

Pregrado

Carrera: Administración y Gestión Comercial

Asignatura (UIC): Gestión de la Innovación Administrativa

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título en:

**Tecnólogo Superior Universitario en Administración
y Gestión Comercial.**

**Tema: Plan de Negocios para la elaboración
y comercialización de Artículos Artesanales**

Personalizados en la Ciudad de Sangolquí.

Autor/s: Quinteros Ronquillo John Kevin

Tutores: Ing. Hilberth Villalba B.

Ing. Aguayo Moya Alex V.

Fecha: Marzo 2025

Autor:

Quinteros Ronquillo John Kevin

Título a obtener: Tecnólogo Superior Universitario
en Administración y Gestión Comercial.

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: john.quinteros@ister.edu.ec

Dirigido por:

Villalba Bejarano Hilberth Alexis

Título: Ingeniero en Finanzas

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: hilberth.villalba@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

©2024 Tecnológico Universitario Rumiñahui SANGOLQUÍ – ECUADOR

QUINTEROS RONQUILLO JOHN KEVIN

Plan De Negocios para la Elaboración y Comercialización de Artículos Artesanales
Personalizados en la ciudad de Sangolqui.

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-2-2.3

Sangolquí, 04 de septiembre del 2025

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo, Quinteros Ronquillo John Kevin declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado Plan de Negocios para la Elaboración y Comercialización de Artículos Artesanales Personalizados en la Ciudad de Sangolquí, de la Tecnología Superior Universitaria Administración y Gestión Comercial; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



JOHN KEVIN QUINTEROS RONQUILLO

C.I.: 1719669184

FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN BIBLIOTECA INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

CT-ANX-2025-ISTER-3

CARRERA:

**TECNOLOGÍA UNIVERSITARIA EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
COMERCIAL**

AUTOR /ES:

QUINTEROS RONQUILLO JOHN KEVIN

TUTOR (METODOLÓGICO Y ACADÉMICO):

ING. HILBERTH VILLALBA E MSG. ALEX AGUAYO

CONTACTO ESTUDIANTE:

0988699281

CORREO ELECTRÓNICO:

Kevinomin_24@hotmail.com

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
ARTÍCULOS ARTESANALES PERSONALIZADOS EN LA CIUDAD DE
SANGOLQUÍ**

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

El proyecto aborda las dificultades que enfrentan los artesanos de Sangolquí, quienes no cuentan con espacios adecuados para mostrar y vender sus productos, lo que limita su crecimiento financiero y la promoción de la cultura local. Para esto, se sugiere un plan de negocio que busque aumentar la visibilidad, competitividad y sostenibilidad de este sector.

El análisis de mercado indica un interés en aumento por artículos artesanales exclusivos y a medida, aunque la frecuencia de compra sigue siendo baja. Aspectos como la calidad, el diseño y el precio accesible tienen un impacto relevante en las decisiones de compra de los consumidores. Además, se evalúa la competencia y se proponen estrategias que se diferencien.

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

 **www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec**

El estudio técnico sugiere establecer el negocio en una ubicación estratégica dentro de Sangolquí, con un diseño práctico que contemple espacios de exhibición, producción y personalización. Se

detalla cómo se organizará el proceso de producción y qué recursos serán necesarios, con un enfoque en la satisfacción del cliente a través de la herramienta "Casa de la Calidad".

Desde una perspectiva estratégica y organizativa, se establecen la misión, visión, valores, logotipo, y una estructura empresarial ágil, optando por la forma jurídica de Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Un análisis de FODA pone de relieve las oportunidades en el turismo y la digitalización.

Por último, el análisis financiero indica que habrá una inversión inicial considerable, pero con proyecciones alentadoras a partir del tercer año. Indicadores como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y la relación costo-beneficio respaldan la viabilidad del negocio. En resumen, el proyecto evidencia que es factible combinar tradición e innovación para impulsar la economía local.

PALABRAS CLAVE:

Artesanías personalizadas, Economía popular, Cultura local, Innovación comercial, Turismo cultural.

ABSTRACT:

The project addresses the challenges faced by artisans in Sangolquí, who lack adequate spaces to showcase and sell their products, limiting their financial growth and the promotion of local culture. To address this, a business plan is proposed to enhance the visibility, competitiveness, and sustainability of this sector.

The market analysis reveals a growing interest in unique and custom-made handcrafted items, although purchase frequency remains low. Factors such as quality, design, and affordable pricing significantly influence consumer purchasing decisions. Additionally, the competition is evaluated, and differentiated strategies are proposed.

The technical study suggests establishing the business in a strategic location within Sangolquí, with a practical layout that includes exhibition, production, and customization areas. It outlines how the production process will be organized and what resources will be required, with a focus on customer satisfaction through the "House of Quality" tool.

From a strategic and organizational perspective, the project defines the mission, vision, values, logo, and an agile business structure, opting for the legal form of a Simplified Joint Stock Company (SAS). A SWOT analysis highlights opportunities in tourism and digitalization.

Finally, the financial analysis indicates that although there will be a considerable initial investment, encouraging projections begin to emerge from the third year onward. Indicators such as Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and cost-benefit ratio support the feasibility of the business. In summary, the project demonstrates that it is possible to combine tradition and innovation to boost the local economy.

PALABRAS CLAVE:

Handmade products, Local entrepreneurship, Cultural heritage, E-commerce, Creative industry.



Firma del Estudiante (AUTOR)

Quinteros Ronquillo John Kevin

C.I.: 1719669184

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-4

Sangolquí, 04 de septiembre del 2025

Sres.-

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

Presente

Yo QUINTEROS RONQUILLO JOHN KEVIN, con C.I.: 1719669184 alumno de la Carrera de ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL, cedo al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO, los derechos de publicaciones del presente trabajo de Titulación en el Repositorio Institucional para hacer uso de todos los contenidos con fines estrictamente académico o de investigación.

Atentamente,



Firma del Estudiante
Quinteros Ronquillo John Kevin
C.I.: 1719669184

Dedicatoria:

A mi madre, a mi padre, y a mi hermana quienes me han apoyado incondicionalmente, con confianza y paciencia a lo largo de esta carrera. A ellos, que son mi ejemplo de esfuerzo, perseverancia y amor, que nunca me enseñaron a rendirme ante las dificultades. Agradezco sus sabios consejos, su aliento en los momentos más difíciles y su alegría al celebrar cada uno de mis logros.

Agradecimientos:

Primero que nada, quiero expresar mi gratitud a Dios por haberme brindado la vida, la salud y la fuerza que he necesitado para llegar a este momento tan importante.

A mis padres, quienes con su cariño, sacrificio y ejemplo me enseñaron que la perseverancia y el trabajo honesto son el fundamentales para alcanzar mis metas.

Y a todos los docentes del ISTER, por compartir su vasto conocimiento y por siempre motivarme a ir un paso más allá. Agradezco su guía, que no solo me formó académicamente, sino también como persona.

.

Índice General

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	14
1.1. Identificación del proyecto y problema	14
1.2. Tema	14
1.3. Antecedentes y contexto	14
1.4. Justificación.....	16
1.5. Objetivos de la Investigación	16
1.5.1 Objetivo General.....	16
1.5.2 Objetivos Específicos.....	16
1.6. Impactos	17
1.6.1 Social.....	17
1.6.2 Económico	17
1.7. Beneficiarios	17
1.7.1 Directos	17
1.7.2 Indirectos	18
CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO.....	19
2.1. Resultados esperados del estudio de mercado.....	19
2.2. Demanda.....	20
2.3. Oferta	21
2.4. Fichas de Observación	21

2.5.	Encuestas y presentación de resultados.....	25
2.6.	Estrategias de mercado	35
2.7.	Propuestas de Valor Digital	37
	CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO	41
3.1.	Localización.....	41
3.2.	Tamaño Óptimo	42
3.3.	Distribución	43
3.4.	Ingeniería del Proyecto	44
3.4.1	Identificación de Recursos Humanos.....	46
3.4.2	Identificación de Recursos Materiales.	48
3.5.	Proceso Productivo	49
3.6.	La Casa de la Calidad	50
	CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO	53
4.1.	Dirección Estratégica	53
4.1.1	Misión.....	53
4.1.2	Visión	53
4.1.3	Valores	53
4.1.4	Slogan.....	54
4.1.5	Logotipo	54
4.2.	Análisis FODA	56

4.3. Estructura Organizacional y funcional	57
4.3.1 Estudio Legal	58
4.3.2 Tipo de Empresa	58
4.4. Estudio Ambiental /Objetivos de desarrollo sostenible	59
CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO.....	61
5.1. Inversión Inicial	61
5.2. Capital de trabajo	62
5.3. Identificación de Ingresos	63
5.4. Costos y Gastos Administrativos	64
5.5. Financiamiento.....	67
5.6. Flujo de caja	68
5.7. Valor Actual Neto (VAN) y tasa Interna de Retorno (TIR)	69
5.8. Costo beneficio	70
Conclusiones	71
Recomendaciones.....	72
Bibliografía	73
Anexos 1. Detalle de Activos.....	74
Anexo2. Tabla de amortización.....	75
Anexos 3. Balance General.....	76

Índice de Figuras

Figura 1. Nivel de conocimiento de tiendas artesanales en Sangolquí	25
Figura 2. Frecuencia de compra de artesanías en el último año	26
Figura 3. Frecuencia con la que los consumidores compran productos artesanales	26
Figura 4. Procedencia de los encuestados	27
Figura 5. Tipos de artesanías más demandadas	28
Figura 6. Preferencia de canal de compra (físico o digital).....	28
Figura 7. Rango de precios dispuesto a pagar por artesanías	29
Figura 8. Conocimiento de artesanos locales	30
Figura 9. Factores determinantes en la compra de artesanías	30
Figura 10. Principales motivaciones para adquirir artesanías	31
Figura 11. Interés en realizar compras de artesanías en línea	32
Figura 12. Materiales más atractivos para los consumidores	32
Figura 13. Disposición a recomendar tiendas de artesanías	33
Figura 14. Intención de regalar artesanías personalizadas	34
Figura 15. Percepción del valor especial en productos reciclados.	35
Figura 16. Tienda en línea de Manos Hábiles EC	37
Figura 17. Página Oficial en Facebook.....	38
Figura 18. Página oficial en Tiktok.....	40
Figura 19. Distribucion de la infraestructura (Layout)	43

