orientar sus recursos hacia las características que presentan mayor aceptación entre los consumidores (Weinberger Villarán, 2019).

En la presente investigación, el estudio de mercado permitirá analizar la posibilidad de comercializar accesorios artesanales en Quito. Se aplicarán encuestas a los posibles consumidores y se analizará la oferta existente. Los resultados permitirán determinar el mercado objetivo y las características que deberá presentar la propuesta empresarial.

Demanda:

La demanda representa la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos y pueden adquirir bajo determinadas condiciones. (Steven A. Greenlaw, 2022) explican que la demanda se relaciona con la cantidad de productos que los consumidores desean y pueden comprar a diferentes niveles de precio. Por lo tanto, su análisis permite conocer el comportamiento de los consumidores frente a una determinada oferta.

El precio constituye uno de los factores que puede influir en la cantidad demandada. De acuerdo con (Steven A. Greenlaw, 2022), existe una relación entre el precio de un producto y la cantidad que los consumidores están dispuestos a adquirir, aunque también pueden intervenir factores como los ingresos y las preferencias. Por esta razón, el comportamiento de la demanda debe analizarse considerando diferentes variables.

En los accesorios artesanales, la demanda puede estar relacionada con características como el diseño, calidad, precio, materiales y posibilidad de personalización. También pueden existir diferencias entre los consumidores dependiendo de su edad, ingresos y preferencias personales. El conocimiento de estas características permite establecer una oferta que responda mejor a las necesidades del mercado.

En la presente investigación, la demanda será estudiada mediante encuestas dirigidas a posibles consumidores de Quito. Se analizará la frecuencia de compra, los tipos de accesorios de mayor interés y la disposición de pago. Estos resultados permitirán establecer una estimación de la aceptación comercial que podría tener la propuesta.

Oferta:

La oferta representa la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado bajo determinadas condiciones. (Steven A. Greenlaw, 2022) señalan que la oferta se encuentra relacionada con la cantidad de un producto que los productores están dispuestos a vender a diferentes niveles de precio. Su análisis permite conocer las características de los productos disponibles dentro de un mercado.

La cantidad ofrecida puede estar influenciada por diferentes factores, entre ellos el precio, los costos de producción y la capacidad productiva. Cuando las condiciones del

mercado resultan favorables para los productores, estos pueden aumentar su interés en ofrecer una mayor cantidad de productos. Por esta razón, el análisis de la oferta debe considerar las condiciones que afectan a los negocios existentes.

El análisis de la oferta también permite conocer las características de los competidores. Se pueden comparar aspectos como precios, variedad, calidad, presentación, promociones y canales de comercialización. Esta información permite identificar oportunidades para diferenciar una nueva propuesta empresarial.

En la presente investigación, se analizará la oferta existente de accesorios artesanales y productos similares en la ciudad de Quito. Se observarán las características de los negocios competidores y las condiciones bajo las cuales comercializan sus productos. Los resultados servirán para establecer una propuesta que pueda diferenciarse dentro del mercado.

Segmentación de Mercado:

La segmentación de mercado consiste en dividir un mercado amplio en grupos de consumidores que presentan características, necesidades o comportamientos similares. (Fernández Robín, 2021) señalan que la segmentación permite identificar grupos específicos de consumidores que pueden responder de manera similar ante determinadas estrategias de marketing.

La segmentación puede realizarse utilizando diferentes variables. Entre las principales se encuentran las características demográficas, geográficas, psicográficas y conductuales. Estas variables permiten conocer mejor a los consumidores y establecer grupos que presenten características comunes (Fernández Robín, 2021).

La importancia de la segmentación se encuentra en que permite orientar las estrategias de marketing hacia consumidores que presentan mayores posibilidades de adquirir un producto. Esto ayuda a utilizar de mejor manera los recursos destinados a promoción y comercialización. Además, permite adaptar las características de la oferta a las necesidades del mercado seleccionado.

En la presente investigación, la segmentación permitirá establecer el mercado objetivo de la empresa de accesorios artesanales. Se considerarán variables como edad, ubicación, ingresos, preferencias y hábitos de compra. Con esta información se podrá

definir el perfil del consumidor potencial y orientar las estrategias comerciales hacia el segmento seleccionado.

Marketing:

El marketing comprende las actividades que permiten identificar las necesidades de los consumidores y desarrollar propuestas destinadas a satisfacerlas. (Philip Kotler, 2023) explican que el marketing implica procesos relacionados con la creación, comunicación y entrega de valor a los consumidores. Por esta razón, no se limita únicamente a la publicidad o venta de productos.

El desarrollo del marketing requiere conocer las características del mercado objetivo. La información obtenida de los consumidores puede utilizarse para establecer decisiones relacionadas con los productos, precios, distribución y promoción. De esta manera, las acciones de marketing pueden estar orientadas hacia las necesidades reales del mercado (Philip Kotler, 2023).

El marketing también puede contribuir al posicionamiento de una empresa dentro de un mercado. Para ello, se pueden utilizar diferentes medios de comunicación y promoción, incluyendo herramientas digitales. La elección de los medios debe relacionarse con las características del público y con los objetivos que la empresa desea alcanzar.

En la presente investigación, el marketing será utilizado para establecer estrategias destinadas a promocionar los accesorios artesanales y dar a conocer la nueva empresa. Se analizarán los medios utilizados por el público objetivo y las características de los consumidores. Con esta información se definirán acciones de promoción y comunicación adecuadas para el proyecto.

Comercialización:

La comercialización comprende las actividades que permiten que un producto llegue desde la empresa hasta el consumidor final. Estas actividades pueden incluir la distribución, venta y utilización de diferentes canales para facilitar el acceso del consumidor al producto. (Philip Kotler, 2023) explican que los canales de marketing permiten poner los productos a disposición de los consumidores en el lugar y momento adecuados.

Los canales de comercialización pueden ser directos o indirectos. En los canales directos, la empresa mantiene contacto con el consumidor y realiza la venta sin intermediarios. En los canales indirectos participan otros actores que intervienen entre la empresa y el consumidor final. La selección del canal dependerá de las características del producto, los consumidores y los recursos disponibles.

La utilización de diferentes canales puede ampliar las posibilidades de comercialización de una empresa. Para los emprendimientos pequeños, las redes sociales y las herramientas digitales pueden facilitar el contacto directo con los consumidores. Sin embargo, también pueden utilizarse espacios físicos, ferias y establecimientos comerciales dependiendo de las características del mercado.

En la presente investigación, se analizarán los canales que pueden utilizarse para comercializar los accesorios artesanales. Se considerarán las preferencias de los consumidores y las posibilidades económicas de la empresa. Con base en estos resultados se establecerá una estrategia de comercialización que permita acercar los productos al mercado objetivo.

Estudio Técnico:

El estudio técnico permite determinar los recursos y condiciones necesarios para desarrollar las actividades productivas de un proyecto. En este análisis se consideran elementos como la ubicación, instalaciones, equipos, materiales, procesos y capacidad de producción. (Weinberger Villarán, 2019) señala que el análisis de las operaciones permite determinar los recursos necesarios para desarrollar las actividades de una empresa.

El estudio técnico permite establecer las necesidades de infraestructura y equipamiento que tendrá el negocio. En una empresa de accesorios artesanales se deben considerar herramientas, materia prima, mobiliario, equipos y espacios destinados a la elaboración y almacenamiento. Estos elementos deben guardar relación con la capacidad de producción que se pretenda alcanzar.

Otro aspecto importante es la organización del proceso productivo. En el caso de los accesorios artesanales, el proceso puede incluir la adquisición de materiales, diseño, elaboración, control de calidad, empaque y almacenamiento. La organización de estas

actividades permite establecer una secuencia de trabajo que facilite el desarrollo de las operaciones.

En la presente investigación, el estudio técnico permitirá determinar los recursos necesarios para elaborar los accesorios artesanales. Se establecerán los materiales, herramientas, espacio físico y procesos que serán necesarios para el funcionamiento de la empresa. Esta información permitirá determinar los requerimientos operativos para iniciar el proyecto.

Estudio Administrativo:

El estudio administrativo permite establecer la forma en que una empresa será organizada y administrada. Dentro de este componente se pueden definir aspectos como la estructura organizacional, funciones, responsabilidades y recursos humanos necesarios. (Robbins Coluter, 2024) explican que la administración requiere coordinar las actividades de las personas y los recursos para alcanzar los objetivos de la organización.

La estructura organizacional permite distribuir las actividades entre las diferentes personas que participan en la empresa. Una adecuada asignación de funciones facilita establecer responsabilidades y mejorar la coordinación del trabajo. Esto resulta importante incluso en empresas pequeñas, debido a que permite establecer con claridad las tareas que debe realizar cada integrante.

El estudio administrativo también permite establecer elementos relacionados con la filosofía empresarial, como la misión, visión y valores. Estos elementos ayudan a definir la razón de ser de la empresa, su proyección futura y los principios que orientarán sus actividades. (Robbins Coluter, 2024) destacan la importancia de establecer objetivos y organizar los recursos para dirigir las actividades de una organización.

En la presente investigación, el estudio administrativo permitirá establecer la estructura organizacional de la empresa de accesorios artesanales. Se definirán las funciones relacionadas con administración, producción, ventas y atención al cliente. También se establecerán la misión, visión y valores de acuerdo con las características y objetivos del emprendimiento.

Estudio Financiero:

El estudio financiero permite determinar los recursos económicos necesarios para iniciar un proyecto y analizar los resultados que podría generar durante un período determinado. Dentro de este análisis se consideran elementos como la inversión inicial, costos, gastos, ingresos y utilidades. (Weinberger Villarán, 2019) señala que el análisis financiero permite evaluar las necesidades de inversión y las posibilidades económicas de una propuesta empresarial.

La elaboración de proyecciones financieras permite estimar el comportamiento económico que podría tener la empresa. Para ello, se pueden proyectar las ventas, costos y gastos y organizar los ingresos y egresos mediante un flujo de caja. Esta información permite conocer las necesidades de recursos y establecer una aproximación de los resultados económicos del proyecto.

La evaluación financiera puede utilizar diferentes indicadores para analizar la conveniencia económica de una inversión. Entre estos indicadores se encuentran el punto de equilibrio, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y período de recuperación de la inversión. Estos instrumentos permiten complementar el análisis y obtener una visión más clara sobre la rentabilidad esperada.

En la presente investigación, el estudio financiero permitirá determinar la viabilidad económica de la empresa de accesorios artesanales. Se establecerá la inversión inicial y se proyectarán los costos, gastos e ingresos del negocio. Posteriormente, se aplicarán los indicadores financieros correspondientes para determinar si el proyecto presenta condiciones favorables de rentabilidad y recuperación de la inversión.

CAPÍTULO I: Diagnóstico Y Contextualización

1.1. Descripción del Tema de Investigación

El presente tema de investigación se orienta a la elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa de accesorios artesanales en la ciudad de Quito, durante el período 2026. La propuesta surge a partir de la importancia que tienen los emprendimientos como una alternativa para generar actividades económicas, desarrollar nuevas ideas de negocio y responder a las necesidades de diferentes grupos de consumidores. En este sentido, el emprendimiento requiere una planificación que permita analizar las condiciones del mercado y los recursos necesarios para transformar una idea en una actividad empresarial organizada (Robbins Coluter, 2024).

La investigación se enfoca específicamente en el sector de los accesorios artesanales, considerando productos como pulseras, collares, aretes, anillos y otros complementos elaborados mediante técnicas manuales. Este tipo de productos puede diferenciarse por aspectos relacionados con el diseño, los materiales utilizados y la posibilidad de personalización. Según (Vásquez Carvajal, 2023), la elaboración y comercialización de bisutería artesanal puede constituir una alternativa empresarial dirigida a consumidores interesados en productos diferenciados y personalizados.

El desarrollo de la propuesta se realizará en la ciudad de Quito, debido a que representa un espacio comercial en el que se concentran diferentes actividades económicas y una diversidad de consumidores. La investigación buscará conocer las preferencias, hábitos de compra y disposición de pago de los posibles clientes, con el propósito de identificar las características que deberá tener la oferta. De acuerdo con (Weinberger Villarán, 2019), el análisis del mercado permite obtener información relevante para establecer decisiones relacionadas con los productos y las estrategias que formarán parte de un plan de negocios.

Para el desarrollo del plan de negocios se considerarán diferentes componentes necesarios para analizar la creación de la empresa. Entre ellos se encuentran el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero. Cada uno permitirá conocer aspectos específicos relacionados con la demanda, competencia, recursos, procesos, estructura organizacional e inversión requerida. La planificación de estos

componentes facilita la evaluación de una propuesta empresarial antes de comprometer los recursos necesarios para su implementación (Weinberger Villarán, 2019).

Finalmente, la investigación pretende determinar las condiciones necesarias para la creación de una empresa de accesorios artesanales que pueda desarrollarse en la ciudad de Quito durante el período 2026. A través de la recopilación y análisis de información, se buscará establecer una propuesta organizada que responda a las características del mercado identificado. De esta manera, el estudio permitirá analizar la factibilidad comercial, técnica, administrativa y financiera del proyecto, considerando la importancia de una adecuada planificación para reducir la incertidumbre asociada a la creación de un nuevo emprendimiento (Robbins Coluter, 2024).

1.1.1. Análisis del Sector o Área de Estudio

El presente estudio se desarrolla en el sector de la elaboración y comercialización de accesorios artesanales, actividad que combina el trabajo manual, la creatividad y el desarrollo de productos diferenciados. La artesanía representa una actividad que permite conservar conocimientos y técnicas, al mismo tiempo que puede generar oportunidades económicas para los emprendedores. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, 2024), las actividades artesanales poseen importancia cultural y económica, debido a su relación con la preservación de conocimientos tradicionales y el desarrollo local.

En el contexto ecuatoriano, el sector artesanal representa una alternativa para la creación de pequeños emprendimientos dedicados a la producción y comercialización de diferentes productos. Dentro de este sector se encuentran actividades relacionadas con la elaboración de joyería, bisutería, artículos decorativos y accesorios. Según (Suquillo Ramos, 2020), los emprendimientos dedicados a la producción de bisutería artesanal pueden desarrollar propuestas diferenciadas mediante el uso de materiales, diseños y estrategias orientadas hacia determinados segmentos de consumidores.

Los accesorios artesanales, como pulseras, collares, aretes y anillos, constituyen productos que pueden diferenciarse por su diseño, calidad, materiales y posibilidad de personalización. Estas características pueden representar una oportunidad para atender a consumidores interesados en adquirir productos originales y diferentes a los elaborados de manera industrial. (Vásquez Carvajal, 2023) plantea que la elaboración de bisutería

artesanal y personalizada puede constituir una alternativa de negocio orientada a satisfacer las preferencias de consumidores que buscan productos diferenciados.

En este sentido, la ciudad de Quito constituye el área geográfica donde se desarrollará la investigación y donde se propone la creación de la empresa. Será necesario analizar las preferencias de los consumidores, la oferta existente, los precios y las condiciones de comercialización para determinar las oportunidades del proyecto. Como señala (Weinberger Villarán, 2019), el análisis del mercado permite obtener información necesaria para estructurar adecuadamente una propuesta empresarial. Por lo tanto, el estudio permitirá determinar las condiciones comerciales, técnicas, administrativas y financieras necesarias para la creación de una empresa de accesorios artesanales durante el período 2026.

1.1.2. Contexto Institucional, Sectorial o Social

La presente investigación se desarrolla en el ámbito de la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de accesorios artesanales en la ciudad de Quito. Desde el punto de vista institucional, será necesario establecer una estructura organizacional que permita coordinar los recursos humanos, materiales y financieros, así como definir funciones y responsabilidades para el adecuado funcionamiento del negocio. Según (Suquillo Ramos, 2020), la administración permite organizar y coordinar las actividades de una organización para alcanzar los objetivos establecidos, aspecto que será considerado en la planificación de la empresa propuesta.

El proyecto se encuentra vinculado con el sector artesanal y comercial, específicamente con la elaboración y venta de accesorios como pulseras, collares, aretes y anillos. Este sector permite desarrollar productos diferenciados mediante la creatividad, el diseño y la utilización de diversos materiales, generando alternativas de emprendimiento y comercialización. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, 2024), las actividades artesanales poseen importancia cultural y económica, debido a que contribuyen a la preservación de conocimientos y a la generación de oportunidades productivas.

Desde el punto de vista social, la creación de una empresa de accesorios artesanales puede representar una alternativa para generar oportunidades de emprendimiento y desarrollo económico, aprovechando habilidades manuales,

creatividad y conocimientos relacionados con la producción artesanal. Además, el proyecto busca atender a consumidores interesados en productos originales y personalizados, de acuerdo con sus gustos y preferencias. En este sentido, el análisis de las necesidades del mercado permitirá estructurar una propuesta empresarial que responda a las características de los potenciales clientes y determine las condiciones necesarias para su implementación (Weinberger Villarán, 2019).

1.1.3. Identificación del Problema u Oportunidad

La identificación del problema surge de la necesidad de analizar las posibilidades existentes para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de accesorios artesanales en la ciudad de Quito. Aunque existe una variedad de productos artesanales y accesorios disponibles en el mercado, es necesario conocer las preferencias de los consumidores, sus hábitos de compra, la disposición de pago y las características de la competencia. Según (Weinberger Villarán, 2019), antes de poner en marcha una idea de negocio es importante realizar un análisis que permita identificar las condiciones del mercado y establecer estrategias adecuadas para su desarrollo.

La problemática también se relaciona con la falta de una planificación estructurada que permita determinar los recursos, procesos y estrategias necesarios para desarrollar una empresa de accesorios artesanales. La creación de un negocio sin un análisis previo puede generar dificultades relacionadas con la identificación del mercado objetivo, la estimación de costos, la definición de precios y la selección de canales de comercialización. En este sentido, (Robbins Coluter, 2024) señalan que la planificación y organización de los recursos son elementos necesarios para orientar las actividades de una organización hacia el cumplimiento de sus objetivos.

Al mismo tiempo, esta situación representa una oportunidad de emprendimiento, debido a que los accesorios artesanales pueden ofrecer elementos de diferenciación relacionados con el diseño, la creatividad y la personalización. Estos aspectos pueden permitir desarrollar productos dirigidos a consumidores que buscan alternativas diferentes a los productos elaborados de manera industrial. (Vásquez Carvajal, 2023) evidencia la posibilidad de desarrollar propuestas de negocio relacionadas con la elaboración de bisutería artesanal y personalizada, orientadas hacia determinados segmentos del mercado.

Por lo tanto, la oportunidad identificada consiste en analizar la factibilidad de crear una empresa de accesorios artesanales en la ciudad de Quito durante el período 2026, mediante la elaboración de un plan de negocios. Para ello, se estudiarán las condiciones del mercado, los recursos técnicos necesarios, la estructura administrativa y los aspectos financieros del proyecto. De acuerdo con (Weinberger Villarán, 2019), el análisis de estos componentes permite contar con información necesaria para evaluar una oportunidad empresarial y establecer las condiciones requeridas para su implementación.

1.2. Caracterización del Objeto de Estudio

1.2.1. Descripción General

El objeto de estudio se enfoca en la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de accesorios artesanales en la ciudad de Quito durante el período 2026. La empresa estará orientada a ofrecer productos elaborados con diseños creativos, originales y personalizados, buscando satisfacer las preferencias de los consumidores y generar una propuesta diferenciada dentro del mercado. De acuerdo con (Weinberger Villarán, 2019), la estructuración de una idea empresarial requiere analizar los productos, el mercado y los recursos necesarios para determinar las condiciones de viabilidad del negocio.

- Pulseras.
- Llaveros.
- Collares.
- Bolsos tejidos.
- Vinchas.
- Aretes.
- Manillas.

El valor agregado de la propuesta radica en que todos los productos serán artesanales, elaborados mediante trabajo manual, creatividad y técnicas de diseño. Esto permitirá ofrecer accesorios únicos y diferenciados, con variaciones en colores,

materiales y acabados, brindando a los clientes productos con mayor originalidad y personalidad frente a los artículos fabricados de manera industrial.

1.2.2. Naturaleza Jurídica o Normativa

Para la creación de la empresa de accesorios artesanales, se propone establecer una forma jurídica que permita desarrollar sus actividades de producción y comercialización de manera formal, cumpliendo con las obligaciones legales y tributarias correspondientes. La naturaleza jurídica determinará aspectos como la responsabilidad del propietario, el registro de la actividad económica y el cumplimiento de las normas aplicables al funcionamiento del emprendimiento. En este sentido, la empresa deberá considerar la normativa ecuatoriana vigente relacionada con la constitución y funcionamiento de actividades económicas, así como las disposiciones tributarias y comerciales aplicables al período 2026.

Para el desarrollo de la presente propuesta, se considera que la empresa de accesorios artesanales podrá iniciar sus actividades como una persona natural con actividad económica, debido a que se trata de un emprendimiento que comenzará a pequeña escala. Esta forma permitirá al propietario elaborar y comercializar productos artesanales como pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas, cumpliendo con los requisitos legales y tributarios establecidos en el país.

Para el funcionamiento del negocio será necesario realizar la inscripción correspondiente en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cumplir con las obligaciones tributarias que correspondan de acuerdo con la actividad económica desarrollada. Según el (Servicio de Rentas Internas, 2026), las personas naturales que realizan actividades económicas deben registrarse y cumplir con las disposiciones tributarias establecidas por la normativa vigente.