Figura 20. Proceso productivo de la tienda	50
Figura 21. Casa de la calidad.....	51
Figura 22. Logotipo de Manos Hábiles Ec.....	54
Figura 23. Analisis FODA.....	56
Figura 24. Estructura Organizacional y funcional del negocio	57

Índice de Tablas

Tabla 1. Ficha de observación del primer competidor	22
Tabla 2. Ficha de observación del segundo competidor	22
Tabla 3. Ficha de observación del tercer competidor	23
Tabla 4. Localización de la planta	41
Tabla 5. Detalle de productos elaborados mensual y anualmente	42
Tabla 6. Recursos Humanos	46
Tabla 7. Rol de pagos.....	47
Tabla 8. Calculo de beneficios sociales.....	47
Tabla 9. Identificación de recursos materiales.....	48
Tabla 10. Total, por áreas	49
Tabla 11. Inversión inicial	61
Tabla 12. Capital de trabajo.....	62
Tabla 13. Identificación de ingresos	63
Tabla 14. Costos y gastos administrativos.....	64
Tabla 15. Gastos administrativos	65
Tabla 16. Financiamiento	67
Tabla 17. Flujo de caja	68
Tabla 18. VAN y TIR.....	70

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Identificación del proyecto y problema

El presente proyecto busca enfocarse en la creación de una tienda de artesanías personalizadas en la ciudad de Sangolquí, donde actualmente en el panorama artesanal existe una oferta artesanal poco visible y con escasas oportunidades de desarrollo. Los artesanos locales no cuentan con espacios adecuados para promocionar y vender sus productos, lo que limita su desarrollo económico y cultural. A pesar de la creciente demanda de artículos únicos y hechos a mano, no existe un canal moderno el cual conecte directamente a los productores con los consumidores.

Por lo tanto, esta desconexión ha generado una pérdida de competitividad y desaprovechamiento del valor cultural que poseen estos productos. El proyecto pretende solucionar este problema mediante la creación de un modelo comercial innovador y sustentable para toda la comunidad.

1.2. Tema

Plan de Negocios para la elaboración y comercialización de Artículos Artesanales Personalizados en la Ciudad de Sangolquí.

Código CIU: 4772 " Comercio al por menor de artículos artesanales."

1.3. Antecedentes y contexto

Contexto Histórico

La artesanía ha sido parte esencial del legado y cultura del Ecuador, esta se ha ido preservando a lo largo de los años mostrándose como una clara y viva creatividad e identidad del país. En Sangolquí, la producción de productos elaborados tiene históricamente una gran fuente de sustento y cohesión. Sin embargo, con el gran avance de la industrialización y la escasa

atención institucional que se ha recibido han afectado y limitado su crecimiento y visibilidad en el país.

Estudios o investigaciones previas

La artesanía ha constituido un pilar fundamental del patrimonio cultural ecuatoriano, transmitiéndose de generación en generación como una manifestación de identidad, ingenio y tradición. En la ciudad de Sangolquí, la elaboración de productos hechos a mano ha representado una actividad económica y social de gran relevancia, aunque en ocasiones ha sido relegada por el avance de la industrialización y la falta de apoyo al sector artesanal.

Estudios previos resaltan que la formulación de planes de negocio sólidos es crucial para incrementar los ingresos de las comunidades artesanales.

Un estudio de la Universidad de Cuenca indica lo siguiente:

El estudio realizado en la Universidad de Cuenca titulado “Problemáticas del sector artesanal ecuatoriano y propuestas de desarrollo sostenible” (2022), señala que la gran mayoría de los artesanos en el país carecen de herramientas de gestión, canales de venta digital y estrategias de marketing, lo que afecta directamente su competitividad. Este estudio recomienda planes de negocio con enfoque en innovación y comercialización digital, para potenciar la venta de productos personalizados y mejorar la calidad de vida de los artesanos.

(Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 2022)

Beneficios Esperados

El proyecto buscara contribuir al fortalecimiento de la economía local de Sangolquí, esto se lo formalizara mediante la formalización del trabajo artesanal, así como también la promoción de productos personalizados los cuales responderán a las nuevas demandas que existen en el mercado actualmente.

Se espera de igual forma poder contribuir la preservación de esta cultura, esto se conseguirá fomentando la creación de empleos mediante un modelo de negocio que combine tanto la tradición como la innovación ya que estos dos van de la mano y son muy necesarios para lograrlo.

1.4. Justificación

El desarrollo de este plan de negocios busca potenciar la necesidad de dinamizar la economía territorial a través del impulso del emprendimiento artesanal. La tienda propuesta ofrecerá productos no solo únicos, sino también que cuenten con un alto valor cultural hechos manualmente y con un sello que será el distintivo para la autenticidad. Además, se buscará exclusivamente un segmento de consumidores que valoren la originalidad y aprecien la historia que existe detrás de cada producto creado. El otro, pero no menos importante es la capacitación de los artesanos al momento de hacer el respectivo uso de las herramientas digitales, la cual es muy importante ya que esta ayudara a fortalecer su presencia comercial en las diversas plataformas ya sean físicas o virtuales.

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios integral para implementar una tienda de artesanías personalizadas en la Ciudad de Sangolquí, Provincia de Pichincha, con el fin de fomentar el arte local, generar ingresos sostenibles y aprovechar las diversas herramientas tecnológicas que existen actualmente para lograr conseguir una ventaja competitiva en el mercado.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Determinar la viabilidad financiera del plan de negocios para la tienda de artesanías Manos Hábiles EC, mediante el análisis de costos, fuentes de financiamiento, capital de trabajo, proyecciones de flujo de caja, y la evaluación de indicadores financieros como el VAN, la TIR

y su relación costo-beneficio, con el fin de poder establecer la rentabilidad económica del negocio.

- Identificar estrategias de mercado que permitan posicionar de manera efectiva productos artesanales personalizados tanto en el mercado local como en el digital, contribuyendo a promover la identidad cultural de la región.

1.6. Impactos

1.6.1 Social

El plan del de este proyecto promoverá la preservación del patrimonio cultural mediante la difusión y la respectiva valorización del trabajo artesanal. Además, se fomentará la participación de la comunidad para así poder generar redes colaborativas entre los artesanos y la comunidad, con esto se buscará mejorar el impacto social para el negocio.

1.6.2 Económico

Se espera un incremento significativo en los ingresos de los artesanos, añadiendo lo que es el turismo local y atrayendo visitantes que verdaderamente estén interesados en experiencias únicas y auténticas, también se impulsará la economía popular y solidaria con el fin de poder contribuir al desarrollo local y así buscar poder mantener intacta la economía. De esta forma se propiciará una mayor diversidad económica en Sangolqui y se podrá reducir la dependencia de actividades tradicionales que sean de bajo rendimiento. Todo eso permitirá acceder a los artesanos a una mayor oportunidad de formación y al mismo tiempo de financiamiento.

1.7. Beneficiarios

1.7.1 Directos

Los artesanos de la zona serán los principales beneficiarios, ya que se les brindará formación en marketing, comercio digital y técnicas de innovación, esto les ayudará a mejorar sus

procesos productivos para así poder aumentar sus ingresos. Además, podrán acceder a nuevos canales de comercialización tanto físicos como virtuales lo que les ayudara a ampliar su alcance en el mercado.

1.7.2 Indirectos

Las familias de los artesanos se beneficiarán de manera indirecta al notar un mejoramiento en su calidad de vida debido al incremento en sus ingresos. En cambio, los visitantes y turistas que arriben a Sangolquí descubrirán una propuesta cultural renovada y enriquecida, mientras que la comunidad local vivirá un robustecimiento de su identidad cultural y un crecimiento económico a causa del incremento de la actividad comercial y turística.

CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Resultados esperados del estudio de mercado

Definir claramente el perfil del cliente objetivo:

Se espera identificar las características demográficas (edad, sexo, ocupación) y psicográficas (intereses, estilo de vida) de los consumidores interesados en productos artesanales. Esto permitirá orientar las estrategias de diseño, marketing y venta hacia un público que valore el trabajo manual y cultural. Además, se podrá determinar qué factores influyen en su decisión de compra, como el precio, la calidad o el origen del producto. Con esta información, el negocio podrá personalizar su oferta para satisfacer mejor las necesidades del mercado.

Conocer la demanda actual y potencial:

El estudio permitirá estimar el nivel de aceptación de los productos artesanales entre los consumidores, así como su disposición de compra. Se analizarán los hábitos de consumo, frecuencia de compra y momentos del año con mayor interés por este tipo de productos. Esto ayudará a proyectar volúmenes de ventas y planificar la producción de forma estratégica. También permitirá identificar nuevas oportunidades de negocio o nichos de mercado poco explotados.

Identificar a los principales competidores:

Se espera conocer qué otras marcas o emprendimientos ofrecen productos similares en la zona de influencia. Esto incluye analizar sus precios, variedad de productos, canales de venta (presencial, ferias, redes sociales, etc.) y estrategias de promoción. Con esta información se podrá evaluar la posición de Tienda de Artesanías frente a la competencia y diseñar ventajas competitivas. Además, se podrán detectar buenas prácticas que puedan ser adaptadas para mejorar la propuesta de valor.

Establecer estrategias de precio, promoción y distribución:

Con base en los datos obtenidos, se podrá definir un rango de precios acorde al mercado, atractivo para el cliente y rentable para el negocio. También se identificarán los medios de promoción más efectivos (redes sociales, ferias, alianzas locales) y los canales de venta preferidos por el cliente, como tiendas físicas o plataformas en línea. Esto facilitará el diseño de un plan comercial adecuado que impulse las ventas y mejore el posicionamiento de la marca. Asimismo, permitirá planificar acciones que aumenten la visibilidad del negocio en el mercado artesanal.

2.2. Demanda

En Sangolquí, la demanda de productos artesanales va sobre todo dirigida a clientes locales y visitantes que aprecian productos que son elaborados a mano, con una identidad cultural y usos prácticos o decorativos. En particular este interés se incrementa en ferias locales, celebraciones religiosas y acontecimientos turísticos, donde la gente busca generalmente artículos únicos y distintos. Además, últimamente existe una gran tendencia ascendente hacia obsequios a medida, particularmente entre jóvenes y mujeres de 25 a 45 años, quienes aprecian el arte, la tradición y el comercio.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) reporta que un porcentaje importante de los hogares ecuatorianos muestra un importante consumo activo de productos artesanales. Según su Encuesta de Consumo Cultural, “el 47,3% de los hogares del país declaró haber adquirido productos artesanales en los últimos 12 meses, siendo los principales motivos la apreciación por lo hecho a mano, el valor cultural y la originalidad de las piezas” (INEC, 2021, p. 18). Estos datos respaldan el creciente interés de los consumidores por adquirir artículos con identidad, tradición y personalización, elementos que este proyecto busca fortalecer.

A nivel de canales de venta, la demanda se ha visto bastante influenciada por la facilidad de acceso al producto. Una gran parte de los consumidores desea contar con opciones tanto físicas como virtuales para realizar sus compras, esto exige una tener una estrategia de multicanalidad. La cual constaría de implementación una tienda en línea y una sólida presencia en redes sociales son claves para capturar esta demanda que, aunque estén interesados en los productos artesanales, aun no se cuenta con las suficientes alternativas accesibles y visibles.

2.3. Oferta

La oferta de productos artesanales personalizados en Sangolquí se distingue por su amplia gama de artículos que reflejan la creatividad y la cultura de la región. Esta variedad abarca desde elementos decorativos, como cerámicas y textiles, hasta accesorios personalizados, como joyería y regalos singulares. La calidad de los materiales empleados y la meticulosidad en el proceso de fabricación son características clave que diferencian estos productos de los fabricados en masa. Además, la posibilidad de personalización lo cual permitirá a los consumidores obtener artículos que se adapten a sus preferencias y necesidades particulares, lo que añade un valor emocional y único a cada pieza. No obstante, la oferta también enfrenta retos, como la competencia de productos industriales y la necesidad de concienciar a los consumidores sobre las ventajas de optar por artículos artesanales.

2.4. Fichas de Observación

Las fichas de observación son claves para analizar nuestro entorno competitivo, nos permite identificar las fortalezas y debilidades de negocios que son similares al nuestro. En este caso se ha podido recopilar algunos datos muy relevantes de 3 tiendas de artesanías que están ubicadas en Sangolquí, esto con el objetivo de conocer como manejan sus negocios, en las fichas

se podrán observar varios aspectos a destacar, tales como son, calidad de sus productos, precios, formas de pago, métodos de producción, atención al cliente entre otros aspectos.

Tabla 1. Ficha de observación del primer competidor

Ficha de Observación #1					
Nombre del Competidor	Ubicación	Tienda De Artesanías			
EL ARTE EN LAS MANOS	Sangolqui, Av Atahualpa y 17 de junio	Calidad de Productos	Precios	Canales de Promoción	Atención al Cliente
		materiales locales	Medios (25-60 USD)	Redes sociales, ferias locales	Regular
		Horarios de Atención	Formas de Pago	Gama de Productos	Ventas en Línea
		Lun - Sáb: 9am - 6pm	Efectivo, tarjetas débito/crédito	Joyería, cerámicas, decoración	No
	Ubicación		Métodos de Producción		
Elaborado por el autor		Mala		Artesanal	

Elaborado por el autor

Nota: Se detallan fortalezas y debilidades del negocio “El Arte en las Manos”.

Tabla 2. Ficha de observación del segundo competidor

Ficha de Observación #2					
Nombre de Competidor	Ubicación	Tienda De Artesanías			
EL GATO EN LA LUNA	Sangolqui, Calle España y García Moreno, Diagonal al Municipio de Rumuñahui	Calidad de Productos	Precios	Presencia en Línea	Atención al Cliente
		Media, mezcla	Competitivos (15-45 USD)	Publicidad en línea, recomendaciones boca a	Buena, interacción
		Horarios de Atención	Formas de Pago	Gama de Productos	Ventas en Línea
		Lun - Dom: 10am - 8pm	Efectivo, transferencias	Ropa, accesorios, regalos	No
	Ubicación		Métodos de Producción		
	Buena		Semi-industrial		

Elaborado por el autor

Nota: Se registran aspectos claves de “El Gato en la Luna”, incluyendo precios y atención al cliente.

Tabla 3. Ficha de observación del tercer competidor

Ficha de Observación #3					
Nombre de Competidor	Ubicación	Tienda De Artesanías			
ARTESANÍAS EMILY	Sangolqui, Calle Pichincha y Sucre, Sector Parque Turismo	Calidad de Productos	Precios	Presencia en Línea	Atención al Cliente
		Alta, materiales reciclados y	Altos (40-100 USD)	Redes sociales, tienda web propia	Excelente, son muy atentos con el
		Horarios de Atención	Formas de Pago	Gama de Productos	Ventas en Línea
		Lun - Vie: 8am - 7pm, Sáb: 9am -	Efectivo, tarjetas, PayPal,	Bisuterías, souvenirs	Alta, sitio web profesional y
		Ubicación		Métodos de Producción	
		Muy Buena		Artesanal	

Elaborado por el autor

Nota: Análisis de “Artesanías Emily”, con enfoque en calidad ecológica y presencia digital.

Análisis de los competidores Fortalezas – Debilidades

1. EL Arte en las manos

Fortalezas:

- Buena calidad de productos con materiales locales.
- Diversidad de productos: joyería, cerámicas, decoración.
- Participación en ferias locales y redes sociales.
- Acepta tarjetas (crédito y débito), lo que facilita las ventas.

Debilidades:

- Ubicación desfavorable, lo que puede limitar el tráfico de clientes.
- Atención al cliente regular, lo que afecta la experiencia de compra.
- No tiene ventas en línea, perdiendo oportunidades digitales.
- Horarios limitados: no atiende los domingos.

2. El Gato en la Luna

Fortalezas:

- Precios competitivos, accesibles al público (15-45 USD).
- Buena atención al cliente e interacción amigable.
- Tiene amplia gama de productos: ropa, accesorios, regalos.
- Horario extendido: abierto todos los días, incluidos domingos.
- Métodos de pago flexibles: efectivo y transferencias.
- Ubicación buena, en el centro urbano.
- Aprovecha publicidad en línea y recomendaciones boca a boca.

Debilidades:

- Calidad media de productos (mezcla materiales locales e importados).
- No tiene ventas en línea, lo que limita su expansión digital.
- Producción semi-industrial, puede afectar la percepción de autenticidad artesanal.

3. Artesanías Emily

Fortalezas:

- Alta calidad con enfoque ecológico: uso de materiales reciclados y naturales.
- Excelente atención al cliente.
- Alta presencia digital: redes sociales y tienda web propia.
- Ventas en línea bien desarrolladas, incluyendo pasarelas de pago como PayPal.
- Ubicación muy buena: sector turístico (Parque Turismo).
- Diversidad de productos: bisutería, souvenirs.
- Producción artesanal, lo que agrega valor.

Debilidades:

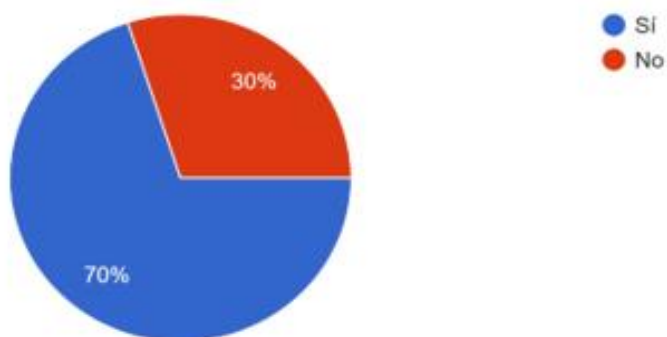
- Precios altos (40-100 USD), podría excluir a ciertos segmentos.
- No atiende los domingos (día turístico clave).
- La variedad de productos es más limitada en comparación con otros.

2.5. Encuestas y presentación de resultados

Figura 1. Nivel de conocimiento de tiendas artesanales en Sangolquí

¿Conoce tiendas de artesanías en la ciudad de Sangolquí?

95 respuestas

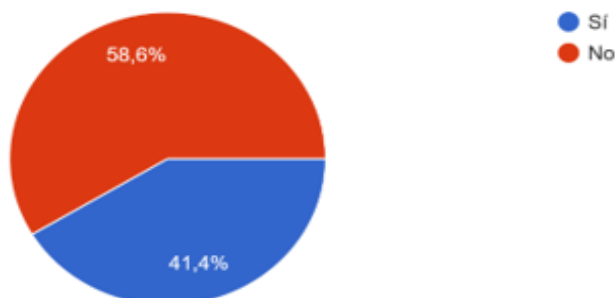


Nota: El 70% de los encuestados conoce al menos una tienda artesanal en la ciudad.

El 70% de los encuestados afirmó conocer tiendas de artesanías en Sangolquí. Esto demuestra que existe cierta presencia del sector artesanal en la ciudad. Sin embargo, un 30% indicó no conocer ninguna tienda. Esto refleja una oportunidad para fortalecer la visibilidad del negocio. La difusión efectiva permitirá captar nuevos clientes potenciales.