Por lo tanto, la naturaleza jurídica propuesta permitirá iniciar formalmente las actividades de la empresa y desarrollar la comercialización de los accesorios artesanales dentro de la ciudad de Quito. Esta alternativa resulta adecuada para la etapa inicial del emprendimiento, considerando que permitirá organizar las actividades económicas del negocio y cumplir con las obligaciones legales y tributarias correspondientes.

1.2.3. Actores Involucrados

Los actores involucrados son las personas, grupos e instituciones que participan directa o indirectamente en el desarrollo y funcionamiento de la empresa de accesorios artesanales. Estos actores cumplen diferentes funciones, ya que algunos intervienen dentro del proceso de elaboración y comercialización de los productos, mientras que otros se relacionan con el abastecimiento de materiales, la compra de los accesorios y el cumplimiento de requisitos legales. Según (Robbins Coluter, 2024), las organizaciones mantienen relaciones con diferentes grupos que pueden influir en el desarrollo de sus actividades y en el cumplimiento de sus objetivos.

Internos

- Propietario o emprendedor.
- Personal encargado de la elaboración de los accesorios artesanales.
- Personal encargado de las ventas y atención al cliente.
- Personal de apoyo administrativo, en caso de ser necesario.

Externo

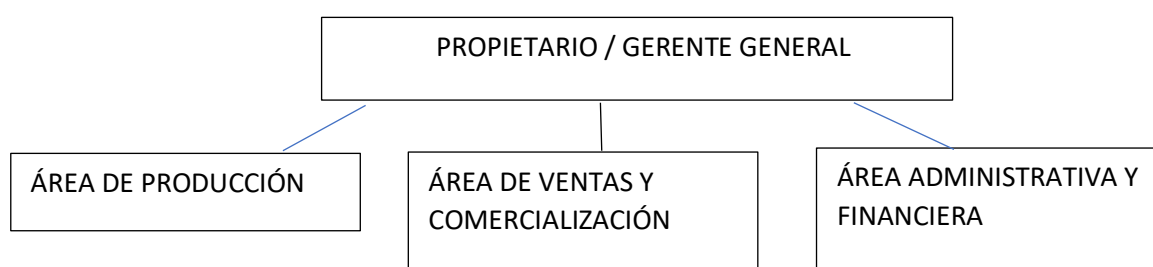
- Clientes o consumidores.
- Proveedores de materia prima y materiales.
- Competidores.
- Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- Instituciones financieras.
- Plataformas digitales y redes sociales utilizadas para la comercialización.

1.2.4. Estructura Organizacional o Funcional

La empresa de accesorios artesanales contará inicialmente con una estructura organizacional simple, debido a que se trata de un emprendimiento que iniciará sus actividades a pequeña escala. La estructura permitirá distribuir las principales funciones

relacionadas con la administración, elaboración de los productos y comercialización. Según (Robbins Coluter, 2024), la estructura organizacional permite organizar las actividades y establecer responsabilidades para alcanzar los objetivos de una organización.

Tabla 1. Estructura Organizacional



Fuente: Elaboración Propia

Propietario / Gerente General

El Propietario o Gerente General será responsable de dirigir y coordinar el funcionamiento general de la empresa. Sus principales funciones serán:

- Planificar las actividades generales del negocio.
- Tomar las principales decisiones de la empresa.
- Coordinar las áreas de producción, ventas y administración.
- Supervisar el cumplimiento de las actividades y objetivos.
- Aprobar la compra de materiales e insumos.
- Controlar los ingresos y gastos generales.
- Buscar nuevas oportunidades de crecimiento y comercialización.
- Establecer estrategias para mejorar las ventas y la producción.

Área de Producción

Esta área será responsable de la elaboración de todos los accesorios artesanales que ofrecerá la empresa. Sus funciones serán:

- Elaborar pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas.
- Seleccionar los materiales necesarios para cada producto.
- Crear nuevos diseños artesanales.
- Elaborar productos personalizados según los pedidos de los clientes.
- Revisar la calidad y acabado de cada accesorio.
- Controlar el uso de la materia prima.
- Mantener organizadas las herramientas y materiales de trabajo.
- Preparar los productos para su entrega o comercialización.

Área de Ventas y Comercialización

Esta área tendrá como función principal promocionar y vender los accesorios artesanales. Sus principales actividades serán:

- Promocionar los productos mediante redes sociales y otros medios.
- Atender las consultas de los clientes.
- Recibir y gestionar los pedidos.
- Informar sobre precios, productos y promociones.
- Realizar el seguimiento de las ventas.
- Identificar las preferencias de los clientes.
- Buscar nuevos canales de comercialización.
- Coordinar la entrega de los productos.

- Desarrollar promociones y estrategias para aumentar las ventas.

Área Administrativa y Financiera

Esta área será responsable de organizar y controlar los recursos económicos y administrativos de la empresa. Sus funciones serán:

- Registrar los ingresos generados por las ventas.
- Controlar los gastos del negocio.
- Elaborar un registro de compras y materiales.
- Controlar el presupuesto disponible.
- Realizar el seguimiento de las cuentas por cobrar y pagar, en caso de ser necesario.
- Mantener organizada la información administrativa.
- Apoyar en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- Analizar los costos de producción para establecer precios adecuados.
- Preparar información básica sobre la situación económica del emprendimiento.

1.2.5. Roles y Perfiles Relevantes

Tabla 2. Roles y Perfiles

CARGO / ROL	OBJETIVO DEL CARGO	FUNCIONES PRINCIPALES	PERFIL REQUERIDO
Propietario / Gerente General	Dirigir y coordinar las actividades generales de la empresa para asegurar su adecuado funcionamiento y crecimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar las actividades del negocio. • Tomar decisiones administrativas y comerciales. • Coordinar las áreas de producción, ventas y administración. • Supervisar el cumplimiento de objetivos. • Controlar los recursos generales de la empresa. 	Persona con capacidad de liderazgo, organización y toma de decisiones. Con conocimientos básicos de administración, ventas y manejo de recursos.

Responsable de Producción / Artesano(a)	Elaborar accesorios artesanales de calidad, cumpliendo con los diseños, materiales y requerimientos establecidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas. • Seleccionar y utilizar los materiales. • Crear nuevos diseños. • Revisar la calidad y acabado de los productos. • Elaborar pedidos personalizados. 	Persona con habilidades manuales, creatividad y conocimientos en elaboración de accesorios artesanales, tejido o bisutería. Responsable y cuidadosa con los detalles.
Responsable de Ventas y Comercialización	Promocionar y comercializar los productos para captar clientes y aumentar las ventas de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los clientes. • Gestionar pedidos y ventas. • Promocionar productos en redes sociales. • Informar sobre precios y promociones. • Identificar las preferencias de los clientes. • Coordinar entregas. 	Persona con facilidad de comunicación, atención al cliente y conocimientos básicos de ventas y redes sociales. Proactiva y orientada al cumplimiento de resultados.
Responsable Administrativo y Financiero	Controlar y organizar los recursos económicos y administrativos de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar ingresos y gastos. • Controlar compras y materiales. • Apoyar en la elaboración de presupuestos. • Organizar la información administrativa. • Controlar costos de producción. • Apoyar en el cumplimiento de obligaciones tributarias. 	Persona organizada y responsable, con conocimientos básicos de administración, contabilidad y manejo de registros financieros.

Fuente: Elaboración Propia

1.3. Orientación Estratégica del Proyecto

1.3.1. Misión / Propósito del Proyecto

Elaborar y comercializar **accesorios artesanales de calidad**, como pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas, ofreciendo productos creativos, originales y elaborados con dedicación. La empresa busca satisfacer las preferencias de los clientes mediante diseños diferenciados y una atención cercana y personalizada.

1.3.2. Visión / Proyección Futura

Ser una empresa reconocida en la ciudad de Quito por la **calidad, creatividad y originalidad de sus accesorios artesanales**, logrando posicionarse en el mercado y alcanzar un crecimiento progresivo. Para el futuro, se busca ampliar la variedad de productos y llegar a un mayor número de clientes mediante diferentes canales de comercialización.

1.3.3. Valores o Principios Rectores

Creatividad: Desarrollar productos con diseños originales y atractivos.

Calidad: Elaborar accesorios con cuidado y atención en cada detalle.

Responsabilidad: Cumplir con los compromisos adquiridos con los clientes y proveedores.

Compromiso: Trabajar para mejorar continuamente los productos y servicios.

Respeto: Mantener una relación cordial y respetuosa con clientes, proveedores y colaboradores.

Honestidad: Actuar con transparencia en las actividades comerciales y administrativas.

Innovación: Buscar constantemente nuevas ideas, diseños y formas de comercialización.

Identidad artesanal: Valorar el trabajo manual y la elaboración artesanal como principal elemento diferenciador de la empresa.

1.3.4. Políticas Generales

Política de calidad: Todos los accesorios artesanales deberán ser revisados antes de su comercialización, procurando que cumplan con las condiciones adecuadas de elaboración, diseño y acabado.

Política de atención al cliente: Los clientes deberán recibir una atención respetuosa, cordial y oportuna, brindando información clara sobre los productos, precios y condiciones de compra.

Política de cumplimiento: La empresa procurará cumplir con los pedidos, fechas de entrega y compromisos establecidos con los clientes y proveedores.

Política de elaboración artesanal: Los productos ofrecidos deberán conservar su valor artesanal, destacando el trabajo manual, la creatividad y la originalidad como elementos principales de la propuesta.

Política de personalización: Cuando sea posible, se ofrecerán alternativas de personalización en colores, diseños o detalles, de acuerdo con las preferencias y requerimientos de los clientes.

Política de precios: Los precios serán establecidos considerando los costos de los materiales, tiempo de elaboración, gastos y margen de utilidad, procurando mantener valores competitivos.

Política de innovación: La empresa buscará desarrollar nuevos diseños y productos de acuerdo con las tendencias y preferencias identificadas en el mercado.

Política de uso responsable de materiales: Se procurará utilizar adecuadamente los materiales e insumos, evitando desperdicios innecesarios durante el proceso de producción.

Política de control financiero: Todos los ingresos, gastos, compras y ventas deberán ser registrados para mantener un adecuado control de los recursos económicos del emprendimiento.

Política de mejora continua: La empresa buscará mejorar progresivamente la calidad de sus productos, los procesos de elaboración, la atención al cliente y las estrategias de comercialización.

1.3.5. Análisis PEST

Tabla 3. Análisis Pest

Factor	Aspectos relevantes	Impacto en los Entornos Virtuales de Aprendizaje
Político	Políticas públicas de educación digital, regulación de la educación en línea, programas gubernamentales de inclusión digital y normativas educativas.	Alto: Las políticas y regulaciones pueden impulsar o limitar la implementación de modalidades virtuales.
Económico	Costos de plataformas educativas, acceso a dispositivos tecnológicos, inversión institucional, conectividad y recursos para capacitación docente.	Alto: La disponibilidad de recursos económicos determina la calidad y accesibilidad del entorno virtual.
Social	Cambios en los hábitos de aprendizaje, aceptación de la educación virtual, brecha digital, necesidades de estudiantes y participación de docentes.	Alto: La adaptación de estudiantes y docentes es fundamental para lograr una experiencia de aprendizaje efectiva.

Tecnológico	Desarrollo de plataformas LMS, inteligencia artificial, herramientas interactivas, videoconferencias, realidad virtual, automatización y conectividad.	Muy alto: La innovación tecnológica permite crear entornos más dinámicos, personalizados, accesibles e interactivos.
--------------------	--	---

Fuente: Elaboración Propia

1.3.6. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Tabla 4. Análisis de las 5 Fuerzas de Portes

Fuerza competitiva	Análisis aplicado a la empresa de accesorios artesanales	Nivel de impacto	Estrategia propuesta
Rivalidad entre competidores existentes	En la ciudad de Quito existen diferentes negocios, emprendimientos y vendedores que ofrecen accesorios, bisutería y productos similares. Esto genera competencia en aspectos como precio, diseño, calidad y variedad.	Alto	Diferenciar los productos mediante diseños artesanales, personalización, creatividad y una adecuada atención al cliente.
Amenaza de nuevos competidores	La elaboración de accesorios artesanales puede iniciar con una inversión relativamente accesible, lo que facilita la entrada de nuevos emprendimientos al mercado.	Media-Alta	Crear una identidad propia, mantener diseños innovadores y fortalecer la presencia de la empresa mediante redes sociales y fidelización de clientes.
Poder de negociación de los proveedores	La empresa necesitará adquirir materiales e insumos para la elaboración de pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas. La disponibilidad de varios proveedores puede reducir su poder de negociación.	Medio	Mantener contacto con varios proveedores, comparar precios y establecer alternativas para la compra de materiales.
Poder de negociación de los clientes	Los consumidores tienen diferentes alternativas para adquirir accesorios, por lo que pueden comparar precios, diseños y calidad antes de realizar una compra.	Alto	Ofrecer productos artesanales diferenciados, opciones de personalización, precios adecuados y una atención personalizada.
Amenaza de productos sustitutos	Los accesorios artesanales pueden ser sustituidos por productos industriales, bisutería comercial, accesorios importados o productos de bajo costo disponibles en diferentes establecimientos y plataformas digitales.	Alto	Destacar el valor artesanal, la originalidad, la personalización y la exclusividad de los productos como elementos diferenciadores.

Fuente: Elaboración Propia

1.3.7. Análisis FODA

Tabla 5. Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
Productos elaborados de manera artesanal y manual.	Creciente interés por productos originales y personalizados.
Posibilidad de ofrecer diseños únicos y diferenciados.	Uso de redes sociales y plataformas digitales para promocionar y vender.
Capacidad para personalizar productos según los gustos del cliente.	Posibilidad de llegar a diferentes segmentos de consumidores en Quito.
Variedad de productos: pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas.	Desarrollo de nuevos diseños de acuerdo con las tendencias del mercado.
Inversión inicial accesible para iniciar el emprendimiento.	Participación en ferias, eventos y espacios de comercialización artesanal.
Debilidades	Amenazas
Empresa nueva con poca experiencia y reconocimiento en el mercado.	Existencia de numerosos competidores dedicados a la venta de accesorios.
Capacidad de producción limitada en la etapa inicial.	Productos industriales e importados que pueden ofrecer precios más bajos.
Dependencia del trabajo manual para la elaboración de los productos.	Variación en los precios de los materiales y materias primas.
Recursos financieros limitados para publicidad y crecimiento.	Cambios constantes en las tendencias y preferencias de los consumidores.
Necesidad de fortalecer los conocimientos sobre ventas digitales y marketing.	Aparición de nuevos emprendimientos dedicados a productos similares.

Fuente: Elaboración Propia

1.3.8. Estrategias de Desarrollo

Tabla 6. Estrategias de Desarrollo

N.º	Estrategia de desarrollo	Descripción	Resultado esperado
1	Desarrollo de productos artesanales	Diseñar y elaborar pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas, priorizando la creatividad, calidad y elaboración manual.	Contar con una oferta de productos variados y diferenciados.
2	Diferenciación de la propuesta	Destacar el valor agregado de los productos mediante su elaboración artesanal, originalidad y posibilidad de personalización.	Diferenciar la empresa frente a productos industriales y competidores.
3	Desarrollo de la marca	Crear una identidad de marca que incluya nombre, logotipo, imagen visual y una presentación adecuada de los productos.	Generar reconocimiento e identificación en el mercado.

4	Implementación de canales de comercialización	Comercializar los productos mediante redes sociales, WhatsApp, ventas directas y participación en ferias o eventos artesanales.	Facilitar el acceso de los productos a los clientes y aumentar las oportunidades de venta.
5	Estrategia de marketing y promoción	Desarrollar contenido digital, fotografías de productos, promociones y campañas para dar a conocer los accesorios artesanales.	Incrementar la visibilidad de la empresa y captar nuevos clientes.
6	Personalización de productos	Ofrecer alternativas de colores, diseños, nombres y detalles especiales de acuerdo con los requerimientos de los clientes.	Generar mayor valor y satisfacer necesidades específicas de los consumidores.
7	Control de calidad	Revisar los materiales, procesos de elaboración y acabados antes de comercializar cada producto.	Garantizar productos en buenas condiciones y generar confianza en los clientes.
8	Gestión de proveedores y materiales	Identificar proveedores de materiales y comparar precios, calidad y disponibilidad de los insumos.	Mantener un abastecimiento adecuado y controlar los costos de producción.
9	Control financiero	Registrar ingresos, gastos, costos de producción y ventas para conocer la situación económica del emprendimiento.	Facilitar la toma de decisiones y mantener la rentabilidad del proyecto.
10	Crecimiento progresivo	Iniciar con una producción y comercialización a pequeña escala, incrementando la capacidad de acuerdo con la demanda y los resultados obtenidos.	Lograr un crecimiento organizado y reducir los riesgos financieros.

Fuente: Elaboración Propia

1.3.9. Objetivos Estratégicos

Tabla 7. Objetivos Estratégicos

Área	Objetivo estratégico
Estratégico	Posicionar la empresa de accesorios artesanales en la ciudad de Quito, mediante una propuesta basada en productos artesanales, creativos y diferenciados.
Administrativo	Establecer una estructura administrativa que permita organizar adecuadamente las actividades, recursos y responsabilidades de la empresa.
Comercial	Incrementar progresivamente las ventas mediante la comercialización de pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas artesanales.
Marketing digital	Fortalecer la presencia digital de la empresa mediante el uso de redes sociales y canales digitales para promocionar los productos y captar nuevos clientes.
Productos	Desarrollar accesorios artesanales de calidad, con diseños creativos y personalizados, de acuerdo con las preferencias de los consumidores.
Clientes	Lograr la satisfacción y fidelización de los clientes mediante productos de calidad, atención personalizada y cumplimiento en los pedidos.

Financiero	Mantener un adecuado control de los ingresos, gastos y costos de producción para garantizar la sostenibilidad y rentabilidad de la empresa.
-------------------	---

Fuente: Elaboración Propia

1.3.10. Alianzas o Articulaciones Clave

Para el desarrollo de la empresa de accesorios artesanales será importante establecer alianzas con proveedores de materiales, con el fin de garantizar el abastecimiento de los insumos necesarios para la elaboración de pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas. Además, mantener relación con varios proveedores permitirá comparar precios, calidad y disponibilidad de los materiales, contribuyendo al adecuado control de los costos de producción.

También se buscará establecer relaciones con artesanos, emprendedores locales, tiendas, boutiques y espacios de comercialización, como ferias y eventos artesanales. Estas alianzas permitirán compartir conocimientos, desarrollar nuevos productos y ampliar los canales de venta, facilitando el contacto directo con nuevos clientes y fortaleciendo la presencia de la empresa en el mercado de Quito.

Finalmente, las alianzas con creadores de contenido, redes sociales, instituciones de apoyo al emprendimiento y servicios de entrega contribuirán a la promoción y crecimiento del proyecto. Estos actores podrán facilitar la difusión de los productos, el acceso a capacitaciones o asesoramiento y la distribución de los pedidos. De esta manera, las articulaciones estratégicas permitirán fortalecer las actividades de producción, comercialización y crecimiento progresivo de la empresa.

CAPÍTULO II: Análisis Del Entorno

2.1. Análisis de la demanda / necesidad

El análisis de la demanda y necesidad permitirá conocer la posibilidad de aceptación que tendría una empresa de accesorios artesanales en la ciudad de Quito. Para el presente proyecto, será necesario identificar a los posibles consumidores, sus preferencias, hábitos de compra y los factores que influyen en la adquisición de productos como pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas. De acuerdo con (Philip & Lane Keller, 2026), el análisis del mercado permite comprender las necesidades y deseos de los consumidores, facilitando la creación de productos que respondan a sus características y preferencias.

En relación con la necesidad identificada, existe la oportunidad de atender a consumidores que buscan accesorios que combinen diseño, originalidad y posibilidad de personalización. La propuesta no se limitará a ofrecer un producto funcional, sino que buscará generar un valor agregado mediante la elaboración manual de cada accesorio. Además, el Ministerio de Producción mantiene mecanismos específicos para el registro y caracterización de artesanos y emprendimientos, reconociendo al sector artesanal como parte de las actividades productivas y empresariales del país.

Por otra parte, la ciudad de Quito representa un mercado potencial importante debido a su tamaño poblacional y diversidad de consumidores. Las proyecciones oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos indican que el Distrito Metropolitano de Quito cuenta con una población superior a los 2,8 millones de habitantes en las estimaciones recientes y mantiene una tendencia de crecimiento hacia los próximos años. Esto permite considerar la existencia de una amplia población que puede ser segmentada de acuerdo con variables como edad, gustos, nivel de ingresos y hábitos de consumo (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2026).

Para determinar la demanda real del proyecto, será necesario aplicar instrumentos de recolección de datos, principalmente encuestas dirigidas a los posibles consumidores de la ciudad de Quito. Mediante este proceso se buscará conocer la frecuencia de compra, los productos de mayor preferencia, los precios que los clientes estarían dispuestos a pagar y los canales que utilizan para adquirir accesorios. De esta manera, la información obtenida permitirá calcular una demanda potencial y establecer una oferta acorde con las

necesidades identificadas, evitando que las decisiones del proyecto se basen únicamente en supuestos (Philip Kotler, 2023).

En conclusión, la necesidad que busca atender el proyecto se relaciona con la oferta de accesorios artesanales originales y diferenciados, elaborados mediante trabajo manual y adaptados a las preferencias de los clientes. La demanda potencial será analizada específicamente a través del estudio de mercado, lo cual permitirá conocer el nivel de aceptación de productos como pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas. Por lo tanto, este análisis servirá como base para determinar la viabilidad comercial de la empresa propuesta en la ciudad de Quito durante el período 2026.