Figura 2. Frecuencia de compra de artesanías en el último año

¿Ha comprado artículos artesanales el último año?
95 respuestas

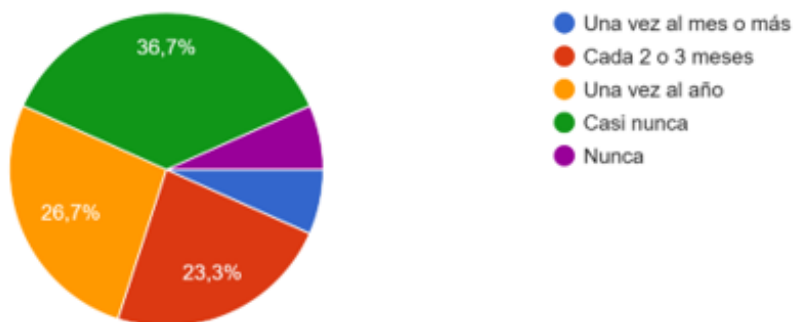


Nota: Solo el 41,4% adquirió artículos artesanales en los últimos 12 meses.

El 41,4% de los encuestados declaró haber comprado artículos artesanales durante el último año, mientras que el resto no lo ha hecho. Este resultado evidencia una baja frecuencia de adquisición de estos productos, lo que puede deberse a varios factores como la falta de promoción, accesibilidad o variedad en la oferta actual. También podría estar relacionado con la percepción del precio, la funcionalidad del producto o la visibilidad de los puntos de venta. Es fundamental que el negocio analice cómo generar una conexión más constante con los consumidores, ofreciendo productos útiles, accesibles y con un alto valor emocional o cultural.

Figura 3. Frecuencia con la que los consumidores compran productos artesanales

¿Con qué frecuencia compra productos artesanales?
95 respuestas



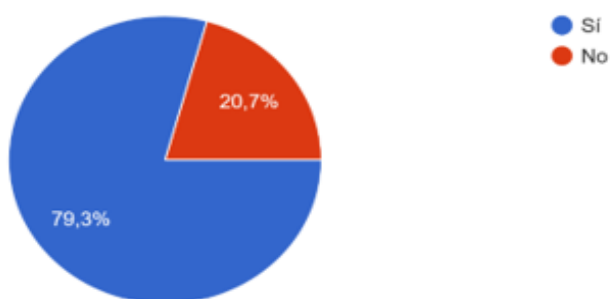
Nota: El 36,7% declaró casi nunca adquirir este tipo de productos.

Los resultados muestran que el 36,7% de los encuestados casi nunca compra productos artesanales, lo cual refleja una baja frecuencia de consumo. Esto podría estar influenciado por la limitada presencia de tiendas físicas accesibles, la falta de hábitos de compra relacionados con este tipo de productos o una escasa oferta innovadora. Además, es posible que el público objetivo no perciba aún el valor funcional o simbólico de las artesanías frente a productos industrializados. Frente a esta situación, es esencial promover campañas que refuercen el sentido cultural, emocional y sostenible de los artículos artesanales.

Figura 4. Procedencia de los encuestados

¿Reside actualmente en Sangolquí o sus alrededores?

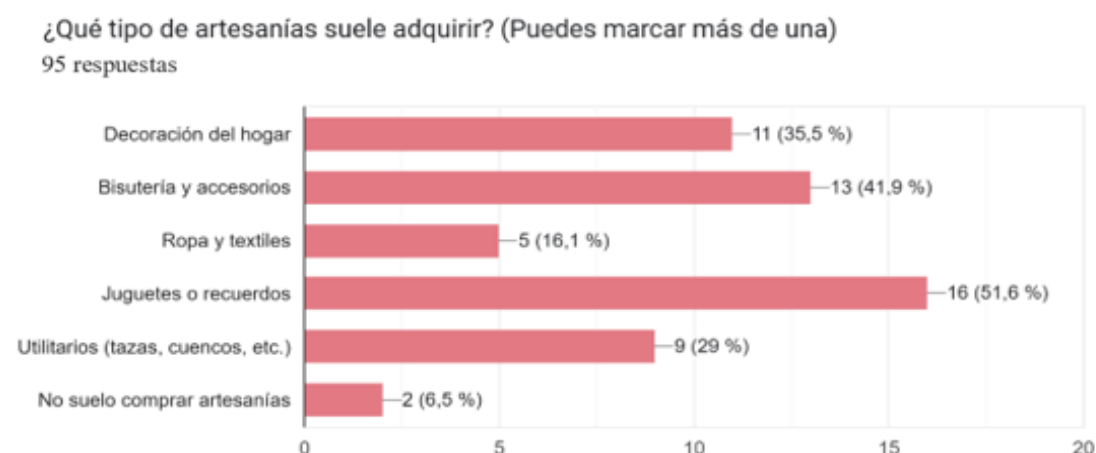
95 respuestas



Nota: El 79,3% reside en Sangolquí o sus alrededores, consolidando el mercado local.

El 79,3% de los encuestados reside en Sangolquí o en zonas cercanas, lo cual reafirma que este mercado es geográficamente adecuado para la instalación del local físico del emprendimiento. Esta cercanía es una ventaja estratégica para la fidelización de clientes y la creación de una red sólida de consumidores habituales. Además, facilita la realización de eventos presenciales, talleres o demostraciones artesanales que generen un mayor vínculo con la marca. También implica que se puede trabajar con entregas locales a domicilio de forma eficiente y con bajo costo logístico.

¿Qué tipo de artesanías suele adquirir? (Puedes marcar más de una)

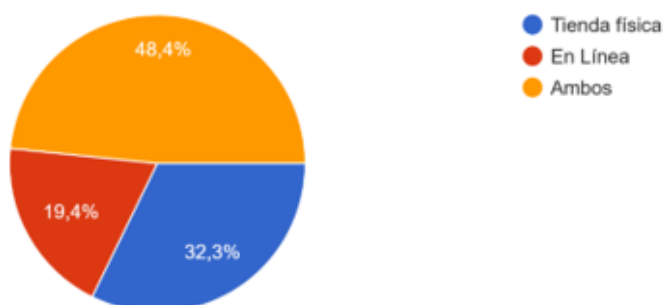
Figura 5. Tipos de artesanías más demandadas

Nota: Los juguetes, recuerdos y bisutería encabezan las preferencias de compra.

Según los resultados, los productos más demandados son juguetes o recuerdos (53,3%), bisutería y accesorios (43,3%) y decoración del hogar (33,3%). Esto refleja que el mercado valora especialmente los productos funcionales o con carga emocional, lo cual es común en los artículos tipo regalo o coleccionables. El negocio debe priorizar el desarrollo de estas líneas de producto, con diseños creativos, materiales de calidad y opciones personalizadas. La decoración del hogar también representa una oportunidad, especialmente si se enfoca en piezas prácticas que mantengan un estilo artístico distintivo

Figura 6. Preferencia de canal de compra (físico o digital)

¿Preferiría comprar artesanías en tienda física, en línea o ambos?
95 respuestas

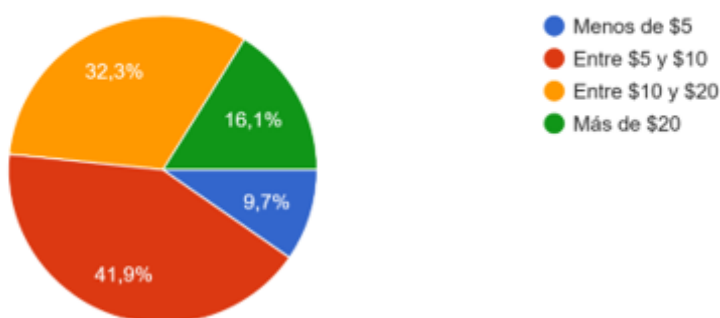


Nota: El 48,4% prefiere combinar tienda física con tienda en línea.

Casi la mitad de los encuestados con el (48,4%) expresó preferencia por una experiencia de compra que combine tienda física y tienda en línea. Esto revela la importancia de implementar una estrategia de multicanalidad que permita al cliente escoger el medio que le resulte más cómodo. Un 32,3% prefiere comprar exclusivamente en tienda física, lo cual indica que aún hay un segmento que valora la experiencia presencial y sensorial de ver y tocar el producto. Por otro lado, un 19,4% se inclina únicamente por la compra en línea, lo que refuerza la necesidad de desarrollar un canal digital robusto y amigable.

Figura 7. Rango de precios dispuesto a pagar por artesanías

¿Qué rango de precio estaría dispuesto(a) a pagar por una artesanía personalizada?
95 respuestas



Nota: La mayoría pagaría entre 5 y 20 dólares por producto.

El análisis muestra que el 41,9% de los encuestados pagaría entre \$5 y \$10, mientras que el 32,3% estaría dispuesto a pagar entre \$10 y \$20. Estos precios representan un segmento un poco más competitivo y a la vez que es accesible para la mayoría del mercado, es por eso que se tiene que considerar como base para reestructurar los de precios. Hay que asegurarse de que los costos de producción nos ayuden a mantener márgenes razonables sin sacrificar lo que es la calidad.

Figura 8. Conocimiento de artesanos locales

¿Conoce artesanos locales en su zona?

95 respuestas



Nota: Más del 60% de los encuestados no tiene relación directa con artesanos.

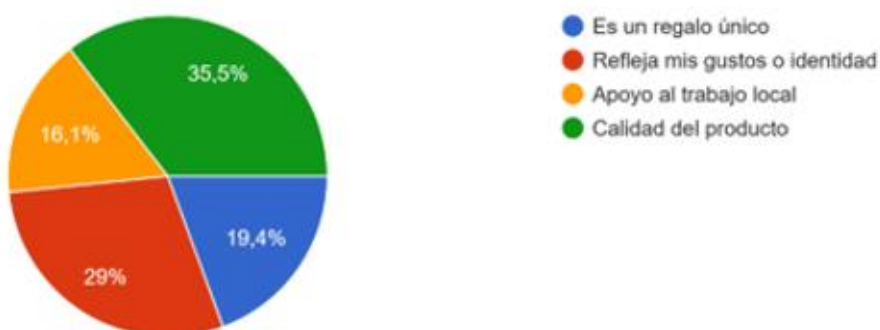
Un 41.9% no conoce artesanos locales, pero otro 38.7% solo ha oído de ellos.

Se puede evidenciar que existe bastante desconexión entre los artesanos locales y la comunidad en general, más del 60% de los encuestados afirman que no tienen relación directa con ellos. Esto abre una oportunidad clave para la mejora del proyecto, se puede mejorar la visibilidad y se puede promocionar más a los artesanos a través de nuestra tienda.

Figura 9. Factores determinantes en la compra de artesanías

¿Cuál sería su motivación para comprar un producto artesanal personalizado?

95 respuestas

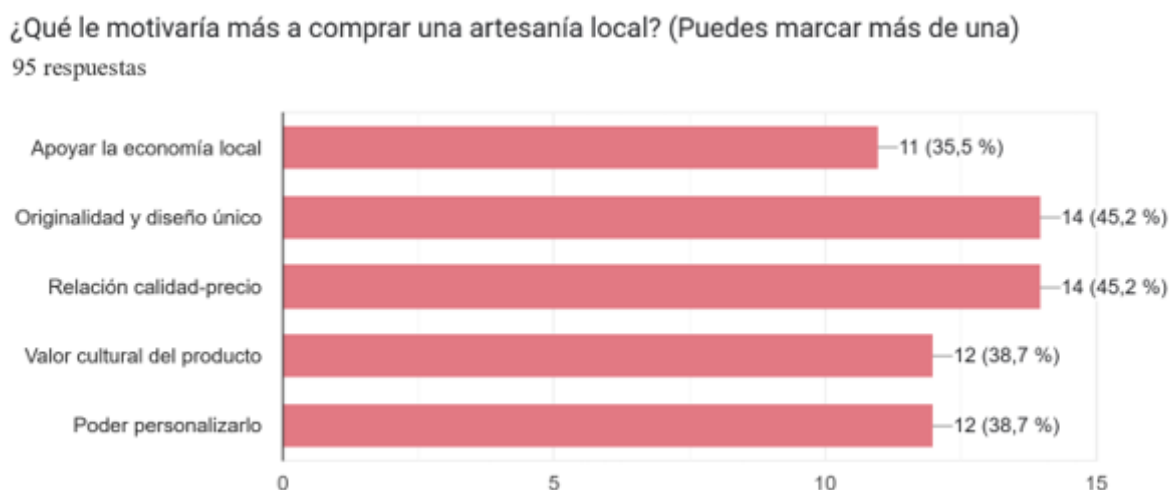


Nota: La calidad y la identidad personal son los elementos más valorados.

- El 35.5% menciona la calidad del producto.
- Por otro lado, el 29% indica que el producto refleja sus gustos o identidad

La mayoría afirma que la calidad es un factor muy importante y crucial al momento de comprar un artículo artesanal personalizado. Con este pensar de los encuestados habrá que enfocarnos en mantener unos muy altos estándares de calidad. Sin quitar también el deseo de que los productos puedan reflejar la identidad personal.

Figura 10. Principales motivaciones para adquirir artesanías



Nota: La relación calidad-precio y la originalidad destacan como los factores clave.

Los motivos que más incentivarían la compra de una artesanía local son:

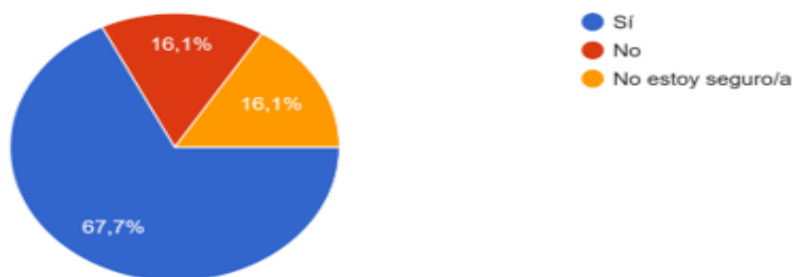
- Relación calidad-precio con el (45,2%) y la Originalidad y diseño único que tiene el (45,2%) también.

La relación Calidad – Precio se puede apreciar que es muy importante, esto puede ser fundamental al momento de adquirir artesanías. Sin embargo hay que buscar una forma de ser más competitivos y poder ofrecer un gran valor significativo al comprar artesanías locales. La originalidad es igualmente importante, lo que sugiere que los consumidores buscan productos que se destaquen y sean únicos.

Figura 11. Interés en realizar compras de artesanías en línea

¿Le interesaría realizar pedidos en línea o por catálogo digital?

95 respuestas



Nota: El 67,7% se muestra dispuesto a comprar por catálogo digital o tienda virtual.

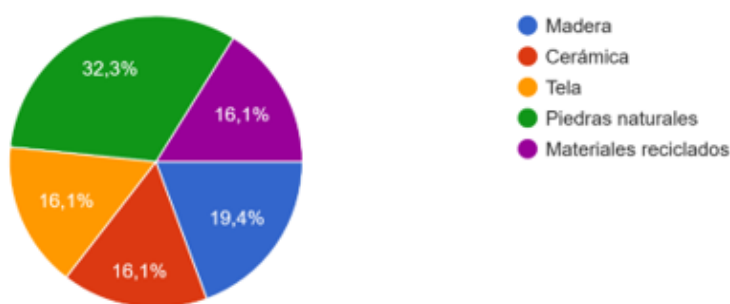
- Con el 67.7% la gente afirma estar interesada en pedidos en línea o por catálogo digital, lo que confirma la necesidad de tener una tienda virtual o redes sociales activas.

Este alto interés en las compras en línea indica una tendencia hacia la digitalización en el consumo de productos artesanales. Esto resalta la necesidad de establecer una presencia en línea robusta, que incluya una tienda virtual y un catálogo digital accesible. Se puede implementar herramientas que puedan facilitar llegar a un mercado mucho más amplio para poder mejorar la experiencia del cliente al realizar pedidos en línea.

Figura 12. Materiales más atractivos para los consumidores

¿Qué materiales le llaman más la atención en productos artesanales?

95 respuestas



Nota: La tela y la madera lideran las preferencias, seguidas de cerámica y reciclados.

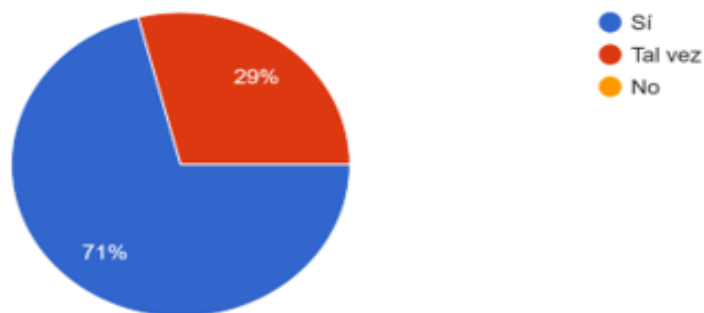
Se puede ver que existe mucho mayor interés en productos elaborados con:

- Tela (32,3%)
- Madera (19,4%)
- Cerámica, materiales reciclados y piedras naturales (cada uno con 16,1%)

La tela destaca como el material más atractivo, esto nos sugiere que se puede cambiar la línea de enfoque del negocio. Tampoco hay que descuidar a los demás materiales ya que existe también mucha igualdad en cuanto a la preferencia de estos materiales.

Figura 13. Disposición a recomendar tiendas de artesanías

¿Recomendaría una tienda de artesanías locales a familiares o amigos?
95 respuestas



Nota: El 71% recomendaría con seguridad una tienda artesanal a familiares o amigos.

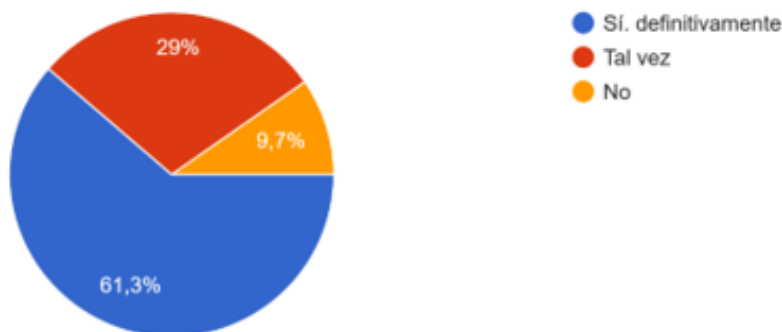
- El 71% recomendaría una tienda de artesanías locales a sus familiares o amigos.
- El 29% lo haría "tal vez", y nadie respondió "no".

Esto es muy positivo, la gran mayoría está dispuesta a recomendar una tienda de artesanías, con esto será más sencillo poder apoyar y promover las tiendas artesanías y así conseguir una base sólida para ayudar a crear una comunidad de consumidores.

Figura 14. Intención de regalar artesanías personalizadas

¿Consideraría regalar una artesanía personalizada como obsequio?

95 respuestas



Nota: El 61,3% considera definitivamente hacerlo en ocasiones especiales.

El 61,3% considera definitivamente regalar artesanías personalizadas.

- El 29% lo considera como posibilidad, y solo el 9,7% no lo haría

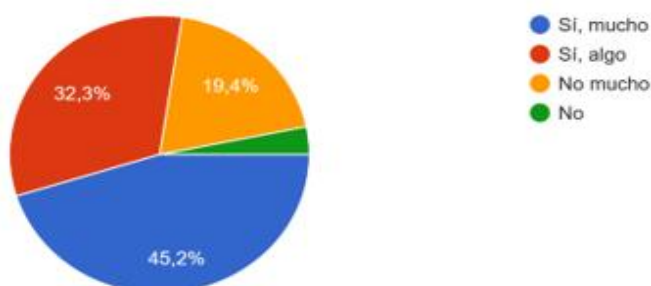
La gran mayoría ve las artesanías como un regalo significativo, probablemente por su carácter único, personalizado y simbólico. Esto abre la posibilidad de posicionar los productos artesanales no solo como decoración o uso personal sino también como regalos para fechas especiales.

La disposición a regalar artesanías personalizadas sugiere que los consumidores ven valor en la singularidad y el significado emocional de estos productos. Esto abre oportunidades para posicionar las artesanías no solo como artículos de uso personal, sino también como regalos significativos para ocasiones especiales. Las estrategias de marketing pueden enfocarse en resaltar esta característica.

Figura 15. Percepción del valor especial en productos reciclados.