2.1.1. Perfil de los Beneficiarios o Usuarios Potenciales

Los beneficiarios o usuarios potenciales del presente proyecto estarán conformados principalmente por personas residentes en la ciudad de Quito que tengan interés en adquirir accesorios artesanales para uso personal, regalos u ocasiones especiales. La propuesta estará dirigida a consumidores que valoren productos originales, elaborados manualmente y con posibilidades de personalización. Según (Philip & Lane Keller, 2026), la segmentación permite identificar grupos de consumidores con características y necesidades similares, facilitando el desarrollo de productos orientados a sus preferencias.

El mercado objetivo estará integrado principalmente por adolescentes, jóvenes y adultos, especialmente personas interesadas en accesorios como pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas. Los posibles clientes podrán presentar diferentes gustos, estilos y capacidades de compra, por lo que la empresa buscará ofrecer una variedad de diseños, colores y precios. Esto permitirá atender a diferentes segmentos y ampliar las posibilidades de comercialización de los productos artesanales.

Entre las principales características de los usuarios potenciales se encuentran el interés por productos creativos, diferentes y personalizados. Estos consumidores podrán utilizar los accesorios como complemento de su vestimenta, como elemento de expresión personal o como alternativa para entregar un regalo. Por esta razón, la elaboración artesanal constituirá un valor agregado, ya que permitirá desarrollar productos con

características propias y diferenciadas frente a los accesorios producidos de forma industrial.

Además, los beneficiarios potenciales podrán acceder a los productos mediante diferentes canales de comercialización, principalmente redes sociales, medios digitales, ventas directas y participación en ferias o eventos. De esta manera, la empresa buscará facilitar el contacto con los clientes y adaptarse a sus hábitos de compra. La información obtenida posteriormente mediante la aplicación de encuestas permitirá definir con mayor precisión el perfil del cliente, sus preferencias, frecuencia de compra y disposición de pago, aspectos necesarios para determinar el mercado objetivo del proyecto (Philip & Lane Keller, 2026).

2.1.2. Tipo de Mercado o Contexto

El presente proyecto se desarrollará dentro del mercado de bienes de consumo, debido a que los accesorios artesanales serán adquiridos principalmente por consumidores finales para uso personal, como complemento de vestimenta o para obsequios en diferentes ocasiones. Los productos que ofrecerá la empresa serán pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas, los cuales estarán dirigidos a personas interesadas en productos originales y elaborados de manera artesanal. Según (Philip & Lane Keller, 2026), el mercado de consumo está conformado por personas y hogares que adquieren bienes y servicios para su uso personal.

De igual manera, el proyecto se ubicará dentro del mercado artesanal y comercial, debido a que su principal característica será la elaboración manual de los productos. El valor agregado de la empresa estará relacionado con la creatividad, originalidad y posibilidad de personalización de los accesorios, lo que permitirá ofrecer productos diferenciados frente a aquellos elaborados de manera industrial. La actividad artesanal puede representar una alternativa productiva que combina conocimientos, habilidades manuales y creatividad para la elaboración de bienes destinados a la comercialización (Unesco, 2024).

En cuanto al contexto geográfico, el mercado inicial estará ubicado en la ciudad de Quito, considerando principalmente a consumidores que residan en este sector y tengan interés en adquirir accesorios artesanales. Sin embargo, la utilización de redes sociales y

medios digitales permitirá ampliar progresivamente el alcance de la empresa hacia otros sectores, facilitando la promoción, comunicación y comercialización de los productos.

Por lo tanto, el tipo de mercado del proyecto será principalmente un mercado de consumo, artesanal y comercial, dirigido a consumidores finales que busquen accesorios originales, creativos y personalizados. La empresa buscará atender las preferencias de adolescentes, jóvenes y adultos, ofreciendo diferentes diseños y productos elaborados artesanalmente. La investigación de mercado permitirá posteriormente identificar con mayor precisión las características del público objetivo, sus hábitos de compra y los productos con mayor aceptación.

2.1.3. Segmentos y Grupos Objetivo

Para el presente proyecto, la segmentación del mercado permitirá identificar los diferentes grupos de consumidores que podrían tener interés en adquirir accesorios artesanales. Según Kotler y Keller (2016), la segmentación consiste en dividir un mercado amplio en grupos de consumidores que presentan características, necesidades o comportamientos similares. En este caso, la empresa orientará su oferta hacia personas de la ciudad de Quito que valoren productos originales, creativos y elaborados manualmente.

El **segmento demográfico** estará conformado principalmente por adolescentes, jóvenes y adultos, considerando personas que puedan adquirir accesorios para uso personal o como obsequios. De manera inicial, el proyecto podrá enfocarse en consumidores aproximadamente entre los **15 y 45 años**, debido a que este grupo puede presentar interés en productos relacionados con la moda, los accesorios y la personalización.

En cuanto al **segmento geográfico**, la empresa se enfocará inicialmente en habitantes de la ciudad de Quito. La comercialización podrá desarrollarse mediante ventas directas, redes sociales, ferias y otros espacios comerciales. Posteriormente, mediante los canales digitales, la empresa tendrá la posibilidad de ampliar su alcance hacia otros sectores del Distrito Metropolitano de Quito y diferentes ciudades del país.

El **segmento psicográfico** estará dirigido a personas que valoren la creatividad, originalidad y exclusividad de los productos artesanales. Los consumidores potenciales

podrán tener interés en accesorios que representen su estilo personal, que puedan ser personalizados o que constituyan una alternativa diferente a los productos industriales elaborados en serie.

Finalmente, el **segmento conductual** estará conformado por consumidores que adquieren accesorios de manera ocasional o frecuente, ya sea para complementar su vestimenta, seguir tendencias o adquirir regalos para fechas especiales. Por esta razón, la empresa podrá desarrollar promociones y productos personalizados para diferentes ocasiones, buscando responder a las necesidades y preferencias de cada grupo de clientes.

Grupos objetivo

Los principales grupos objetivo estarán conformados por:

Adolescentes y jóvenes: Personas interesadas en accesorios modernos, creativos y relacionados con las tendencias.

Adultos jóvenes: Consumidores que buscan accesorios para uso personal, complementar su vestimenta o adquirir productos personalizados.

Personas que compren regalos: Clientes que buscan productos originales y artesanales para cumpleaños, celebraciones y fechas especiales.

Consumidores interesados en productos personalizados: Personas que desean accesorios con nombres, colores, diseños o características específicas.

Clientes digitales: Usuarios que utilizan redes sociales y medios digitales para conocer productos, realizar consultas y efectuar compras.

De esta manera, el proyecto estará orientado principalmente hacia consumidores de Quito que busquen accesorios artesanales, originales y personalizados, utilizando una segmentación demográfica, geográfica, psicográfica y conductual para identificar de mejor manera las características del mercado objetivo.

2.1.4. Comportamiento, Hábitos o Patrones Relevantes

El comportamiento de los consumidores constituye un aspecto importante para el desarrollo de la empresa de accesorios artesanales. Los posibles clientes podrán buscar

productos originales, creativos y diferenciados, considerando aspectos como el diseño, los colores, la calidad y la posibilidad de personalización. Según (Philip & Lane Keller, 2026), el comportamiento del consumidor se relaciona con la forma en que las personas seleccionan, compran y evalúan productos de acuerdo con sus necesidades y preferencias.

Asimismo, se identifica la importancia de las redes sociales y los medios digitales en los hábitos de compra de los consumidores. Los clientes potenciales podrán utilizar estas plataformas para conocer productos, comparar precios, observar diseños y comunicarse directamente con la empresa antes de realizar una compra. Por esta razón, la presencia digital será un elemento importante para promocionar los accesorios y facilitar la recepción de pedidos.

Finalmente, la compra de accesorios podrá realizarse tanto para uso personal como para obsequios en fechas especiales, celebraciones o eventos. Los principales factores que pueden influir en la decisión de compra serán el precio, la calidad, el diseño, la originalidad y la atención al cliente. Por ello, la empresa buscará adaptar sus productos y estrategias de comercialización a las preferencias identificadas mediante el estudio de mercado (Philip Kotler, 2023).

2.1.5. Instrumentos de Recolección de Información Primaria

2.1.5.1. Encuestas

La encuesta es una técnica de recolección de datos que permite obtener información directamente de un grupo de personas mediante un conjunto organizado de preguntas. Su aplicación facilita conocer opiniones, características, necesidades, preferencias y comportamientos relacionados con un tema de investigación. Según (Roberto Hernández Sampieri, 2020), la encuesta permite recopilar información de una población o muestra para analizar las variables establecidas dentro de una investigación.

En el presente proyecto, la encuesta se aplicará a una muestra de habitantes de la ciudad de Quito que formen parte del mercado objetivo, principalmente adolescentes, jóvenes y adultos con interés o posibilidad de adquirir accesorios artesanales. El instrumento estará estructurado con preguntas cerradas y de selección, orientadas a conocer la aceptación de la propuesta de negocio.

Las preguntas permitirán obtener información sobre la frecuencia de compra de accesorios, productos de mayor preferencia, factores que influyen en la decisión de compra, lugares o medios utilizados para adquirir estos productos, precios que los consumidores estarían dispuestos a pagar y aceptación de los accesorios artesanales. Los resultados obtenidos serán analizados mediante tablas y gráficos estadísticos, permitiendo identificar la demanda potencial y generar información para determinar la viabilidad comercial de la empresa.

2.1.5.2. Modelo de la Encuesta

Encuesta dirigida a clientes y potenciales clientes.

El objetivo de la presente encuesta es conocer la opinión y las preferencias de las personas de la ciudad de Quito sobre los accesorios artesanales, con la finalidad de obtener información que ayude al desarrollo del proyecto. A través de las preguntas realizadas, se buscará identificar si las personas estarían interesadas en adquirir productos como pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas, así como conocer sus gustos, frecuencia de compra y precios que estarían dispuestos a pagar. La información obtenida permitirá determinar si existe una posible aceptación de la empresa de accesorios artesanales y servirá como apoyo para la elaboración del presente plan de negocios. (Ver Anexo 1)

2.1.5.3. Análisis e Interpretación de Resultados

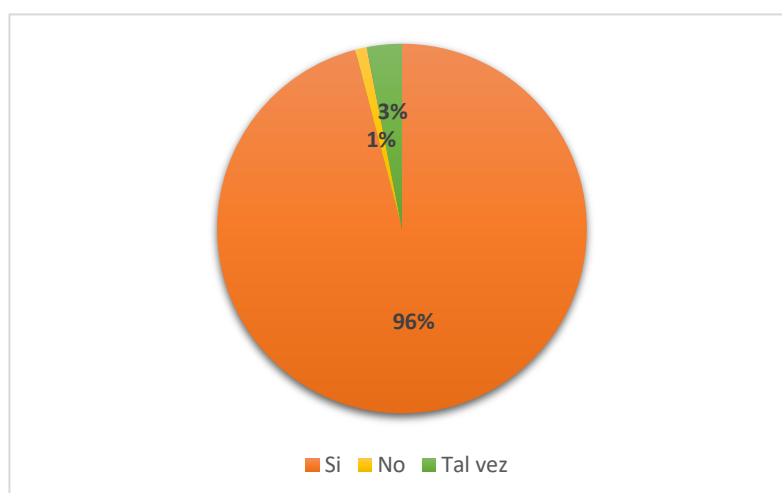
Pregunta 1: ¿Estaría interesado(a) en adquirir accesorios artesanales inspirados en la cultura ecuatoriana?

Tabla 8. Pregunta 1 de la Encuesta

Opción de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	188	95,9%
No	2	1,0%
Tal vez	6	3,1%
Total	196	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 1. Pregunta 1 de la Encuesta



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos, el 96 % de los encuestados manifestó que sí estaría interesado en adquirir accesorios artesanales inspirados en la cultura ecuatoriana, mientras que el 3 % respondió “tal vez” y únicamente el 1 % indicó que no estaría interesado. Estos resultados demuestran que existe un alto nivel de aceptación e interés por este tipo de productos entre las personas encuestadas.

Interpretación: Los resultados permiten interpretar que la propuesta de crear una empresa de accesorios artesanales inspirados en la cultura ecuatoriana tiene una aceptación favorable en el mercado potencial de la ciudad de Quito. El elevado porcentaje de respuestas positivas representa una oportunidad para el desarrollo del proyecto, ya que evidencia que los posibles clientes podrían estar interesados en adquirir productos artesanales que combinen creatividad, identidad cultural y originalidad.

Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia compra accesorios artesanales?

Tabla 9. Pregunta 2 de la encuesta

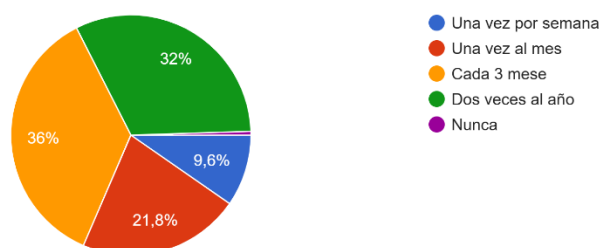
Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Una vez por semana	19	9,7%
Una vez al mes	43	21,9%
Cada 3 meses	70	35,7%

Dos veces al año	63	32,1%
Nunca	1	0,5%
Total	196	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 2. Pregunta 2 de la Encuesta

¿Con qué frecuencia compra accesorios artesanales?
197 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos de las 197 respuestas, se observa que la mayor parte de los encuestados adquiere accesorios artesanales con cierta periodicidad. El 36 % indicó que realiza compras cada tres meses, seguido por el 32 % que compra dos veces al año. Por otra parte, el 21,8 % manifestó adquirir accesorios una vez al mes, mientras que el 9,6 % señaló comprarlos una vez por semana. No se observa un porcentaje representativo de personas que hayan seleccionado la opción “Nunca”, lo cual evidencia que existe interés y hábito de compra dentro del mercado encuestado.

Interpretación: Los resultados permiten interpretar que existe una demanda potencial para la comercialización de accesorios artesanales, debido a que los encuestados presentan diferentes frecuencias de compra. Aunque la mayoría no adquiere estos productos de manera semanal o mensual, los porcentajes correspondientes a compras cada tres meses y dos veces al año demuestran que los accesorios son productos que pueden ser adquiridos de forma ocasional, especialmente para uso personal, regalos o fechas especiales. Por lo tanto, la empresa deberá desarrollar estrategias de promoción y renovación constante de diseños para incentivar una mayor frecuencia de compra y aprovechar la demanda existente en el mercado.

Pregunta 3: ¿Qué tipo de accesorios artesanales le gustaría adquirir con mayor frecuencia

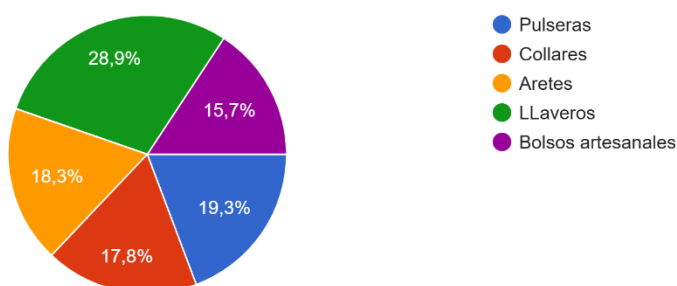
Tabla 10. Pregunta 3 de la Encuesta

Opción de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Pulseras	38	19,4%
Collares	35	17,9%
Aretes	36	18,4%
Llaveros	56	28,6%
Bolsos artesanales	31	15,8%
Total	196	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 3. Pregunta 3 de la Encuesta

197 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos de las 197 respuestas, se observa que los llaveros son el producto con mayor preferencia, alcanzando un 28,9 %. Le siguen las pulseras con el 19,3 %, los aretes con el 18,3 %, los collares con el 17,8 % y, finalmente, los bolsos artesanales con el 15,7 %. Los resultados muestran que existe interés en todos los productos planteados, aunque los llaveros presentan una mayor aceptación entre las personas encuestadas.

Interpretación: Los resultados permiten interpretar que la empresa deberá considerar a los llaveros como uno de sus principales productos dentro de la oferta inicial, debido a que presentan el mayor porcentaje de preferencia. Sin embargo, las pulseras, aretes, collares y bolsos artesanales también registran porcentajes importantes, por lo que será conveniente mantener una variedad de productos. Esta información permitirá orientar la producción de acuerdo con las preferencias de los posibles clientes y priorizar aquellos accesorios que presenten una mayor aceptación en el mercado.

Pregunta 4: ¿Qué aspecto considera más importante al comprar un accesorio artesanal?

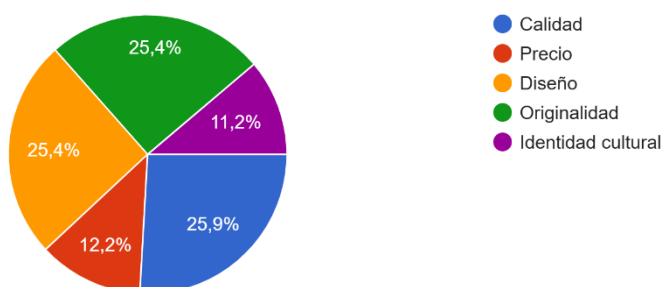
Tabla 11. Pregunta 4 de la Encuesta

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	50	25,5%
Precio	24	12,2%
Diseño	50	25,5%
Originalidad	50	25,5%
Identidad cultural	22	11,5%
Total	196	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 4. Pregunta 4 de la Encuesta

197 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos de las 197 respuestas, se observa que la calidad representa el factor más importante para los encuestados, con un 25,9 %. Le siguen el diseño y la originalidad, ambos con un 25,4 %, lo que demuestra una valoración similar de estos aspectos. Por otra parte, el precio alcanza un 12,2 %, mientras que la identidad cultural registra el 11,2 %, siendo los factores con menor porcentaje dentro de las opciones evaluadas.

Interpretación: Los resultados permiten interpretar que los posibles clientes priorizan principalmente la calidad, el diseño y la originalidad al momento de adquirir accesorios artesanales. Por esta razón, la empresa deberá enfocar su propuesta en la elaboración de productos con buenos acabados, diseños atractivos y características diferenciadoras. Aunque el precio y la identidad cultural presentan porcentajes menores, estos elementos también deberán ser considerados como parte del valor agregado de los accesorios, permitiendo ofrecer productos competitivos y acordes con las preferencias del mercado objetivo.

Pregunta 5: ¿Dónde prefieres comprar accesorios artesanales?

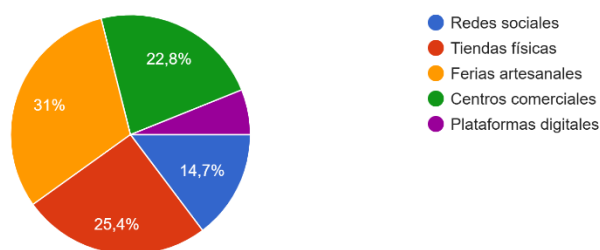
Tabla 12. Pregunta 5 de la Encuesta

Opción de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	29	14,8%
Tiendas físicas	50	25,5%
Ferias artesanales	61	31,1%
Centros comerciales	45	23,0%
Plataformas digitales	11	5,6%
Total	196	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 5. Pregunta 5 del Encuesta

197 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos de las 197 respuestas, se observa que el lugar de compra preferido por los encuestados son las ferias artesanales, con un 31 %. En segundo lugar, se encuentran las tiendas físicas, con un 25,4 %, seguidas por los centros comerciales, que representan el 22,8 %. Por otra parte, las redes sociales alcanzan un 14,7 %, mientras que las plataformas digitales representan el menor porcentaje, con un 6,1 %.

Interpretación: Los resultados permiten interpretar que los posibles clientes prefieren principalmente adquirir accesorios artesanales en espacios físicos, especialmente en ferias artesanales, tiendas y centros comerciales. Esto representa una oportunidad para que la empresa participe en ferias y busque puntos estratégicos de comercialización directa. Sin embargo, las redes sociales también presentan un porcentaje importante, por lo que se recomienda complementar la venta presencial con estrategias de marketing digital, permitiendo ampliar el alcance de los productos y facilitar la comunicación con los clientes.

Pregunta 6: ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un accesorio artesanal de buena calidad?

Tabla 13. Pregunta 6 de la Encuesta

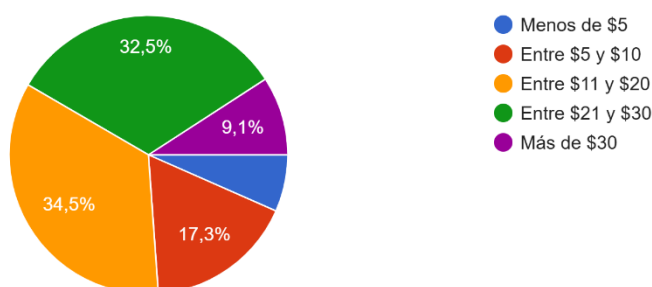
Opción de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Menos de\$5	13	6,6%
Entre \$5 y \$10	34	17,3%
Entre \$11 y \$20	68	34,7%

Entre \$21 y \$30	63	32,1%
Más de \$30	18	9,2%
Total	196	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 6. Pregunta 6 de la Encuesta

197 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos de las 197 respuestas, se observa que el 34,5 % de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$11 y \$20 por un accesorio artesanal de buena calidad. En segundo lugar, el 32,5 % indicó que pagaría entre \$21 y \$30, mientras que el 17,3 % estaría dispuesto a pagar entre \$5 y \$10. Por otra parte, el 9,1 % manifestó que pagaría más de \$30, y el porcentaje restante corresponde a quienes prefieren pagar menos de \$5. Estos resultados evidencian que la mayor concentración de respuestas se encuentra en un rango de precio medio.