¿Considera que los productos artesanales hechos con materiales reciclados tienen un valor especial frente a los productos convencionales?

95 respuestas



Nota: Más del 50% reconoce un valor diferencial en artículos elaborados con materiales reciclados.

- El 32,3% considera que tienen “algo” de valor especial.
- El 19,4% cree que tienen “mucho” valor especial.
- El resto no valora significativamente esta diferencia.

Más del 50% del público reconoce un valor diferencial en los productos hechos con materiales reciclados, lo que evidencia una conciencia ambiental creciente.

La percepción de un valor especial en los productos hechos con materiales reciclados indica una creciente conciencia ambiental entre los consumidores. Esto puede ser un punto de venta importante para el negocio, ya que resaltar el uso de materiales sostenibles puede atraer a un segmento de mercado que valora la responsabilidad social y ambiental.

2.6. Estrategias de mercado

Ofrecer productos artesanales personalizados a precios accesibles:

Diferenciarse de la competencia, como "Artesanías Emily", al ofrecer productos de calidad a precios más bajos. Esto atraerá a un público más amplio, manteniendo el valor artesanal y fomentando la conexión con el cliente.

Se ofrecerán varias promociones especiales en productos personalizados, como descuentos por la compra de múltiples artículos o precios especiales en fechas clave (Día de la Madre, San Valentín Navidad, etc).

Todo esto con un respectivo análisis de precios de la competencia para establecer un rango de precios competitivo.

Crear una Tienda en Línea y Pagina Web en línea profesional:

Aprovechar la falta de presencia en línea de competidores como “El Arte en las Manos” y “El Gato en la Luna” mediante el desarrollo de una página web funcional y Tienda en línea con un catálogo atractivo, carrito de compras y opciones de pago seguras, facilitando así el acceso a los productos.

Se implementarán estrategias de SEO para mejorar la visibilidad de la tienda en línea y se utilizarán anuncios pagados en redes sociales para atraer tráfico.

Experiencias Interactivas:

Se organizarán talleres donde los clientes puedan aprender a hacer artesanías, lo que no solo les permite experimentar el proceso, sino que también crea un vínculo más fuerte con tu marca. También se realizarán eventos especiales en fechas clave (como ferias de artesanía) donde los clientes puedan interactuar con los artesanos y ver el proceso en vivo.

Atención personalizada al cliente:

Ofreceremos un servicio cálido y cercano, destacándose frente a competidores como “El Arte en las Manos”. Proporcionaremos asesoría en personalización y seguimiento post-venta para crear una experiencia de compra memorable y fomentar la fidelización.

Entrenaremos al equipo constantemente para ofrecer un servicio al cliente excepcional, enfatizando la importancia de la atención cálida y la asesoría en personalización.

Lanzar una línea ecológica:

Introducir productos elaborados con materiales reciclados o naturales, inspirándose en “Artesanías Emily”. Esta línea debe tener diseños únicos y funcionales, atrayendo a un público consciente del medio ambiente y diferenciando la oferta.

Identificaremos a proveedores de materiales reciclados para desarrollar productos que utilicen estos materiales destacando así los beneficios ambientales y la exclusividad de los diseños que vamos a ofrecer.

Programa de fidelización:

Se implementará una tarjeta digital que permita a los clientes acumular puntos por cada compra. Al alcanzar ciertos niveles, se ofrecerán descuentos, productos de regalo o envíos gratuitos, incentivando así la repetición de compras y la lealtad a la marca.

También se diseñará un programa de puntos (por ejemplo, 1 punto por cada dólar gastado) y qué de recompensas se ofrezcan (descuentos, productos gratis, envíos gratuitos).

2.7. Propuestas de Valor Digital

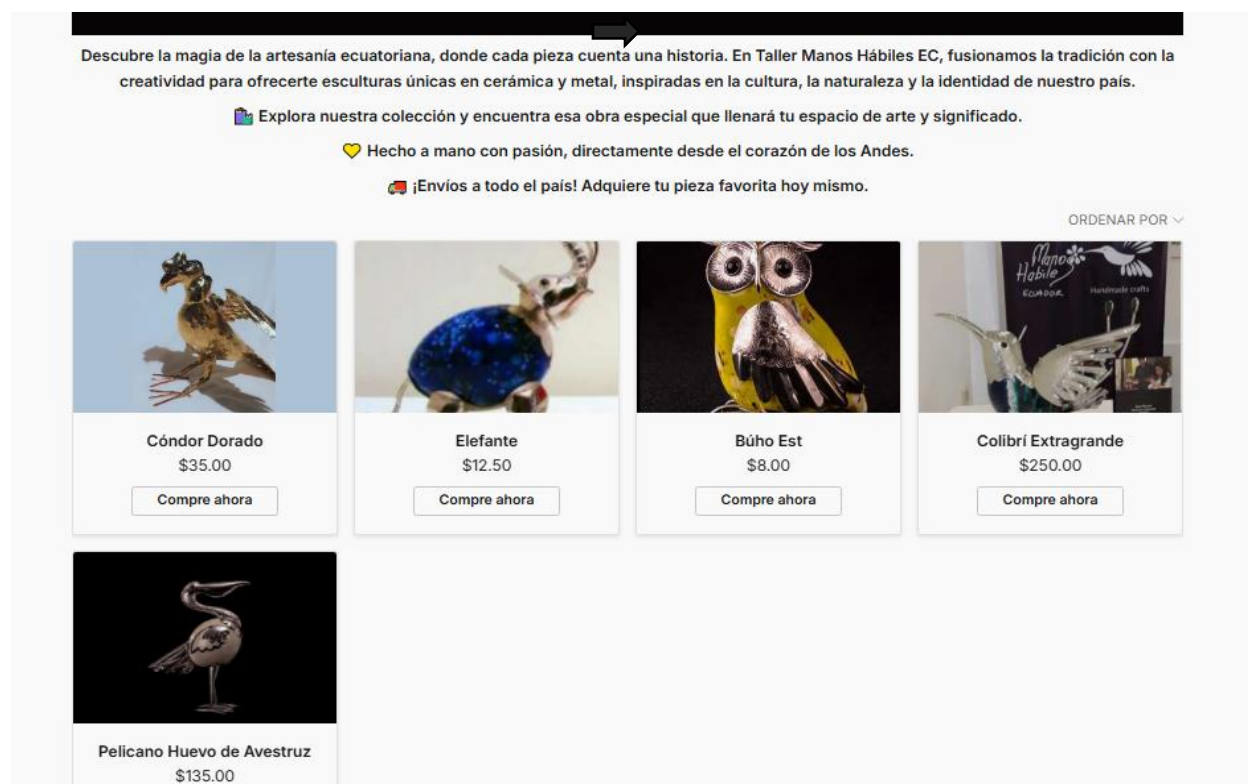
Compra rápida y segura desde cualquier lugar

"Ofreceremos una tienda en línea fácil de usar, donde puedes explorar y comprar nuestras artesanías desde la comodidad de tu hogar, con métodos de pago seguros y confiables."

Catálogo digital 24/7

"Tendrán acceso a nuestro catálogo digital disponible las 24 horas, los 7 días de la semana, con productos únicos y siempre actualizados."

Figura 16. Tienda en línea de Manos Hábiles EC



Nota: Plataforma virtual diseñada para facilitar la compra rápida y segura desde cualquier lugar.

Personalización al alcance de un clic

"Diseñaremos y personalizaremos tus artesanías directamente desde nuestra tienda en línea, eligiendo materiales, colores y mensajes especiales."

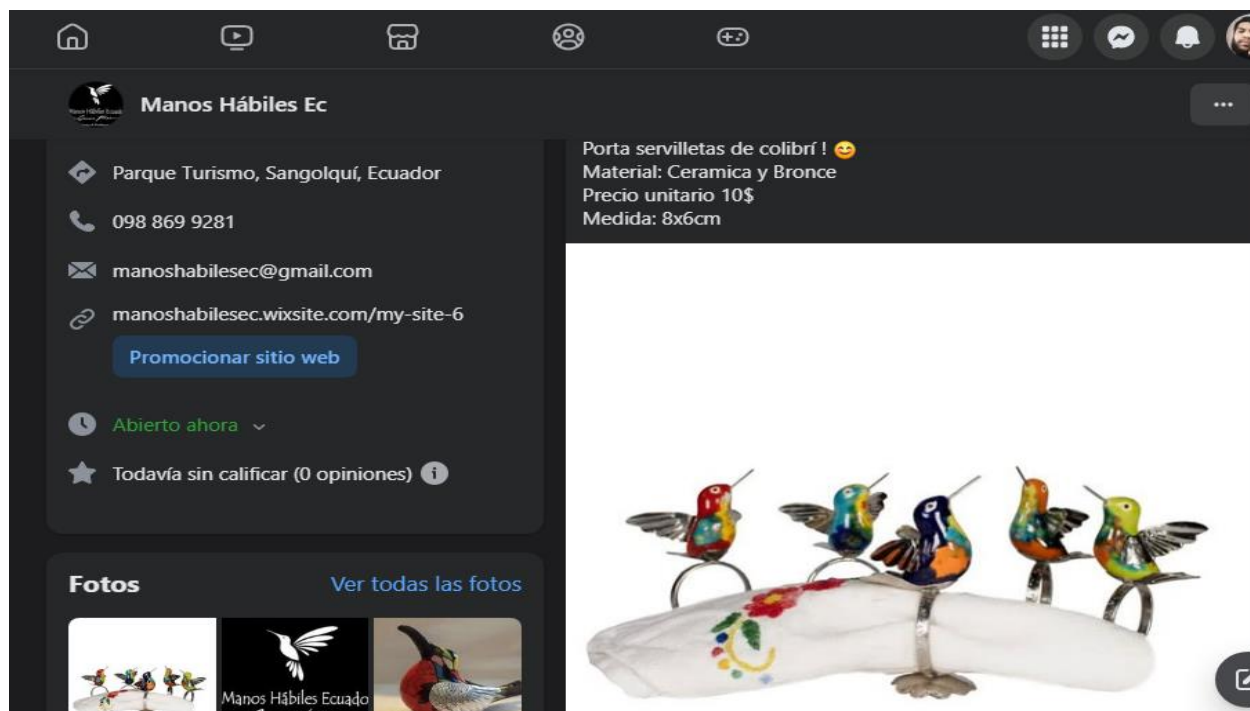
Envíos rápidos y seguimiento en línea

"Recibe tus artesanías en casa con nuestros servicios de entrega nacional, con opción de rastreo en tiempo real."