Interpretación: Los resultados permiten interpretar que existe una disposición favorable de pago por accesorios artesanales de buena calidad, principalmente dentro del rango de \$11 a \$30. Por esta razón, la empresa deberá establecer sus precios considerando los costos de producción, la calidad de los materiales y el valor agregado de la elaboración artesanal. Además, se recomienda ofrecer productos en diferentes rangos de precios, permitiendo atender tanto a clientes que buscan accesorios más económicos como a aquellos dispuestos a pagar un valor mayor por productos originales, personalizados y de mejor calidad.

Pregunta 7: ¿Qué motivo impulsaría a comprar un accesorio artesanal?

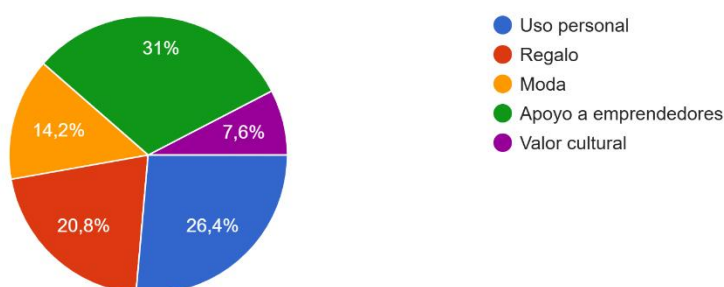
Tabla 14. Pregunta 7 de la Encuesta

Opción de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Uso personal	52	26,5%
Regalo	41	20,9%
Moda	28	14,3%
Apoyo a emprendedores	61	31,1%
Valor cultural	14	7,1%
Total	196	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 7. Pregunta 7 de la Encuesta

197 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos de las 197 respuestas, se observa que el principal motivo que impulsaría a los encuestados a comprar un accesorio artesanal es el apoyo a emprendedores, con un 31 %. En segundo lugar se encuentra el uso personal, con un 26,4 %, seguido de la compra como regalo, con un 20,8 %. Por otra parte, el 14,2 % indicó que la moda sería su principal motivación, mientras que el 7,6 % manifestó que su decisión estaría relacionada principalmente con el valor cultural del producto.

Interpretación: Los resultados permiten interpretar que la empresa cuenta con una oportunidad para destacar el valor del emprendimiento y la elaboración artesanal como parte de su propuesta comercial, debido a que apoyar a emprendedores representa el principal motivo de compra. Sin embargo, también será importante desarrollar productos atractivos para uso personal y para regalos, ya que estos factores presentan porcentajes significativos. Por esta razón, la estrategia comercial deberá combinar la promoción del trabajo artesanal con diseños originales, opciones de personalización y productos adecuados para diferentes ocasiones.

Pregunta 8: ¿Cuál de los siguientes factores influye más en su decisión de compra?

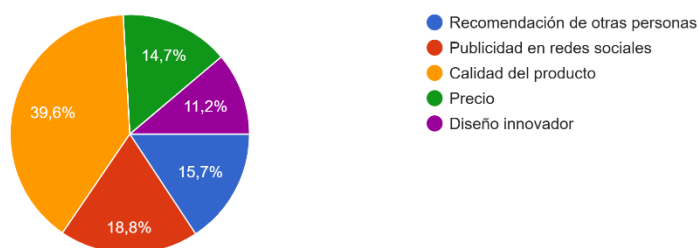
Tabla 15. Pregunta 8 de la Encuesta

Opción de respuestas	Frecuencias	Porcentajes
Recomendación de otras personas	31	15,8%
Publicidad en redes sociales	37	18,9%
Calidad del producto	77	39,3%
Precio	29	14,8%
Diseño innovador	22	11,2%
Total	196	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 8. Pregunta 8 de le Encuesta

197 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos de las 197 respuestas, se observa que el factor que más influye en la decisión de compra es la calidad del producto, con un 39,6 %. En segundo lugar, se encuentra la publicidad en redes sociales, con el 18,8 %, seguida por la recomendación de otras personas, con el 15,7 %. Por otra parte, el precio representa el 14,7 %, mientras que el diseño innovador alcanza el 11,2 %, siendo el factor con menor porcentaje entre las opciones evaluadas.

Interpretación: Los resultados permiten interpretar que la calidad del producto será el principal aspecto que la empresa deberá considerar dentro de su propuesta comercial, ya que representa el factor de mayor influencia en la decisión de compra de los posibles clientes. Asimismo, la publicidad en redes sociales y las recomendaciones de otras personas también presentan una importancia significativa, por lo que será necesario implementar estrategias de marketing digital y brindar una experiencia satisfactoria que motive a los clientes a recomendar los productos. Por lo tanto, la empresa deberá combinar calidad, promoción digital, precios adecuados y diseños atractivos para fortalecer su competitividad en el mercado.

Pregunta 9: ¿A través de que red social le gustaría conocer nuevos productos artesanales?

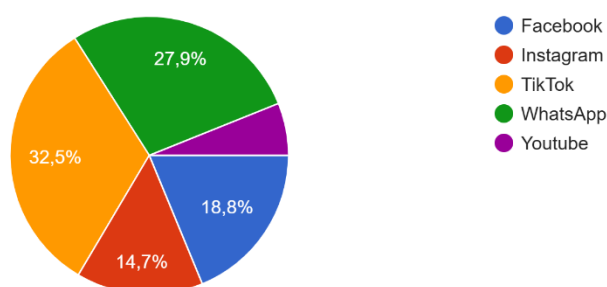
Tabla 16. Pregunta 9 de la Encuesta

Opción de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	37	18,9%
Instagram	29	14,8%
TikTok	63	32,1%
WhatsApp	55	28,1%
YouTube	12	6,1%
Total	196	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 9. Pregunta 9 de la Encuesta

197 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos de las 197 respuestas, se observa que la red social preferida para conocer nuevos productos artesanales es TikTok, con un 32,5 %. En segundo lugar se encuentra WhatsApp, con el 27,9 %, seguido de Facebook, con un 18,8 %, e Instagram, con el 14,7 %. Finalmente, YouTube presenta el porcentaje más bajo, correspondiente aproximadamente al 6,1 %.

Interpretación: Los resultados permiten interpretar que TikTok y WhatsApp serán los principales canales digitales que la empresa deberá considerar para dar a conocer sus accesorios artesanales, debido a que concentran el mayor porcentaje de preferencia entre los encuestados. TikTok podrá utilizarse para mostrar videos creativos sobre el proceso de elaboración, nuevos diseños y productos, mientras que WhatsApp permitirá mantener una comunicación directa con los posibles clientes y gestionar pedidos. Además, Facebook e Instagram también deberán ser utilizados como canales complementarios para ampliar la presencia digital y fortalecer la estrategia de marketing del proyecto.

Pregunta 10: ¿Qué beneficio considera más atractivo en una empresa de accesorios artesanales?

Tabla 17. Pregunta 10 de la Encuesta

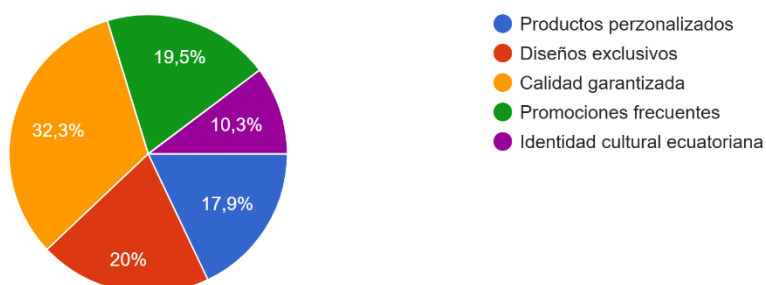
Opciones de repuestas	Frecuencia	Porcentaje
Productos personalizados	35	18,0%
Diseños exclusivos	38	19,6%

Calidad garantizada	63	32,5%
Promociones frecuentes	38	19,6%
Identidad cultural ecuatoriana	20	10,3%
Total	196	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 10. Pregunta 10 de la Encuesta

195 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos de las 195 respuestas, se observa que el beneficio considerado más atractivo por los encuestados es la calidad garantizada, con un 32,3 %. En segundo lugar se encuentran los diseños exclusivos, con un 20 %, seguidos por las promociones frecuentes, con el 19,5 %. Por otra parte, los productos personalizados alcanzan un 17,9 %, mientras que la identidad cultural ecuatoriana representa el 10,3 %, siendo el beneficio con menor porcentaje de preferencia.

Interpretación: Los resultados permiten interpretar que los posibles clientes valoran principalmente la calidad de los productos, por lo que la empresa deberá garantizar buenos materiales, acabados adecuados y una revisión constante de cada accesorio antes de su comercialización. Asimismo, los diseños exclusivos, las promociones y la posibilidad de personalización también representan aspectos importantes para atraer a los consumidores. Por esta razón, el proyecto deberá desarrollar una oferta que combine calidad, creatividad, exclusividad y beneficios promocionales, con el propósito de generar mayor interés y satisfacción en los clientes.

2.2. Análisis de la Oferta / Situación Actual

El análisis de la oferta permite identificar las características de los productos y servicios que actualmente se encuentran disponibles en el mercado y que pueden satisfacer una necesidad similar a la propuesta del presente proyecto. De acuerdo con (Philip & Lane Keller, 2026), el análisis del mercado permite conocer las diferentes alternativas existentes y comprender la posición que una nueva empresa puede alcanzar frente a otros oferentes. En este caso, la oferta está conformada por emprendimientos artesanales, tiendas de accesorios, negocios de bisutería, ferias artesanales y comercios que comercializan productos similares en la ciudad de Quito.

En la situación actual, se puede observar la existencia de una amplia variedad de accesorios, entre ellos pulseras, collares, aretes, llaveros, manillas y otros artículos decorativos. Estos productos pueden encontrarse tanto en establecimientos físicos como en ferias, centros comerciales y canales digitales. Sin embargo, la oferta existente presenta diferentes niveles de calidad, precio, diseño y personalización, lo que genera oportunidades para que nuevos emprendimientos desarrollen propuestas diferenciadas y orientadas a necesidades específicas de los consumidores.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de mercado realizada para el presente proyecto, los posibles clientes consideran que la calidad, el diseño y la originalidad son factores importantes al momento de adquirir accesorios artesanales. Además, la encuesta evidencia que las ferias artesanales, las tiendas físicas y los centros comerciales son espacios relevantes para la comercialización, mientras que TikTok, WhatsApp y otras redes sociales representan canales complementarios para la promoción y comunicación con los clientes. Estos resultados permiten identificar que la oferta del proyecto deberá combinar la comercialización presencial con estrategias digitales.

Por otra parte, dentro del mercado existen productos industriales que pueden representar una competencia debido a sus precios y disponibilidad. Frente a esta situación, el proyecto buscará diferenciarse mediante la elaboración de accesorios artesanales inspirados en elementos culturales ecuatorianos, priorizando la calidad, creatividad, originalidad y posibilidad de personalización. Según (Philip & Lane Keller, 2026), la diferenciación permite que una empresa genere una propuesta de valor que contribuya a distinguir sus productos frente a las alternativas disponibles en el mercado.

En este sentido, la situación actual representa una oportunidad para el desarrollo del proyecto, debido a que los resultados de la encuesta muestran una aceptación favorable hacia la adquisición de accesorios artesanales. La propuesta buscará atender esta demanda mediante la producción de pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas, considerando las preferencias y capacidad de pago de los posibles clientes. Por lo tanto, el análisis de la oferta permitirá orientar la propuesta hacia productos competitivos y diferenciados, con el propósito de lograr una adecuada inserción en el mercado de Quito.

2.2.1. Perfil del Actor Principal

El actor principal del presente proyecto será el emprendedor o responsable de la empresa de accesorios artesanales, quien tendrá la función de dirigir, organizar y coordinar las principales actividades necesarias para el funcionamiento del negocio. Esta persona será responsable de tomar decisiones relacionadas con la elaboración de los productos, adquisición de materiales, promoción, comercialización y atención a los clientes. De acuerdo con (David Fred, 2020), el emprendimiento se relaciona con la identificación de oportunidades y la capacidad de organizar recursos para generar valor.

El perfil del actor principal deberá estar relacionado con características como la creatividad, responsabilidad, iniciativa y capacidad de organización, debido a que el desarrollo de productos artesanales requiere atención en los detalles y capacidad para adaptarse a las preferencias de los consumidores. Además, deberá tener conocimientos básicos sobre elaboración artesanal, comercialización, atención al cliente y manejo de herramientas digitales, con el propósito de contribuir al adecuado desarrollo del emprendimiento.

Asimismo, el emprendedor deberá mantener una relación directa con los diferentes actores involucrados en el proyecto, como proveedores, clientes, aliados comerciales y otros emprendedores. Su participación será fundamental para garantizar la calidad de los productos y desarrollar estrategias que permitan dar a conocer la empresa en el mercado. Por lo tanto, el actor principal tendrá un papel importante en la planificación, ejecución y crecimiento progresivo del proyecto.

2.2.2. Variables Psicográficas y Demográficas Pertinentes

Las variables demográficas y psicográficas permiten conocer las principales características de los posibles consumidores y establecer de mejor manera el mercado objetivo del proyecto. Según (Philip & Lane Keller, 2026), la segmentación de mercado permite dividir a los consumidores en grupos con características y comportamientos similares, facilitando el desarrollo de productos y estrategias orientadas a sus necesidades.

Variables demográficas

Las variables demográficas consideradas en la investigación son las siguientes:

Tabla 18. Variables demográficas

Variable demográfica	Descripción
Edad	Personas comprendidas aproximadamente entre 15 y 45 años.
Género	Hombres y mujeres interesados en adquirir accesorios artesanales.
Lugar de residencia	Habitantes de la ciudad de Quito y sus diferentes sectores.
Nivel de ingresos	Personas con diferentes niveles de capacidad adquisitiva.
Ocupación	Estudiantes, trabajadores, profesionales y emprendedores.
Estado civil	Personas solteras, casadas, en unión libre u otras condiciones.
Nivel de educación	Personas con diferentes niveles de formación académica.

Fuente: Elaboración Propia

Estas variables permiten identificar el perfil de los consumidores con mayor probabilidad de adquirir productos personalizados para diferentes ocasiones especiales.

Variables psicográficas

Las variables psicográficas permiten conocer el estilo de vida, intereses y motivaciones de los clientes potenciales.

Tabla 19. Variables Psicográficas

Variable psicográfica	Descripción
Estilo de vida	Personas que buscan accesorios para complementar su vestimenta y expresar su estilo personal.
Intereses	Consumidores interesados en la moda, los accesorios, las artesanías y los productos creativos.

Personalidad	Personas que prefieren productos originales, diferentes y que representen sus gustos personales.
Valores	Consumidores que valoran la calidad, el trabajo artesanal, la creatividad y el apoyo a los emprendedores locales.
Gustos y preferencias	Personas que buscan diseños atractivos, colores variados y productos que se adapten a sus preferencias.
Interés por la personalización	Consumidores que desean adquirir accesorios personalizados con nombres, colores, diseños o características específicas.
Identidad cultural	Personas interesadas en productos artesanales inspirados en elementos representativos de la cultura ecuatoriana.

Fuente: Elaboración Propia

Las variables psicográficas permiten conocer mejor los gustos, intereses, estilo de vida y valores de los posibles clientes. En este proyecto se identifica que los consumidores pueden sentirse atraídos por accesorios originales, creativos, personalizados y relacionados con la moda y el trabajo artesanal.

Además, existe interés por productos que representen la personalidad y estilo de cada consumidor, así como por el apoyo a los emprendimientos y la identidad cultural ecuatoriana. Por ello, estas variables permitirán orientar la elaboración de accesorios artesanales que respondan a las preferencias del mercado objetivo.

2.3. Plan de Acción o Propuesta

2.3.1. Producto, Servicio o Intervención Propuesta

La propuesta del presente proyecto consiste en la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de accesorios artesanales inspirados en la cultura ecuatoriana, dirigida principalmente a los consumidores de la ciudad de Quito. Los productos serán elaborados de manera artesanal, buscando ofrecer diseños originales, creativos y diferenciados que respondan a los gustos y preferencias de los posibles clientes. De acuerdo con (Philip & Lane Keller, 2026), las empresas deben desarrollar productos que permitan satisfacer las necesidades de los consumidores y generar una propuesta de valor dentro del mercado.

Los principales productos que se ofrecerán serán pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas. Estos accesorios podrán incorporar diferentes colores, materiales y diseños relacionados con elementos representativos de la cultura

ecuatoriana. Asimismo, se considerará la elaboración de productos personalizados, debido a que la diferenciación y adaptación de la oferta pueden contribuir a generar mayor valor para los consumidores (Kotler, 2016).

Como parte de la propuesta, el principal valor agregado será la elaboración artesanal de los productos, debido a que cada accesorio buscará reflejar creatividad, originalidad y atención a los detalles. La producción artesanal permitirá desarrollar diseños diferenciados frente a los productos fabricados de forma industrial y ofrecer alternativas que respondan a las preferencias de los clientes. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, 2024), los productos artesanales se caracterizan por ser elaborados principalmente mediante el trabajo manual y por expresar aspectos relacionados con la creatividad y la identidad cultural.

Además de la elaboración de los accesorios, la propuesta incluirá un servicio de atención personalizada y comercialización directa, utilizando canales como redes sociales, WhatsApp, ferias artesanales y otros espacios de venta. Esto permitirá mantener una comunicación directa con los clientes, recibir pedidos y promocionar los productos de manera más amplia. En este sentido, la propuesta buscará combinar el trabajo artesanal con estrategias de comercialización que permitan acercar los productos al mercado objetivo.

Por lo tanto, la intervención propuesta pretende desarrollar una alternativa de emprendimiento basada en la producción y comercialización de accesorios artesanales, considerando los resultados obtenidos en la investigación de mercado. La propuesta se enfocará en ofrecer productos que combinen calidad, creatividad, originalidad, personalización e identidad cultural, con el propósito de satisfacer las preferencias de los consumidores y lograr el posicionamiento progresivo de la empresa dentro del mercado de Quito.

2.3.2. Costos / Accesibilidad

Para el presente proyecto, los costos y la accesibilidad son aspectos importantes, debido a que los accesorios artesanales deben mantener una relación adecuada entre el valor del producto, la calidad y la capacidad de compra de los posibles clientes. De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, la mayoría de los encuestados

manifestó estar dispuesta a pagar entre \$11 y \$30 por un accesorio artesanal de buena calidad. Esta información permitirá establecer precios acordes con las preferencias y posibilidades económicas del mercado objetivo.

Los costos de producción estarán relacionados principalmente con la adquisición de materia prima, materiales, herramientas, empaques y otros insumos necesarios para la elaboración de pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas. Asimismo, se deberán considerar los costos relacionados con la promoción, transporte y comercialización de los productos. Según (Philip & Lane Keller, 2026), la determinación del precio debe considerar tanto los costos de la empresa como el valor percibido por los consumidores y las condiciones del mercado.

En cuanto a la accesibilidad, la propuesta buscará ofrecer productos en diferentes rangos de precios, permitiendo que distintos grupos de consumidores puedan adquirir accesorios artesanales. Además, los productos estarán disponibles mediante ferias artesanales, ventas directas y canales digitales como TikTok, WhatsApp, Facebook e Instagram, facilitando el acceso y la comunicación con los posibles clientes. De esta manera, se pretende combinar precios accesibles con diferentes canales de comercialización.

Por lo tanto, el proyecto buscará mantener un equilibrio entre costos de producción, calidad y precios competitivos, procurando que los productos sean accesibles para el mercado objetivo sin afectar la rentabilidad del emprendimiento. La elaboración artesanal y la adecuada selección de proveedores permitirán controlar los costos y ofrecer accesorios con un valor agregado basado en la creatividad, originalidad y calidad.

2.3.3. Comunicación y Difusión

La comunicación y difusión del presente proyecto será fundamental para dar a conocer la empresa y los accesorios artesanales que se ofrecerán al mercado. Para ello, se utilizarán diferentes medios de comunicación, principalmente TikTok, WhatsApp, Facebook e Instagram, debido a que estos canales permitirán mostrar los productos, compartir información sobre sus características y mantener una comunicación directa con los posibles clientes. De acuerdo con (Philip & Lane Keller, 2026), la comunicación de marketing permite a las empresas informar, persuadir y mantener una relación con los consumidores.

La estrategia de difusión se enfocará en la publicación de fotografías, videos, promociones, nuevos diseños y contenido relacionado con el proceso de elaboración artesanal. También se buscará destacar la calidad, originalidad y personalización de los productos, así como los elementos inspirados en la cultura ecuatoriana. De esta manera, se pretende generar mayor interés y reconocimiento de la marca entre los consumidores.

Además, la comunicación no se realizará únicamente por medios digitales, sino también mediante la participación en ferias artesanales, eventos y otros espacios de comercialización, donde los clientes podrán conocer directamente los productos. La combinación de estrategias digitales y presenciales permitirá ampliar el alcance de la propuesta y facilitar el contacto con diferentes grupos de consumidores.

Por lo tanto, la comunicación y difusión del proyecto buscará mantener una relación cercana con los clientes y posicionar progresivamente la empresa en el mercado. Las estrategias estarán orientadas a transmitir una imagen basada en la creatividad, calidad, originalidad, trabajo artesanal e identidad cultural, elementos que permitirán diferenciar los productos frente a otras alternativas disponibles en el mercado (Philip Kotler, 2023).