Asesoría virtual personalizada

"Contamos con atención vía WhatsApp y redes sociales para resolver tus dudas y ayudarte a elegir el mejor regalo artesanal."

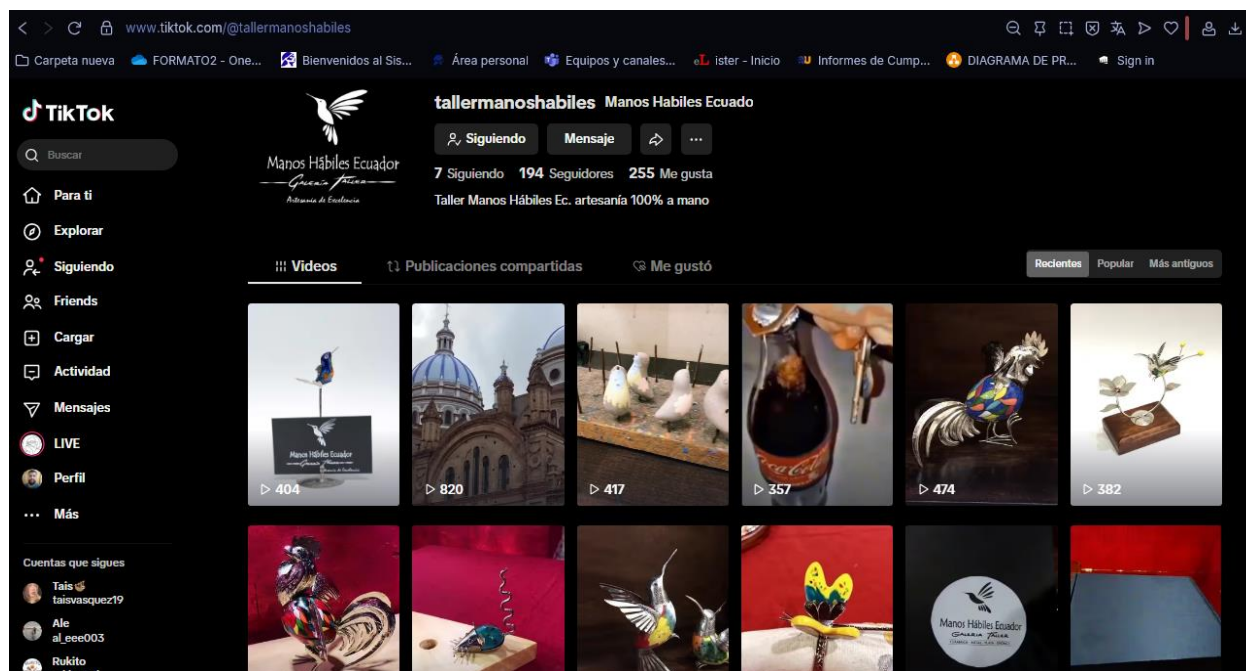
Figura 17. Página Oficial en Facebook



Nota: Canal digital utilizado para interactuar con clientes y promocionar los productos.

La elección de Facebook como canal digital se fundamenta en su amplio alcance y diversidad de usuarios, porque estadísticamente hablando sigue siendo la red social más utilizada en el Ecuador, especialmente por adultos y familias, lo que permite llegar a un público mucho mas amplio y diverso. Aparte, ofrece varias herramientas como son marketplace, anuncios segmentados y grupos comunitarios donde los artesanos pueden dar a conocer su trabajo de una manera efectiva.

Figura 18. Página oficial en Tiktok



Nota: Red social enfocada en llegar a públicos jóvenes mediante contenido audiovisual creativo.

TikTok actualmente es la red de mayor crecimiento entre jóvenes y adultos jóvenes, quienes son un público clave para artesanías personalizadas. El formato de videos cortos permitira mostrar un adecuado proceso artesanal, transmitir autenticidad y viralizar contenido con un muy bajo costo de publicidad. Esto llega a generar mayor alcance y engagement emocional con los consumidores.

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Localización

Seleccionar la localización es un factor muy importante para que el negocio pueda tener éxito. Es por eso que para tomar decisiones estratégicas en cuanto a la ubicación se han evaluado diferentes alternativas geográficas dentro de la ciudad de Sangolquí.

A continuación, se presentará un cuadro comparativo con la ponderación de algunos factores para poder identificar la mejor opción de localización para la tienda de artesanías.

Tabla 4. Localización de la planta

Localización de la planta				
Factor de localización	Ponderación de Factor	ALTERNATIVAS		
		Parque Turismo	San Rafael	Cashapamba
Ubicación Comercial	30	30	25	20
Proximidad al Público Objetivo	15	15	20	10
Seguridad del Sector	10	10	10	15
Competencia Cercana	10	10	5	15
Normativas Municipales y Permisos	10	25	20	15
Vías de Fácil Acceso	25	10	20	25
TOTAL	100	100	100	100
JUSTIFICACIÓN		El Parque turismo es una de las zonas mas comerciales que existen en sangolqui actualmente	En San rafael tambien existe una alta afluencia de gente y tambien cuenta con bastante seguridad	Cashapamba tambien maneja muy bien el tema de la segurtidad pero no cuenta con la suficiente afluencia de gente

Elaborado por el autor

Nota: Evaluación de alternativas geográficas para la instalación del negocio en Sangolquí.

La localización geográfica de la tienda “Manos Hábiles Ec” se detalla a continuación:

País: Ecuador

Provincia: Pichincha

Ciudad: Sangolquí

Sector: Parque Turismo

Se Alquilará un local el cual está ubicado en el sector del Parque Turismo, la tienda se va a situar en una zona con alta afluencia de público, así también como áreas turísticas y calles principales. Esto aumentará la visibilidad y atraerá a más clientes que estén interesados en las artesanías.

3.2. Tamaño Óptimo

El local de cuenta con aproximadamente 100 mts², el cual incluirá un área de exhibición de 54 mts², un área de producción el cual contará con 21 mts², de igual forma habrá un área enfocada en la Personalización que también tiene 21 mts², para el baño se dedicaron 18 mts² aproximadamente, y como ultima área tenemos la Bodega el cual ocupara el mismo tamaño que el baño 18 mts². Este tamaño será más que adecuado para mantener el orden y áreas de trabajo eficientes.

Tabla 5. Detalle de productos elaborados mensual y anualmente

#	Detalle			
Item	Productos	Cantidad	Mensual	Anual
1	Llaveros personalizados de madera	150	150	1800
2	Cuadros artesanales decorativos	40	40	3120
3	Imanes decorativos pintados a mano	135	135	2700
4	Tazas pintadas a mano	70	70	3510
5	Carteras de cuero artesanal	35	35	4440
6	Porta-velas de cerámica	55	55	3240
7	Jabones artesanales con hierbas medicinales	50	50	1470
8	Figuras talladas en balsa	30	30	3600
9	Macetas pintadas a mano	75	75	2880
10	Tapices tejidos decorativos	25	25	4800
11	Cuadernos artesanales con tapa de cuero	40	40	2310
12	Posavasos artesanales	70	70	1800
13	Lapiceros decorados con técnicas artesanales	105	105	2160
14	Cajas de regalo decoradas con fibras naturales	45	45	2400
15	Joyereros pequeños de cerámica pintada	50	50	4200
16	Fundas de cojines con bordado étnico	60	60	6240
17	Cuencos de barro para uso decorativo o espiritual	35	35	3762
Total de productos			1070	54432

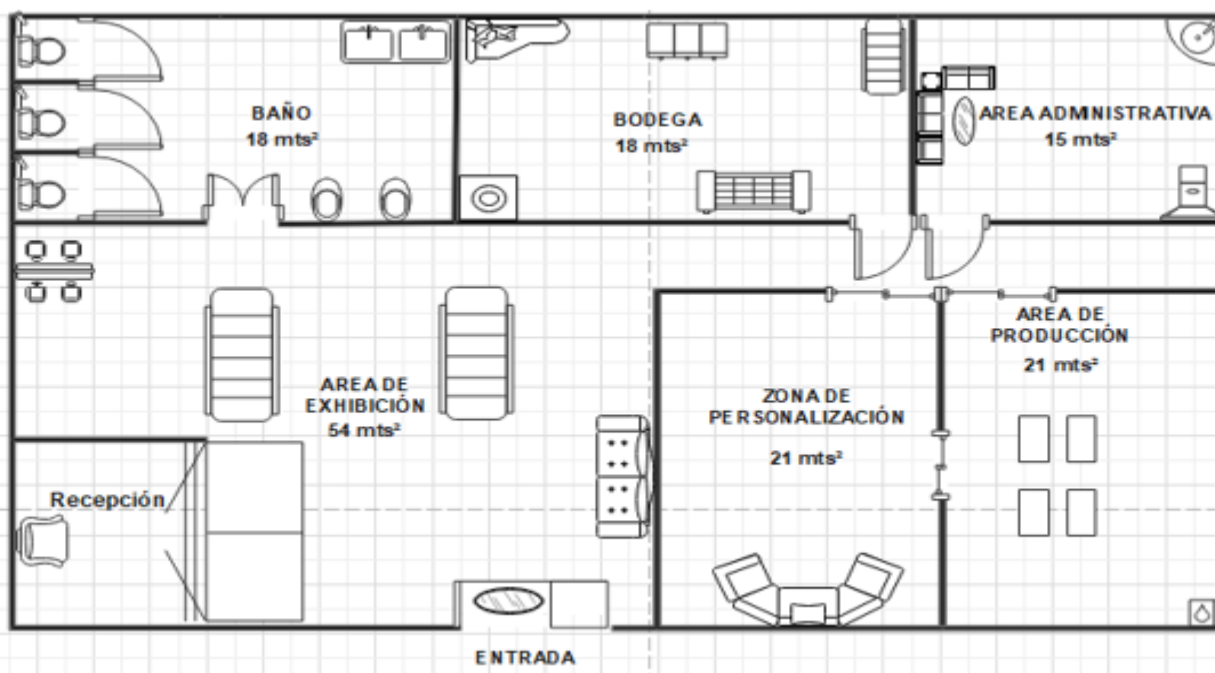
Elaborado por el autor

Nota: Se muestra la capacidad productiva proyectada, diferenciando volúmenes mensuales y anuales.