2.3.4. Distribución o Implementación

La distribución o implementación del presente proyecto estará orientada a facilitar el acceso de los clientes a los accesorios artesanales y garantizar que los productos puedan llegar al mercado objetivo de manera adecuada. Para ello, se utilizarán diferentes canales de comercialización, considerando tanto la venta directa como los medios digitales. De acuerdo con (Philip & Lane Keller, 2026), los canales de distribución permiten que los productos lleguen desde el productor hasta el consumidor final, facilitando su disponibilidad y acceso.

En primer lugar, los productos serán comercializados de manera directa mediante la participación en ferias artesanales, eventos y espacios de venta, donde los posibles clientes podrán observar y adquirir los accesorios. Esta estrategia permitirá establecer un contacto directo con los consumidores, conocer sus opiniones y dar a conocer la variedad de productos elaborados.

Además, se implementará la comercialización mediante WhatsApp y redes sociales como TikTok, Facebook e Instagram, las cuales permitirán mostrar los productos disponibles, publicar nuevos diseños, recibir pedidos y mantener una comunicación directa con los clientes. Una vez confirmado el pedido, se coordinará la entrega mediante puntos de encuentro, entregas directas o servicios de envío, dependiendo de la ubicación y las necesidades del cliente.

La implementación del proyecto se realizará de manera progresiva. Inicialmente, se elaborará una cantidad limitada de productos, principalmente de aquellos que presentaron mayor aceptación en la investigación de mercado, como llaveros, pulseras, aretes y collares. Posteriormente, de acuerdo con la respuesta de los clientes y el nivel de demanda, se incrementará la producción y se incorporarán nuevos diseños y productos.

Por lo tanto, la estrategia de distribución buscará combinar la venta presencial y digital, permitiendo ampliar el alcance de la empresa y facilitar el acceso de los consumidores a los accesorios artesanales. Esta implementación permitirá desarrollar el emprendimiento de forma progresiva, considerando la demanda, los recursos disponibles y las preferencias identificadas durante la investigación de mercado (Kotler, 2016).

2.4. Posibilidades desde el Punto de Vista del Entorno

Desde el punto de vista del entorno, el presente proyecto presenta diferentes posibilidades para el desarrollo de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de accesorios artesanales inspirados en la cultura ecuatoriana. Una de las principales oportunidades se relaciona con el interés de los consumidores por adquirir productos originales, creativos y elaborados de manera artesanal. De acuerdo con los resultados de la investigación de mercado realizada, existe una aceptación favorable hacia este tipo de productos, lo que representa una oportunidad para el desarrollo del emprendimiento.

Asimismo, el entorno digital representa una posibilidad importante para la promoción y comercialización de los accesorios. El uso de plataformas como TikTok, WhatsApp, Facebook e Instagram permitirá dar a conocer los productos a un mayor número de personas y mantener una comunicación directa con los clientes. Según (Kotler, 2016), las organizaciones deben considerar los cambios del entorno y las nuevas formas

de comunicación para desarrollar estrategias que permitan acercarse de mejor manera a los consumidores.

Otra posibilidad importante se encuentra en la participación en ferias artesanales, eventos y espacios comerciales, debido a que estos lugares permiten exhibir directamente los productos y generar contacto con posibles clientes. Además, el interés de algunas personas por apoyar a los emprendimientos y valorar el trabajo artesanal puede contribuir al posicionamiento progresivo de la empresa.

Por lo tanto, las condiciones del entorno ofrecen oportunidades favorables para el desarrollo del proyecto, especialmente por la aceptación identificada en el mercado, el crecimiento de los canales digitales y la existencia de espacios para la comercialización de productos artesanales. Sin embargo, será necesario mantener una adaptación constante a las preferencias de los consumidores y a las condiciones del mercado, ofreciendo productos de calidad, diseños originales y precios accesibles.

2.4.1. Ventaja Diferencial o Propuesta de Valor

La ventaja diferencial del presente proyecto se basa en ofrecer accesorios elaborados de manera artesanal, originales y personalizados, inspirados en elementos representativos de la cultura ecuatoriana. A diferencia de los productos fabricados de forma industrial, la propuesta busca dar mayor importancia a la creatividad, los detalles y la elaboración de cada producto, permitiendo ofrecer accesorios con características propias y diferenciadas.

Los productos que se ofrecerán, como pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas, buscarán combinar la calidad con diseños atractivos y originales. Además, se considerará la posibilidad de personalizar determinados productos según los gustos de los clientes, incorporando nombres, colores o diseños específicos. Según (Kotler, 2016), una propuesta de valor permite que una empresa comunique los beneficios y características que ofrece a sus consumidores frente a otras alternativas disponibles en el mercado.

De esta manera, la propuesta de valor del proyecto no se enfocará únicamente en vender accesorios, sino en ofrecer productos que representen creatividad, identidad, originalidad y trabajo artesanal. Asimismo, se buscará mantener precios accesibles y

utilizar diferentes canales de comercialización, como ferias artesanales, redes sociales y WhatsApp, con el propósito de facilitar el acceso de los clientes a los productos.

Por lo tanto, la principal ventaja diferencial será la combinación de accesorios artesanales, diseños inspirados en la cultura ecuatoriana, posibilidad de personalización, calidad y precios accesibles. Esta propuesta permitirá diferenciar el emprendimiento de otros negocios que comercializan productos similares y generar una mayor conexión con los consumidores que buscan accesorios originales y con un valor agregado.

2.4.2. Análisis de Fuerzas o Factores del Entorno

La ventaja diferencial del presente proyecto se basa en ofrecer accesorios elaborados de manera artesanal, originales y personalizados, inspirados en elementos representativos de la cultura ecuatoriana. La propuesta busca diferenciarse de otros productos similares, especialmente de aquellos fabricados de forma industrial, mediante la creatividad, el cuidado de los detalles y la posibilidad de ofrecer productos con características propias. Según (Kotler, 2016), una propuesta de valor permite a una empresa comunicar los beneficios que ofrece a sus clientes y diferenciarse de las demás alternativas existentes en el mercado.

Desde el punto de vista económico, el proyecto busca ofrecer accesorios con precios accesibles y acordes con la capacidad de pago del mercado objetivo. Los resultados de la encuesta realizada evidenciaron que la mayoría de los posibles clientes estaría dispuesta a pagar entre \$11 y \$30 por un accesorio artesanal de buena calidad. Por esta razón, se buscará mantener un equilibrio entre los costos de producción, la calidad de los materiales y un precio competitivo. De acuerdo con (Philip Kotler, 2023), la determinación del precio debe considerar tanto los costos de la empresa como el valor que los consumidores perciben del producto.

Desde el punto de vista social, la propuesta busca valorar el trabajo artesanal, la creatividad y el desarrollo de nuevos emprendimientos. Además, la incorporación de elementos inspirados en la cultura ecuatoriana permitirá que los productos tengan un componente relacionado con la identidad y la expresión cultural. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, 2024), la artesanía se caracteriza por la elaboración de productos en los que existe una participación importante del trabajo manual y de la creatividad de quienes los elaboran.

Desde el punto de vista competitivo, la principal ventaja estará relacionada con la combinación de calidad, originalidad, personalización e identidad cultural. De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de mercado, los posibles consumidores consideran que la calidad, el diseño y la originalidad son factores importantes al momento de adquirir accesorios. Por ello, la empresa buscará ofrecer productos diferenciados y adaptados a las preferencias de los clientes. (Kotler, 2016) señalan que la diferenciación permite a las organizaciones desarrollar características que generen mayor valor y permitan distinguir su oferta dentro del mercado.

En conclusión, la propuesta de valor del proyecto se fundamenta en ofrecer accesorios artesanales de calidad, con diseños originales, posibilidad de personalización, inspiración en la cultura ecuatoriana y precios accesibles. Esta combinación permitirá generar una diferenciación desde el punto de vista económico, social y competitivo, buscando satisfacer las necesidades de los consumidores y lograr un posicionamiento progresivo dentro del mercado de la ciudad de Quito (Philip Kotler, Gary Armstrong, 2021).

2.4.3. Barreras o Restricciones Identificadas

Una de las principales barreras identificadas en el presente proyecto es la competencia existente, debido a que en el mercado existen diferentes negocios que ofrecen accesorios artesanales e industriales. Por esta razón, será necesario desarrollar productos que se diferencien por su calidad, originalidad, personalización e inspiración en la cultura ecuatoriana. De acuerdo con (Kotler, 2016), la diferenciación permite que una empresa genere una propuesta de valor que contribuya a distinguirse frente a otras alternativas del mercado.

Otra restricción importante está relacionada con los recursos económicos y los costos de producción, ya que la adquisición de materia prima, herramientas, empaques y publicidad requiere una inversión inicial. Además, la variación en los precios y disponibilidad de los materiales puede afectar la elaboración y el precio final de los productos. Por esta razón, se propone iniciar el emprendimiento de manera progresiva, priorizando los productos con mayor aceptación y realizando una adecuada planificación de los recursos.

Finalmente, también se identifica como una barrera el posicionamiento inicial de la marca y la capacidad limitada de producción artesanal. Al tratarse de un nuevo emprendimiento, será necesario generar confianza y reconocimiento entre los consumidores mediante redes sociales, WhatsApp y la participación en ferias artesanales. Según (Kotler, 2016), la comunicación de marketing permite establecer relaciones con los consumidores y dar a conocer los beneficios de los productos ofrecidos.

CAPÍTULO III: Aspectos Técnicos Y Operativos

3.1. Procesos y Control de Calidad

El proceso productivo del presente proyecto estará enfocado en la elaboración artesanal de pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas. El proceso iniciará con la selección y adquisición de la materia prima, considerando aspectos como la calidad, disponibilidad y costo de los materiales. Posteriormente, se realizará el diseño de cada producto, tomando en cuenta las preferencias identificadas en la investigación de mercado y la propuesta de incorporar elementos inspirados en la cultura ecuatoriana.

Una vez definidos los diseños, se procederá con la elaboración artesanal de los accesorios. Durante esta etapa se realizará el corte, tejido, ensamblaje o armado de los materiales, dependiendo de las características de cada producto. Después de la elaboración, cada accesorio será revisado para verificar aspectos como su presentación, resistencia, acabado, diseño y correcto funcionamiento. De acuerdo con (Evans & Lindsay, 2016), la gestión de la calidad busca garantizar que los productos cumplan con los requisitos y expectativas establecidas por los clientes.

El control de calidad se aplicará durante las diferentes etapas del proceso, desde la recepción de la materia prima hasta la entrega del producto terminado. Antes de comercializar cada accesorio, se realizará una revisión final para identificar posibles defectos, materiales dañados, piezas mal ensambladas o problemas en la presentación. Los productos que no cumplan con las condiciones establecidas serán corregidos o elaborados nuevamente antes de ser entregados al cliente.

Además, se mantendrá un registro básico de los productos elaborados y de las observaciones realizadas por los clientes, con el propósito de identificar oportunidades de mejora. La información obtenida permitirá realizar cambios en los diseños, materiales o procesos de elaboración cuando sea necesario. Según (Evans & Lindsay, 2016), el mejoramiento continuo permite a las organizaciones evaluar sus procesos y realizar acciones orientadas a incrementar la calidad y satisfacción de los clientes.

En conclusión, el proceso y control de calidad permitirá organizar las actividades necesarias para la elaboración de los accesorios artesanales y verificar que los productos

cumplan con las características ofrecidas al cliente. La aplicación de controles durante la producción contribuirá a ofrecer productos con mejores acabados, mayor calidad y diseños acordes con las preferencias del mercado objetivo.

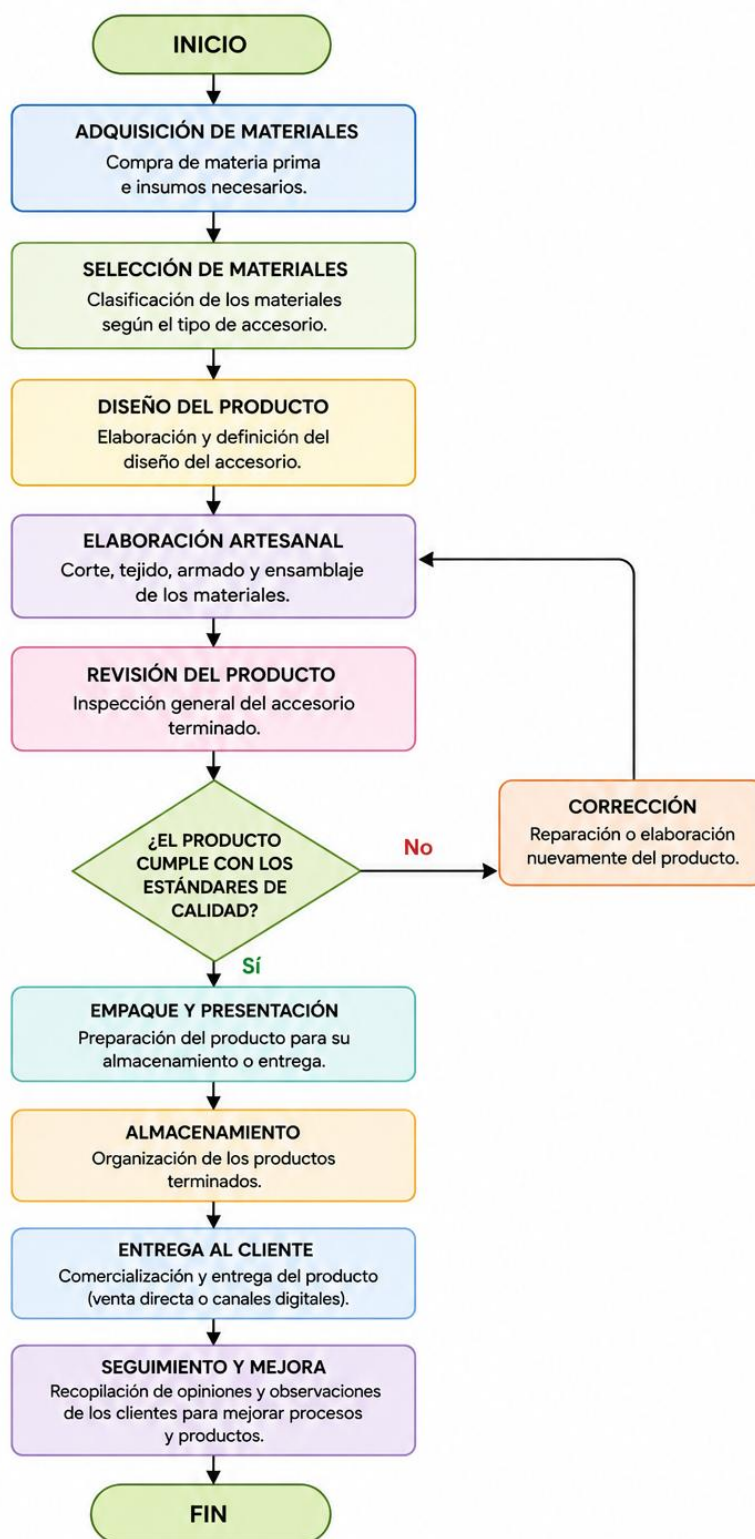
Tabla 20. Procesos y Control de Calidad

Etapas del proceso	Actividad	Control de calidad
1. Adquisición de materiales	Compra de materia prima e insumos necesarios para elaborar los accesorios.	Verificar el estado, calidad y cantidad de los materiales adquiridos.
2. Selección de materiales	Clasificación de los materiales según el tipo de producto que se va a elaborar.	Revisar que los materiales no presenten daños, defectos o deterioro.
3. Diseño del producto	Elaboración y definición del diseño de pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas.	Verificar que el diseño sea atractivo, funcional y acorde con las preferencias de los clientes.
4. Elaboración artesanal	Corte, tejido, armado, ensamblaje y unión de los diferentes materiales.	Revisar que cada pieza esté correctamente elaborada y ensamblada.
5. Revisión del producto	Inspección general del accesorio una vez terminado.	Comprobar resistencia, acabados, presentación y posibles defectos.
6. Corrección de errores	Reparación o elaboración nuevamente de productos que presenten fallas.	Verificar que las correcciones realizadas cumplan con las condiciones establecidas.
7. Empaque y presentación	Preparación del producto para su almacenamiento o entrega al cliente.	Revisar que el producto esté limpio, protegido y correctamente presentado.
8. Almacenamiento	Organización de los productos terminados antes de su comercialización.	Mantener los productos en un lugar seguro y adecuado para evitar daños.
9. Entrega al cliente	Comercialización y entrega del producto mediante venta directa o canales digitales.	Confirmar que el cliente reciba el producto solicitado en buenas condiciones.
10. Seguimiento y mejora	Recopilación de opiniones y observaciones de los clientes.	Analizar sugerencias y realizar mejoras en los productos y procesos.

Fuente: Elaboración Propia

3.1.1. Diagramas de Flujo del Proceso

Gráfico 11. Diagrama de Flujo



Fuente: Elaboración Propia

3.1.2. Mecanismos de Control y Seguimiento

Para el presente proyecto, los mecanismos de control y seguimiento permitirán verificar que las actividades relacionadas con la elaboración y comercialización de los accesorios artesanales se desarrollen de acuerdo con lo planificado. Estos mecanismos serán importantes para controlar aspectos como la producción, calidad de los productos, inventario, ventas y satisfacción de los clientes. Según (Evans & Lindsay, 2016), el control de los procesos permite identificar posibles errores y aplicar acciones de mejora para lograr mejores resultados.

Uno de los principales mecanismos será el control del proceso de producción, mediante la revisión de cada etapa, desde la adquisición de la materia prima hasta la elaboración del producto terminado. Se llevará un registro básico de los materiales utilizados, productos elaborados y posibles inconvenientes identificados durante el proceso. De esta manera, se podrá conocer la cantidad de productos disponibles y realizar correcciones cuando sea necesario.

También se aplicará un control de calidad, realizando una revisión de los accesorios antes de su empaque y entrega al cliente. Se verificará que cada producto cumpla con las condiciones establecidas en relación con el diseño, resistencia, acabado y presentación. Los productos que presenten errores o defectos serán corregidos antes de ser comercializados. De acuerdo con (Evans & Lindsay, 2016), la calidad debe gestionarse mediante actividades de evaluación y mejora continua, buscando cumplir con las expectativas de los clientes.

Por otra parte, se realizará un seguimiento de las ventas y de la respuesta de los clientes, registrando los productos con mayor demanda, los canales de venta utilizados y las opiniones o sugerencias recibidas. Esta información permitirá identificar cuáles son los accesorios más solicitados y qué aspectos pueden mejorarse. Asimismo, se podrá evaluar el funcionamiento de las estrategias de promoción y comercialización implementadas.

Finalmente, el seguimiento del proyecto se realizará de manera periódica, comparando las actividades planificadas con los resultados obtenidos. En caso de identificar problemas relacionados con la producción, calidad, ventas o satisfacción del cliente, se aplicarán acciones correctivas para mejorar el funcionamiento del emprendimiento. De esta manera, los mecanismos de control y seguimiento contribuirán

a mantener una organización adecuada y favorecer el mejoramiento continuo del proyecto (Evans & Lindsay, 2016).

Tabla 21. Mecanismo de Control

Mecanismo de control	Actividad a controlar	Forma de seguimiento	Responsable
Control de materia prima	Compra y disponibilidad de materiales e insumos.	Registro de entradas, salidas y existencias de materiales.	Responsable de producción.
Control de producción	Elaboración de pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas.	Registro de productos elaborados y revisión del cumplimiento del proceso.	Responsable de producción.
Control de calidad	Diseño, resistencia, acabados y presentación de los accesorios.	Inspección de cada producto antes del empaque y comercialización.	Responsable de calidad o producción.
Control de inventario	Cantidad de materia prima y productos terminados disponibles.	Actualización periódica del registro de inventario.	Responsable de inventario.
Control de ventas	Cantidad de productos vendidos e ingresos generados.	Registro diario o semanal de ventas por producto y canal de comercialización.	Responsable de ventas.
Seguimiento de clientes	Opiniones, sugerencias y nivel de satisfacción.	Revisión de comentarios, mensajes y retroalimentación recibida.	Responsable de atención al cliente.
Control de redes sociales	Publicaciones, alcance e interacción con los posibles clientes.	Seguimiento de publicaciones, mensajes e indicadores de interacción.	Responsable de marketing y comunicación.
Control financiero	Ingresos, gastos y costos relacionados con el emprendimiento.	Registro y revisión periódica de los movimientos económicos.	Responsable administrativo o financiero.
Mejora continua	Problemas o aspectos que requieren cambios.	Análisis periódico de los resultados y aplicación de acciones correctivas.	Responsable general del emprendimiento.

Fuente: Elaboración Propia

3.2. Capacidad Operativa

3.2.1. Capacidad de Ejecución o Producción

La capacidad de ejecución o producción del presente proyecto se refiere a la cantidad de accesorios artesanales que el emprendimiento podrá elaborar y comercializar durante un período determinado, considerando los recursos humanos, materiales, económicos y el tiempo disponible. En este caso, al tratarse de un emprendimiento que iniciará sus actividades de manera progresiva, la producción se realizará inicialmente en pequeñas cantidades, permitiendo controlar la calidad de los productos y conocer la aceptación del mercado.

La producción estará enfocada en la elaboración de pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas. La cantidad producida dependerá de la disponibilidad de materia prima, la complejidad de cada accesorio y el tiempo necesario para su elaboración. Por esta razón, inicialmente se priorizará la producción de los productos que presenten mayor aceptación entre los posibles clientes, con el objetivo de utilizar adecuadamente los recursos disponibles y evitar una acumulación innecesaria de inventario.

La capacidad de producción podrá incrementarse de manera progresiva conforme aumente la demanda y el emprendimiento disponga de mayores recursos. Para ello, será necesario mejorar la organización del proceso productivo, mantener un adecuado abastecimiento de materiales y, en caso de ser necesario, incorporar nuevas personas que apoyen en la elaboración y comercialización de los productos. De acuerdo con (Peter Hisrich, 2020), la planificación de la capacidad permite determinar los recursos necesarios para responder a las necesidades de producción de una organización.

Por lo tanto, la capacidad de ejecución del proyecto estará relacionada con la posibilidad de producir de acuerdo con la demanda del mercado, manteniendo un equilibrio entre la cantidad elaborada y la calidad de los accesorios. Se propone iniciar con una producción controlada y flexible, que permita evaluar los resultados y realizar ajustes de manera progresiva. Esto contribuirá a que el emprendimiento pueda crecer de forma organizada y responder a las necesidades de los clientes.

Tabla 22. Capacidad de Producción

Producto	Producción semanal	Producción mensual
----------	--------------------	--------------------

Pulseras	15	60
Llaveros	20	80
Collares	10	40
Bolsos tejidos	5	20
Vinchas	10	40
Aretes	20	80
Manillas	20	80
Total	100 productos	400 productos

Fuente: Elaboración Propia

3.2.2. Dimensionamiento del Proyecto

El dimensionamiento del presente proyecto se establece con el propósito de determinar la capacidad inicial de producción del emprendimiento de accesorios artesanales. Para ello, se ha considerado una producción aproximada de 100 productos semanales, tomando en cuenta los recursos disponibles, el tiempo necesario para la elaboración y la capacidad de trabajo del emprendimiento. De acuerdo con (Meléndez Valdés, 2019), la planificación de la capacidad permite determinar los recursos necesarios para responder a las necesidades de producción de una organización.

Los productos que formarán parte de la producción serán pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas. Considerando aproximadamente cuatro semanas de producción al mes, se estima que el emprendimiento tendrá una capacidad inicial de 400 productos mensuales. Esta capacidad permitirá organizar la producción de acuerdo con la demanda esperada y mantener un equilibrio entre los recursos disponibles y la cantidad de productos elaborados (Meléndez Valdés, 2019).

El proyecto tendrá inicialmente un dimensionamiento pequeño, debido a que los productos serán elaborados de forma artesanal. Esto permitirá mantener un mayor control sobre la calidad, los materiales utilizados y los acabados de cada accesorio. Asimismo, una producción inicial controlada ayudará a evitar la acumulación innecesaria de inventario y permitirá realizar ajustes de acuerdo con la aceptación de los productos en el mercado.

Tabla 23. Dimensionamiento del Proyecto

Aspecto	Descripción
Tipo de producción	Elaboración artesanal de accesorios.
Capacidad semanal	100 productos.

Capacidad mensual	400 productos, considerando 4 semanas de producción.
Productos elaborados	Pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas.
Nivel inicial del proyecto	Pequeña escala, con producción controlada.
Recursos considerados	Materia prima, herramientas, tiempo de trabajo y capacidad operativa.
Control de producción	Seguimiento de la cantidad elaborada y revisión de la calidad de cada producto.
Crecimiento proyectado	Incremento progresivo de la producción de acuerdo con la demanda y disponibilidad de recursos.
Objetivo del dimensionamiento	Mantener un equilibrio entre la capacidad de producción, los recursos disponibles y la demanda del mercado.

Fuente: Elaboración Propia

3.3. Infraestructura y Recursos

3.3.1. Espacios, Equipos o Recursos Necesarios

Para el desarrollo del proyecto será necesario contar con un espacio básico y organizado para realizar la producción, almacenamiento y empaque de los accesorios artesanales. El área de trabajo deberá disponer de una mesa, sillas, iluminación adecuada y espacios para mantener ordenados los materiales y productos terminados.

Entre los principales recursos se requerirán tijeras, pinzas, agujas, reglas, cintas métricas, moldes y recipientes organizadores, además de la materia prima necesaria para elaborar los diferentes accesorios. También será importante contar con un teléfono celular o computadora con acceso a internet para gestionar pedidos, comunicarse con los clientes, promocionar los productos y controlar las ventas e inventarios.

De esta manera, la adecuada organización de los espacios, equipos y recursos permitirá desarrollar las actividades de producción y comercialización de manera más eficiente, facilitando el control de los materiales y la elaboración de productos de calidad. De acuerdo con Heizer et al. (2020), la planificación adecuada de los recursos contribuye al desarrollo eficiente de los procesos operativos.

Tabla 24. Espacios, Equipos y Recursos

Categoría	Recurso necesario	Descripción o uso
Espacio	Área de producción	Espacio destinado a la elaboración artesanal de los accesorios.

	Área de almacenamiento	Lugar para guardar la materia prima, herramientas y productos terminados.
	Área de empaque	Espacio destinado a la revisión, empaque y preparación de los pedidos.
Mobiliario	Mesa de trabajo	Utilizada para realizar las actividades de elaboración y ensamblaje.
	Sillas	Necesarias para realizar las actividades de producción de manera adecuada.
Herramientas	Tijeras y pinzas	Utilizadas para cortar, ajustar y ensamblar los materiales.
	Agujas y materiales de tejido	Necesarios para la elaboración de bolsos tejidos y otros accesorios.
	Regla y cinta métrica	Utilizadas para medir los materiales durante la elaboración.
Organización	Recipientes y organizadores	Permiten clasificar y mantener ordenados los materiales.
Tecnología	Teléfono celular	Utilizado para recibir pedidos y comunicarse con los clientes.
	Computadora	Utilizada para el registro de ventas, inventario y gestión administrativa.
	Acceso a internet	Necesario para promocionar los productos y gestionar las redes sociales.
Materia prima	Materiales para accesorios	Insumos necesarios para elaborar pulseras, llaveros, collares, aretes, manillas, vinchas y bolsos tejidos.
Empaque	Fundas, cajas o empaques	Utilizados para proteger y presentar adecuadamente los productos.

Fuente: Elaboración Propia

3.3.2. Distribución y Organización Física o Lógica

La distribución y organización del proyecto se realizará de manera sencilla y ordenada, considerando que el emprendimiento iniciará con una producción artesanal a pequeña escala. Se contará principalmente con un área de almacenamiento, un área de producción y un área de empaque y preparación de pedidos, con el propósito de mantener organizados los materiales, herramientas y productos terminados.

De manera lógica, las actividades seguirán un proceso desde la adquisición de la materia prima, almacenamiento, elaboración de los accesorios, control de calidad, empaque, registro del inventario y finalmente la entrega al cliente. Esta organización permitirá mantener un orden en las actividades y facilitar el seguimiento del proceso productivo.

Según (Peter Hisrich, 2020), una adecuada distribución y organización de los recursos permite mejorar el flujo de trabajo y aprovechar de mejor manera los recursos disponibles. Por lo tanto, la organización propuesta contribuirá al desarrollo ordenado y eficiente de las actividades del emprendimiento.

Tabla 25. Distribución Física

Área física	Ubicación o función	Recursos principales
Área de almacenamiento de materia prima	Espacio destinado a guardar y organizar los materiales e insumos necesarios para la elaboración de los accesorios.	Estanterías, cajas, recipientes y organizadores.
Área de producción	Espacio principal donde se realizará la elaboración artesanal de pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas.	Mesa de trabajo, sillas, tijeras, pinzas, agujas y demás herramientas.
Área de control de calidad	Espacio destinado a revisar los productos terminados antes de su empaque.	Mesa de revisión y materiales de control.
Área de empaque	Lugar donde los productos serán organizados, empacados y preparados para su entrega.	Fundas, cajas, etiquetas y materiales de empaque.
Área de almacenamiento de productos terminados	Espacio para guardar los accesorios elaborados hasta su venta o entrega al cliente.	Estanterías, cajas y organizadores.
Área administrativa y comercial	Espacio destinado al registro de ventas, control de inventario, atención de pedidos y gestión de redes sociales.	Computadora o teléfono celular, conexión a internet y registros administrativos.

Fuente: Elaboración Propia

3.4. Análisis de Recursos y Proveedores

3.4.1. Insumos, Materiales o Herramientas Necesarias

Para el desarrollo del presente proyecto será necesario contar con diferentes insumos, materiales y herramientas que permitan elaborar los accesorios artesanales de manera adecuada. Estos recursos serán seleccionados de acuerdo con el tipo de producto que se desea fabricar, considerando aspectos como la calidad, disponibilidad y costo.

Entre los principales insumos y materiales se encuentran hilos, lanas, cordones, cuentas, chaquiras, mostacillas, dijes, argollas, cadenas, broches, elásticos, telas, cintas, bases para aretes y otros elementos decorativos. Estos materiales serán utilizados en la elaboración de pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas.

En relación con las herramientas, se requerirán principalmente tijeras, pinzas, agujas, reglas, cintas métricas, pegamento adecuado para manualidades, moldes y recipientes organizadores. Estas herramientas permitirán realizar actividades como cortar, medir, tejer, ensamblar y unir los diferentes materiales durante el proceso de producción.

Además, será necesario contar con materiales destinados al empaque y presentación, como fundas, cajas, etiquetas y tarjetas, con el propósito de proteger los productos y mejorar su presentación antes de la entrega al cliente. Según (Peter Hisrich, 2020), la disponibilidad y adecuada organización de los recursos necesarios permite desarrollar los procesos operativos de manera más eficiente.

Tabla 26. Insumos y Herramientas

Categoría	Insumos, materiales o herramientas	Uso principal
Materia prima	Hilos, lanas y cordones	Elaboración de pulseras, manillas, collares y bolsos tejidos.
Materiales decorativos	Cuentas, chaquiras y mostacillas	Decoración y diseño de los accesorios.
Accesorios metálicos	Dijes, argollas, cadenas y broches	Unión y complemento de pulseras, llaveros y collares.
Materiales elásticos	Hilo elástico y ligas	Elaboración de pulseras y manillas ajustables.
Materiales textiles	Telas, cintas y otros elementos decorativos	Elaboración y decoración de vinchas y bolsos.
Aretes	Bases, ganchos y piezas para aretes	Elaboración de diferentes modelos de aretes.
Herramientas de corte	Tijeras y cortadores	Corte de hilos, cordones, cintas y otros materiales.
Herramientas de ensamblaje	Pinzas y agujas	Unión, ajuste y elaboración de los accesorios.
Herramientas de medición	Regla y cinta métrica	Medición de materiales y productos.
Materiales de unión	Pegamento para manualidades	Fijación de diferentes piezas y elementos decorativos.
Organización	Cajas, recipientes y organizadores	Clasificación y almacenamiento de materiales y herramientas.

Empaque	Fundas, cajas, etiquetas y tarjetas	Protección, presentación y entrega de los productos terminados.
----------------	-------------------------------------	---

Fuente: Elaboración Propia

3.4.2. Criterios de Selección

Los criterios de selección permitirán escoger adecuadamente los insumos, materiales, herramientas y proveedores necesarios para el desarrollo del proyecto. Entre los principales aspectos se considerarán la calidad, el precio, la disponibilidad y la confiabilidad, con el propósito de contar con recursos adecuados para la elaboración de los accesorios artesanales.

También se buscará mantener una relación equilibrada entre la calidad y el costo de los materiales, permitiendo controlar los gastos de producción y ofrecer productos con precios accesibles. Además, se considerará la variedad, facilidad de uso y adaptación de los materiales a los diferentes diseños propuestos. De esta manera, una adecuada selección de los recursos contribuirá a mantener un proceso productivo organizado y garantizar la calidad de los productos. Según (Peter Hisrich, 2020), la selección adecuada de los recursos y proveedores es importante para lograr un funcionamiento eficiente de las operaciones.

Tabla 27. Criterios de Selección

Criterio de selección	Descripción
Calidad	Los materiales deberán tener buenas condiciones, resistencia y una presentación adecuada para la elaboración de los accesorios artesanales.
Precio	Se seleccionarán materiales con precios accesibles que permitan mantener un equilibrio entre el costo de producción y el precio de venta.
Disponibilidad	Se considerará que los materiales puedan encontrarse de manera constante para evitar retrasos en la producción.
Confiabilidad del proveedor	Se buscarán proveedores que cumplan con la entrega de materiales y ofrezcan productos de buena calidad.
Variedad	Se seleccionarán materiales que permitan elaborar diferentes diseños de pulseras, llaveros, collares, bolsos, vinchas, aretes y manillas.
Facilidad de uso	Los materiales y herramientas deberán ser adecuados y fáciles de utilizar durante el proceso artesanal.
Durabilidad	Se considerará la resistencia de los materiales para garantizar que los accesorios tengan una mayor vida útil.

Adaptación al diseño	Los insumos deberán permitir desarrollar productos originales e inspirados en la cultura ecuatoriana.
Seguridad	Se priorizarán materiales y herramientas que puedan utilizarse de manera adecuada durante el proceso de elaboración.

Fuente: Elaboración Propia

3.5. Normativa Aplicable

3.5.1. Normas Técnicas, Sanitarias, Ambientales o Sectoriales

Para el desarrollo del presente proyecto se deberán considerar diferentes normas y criterios relacionados con la elaboración y comercialización de accesorios artesanales. Debido a que los productos serán elaborados manualmente, será importante mantener procesos organizados que permitan garantizar una adecuada calidad, presentación y seguridad de los productos. De acuerdo con (Evans & Lindsay, 2016), la gestión de la calidad permite establecer procesos de control y mejora para cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes.

En relación con las normas técnicas, se realizará una revisión de los materiales, diseños, acabados y resistencia de los accesorios antes de su comercialización. Cada producto deberá cumplir con las características establecidas por el emprendimiento, evitando defectos como piezas mal ensambladas, materiales deteriorados o acabados inadecuados. El control de calidad permitirá mantener una mayor uniformidad y confianza en los productos ofrecidos.

Desde el punto de vista sanitario y de seguridad, se mantendrá limpia y ordenada el área de trabajo, así como las herramientas y materiales utilizados durante la producción. También se procurará utilizar materiales adecuados y seguros, especialmente en productos como aretes y accesorios que pueden estar en contacto directo con la piel. Además, las herramientas deberán utilizarse correctamente para reducir posibles riesgos durante el proceso artesanal.

En cuanto al aspecto ambiental, el proyecto buscará reducir la generación innecesaria de residuos mediante el aprovechamiento adecuado de los materiales y la reutilización de aquellos elementos que puedan ser utilizados nuevamente. Asimismo, se procurará disminuir el uso excesivo de empaques y seleccionar alternativas que generen

un menor impacto ambiental cuando sea posible. Estas acciones permitirán desarrollar una producción artesanal más responsable con el entorno.

3.5.2. Medidas de Seguridad y Cumplimiento

Para el desarrollo del presente proyecto, se establecerán medidas básicas de seguridad y cumplimiento con el fin de proteger a las personas involucradas en la elaboración de los accesorios, mantener un espacio de trabajo adecuado y garantizar que los productos sean elaborados bajo condiciones organizadas. Estas medidas permitirán prevenir accidentes, reducir errores durante la producción y mantener un control sobre las actividades realizadas. La seguridad en el trabajo es un aspecto importante dentro de la gestión operativa, debido a que contribuye a la prevención de riesgos y al adecuado desarrollo de los procesos.

En primer lugar, se mantendrá el área de trabajo limpia, ordenada y con una adecuada iluminación, evitando la acumulación innecesaria de materiales o herramientas. Los instrumentos como tijeras, agujas, pinzas y otros elementos utilizados durante la producción deberán mantenerse en lugares seguros y ser utilizados correctamente. Además, se procurará que los materiales estén clasificados y almacenados de forma adecuada para facilitar su uso y evitar pérdidas o accidentes.

También se aplicarán medidas relacionadas con el control de calidad y la seguridad de los productos. Antes de su comercialización, cada accesorio será revisado para verificar que no presente piezas sueltas, puntas peligrosas, materiales deteriorados o defectos que puedan afectar su uso. En el caso de productos que tengan contacto directo con la piel, se procurará utilizar materiales adecuados y mantener condiciones básicas de limpieza durante su elaboración.

En cuanto al cumplimiento, el emprendimiento deberá mantener registros básicos de producción, inventario, ventas y proveedores. Asimismo, conforme el proyecto crezca, será necesario cumplir con las disposiciones legales, tributarias y comerciales que correspondan a la actividad desarrollada. De acuerdo con (Evans & Lindsay, 2016) el establecimiento de procedimientos y controles permite mantener la calidad y realizar mejoras continuas dentro de los procesos.

Tabla 28. Medidas de Seguridad

Medida	Descripción
Orden y limpieza del área de trabajo	Mantener el espacio de producción limpio y organizado para facilitar las actividades y prevenir accidentes.
Uso adecuado de herramientas	Utilizar correctamente tijeras, agujas, pinzas y demás herramientas necesarias durante la elaboración.
Almacenamiento seguro	Guardar las herramientas, materiales e insumos en lugares adecuados y organizados para evitar pérdidas o accidentes.
Iluminación adecuada	Contar con una iluminación suficiente que permita realizar las actividades artesanales de manera segura y precisa.
Control de calidad	Revisar cada accesorio antes de su comercialización para identificar defectos, piezas sueltas o acabados inadecuados.
Seguridad de los productos	Verificar que los accesorios no presenten elementos que puedan representar riesgos para los clientes.
Higiene de materiales y herramientas	Mantener limpios los materiales y herramientas, especialmente aquellos productos que estarán en contacto con la piel.
Registro de actividades	Mantener un control básico de la producción, inventario, ventas y proveedores.
Cumplimiento de obligaciones	Considerar las disposiciones legales, comerciales y tributarias aplicables al emprendimiento conforme este se desarrolle.
Mejora continua	Identificar posibles problemas y aplicar acciones correctivas para mejorar la seguridad, calidad y funcionamiento del proyecto.

Fuente: Elaboración Propia

3.6. Localización o Ámbito de Aplicación

3.6.1. Macro Localización

El proyecto se desarrollará en la República del Ecuador, considerando principalmente el mercado nacional y las oportunidades de comercialización de accesorios artesanales inspirados en la cultura ecuatoriana. La propuesta busca aprovechar la diversidad cultural y artesanal del país como un elemento diferenciador para la elaboración de productos dirigidos a personas interesadas en accesorios originales y representativos de la identidad cultural.

3.6.2. Micro Localización

La micro localización del presente proyecto corresponde al lugar específico donde se desarrollarán las actividades de producción, almacenamiento y comercialización de los

accesorios artesanales. El emprendimiento estará ubicado en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, considerando este espacio como el punto principal para el desarrollo de las actividades operativas del proyecto.

La ubicación permitirá realizar la elaboración de los productos, el almacenamiento de la materia prima, el control de calidad, el empaque y la preparación de los pedidos. Además, se buscará contar con condiciones adecuadas de iluminación, seguridad, acceso a servicios básicos y espacio suficiente para organizar los materiales, herramientas y productos terminados.

Asimismo, la ubicación en la ciudad de Quito permitirá acceder a un mercado amplio y diverso, facilitando la comercialización de los accesorios mediante ventas directas y canales digitales. El uso de redes sociales y servicios de entrega permitirá ampliar el alcance hacia diferentes sectores de la ciudad. De acuerdo con Heizer et al. (2020), la selección de una ubicación debe considerar factores como el acceso a los recursos, la cercanía con el mercado y las condiciones necesarias para el desarrollo eficiente de las actividades.

3.6.3. Factores de Decisión

Los factores de decisión para la localización del proyecto se relacionan principalmente con la cercanía a los clientes, el acceso a los proveedores y la disponibilidad de materia prima. También se considerará la facilidad de transporte y distribución dentro de la ciudad de Quito, con el propósito de facilitar la comercialización de los accesorios artesanales y la entrega de los productos.

Además, se tomarán en cuenta aspectos como los costos de funcionamiento, la seguridad, los servicios básicos y el acceso a internet. Estos factores permitirán seleccionar un espacio adecuado para desarrollar las actividades de producción y comercialización de manera organizada. Según Heizer et al. (2020), una adecuada localización contribuye al funcionamiento eficiente de las operaciones.

Tabla 29. Factores de Localización

Factor de localización	Descripción
Cercanía al mercado	La ubicación deberá facilitar el acceso a los clientes potenciales dentro de la ciudad de Quito.

Acceso a proveedores	Se considerará la cercanía y facilidad para adquirir materia prima, materiales e insumos necesarios.
Costo del espacio	Se buscará un lugar que permita desarrollar las actividades sin generar costos elevados para el emprendimiento.
Accesibilidad y transporte	La ubicación deberá contar con facilidad de acceso para la movilización de materiales y entrega de productos.
Seguridad	Se considerarán las condiciones de seguridad del sector y del espacio de trabajo.
Servicios básicos	El lugar deberá contar con servicios necesarios, como energía eléctrica, agua e internet.
Espacio disponible	Se requerirá un espacio suficiente para las actividades de almacenamiento, producción, control de calidad y empaque.
Acceso a internet	Será necesario para gestionar redes sociales, recibir pedidos y comunicarse con los clientes.
Distribución de productos	La ubicación deberá facilitar la entrega de los accesorios a diferentes sectores de Quito.
Posibilidad de crecimiento	Se considerará que el espacio permita ampliar las actividades del emprendimiento conforme aumente la demanda.

Fuente: Elaboración Propia

3.7. Matriz de Impacto y Mitigación

3.7.1. Impactos Sociales, Ambientales y Económicos

El presente proyecto busca generar un impacto social positivo mediante la elaboración y comercialización de accesorios artesanales inspirados en la cultura ecuatoriana. La propuesta contribuirá a la valoración de elementos culturales y al consumo de productos elaborados de manera artesanal. Además, conforme el emprendimiento incremente su producción y demanda, podrá generar oportunidades de participación y trabajo. De acuerdo con la (Organización Internacional del Trabajo, s.f.), el desarrollo de actividades productivas sostenibles puede contribuir a la generación de oportunidades económicas y sociales.

Desde el punto de vista ambiental, el proyecto procurará reducir la generación innecesaria de residuos durante el proceso de elaboración de los accesorios. Se buscará aprovechar adecuadamente los materiales, reutilizar ciertos elementos cuando sea posible y disminuir el uso excesivo de empaques. Estas acciones permitirán desarrollar una producción artesanal con un uso más responsable de los recursos y una menor generación de desperdicios.

En el aspecto económico, el proyecto permitirá generar ingresos mediante la producción y comercialización de accesorios artesanales en la ciudad de Quito. Asimismo, la adquisición de materia prima e insumos podrá contribuir a la actividad económica de pequeños proveedores y comercios relacionados. Según (Peter Hisrich, 2020), una adecuada gestión de los recursos y de la capacidad productiva permite mejorar el funcionamiento de las operaciones y aprovechar las oportunidades de crecimiento.

3.7.2. Plan de Mitigación

El plan de mitigación del presente proyecto tiene como finalidad identificar los posibles riesgos que pueden presentarse durante la elaboración y comercialización de los accesorios artesanales y establecer acciones para reducir sus efectos. Debido a que el emprendimiento se desarrollará inicialmente a pequeña escala en la ciudad de Quito, será importante mantener un control sobre aspectos relacionados con la disponibilidad de materiales, calidad de los productos, ventas, seguridad y generación de residuos.

Uno de los principales riesgos identificados es la falta o incremento de precio de la materia prima, lo cual podría afectar los costos de producción. Para mitigar este riesgo, se propone mantener contacto con diferentes proveedores, comparar precios y contar con un inventario básico de los materiales más utilizados. Según (Robbins & Coulter, 2020), una adecuada gestión de los recursos y proveedores permite reducir dificultades dentro de las operaciones.

Otro riesgo está relacionado con la disminución de las ventas o baja aceptación de los productos. Para reducir este impacto, se realizará un seguimiento de las preferencias de los clientes, se recopilarán opiniones y se adaptarán los diseños de acuerdo con la demanda. Además, se utilizarán redes sociales y otros medios digitales para mejorar la promoción y ampliar el alcance del emprendimiento.

También se considerarán riesgos relacionados con la calidad y seguridad de los productos. Para ello, cada accesorio será revisado antes de su comercialización, verificando sus acabados, resistencia y correcta presentación. En caso de identificar defectos, el producto deberá ser corregido antes de ser entregado al cliente, contribuyendo a mantener la satisfacción y confianza del consumidor.

Finalmente, desde el punto de vista ambiental, se procurará reducir los residuos generados durante la producción mediante el aprovechamiento de los materiales y la reutilización de aquellos elementos que se encuentren en buenas condiciones. De esta manera, el plan de mitigación permitirá prevenir o reducir posibles impactos negativos y contribuir al desarrollo organizado y sostenible del proyecto.

Tabla 30. Plan de Mitigación

Riesgo o impacto identificado	Posible consecuencia	Medida de mitigación	Responsable
Aumento del precio de la materia prima	Incremento de los costos de producción.	Comparar precios, buscar diferentes proveedores y mantener un inventario básico de materiales.	Responsable de compras y producción.
Falta de materiales	Retrasos en la elaboración de los productos.	Mantener contacto con varios proveedores y controlar periódicamente el inventario.	Responsable de producción.
Baja aceptación de los productos	Disminución de las ventas e ingresos.	Realizar promociones, recopilar opiniones de los clientes y adaptar los diseños a sus preferencias.	Responsable de marketing y ventas.
Disminución de ventas	Reducción de los ingresos del emprendimiento.	Implementar estrategias de promoción en redes sociales y buscar nuevos canales de comercialización.	Responsable de ventas y marketing.
Defectos en los productos	Insatisfacción de los clientes y posibles devoluciones.	Realizar un control de calidad antes del empaque y entrega de cada accesorio.	Responsable de producción y calidad.
Accidentes durante la producción	Lesiones o interrupciones en las actividades.	Utilizar correctamente las herramientas y mantener el área de trabajo limpia y organizada.	Responsable de producción.
Pérdida o daño de materiales	Aumento de costos y retrasos en la producción.	Almacenar y organizar correctamente los materiales y herramientas.	Responsable de inventario.
Generación de residuos	Impacto ambiental negativo.	Reducir desperdicios, aprovechar materiales y reutilizar elementos cuando sea posible.	Responsable de producción.

Problemas en la entrega de pedidos	Retrasos e insatisfacción de los clientes.	Confirmar los pedidos, coordinar previamente las entregas y mantener comunicación con el cliente.	Responsable de ventas y distribución.
Problemas financieros	Dificultades para adquirir materiales o continuar con las actividades.	Mantener un registro de ingresos, gastos, costos y realizar un control financiero periódico.	Responsable administrativo y financiero.

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO IV: Estudio Económico Y Evaluación

4.1. Estructura Económica del Proyecto

La estructura económica del presente proyecto permite organizar los recursos financieros necesarios para poner en marcha el emprendimiento de elaboración y comercialización de accesorios artesanales inspirados en la cultura ecuatoriana en la ciudad de Quito. Esta estructura considera la inversión inicial, los costos y gastos operativos y los ingresos proyectados, elementos necesarios para conocer la situación económica del proyecto.

La inversión inicial permitirá adquirir los equipos, herramientas, materiales y demás recursos necesarios para iniciar las actividades. Por otro lado, los costos y gastos estarán relacionados con la producción, adquisición de materia prima, empaque, transporte, promoción y comercialización de los accesorios. Los ingresos dependerán de las ventas proyectadas, considerando una capacidad de producción de 100 productos semanales y 400 productos mensuales.

De esta manera, la estructura económica permitirá determinar si los ingresos generados por el proyecto pueden cubrir los costos y gastos necesarios para su funcionamiento. Además, servirá como base para realizar posteriormente la proyección de ventas, el flujo de caja y la evaluación financiera. Según (Suquillo Ramos, 2020), la planificación adecuada de los recursos y costos contribuye a una mejor organización y toma de decisiones dentro de las operaciones.

Tabla 31. Estructura Económica

Componente económico	Descripción	Elementos principales
Inversión inicial	Recursos económicos necesarios para poner en marcha el emprendimiento.	Equipos, herramientas, mobiliario, materiales iniciales, adecuación del espacio y otros recursos necesarios.
Activos fijos	Bienes que serán utilizados durante el funcionamiento del proyecto y tendrán una vida útil mayor a un período.	Mesa de trabajo, sillas, estanterías, herramientas y equipos tecnológicos.
Capital de trabajo	Recursos necesarios para cubrir las actividades iniciales de producción y operación.	Materia prima, empaques, transporte, promoción y otros gastos operativos iniciales.

Costos de producción	Valores relacionados directamente con la elaboración de los accesorios artesanales.	Hilos, cuentas, chaquiras, dijes, telas, broches, materiales decorativos y mano de obra.
Costos y gastos operativos	Recursos necesarios para mantener el funcionamiento y comercialización del emprendimiento.	Transporte, internet, publicidad, empaques, servicios básicos y otros gastos administrativos.
Ingresos proyectados	Recursos económicos que se espera obtener mediante la venta de los productos.	Ventas de pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas.
Proyección financiera	Estimación de los resultados económicos futuros del proyecto.	Proyección de ventas, costos, gastos, flujo de caja y estado de resultados.
Evaluación financiera	Análisis de la viabilidad económica y financiera del proyecto.	Punto de equilibrio, flujo de caja, VAN, TIR y período de recuperación de la inversión.

Fuente: Elaboración Propia

4.1.1. Plan de Inversiones

El plan de inversión del presente proyecto tiene como finalidad identificar los recursos económicos necesarios para iniciar el emprendimiento de elaboración y comercialización de accesorios artesanales inspirados en la cultura ecuatoriana en la ciudad de Quito. La inversión inicial estará orientada principalmente a la adquisición de herramientas, mobiliario, materiales, insumos y recursos necesarios para desarrollar las actividades de producción y comercialización.

La inversión se organizará en tres componentes principales: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo. Los activos fijos estarán conformados por los bienes y herramientas que serán utilizados durante el funcionamiento del proyecto, como mesas de trabajo, sillas, estanterías, herramientas y equipos tecnológicos. Por su parte, el capital de trabajo estará destinado a cubrir la compra inicial de materia prima, materiales de empaque, promoción, transporte y otros gastos necesarios para iniciar las operaciones.

La determinación del plan de inversión permitirá establecer el monto aproximado que se necesitará para poner en marcha el proyecto y servirá como base para realizar los siguientes cálculos económicos y financieros. Además, permitirá identificar la distribución de los recursos y planificar su utilización de manera organizada. De acuerdo con Heizer et al. (2020), la planificación adecuada de los recursos es necesaria para

garantizar la disponibilidad de los elementos requeridos para el desarrollo de las operaciones.

Tabla 32. Inversión Activos Fijos

Activo fijo	Cantidad	Valor unitario (USD)	Valor total (USD)
Mesa de trabajo	2	\$80,00	\$160,00
Sillas	4	\$25,00	\$100,00
Estanterías	2	\$70,00	\$140,00
Computadora portátil	1	\$500,00	\$500,00
Teléfono celular	1	\$250,00	\$250,00
Kit de herramientas artesanales	2	\$40,00	\$80,00
Recipientes y organizadores	10	\$5,00	\$50,00
Lámparas de trabajo	2	\$30,00	\$60,00
Impresora	1	\$150,00	\$150,00
TOTAL			\$1.490,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 33. Inversión Activos Diferidos

Activo diferido	Cantidad	Valor unitario (USD)	Valor total (USD)
Diseño y creación de marca	1	\$100,00	\$100,00
Diseño de logotipo e identidad visual	1	\$80,00	\$80,00
Creación de redes sociales y configuración digital	1	\$50,00	\$50,00
Diseño de catálogo digital de productos	1	\$70,00	\$70,00
Registro y trámites iniciales	1	\$100,00	\$100,00
Material publicitario inicial	1	\$100,00	\$100,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			\$500,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 34. Capital de Trabajo

Concepto	Cantidad	Valor unitario (USD)	Valor total (USD)
Materia prima e insumos iniciales	1	\$500,00	\$500,00
Materiales de empaque	1	\$100,00	\$100,00
Publicidad y promoción inicial	1	\$150,00	\$150,00
Transporte y distribución	1	\$100,00	\$100,00

Servicios básicos e internet	1	\$80,00	\$80,00
Gastos administrativos y operativos	1	\$120,00	\$120,00
Fondo para imprevistos	1	\$100,00	\$100,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$1.150,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 35. Inversión Total del Proyecto

Componente de inversión	Valor total (USD)
Activos fijos	\$1.490,00
Activos diferidos	\$500,00
Capital de trabajo	\$1.150,00
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	\$3.140,00

Fuente: Elaboración Propia

4.1.2. Fuentes de Financiamiento

En el presente proyecto se propone que la inversión inicial sea financiada principalmente mediante aporte propio de la propietaria, lo que permitirá iniciar las operaciones sin generar obligaciones financieras con entidades externas. Esta alternativa ofrece mayor independencia en la administración de los recursos y reduce el riesgo asociado al pago de intereses o cuotas mensuales.

No obstante, en caso de que la empresa requiera ampliar su capacidad de producción o realizar nuevas inversiones en el futuro, podrá considerar otras fuentes de financiamiento, como créditos otorgados por instituciones financieras, cooperativas de ahorro y crédito o programas de apoyo para emprendedores. Estas opciones permitirán fortalecer el crecimiento del negocio y mejorar su capacidad operativa conforme aumente la demanda de los productos.

Tabla 36. Fuente de Financiamiento

Fuente de financiamiento	Valor (USD)	Porcentaje
Aporte propio	\$3.140,00	100 %
Crédito o financiamiento externo	\$0,00	0 %
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$3.140,00	100 %

Fuente: Elaboración Propia

4.1.3. Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos permitirá estimar los recursos económicos que el proyecto espera obtener mediante la comercialización de los accesorios artesanales. Para su elaboración se considerará la capacidad de producción establecida de 400 productos mensuales, distribuidos entre pulseras, llaveros, collares, bolsos tejidos, vinchas, aretes y manillas..

Tabla 37. Presupuesto de Ingresos Mensuales

Producto	Cantidad mensual	Precio de venta (USD)	Ingreso mensual (USD)
Pulseras	60	\$5,00	\$300,00
Llaveros	80	\$4,00	\$320,00
Collares	40	\$10,00	\$400,00
Bolsos tejidos	20	\$20,00	\$400,00
Vinchas	40	\$6,00	\$240,00
Aretes	80	\$5,00	\$400,00
Manillas	80	\$5,00	\$400,00
TOTAL	400	—	\$2.460,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 38. Presupuesto Ingresos Anuales

Producto	Cantidad anual	Precio de venta (USD)	Ingreso anual (USD)
Pulseras	720	\$5,00	\$3.600,00
Llaveros	960	\$4,00	\$3.840,00
Collares	480	\$10,00	\$4.800,00
Bolsos tejidos	240	\$20,00	\$4.800,00
Vinchas	480	\$6,00	\$2.880,00
Aretes	960	\$5,00	\$4.800,00
Manillas	960	\$5,00	\$4.800,00
TOTAL	4.800	—	\$29.520,00

Fuente: Elaboración Propia

4.1.4. Presupuesto de Costos

Tabla 39. Costo unitario de producción

Producto	Costo de materia prima (USD)	Mano de obra (USD)	Otros costos directos (USD)	Costo unitario total (USD)
Pulseras	\$1,00	\$0,70	\$0,30	\$2,00

Llaveros	\$0,80	\$0,70	\$0,30	\$1,80
Collares	\$2,50	\$1,20	\$0,80	\$4,50
Bolsos tejidos	\$6,00	\$3,00	\$1,00	\$10,00
Vinchas	\$1,50	\$0,80	\$0,70	\$3,00
Aretes	\$1,20	\$0,80	\$0,50	\$2,50
Manillas	\$1,00	\$0,70	\$0,30	\$2,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 40. Presupuesto mensual de Costos

Producto	Cantidad mensual	Costo unitario (USD)	Costo mensual total (USD)
Pulseras	60	\$2,00	\$120,00
Llaveros	80	\$1,80	\$144,00
Collares	40	\$4,50	\$180,00
Bolsos tejidos	20	\$10,00	\$200,00
Vinchas	40	\$3,00	\$120,00
Aretes	80	\$2,50	\$200,00
Manillas	80	\$2,00	\$160,00
TOTAL	400	—	\$1.124,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 41. Presupuesto anual de costos

Producto	Cantidad anual	Costo unitario (USD)	Costo anual total (USD)
Pulseras	720	\$2,00	\$1.440,00
Llaveros	960	\$1,80	\$1.728,00
Collares	480	\$4,50	\$2.160,00
Bolsos tejidos	240	\$10,00	\$2.400,00
Vinchas	480	\$3,00	\$1.440,00
Aretes	960	\$2,50	\$2.400,00
Manillas	960	\$2,00	\$1.920,00
TOTAL	4.800	—	\$13.488,00

Fuente: Elaboración Propia

4.1.5. Presupuesto de Gastos

El presupuesto de gastos del presente proyecto se elaborará tomando en cuenta los costos que no intervienen directamente en la fabricación de cada accesorio artesanal. Mientras que el presupuesto de costos incluye los valores relacionados con la materia prima, mano de obra y otros costos directos de producción, que para el proyecto

representan un total mensual de \$1.124,00, el presupuesto de gastos considera los recursos necesarios para mantener el funcionamiento administrativo, comercial y operativo del emprendimiento. Por esta razón, se incluirán gastos como servicios básicos, internet y telefonía, publicidad, transporte y distribución, gastos administrativos y mantenimiento.

La elaboración de este presupuesto permitirá conocer el monto destinado al funcionamiento del negocio, facilitando posteriormente la elaboración del estado de resultados, el flujo de caja y la evaluación financiera del proyecto.

Tabla 42. Presupuesto mensual de gastos Administrativos

Concepto	Valor mensual (USD)	Valor anual (USD)
Servicios básicos	\$30,00	\$360,00
Internet y telefonía	\$30,00	\$360,00
Publicidad y promoción	\$150,00	\$1.800,00
Transporte y distribución	\$100,00	\$1.200,00
Gastos administrativos	\$50,00	\$600,00
Mantenimiento y otros gastos	\$40,00	\$480,00
TOTAL DE GASTOS	\$400,00	\$4.800,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 43. Presupuesto mensual de gasto en ventas

Concepto	Valor mensual (USD)	Valor anual (USD)
Publicidad en redes sociales	\$100,00	\$1.200,00
Diseño y creación de contenido	\$30,00	\$360,00
Promociones y descuentos	\$20,00	\$240,00
Transporte y distribución	\$100,00	\$1.200,00
Material promocional	\$20,00	\$240,00
TOTAL GASTOS EN VENTAS	\$270,00	\$3.240,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 44. Presupuesto anual de gastos

Tipo de gasto	Valor anual (USD)
Gastos administrativos	\$1.560,00
Gastos en ventas	\$3.240,00
TOTAL PRESUPUESTO ANUAL DE GASTOS	\$4.800,00

Fuente: Elaboración Propia

4.1.6. Estado de Resultados Proyectado

El Estado de Resultados Proyectado permite conocer la rentabilidad estimada del proyecto durante un período determinado. Para su elaboración se consideran los ingresos proyectados por ventas, los costos de producción y los gastos administrativos y de ventas. A partir de estos valores se puede determinar la utilidad que el emprendimiento espera obtener durante el primer año de funcionamiento.

En el presente proyecto, los ingresos anuales proyectados corresponden a \$29.520,00, generados por la venta estimada de 4.800 accesorios artesanales durante el año. Por otra parte, el costo anual de producción asciende a \$13.488,00, valor que incluye los costos directos necesarios para la elaboración de los diferentes productos.

Al restar los costos de producción de los ingresos por ventas, se obtiene una utilidad bruta de \$16.032,00. Posteriormente, se descuentan los gastos administrativos y los gastos en ventas, los cuales representan un total anual de \$4.800,00. Como resultado, el proyecto obtiene una utilidad operativa proyectada de \$11.232,00 antes de considerar posibles impuestos u otras obligaciones financieras.

De esta manera, el Estado de Resultados Proyectado permitirá analizar la capacidad del proyecto para generar beneficios económicos. La información obtenida será utilizada posteriormente para realizar el flujo de caja y aplicar indicadores de evaluación financiera, permitiendo determinar la viabilidad económica del emprendimiento.

Tabla 45. Resultados Proyectados anuales

Concepto	Valor anual (USD)
Ingresos por ventas	\$29.520,00
(-) Costos de producción	\$13.488,00
= Utilidad bruta	\$16.032,00
(-) Gastos administrativos	\$1.560,00
(-) Gastos en ventas	\$3.240,00
= Utilidad operativa proyectada	\$11.232,00

Fuente: Elaboración Propia

4.1.7. Punto de Equilibrio

Tabla 46. Punto de Equilibrio

Concepto	Valor
Ventas anuales proyectadas	\$29.520,00
Unidades proyectadas al año	4.800
Precio promedio ponderado por unidad	\$6,15
Costos variables anuales	\$13.488,00
Costo variable promedio por unidad	\$2,81
Margen de contribución promedio por unidad	\$3,34
Gastos fijos anuales	\$4.800,00
Punto de equilibrio en unidades	1.438 unidades
Punto de equilibrio en dólares	\$8.838,05
Producción y ventas proyectadas	4.800 unidades
Margen de seguridad	3.362 unidades

Fuente: Elaboración Propia

El proyecto deberá comercializar aproximadamente 1.438 accesorios al año para cubrir la totalidad de sus costos y gastos, sin generar pérdidas ni utilidades. Esto equivale aproximadamente a 120 productos mensuales.

Considerando que el proyecto tiene una proyección de venta de 400 productos mensuales, se observa que la cantidad proyectada se encuentra por encima del punto de equilibrio. Por lo tanto, a partir de la venta aproximada de la unidad 1.439, el proyecto comenzaría a generar utilidad.

4.1.8. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 47. Flujo de caja

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	- \$3.140,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Ingresos por ventas	\$0,00	\$29.520,00	\$29.520,00	\$29.520,00	\$29.520,00	\$29.520,00
Costos de producción	\$0,00	- \$13.488,00	- \$13.488,00	- \$13.488,00	- \$13.488,00	- \$13.488,00
Gastos administrativos	\$0,00	-\$1.560,00	-\$1.560,00	-\$1.560,00	-\$1.560,00	-\$1.560,00
Gastos en ventas	\$0,00	-\$3.240,00	-\$3.240,00	-\$3.240,00	-\$3.240,00	-\$3.240,00
Flujo neto de caja	- \$3.140,00	\$11.232,00	\$11.232,00	\$11.232,00	\$11.232,00	\$11.232,00

Fuente: Elaboración Propia

4.2. Evaluación del Proyecto

4.2.1. Indicadores de Viabilidad: VAN, TIR, ROE/ROA, Período de Recuperación

El Valor Actual Neto (VAN) permite determinar si un proyecto genera un beneficio económico después de recuperar la inversión inicial y considerar una tasa de descuento. Para el presente proyecto se considera una inversión inicial de \$3.140,00, un flujo neto de caja anual de \$11.232,00, un período de evaluación de cinco años y una tasa de descuento del 10 %.

Tabla 48. Datos para calcular el VAN

Concepto	Valor
Inversión inicial	USD 3.140,00
Flujo neto anual	USD 11.232,00
Horizonte de evaluación	5 años
Tasa de descuento	10 %

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 49. Cálculo del Valor actual neto

Año	Flujo neto de caja (USD)	Valor actual del flujo (USD)
0	-\$3.140,00	-\$3.140,00
1	\$11.232,00	\$10.210,91
2	\$11.232,00	\$9.282,65
3	\$11.232,00	\$8.438,77
4	\$11.232,00	\$7.671,61
5	\$11.232,00	\$6.974,19
VAN		\$39.438,13

Fuente: Elaboración Propia

La Tasa Interna de Retorno (TIR) representa la tasa de rentabilidad que genera el proyecto a partir de los flujos de caja proyectados. Para su cálculo se utiliza la inversión inicial de \$3.140,00 y los flujos netos de caja estimados durante los cinco años de evaluación.

Tabla 50. Cálculo de la tasa interna de retorno

Año	Flujo neto de caja (USD)
0	-\$3.140,00
1	\$11.232,00
2	\$11.232,00
3	\$11.232,00

4	\$11.232,00
5	\$11.232,00
TIR	357,53 %

Fuente: Elaboración Propia

El ROE (Return on Equity) permite conocer la rentabilidad generada en relación con los recursos propios invertidos en el proyecto. Debido a que la inversión total de \$3.140,00 será financiada en un 100 % mediante aporte propio, este indicador permite determinar el rendimiento estimado sobre dicho capital.

$$\text{ROE} = \text{Utilidad Neta} / \text{Patrimonio} \times 100$$

Tabla 51. Cálculo del retorno sobre el patrimonio

Concepto	Valor (USD)
Utilidad proyectada anual	\$11.232,00
Patrimonio o aporte propio	\$3.140,00
ROE	357,71 %

Fuente: Elaboración Propia

El ROE estimado es de 357,71 %, lo que significa que, según las proyecciones realizadas, el proyecto generaría una utilidad equivalente a aproximadamente 3,58 veces el valor de los recursos propios invertidos durante el primer año. Este resultado refleja una rentabilidad proyectada favorable para los propietarios del emprendimiento.

El ROA (Return on Assets) permite analizar la capacidad de los activos o recursos invertidos para generar utilidad. En este proyecto se considera como base la inversión total inicial de \$3.140,00, debido a que corresponde al total de recursos destinados a la puesta en marcha del emprendimiento.

$$\text{ROA} = \text{Utilidad Neta} / \text{Total de Activos} \times 100$$

Tabla 52. Cálculo del retorno sobre los activos

Concepto	Valor (USD)
Utilidad proyectada anual	\$11.232,00
Total de activos o recursos invertidos	\$3.140,00
ROA	357,71 %

Fuente: Elaboración Propia

El ROA proyectado es de 357,71 %, lo que indica una elevada capacidad estimada de los recursos invertidos para generar utilidad. No obstante, este indicador debe interpretarse considerando que el proyecto inicia con una inversión relativamente baja y una proyección anual de ventas de 4.800 productos.

El período de recuperación permite determinar el tiempo estimado que necesitará el proyecto para recuperar la inversión inicial realizada. Para este cálculo se relaciona la inversión total de \$3.140,00 con el flujo neto de caja anual proyectado de \$11.232,00.

Tabla 53. Cálculo del periodo de recuperación de la inversión

Concepto	Valor
Inversión inicial	\$3.140,00
Flujo neto de caja anual	\$11.232,00
Flujo neto mensual promedio	\$936,00
Período de recuperación en años	0,28 años
Período de recuperación en meses	3,35 meses
Período aproximado de recuperación	3 meses y 11 días

Fuente: Elaboración Propia

PLAN DE CONTINGENCIA Y SALIDA

El plan de contingencia tiene como finalidad establecer acciones que permitan responder ante situaciones que puedan afectar el desarrollo del proyecto, tales como la disminución de las ventas, el incremento en el precio de los materiales, la falta de liquidez o problemas en la producción. Para reducir estos riesgos, se propone mantener un control de inventarios, contar con proveedores alternativos, supervisar periódicamente los ingresos y gastos y realizar ajustes en las estrategias de comercialización cuando sea necesario. Según (Pigneur, 2017), la planificación y el control de las operaciones permiten a las organizaciones responder de mejor manera ante cambios o situaciones imprevistas.

Por otra parte, el plan de salida permitirá establecer las acciones necesarias en caso de que el proyecto no alcance los resultados esperados o presente dificultades que impidan su continuidad. En esta situación, se realizará una evaluación de los recursos disponibles, procurando recuperar parte de la inversión mediante la venta o reutilización de equipos, herramientas y materiales. Además, se buscará cumplir con las obligaciones pendientes y cerrar las actividades de manera organizada, con el propósito de reducir posibles pérdidas económicas y proteger los recursos invertidos en el proyecto.

Tabla 54. Plan de Contingencia

Situación identificada	Plan de contingencia	Plan de salida
Disminución significativa de las ventas	Implementar promociones, fortalecer la publicidad y buscar nuevos canales de comercialización.	Reducir progresivamente la producción y liquidar el inventario disponible.
Incremento del costo de la materia prima	Buscar proveedores alternativos y optimizar el uso de los materiales.	Suspender temporalmente la adquisición de materiales no prioritarios y vender el inventario existente.
Falta de liquidez	Controlar los gastos, utilizar el capital de contingencia y priorizar las actividades necesarias.	Cancelar gastos no indispensables y recuperar recursos mediante la venta de activos o materiales.
Problemas en la producción	Reorganizar las actividades y realizar ajustes en el proceso de elaboración.	Suspender la producción de los productos con menor rentabilidad.
Baja aceptación de los productos	Recopilar opiniones de los clientes y modificar los diseños según sus preferencias.	Liquidar los productos con baja demanda y concentrarse en los productos con mayor aceptación.
Pérdida o daño de equipos y herramientas	Mantener un control de los activos y realizar mantenimiento periódico.	Vender los activos que se encuentren en condiciones adecuadas para recuperar parte de la inversión.
Imposibilidad de continuar con el proyecto	Evaluar las causas del problema y aplicar medidas correctivas antes de suspender las actividades.	Realizar un cierre organizado, cumplir con las obligaciones pendientes y recuperar los recursos disponibles.

Fuente: Elaboración Propia

Matriz de Situaciones Adversas

La Matriz de Situaciones Adversas permite identificar los principales eventos que podrían afectar el desarrollo del proyecto y establecer su nivel de impacto y las acciones que se pueden aplicar para reducir sus consecuencias. Esta herramienta facilitará la toma de decisiones y permitirá al emprendimiento contar con una respuesta organizada frente a posibles dificultades.

Tabla 55. Matriz de Situaciones Adversas

Situación adversa	Probabilidad	Impacto	Nivel de riesgo	Acción propuesta
Disminución significativa de las ventas	Media	Alta	Alto	Implementar promociones, mejorar la difusión digital y diversificar los canales de venta.
Incremento en el precio de la materia prima	Alta	Media	Alto	Buscar proveedores alternativos y realizar compras planificadas.
Falta de materiales o retraso de proveedores	Media	Media	Medio	Mantener un inventario mínimo y contar con diferentes proveedores.
Problemas en la calidad de los productos	Media	Alta	Alto	Fortalecer el control de calidad antes de la comercialización.
Retrasos en la producción	Media	Media	Medio	Organizar un cronograma de producción y priorizar los pedidos pendientes.
Pérdida o daño de herramientas y equipos	Baja	Media	Bajo	Realizar inventarios, mantenimiento y almacenamiento adecuado.
Disminución de la liquidez	Media	Alta	Alto	Controlar los gastos y mantener un fondo para imprevistos.
Baja aceptación de nuevos diseños	Media	Media	Medio	Realizar pruebas de aceptación y recopilar opiniones de los clientes.
Pérdida de información comercial o financiera	Baja	Alta	Medio	Mantener respaldos digitales y registros actualizados.
Imposibilidad de continuar con el proyecto	Baja	Alta	Medio	Aplicar el plan de salida y recuperar parte de la inversión mediante la venta o reutilización de activos y materiales.

Fuente: Elaboración Propia

Medidas de Mitigación y Alternativas

Las medidas de mitigación y alternativas permiten establecer acciones para reducir los efectos de las situaciones adversas identificadas durante el desarrollo del proyecto. Estas medidas se enfocan principalmente en prevenir pérdidas económicas, mantener la continuidad de la producción y fortalecer la capacidad de respuesta del

emprendimiento ante posibles cambios en las ventas, costos, materiales o recursos disponibles.

De acuerdo con (Peter Hisrich, 2020), la planificación y el control de las operaciones permiten identificar posibles dificultades y establecer acciones que contribuyan a reducir sus efectos. Por esta razón, el proyecto contempla diferentes alternativas que podrán aplicarse según la situación presentada.

Tabla 56. Medidas de Mitigación

Situación adversa	Medida de mitigación	Alternativa propuesta
Disminución de las ventas	Fortalecer la publicidad y aplicar promociones.	Incorporar nuevos canales de venta y participar en ferias.
Incremento del precio de materiales	Comparar precios y trabajar con varios proveedores.	Utilizar materiales alternativos que mantengan la calidad.
Falta de materia prima	Mantener un inventario mínimo de materiales.	Adquirir insumos mediante proveedores alternativos.
Baja aceptación de los productos	Analizar las opiniones y preferencias de los clientes.	Modificar los diseños o incorporar nuevos productos.
Problemas de calidad	Aplicar controles durante y después de la producción.	Reparar o reemplazar los productos defectuosos.
Retrasos en la producción	Organizar un cronograma de actividades.	Priorizar pedidos y redistribuir las actividades de trabajo.
Falta de liquidez	Mantener un control permanente de ingresos y gastos.	Reducir gastos no prioritarios y utilizar el fondo de contingencia.
Pérdida o daño de herramientas	Realizar mantenimiento y control de los activos.	Reparar o reemplazar las herramientas necesarias.
Pérdida de información	Mantener respaldos digitales y registros actualizados.	Recuperar la información mediante copias de seguridad.
Imposibilidad de continuar con el proyecto	Evaluar las causas y aplicar medidas correctivas.	Ejecutar el plan de salida y recuperar recurso

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES

El proyecto representa una oportunidad para desarrollar una actividad productiva basada en la elaboración y comercialización de accesorios artesanales, aprovechando elementos culturales como parte de la propuesta de valor. La diversidad de productos

planteada permite atender diferentes preferencias de los consumidores y reducir la dependencia de un solo tipo de accesorio.

La planificación técnica, operativa y económica realizada permitió establecer una estructura organizada para la ejecución del proyecto. La definición de los recursos, capacidad de producción, costos, gastos e ingresos proyectados facilita la toma de decisiones y permite conocer los requerimientos necesarios para el funcionamiento del emprendimiento.

La sostenibilidad del proyecto dependerá principalmente de la capacidad para mantener las ventas proyectadas, controlar los costos de producción y adaptarse a las preferencias del mercado. Por esta razón, será necesario realizar un seguimiento permanente de los resultados obtenidos y aplicar medidas correctivas cuando existan diferencias entre los valores proyectados y los resultados reales.

RECOMENDACIONES

Iniciar las actividades con una producción organizada de acuerdo con la demanda real del mercado, evitando la acumulación excesiva de inventario. Conforme aumente la aceptación de los productos, se podrá incrementar progresivamente la capacidad de producción y ampliar la variedad de accesorios.

Establecer relaciones comerciales con diferentes proveedores de materia prima, con el propósito de comparar precios, garantizar la disponibilidad de materiales y reducir el riesgo de interrupciones en el proceso productivo. Esta acción también permitirá mejorar el control de los costos.

Realizar una evaluación periódica del proyecto, especialmente de las ventas, costos, gastos y utilidad generada. La información obtenida permitirá identificar los productos con mayor aceptación y rentabilidad, facilitando la toma de decisiones para fortalecer aquellos accesorios que generen mejores resultados económicos.

BIBLIOGRAFÍA

Michael E Porter. (2019). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la Estrategia*.
Obtenido de https://utecno.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). *Fundamentos de Marketing*. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Cesar Bernal. (2016). *Metodología de la investigación*. Quito Ecuador: Pearson Educación, S. A.
- César Bernal. (2016). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://bibliotecadigital.utn.edu.ec/files/original/fb0b0cfee2ae990609933d17c6890848960051aa.pdf>
- Chaffey Dave. (2019). *Marketing digital*. Obtenido de <https://biblioteca.ucuenca.edu.ec/digital/s/biblioteca-digital/ark:/25654/1804#?c=0&m=0&s=0&cv=0>
- David Fred. (2020). *Administración Estratégica*. Obtenido de <https://maliaoceano.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/03/libro-fred-david-9a-edicion-con-estrategica-fred-david.pdf>
- Ecuador, A. N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de <https://archivo.asambleanacional.gob.ec/index.php/>
- Ecuador, A. N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de <https://biblioteca.defensoria.gob.ec/bitstream/37000/4083/1/Constituci%c3%b3n%20de%20la%20Rep%c3%bablica%20del%20Ecuador.%20Actualizada.pdf>
- Evans, J., & Lindsay, W. (2016). *Gestión para la excelencia en la calidad y el desempeño*.
- Fernández Robín. (2021). *Revista Colombiana de Marketing*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/109/10900204.pdf>
- Fidias G. Arias. (2026). *El Proyecto de Investigación*. Caracas Venezuela: Episteme.
- Guía del PMBOK del Project Management Institute. (2021). Obtenido de <https://www.pmi.org/standards/pmbok>
- Hernandez Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Idalberto Chiavenato. (2019). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México : Elsevier.
- INEC. (2023). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-boletin-publica-calendario-estadistico-2023/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2026). *Estimaciones y Proyecciones de Población*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Internas, S. d. (2014). *Normativa tributaria para contribuyentes*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home>
- Internet, U. d. (2024). *¿Qué es un plan de negocios?* Obtenido de <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/plan-de-negocios/>
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Obtenido de <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3155681>

- Macas Jumbo. (2025). *Estudio de mercado como fase inicial en la elaboración del plan de negocios para un emprendimiento de productos artesanales en resina representativos de la cultura esmeraldeña*. Obtenido de <https://repositorio.puce.edu.ec/items/828d349a-5bb5-4637-a13f-455d7d31b88b/full>
- Meléndez Valdés. (2019). *Emprendimiento*. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- Municipio de Quito. (22 de 04 de 2025). *Producción Artesanles y Manualidades*. Obtenido de <https://zonales.quito.gob.ec/?p=420499>
- Organización Internacional de Normalización. (2015). *Normas mundiales para bienes y servicios de confianza*. Obtenido de <https://www.iso.org/es/home>
- Organizacion Internacional del Trabajo. (s.f.). *Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo*. Obtenido de https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_713013.pdf
- Organization, I. L. (28 de 01 de 2024). *Micro, pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de <https://www.ilo.org/es/temas-y-sectores/micro-pequenas-y-medianas-empresas>
- Peter Hisrich. (2020). *Entrepreneurship* . Obtenido de https://es.scribd.com/document/545054506/Capitulo-1-Entrepreneurship-Peter-Hisrich#google_vignette
- Philip Kotler. (2023). *El padre del marketing*. Obtenido de <https://vasavender.com/philip-kotler-el-padre-del-marketing/>
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (2021). *Fundamentos de Marketing*. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Philip, K., & Lane Keller, K. (2026). *Dirección de marketing*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books/about/Direcci%C3%B3n_de_marketing.html?id=UgmpnQAACAAJ&redir_esc=y
- Pigneur, O. (2017). *Elaboración De Un Modelo De Negocios Para Un Emprendimiento* . Obtenido de <https://www.proquest.com/openview/d4972e5cfc2e1caaf561a4fc53582fab/>
- Producción, M. d. (2023). *Competitividad de las artesanías ecuatorianas*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/ministerio-de-produccion-impulsa-la-competitividad-de-las-artesantias-ecuatorianas/>
- Question Pro. (2025). *Qué es la metodología en investigación y cómo elegirla*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/metodologia-de-la-investigacion/>
- Robbins Coluter. (2024). *ADMINISTRACIÓN* . Obtenido de https://www.academia.edu/43776169/ROBBINS_COULTER_ADMINISTRACI%C3%93N_12a_EDICI%C3%93N_2014
- Robbins Coulter. (2020). *Administración*. Pearson.

- Robbins, S., & Coulter, M. (2020). *Gestión, Edición Global*. Pearson .
- Roberto Hernández Sampieri. (2020). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=oLbjoQEACAAJ&>
- Roberto Hernández Sampieri. (2020). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008>
- Servicio de Rentas Internas. (2026). *Información sobre el Registro Único de Contribuyentes y obligaciones tributarias*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home>
- Steven A. Greenlaw. (2022). *Principios de Economía*. Obtenido de <https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/191>
- Suquillo Ramos. (2020). *Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización sustentable de bisutería artesanal con semillas de alimentos en la ciudad de Quito sector La Jipijapa*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4109>
- Suquillo Ramos. (2020). *Plan de Negocios y estrategias*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4109?locale=es>
- Unesco. (2024). *Visita de la Representante de la UNESCO en Ecuador a Gualaceo y Chordeleg*. Obtenido de <https://www.unesco.org/es/articles/un-encuentro-con-la-tradicion-artesanal>
- Vásquez Carvajal. (2023). *Plan de negocio para la elaboración de bisutería personalizada* . Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/14809>
- Vásquez Carvajal, J. A. (2023). *Plan de negocio para la elaboración de bisutería personalizada y artesanal para mujeres*. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/14809>
- Weinberger Villarán. (2019). *Plan de Negocios*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/559145259/Weinberger-Villaran-K-2009-Plan-de-Negocios>

ANEXOS

Anexo 01. Modelo de la Encuesta

Encuestas sobre la aceptación de una empresa de accesorios artesanales en la ciudad de Quito

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y marque con una **X** la respuesta que considere adecuada. En las preguntas de selección múltiple puede elegir más de una opción.

1. ¿Estaría interesado(a) en adquirir accesorios artesanales inspirados en la cultura ecuatoriana?

Tipo: Selección única

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Talvez

2. ¿Con qué frecuencia compra accesorios artesanales?

Tipo: Selección múltiple

- ☐ Una vez por semana
- ☐ Una vez al mes
- ☐ Cada 3 meses
- ☐ Dos veces al año
- ☐ Nunca

3. ¿Qué tipo de accesorios artesanales le gustaría adquirir con mayor frecuencia?

Tipo: Selección múltiple

- ☐ Pulseras
- ☐ Collares
- ☐ Aretes
- ☐ Llaveros
- ☐ Bolsos Artesanales

4. ¿Qué aspecto considera más importante al comprar un accesorio artesanal??

Tipo: Selección múltiple

- ☐ Calidad
- ☐ Precio
- ☐ Diseño
- ☐ Original
- ☐ Identidad Cultural

5. ¿Dónde prefiere comprar accesorios artesanales?**Tipo:** Selección múltiple

- ☐ Tienda física
- ☐ Redes Sociales
- ☐ Ferias Artesanales
- ☐ Centros Comerciales
- ☐ Plataformas Digitales

6. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un accesorio artesanal de buena calidad?**Tipo:** Selección múltiple

- ☐ Menos de \$5
- ☐ Entre \$5 y \$10
- ☐ Entre \$11 y \$20
- ☐ Entre \$21 y \$30
- ☐ Más de \$30

7. ¿Qué motivo lo impulsaría a comprar un accesorio artesanal?**Tipo:** Selección múltiple

- ☐ Uso personal
- ☐ Regalo
- ☐ Moda
- ☐ Apoyo a emprendedores
- ☐ Valor cultural

8. ¿Cuál de los siguientes factores influye más en su decisión de compra?**Tipo:** Selección múltiple

- ☐ Recomendación de otras personas
- ☐ Publicidad en redes sociales
- ☐ Calidad del producto
- ☐ Precio
- ☐ Diseño innovador

9. ¿A través de que red social le gustaría conocer nuevos productos artesanales?**Tipo:** Selección múltiple

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ TikTok

- ☐ WhatsApp
- ☐ Youtube

10. ¿Qué beneficio considera más atractivo en una empresa de accesorios artesanales?

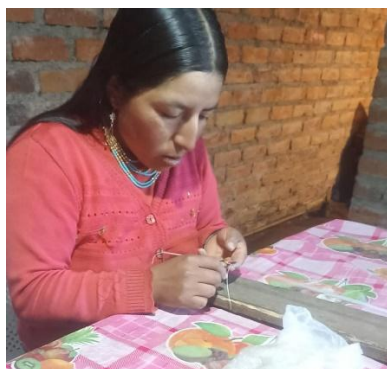
Tipo: Selección múltiple

- ☐ Productos personalizados
- ☐ Diseños exclusivos
- ☐ Calidad garantizada
- ☐ Promociones frecuentes
- ☐ Identidad cultural ecuatoriana

Anexo 02. Material para Artesanías



Anexo 03. Proceso de Elaboración



Anexo 04. Producto Final Collares



Anexo 05. Producto Final Pulseras