3.3. Distribución

La distribución de la infraestructura está constituida de una manera funcional, esta distribución que se presenta tiene una adecuada separación entre áreas operativas, administrativas y atención al cliente. Se cuentan con varios espacios definidos como son, recepción, área de exhibición, baños, bodega, zona de personalización, área de producción y oficina administrativa. Esta organización de la infraestructura nos permite facilitar el flujo de trabajo, también ayudara a almacenar materiales y tener una mejor experiencia tanto para los clientes como también para el personal de trabajo.

Figura 19. Distribución de la infraestructura (Layout)



Elaborado por el autor

Nota: El diseño incluye áreas de exhibición, producción, personalización, bodega y administración.

3.4. Ingeniería del Proyecto

Se espera brindar un buen servicio para lo cual se requerirán las siguientes herramientas y equipos:

Para el área administrativa se necesitarán los siguientes equipos:

- 1 computadora de escritorio
- 2 sillas Ergonómica
- 1 calculadora
- 1 escritorio
- 1 panel de planificación
- 1 caja fuerte

Con respecto al área de exhibición se contarán los siguientes equipos:

- 4 estanterías de vidrio
- 2 vitrinas con seguridad
- 3 mesas de exhibición
- 2 espejos decorativos
- 2 muebles de almacenamiento

Para el área de producción se contarán con los siguientes equipos:

- 2 mesas grandes de trabajo
- 1 lijadora manual
- 2 cinceles
- 2 martillos
- 2 pistolas de silicona
- 2 sillas

- 1 caja de herramienta
- 1 prensa manual
- 2 taladros, uno manual y uno eléctrico
- 1 sierra caladora
- 1 banco de carpintero
- 1 compresor de aire

Para el área del baño se contarán con los siguientes equipos:

- 1 kit de primeros auxilios
- 2 inodoros
- 1 lavamanos
- 1 secador
- 1 espejo
- 2 papeleras con tapa
- 1 ambientador automático

Con respecto al área de personalización se contarán los siguientes equipos:

- 2 escritorios de trabajo
- 1 impresora UV
- 2 sillas
- 1 laptop
- 1 lupa con luz
- 2 guantes de precisión
- 1 mesa de luz
- Plantillas de estampado

- 1 taburete
- 1 tablero magnético

Y por último para el área de bodega se contarán con los siguientes equipos:

- 3 estanterías metálicas
- 2 palets
- 1 bascula digital
- 3 cajas plásticas con tapa

3.4.1 Identificación de Recursos Humanos

El equipo de trabajo propuesto para la tienda incluye diferentes perfiles que cubren todas las áreas operativas, comerciales y administrativas, lo que asegurara el buen manejo integral del negocio.

Tabla 6. Recursos Humanos

Cargo	Numero de personas	Funcion Principal
Administrador	1	Coordinar y gestionar operaciones
Vendedor	1	Promover y vende productos
Artesanos	2	Crear y elaborar productos artesanales
Diseñador	1	Desarrolla conceptos y diseños de productos

Elaborado por el autor

Nota: Se identifican los perfiles y puestos necesarios para la operación del negocio.

Roles de Pagos

El rol de pagos es fundamental para garantizar el cumplimiento de las obligaciones laborales y tributarias, así se puede mantener una adecuada gestión financiera y administrativa.

Tabla 7. Rol de Pagos

ROL DE PAGOS						
Detalle Empleados	Area	Número Empleados	D.Trabajados	Salario Básico Sectorial	Sueldo + BS	TOTAL EMPLEADOS
Vendedor	Exhibición	1	30,00	481,61	680,58	680,58
Artesanos	Producción	2	30,00	470,00	664,17	1.328,35
Diseñador	Personalización	1	30,00	471,41	664,17	664,17
Administrador	Administrativa	1	25,00	490,71	561,69	561,69
TOTAL		5		1.913,73	2.570,61	3.234,78

Elaborado por el autor

Nota: Distribución de sueldos y beneficios de ley para el personal contratado.

El total de sueldos que se pagara a los empleados mensualmente es de \$ 3.234,78, en ese valor ya se encuentran incluidos todos los beneficios de ley.

Beneficios Sociales

Los beneficios sociales constituyen una obligación legal y un componente esencial en la relación laboral, estos beneficios garantizan a los trabajadores condiciones dignas y justas. En el caso del proyecto Manos Hábiles EC, se han calculado los valores correspondientes a aportes patronales, vacaciones, décimos y demás obligaciones que exige la normativa ecuatoriana.

Tabla 8. Calculo de beneficios sociales

Cálculo Beneficios Sociales										
Salario Básico Sectorial	D. Trabajadores	Sueldo Ganado	TOTAL INGRESOS	FR A Pagar 8.33%	13er Sueldo	14to Sueldo	Vacaciones	T. BENEFICIOS	A. Patronal 12.15%	A. Personal 9.45%
481,61	30	481,61	481,61	40,12	40,13	40,13	20,07	140,45	58,52	45,51
470,00	30	470,00	470,00	39,15	39,17	39,17	19,58	137,07	57,11	44,42
470,00	30	470,00	470,00	39,15	39,17	39,17	19,58	137,07	57,11	44,42
471,41	25	392,84	392,84	32,72	32,74	32,74	16,37	121,11	47,73	37,12
490,71	20	327,14	327,14	27,25	27,26	27,26	13,63	109,94	39,71	30,91
2383,73	-	-	2141,59	178,39	178,47	198,64	89,23	644,74	260,2	202,38

Elaborado por el autor

Nota: Proyección de aportes legales y beneficios laborales obligatorios.

3.4.2 Identificación de Recursos Materiales.

Tabla 9. Identificación de recursos materiales

N°	Detalle	Cantidad	Área	Valor Unitario (USD)	Valor Total (USD)
1	Computadora de escritorio	1	Administración	550,00	550,00
2	Silla ergonómica	2	Administración	80,00	160,00
3	Calculadora	1	Administración	19,00	19,00
4	Escritorio	1	Administración	90,00	90,00
5	Panel de planificación	1	Administración	5,00	5,00
6	Caja fuerte	1	Administración	10,00	10,00
7	Estantería de vidrio	4	Exhibición	75,00	300,00
8	Vitrina con seguridad	2	Exhibición	58,00	116,00
9	Mesa de exhibición	3	Exhibición	85,00	255,00
10	Espejo decorativo	2	Exhibición	12,00	24,00
11	Mueble de almacenamiento	2	Exhibición	45,00	90,00
12	Mesa grande de trabajo	2	Producción	120,00	240,00
13	Lijadora manual	1	Producción	35,00	35,00
14	Cinzel	2	Producción	3,00	6,00
15	Martillo	2	Producción	12,00	24,00
16	Pistola de silicona	2	Producción	3,00	6,00
17	Silla	2	Producción	16,00	32,00
18	Caja de herramienta	1	Producción	55,00	55,00
19	Prensa manual	1	Producción	49,00	49,00
20	Taladro manual	1	Producción	30,00	30,00
21	Taladro eléctrico	1	Producción	45,00	45,00
22	Sierra caladora	1	Producción	40,00	40,00
23	Banco de carpintero	1	Producción	300,00	300,00
24	Compresor de aire	1	Producción	90,00	90,00
25	Kit de primeros auxilios	1	Baño	8,00	8,00
26	Inodoro	2	Baño	74,00	148,00
27	Lavamanos	1	Baño	18,00	18,00
28	Secador de manos	1	Baño	30,00	30,00
29	Espejo	1	Baño	16,00	16,00
30	Papelera con tapa	2	Baño	8,00	16,00
31	Ambientador automático	1	Baño	12,00	12,00
32	Escritorio de trabajo	2	Personalización	112,00	224,00
33	Impresora UV	1	Personalización	270,00	270,00
34	Silla	2	Personalización	14,00	28,00
35	Laptop	1	Personalización	750,00	750,00
36	Lupa con luz	1	Personalización	18,00	18,00
37	Guantes de precisión (par)	2	Personalización	5,00	10,00
38	Mesa de luz	1	Personalización	36,00	36,00
39	Plantillas de estampado	1	Personalización	4,65	4,65
40	Taburete	1	Personalización	8,50	8,50
41	Tablero magnético	1	Personalización	67,05	67,05
42	Estantería metálica	3	Bodega	35,13	105,39
43	Palets de plastico	2	Bodega	14,41	28,82
44	Báscula digital	1	Bodega	42,00	42,00
45	Caja plástica con tapa	3	Bodega	3,99	11,97
TOTAL					4423,38

Elaborado por el autor

Nota: Detalle de equipos y herramientas requeridas para cada área del taller.

Total, por Área: En la siguiente tabla se puede apreciar el valor total por áreas

Tabla 10. Total, por áreas

Administración	834,00
Exhibición	785,00
Producción	952,00
Baño	248,00
Personalización	1416,20
Bodega	188,18
TOTAL	4423,38

Elaborado por el autor

Nota: Resumen de costos de implementación por cada área del negocio.

3.5. Proceso Productivo

El proceso productivo de la tienda no solo abarca lo que es la fabricación de artesanías como tal, sino que también incluye una investigación de mercado, selección de productos, adquisición de materiales y de más. Recalcando así que la eficiencia y calidad en cada una de las etapas son fundamentales para poder satisfacer las necesidades de los clientes, todo este es para poder garantizar la viabilidad del negocio.

Figura 20. Proceso productivo de la tienda



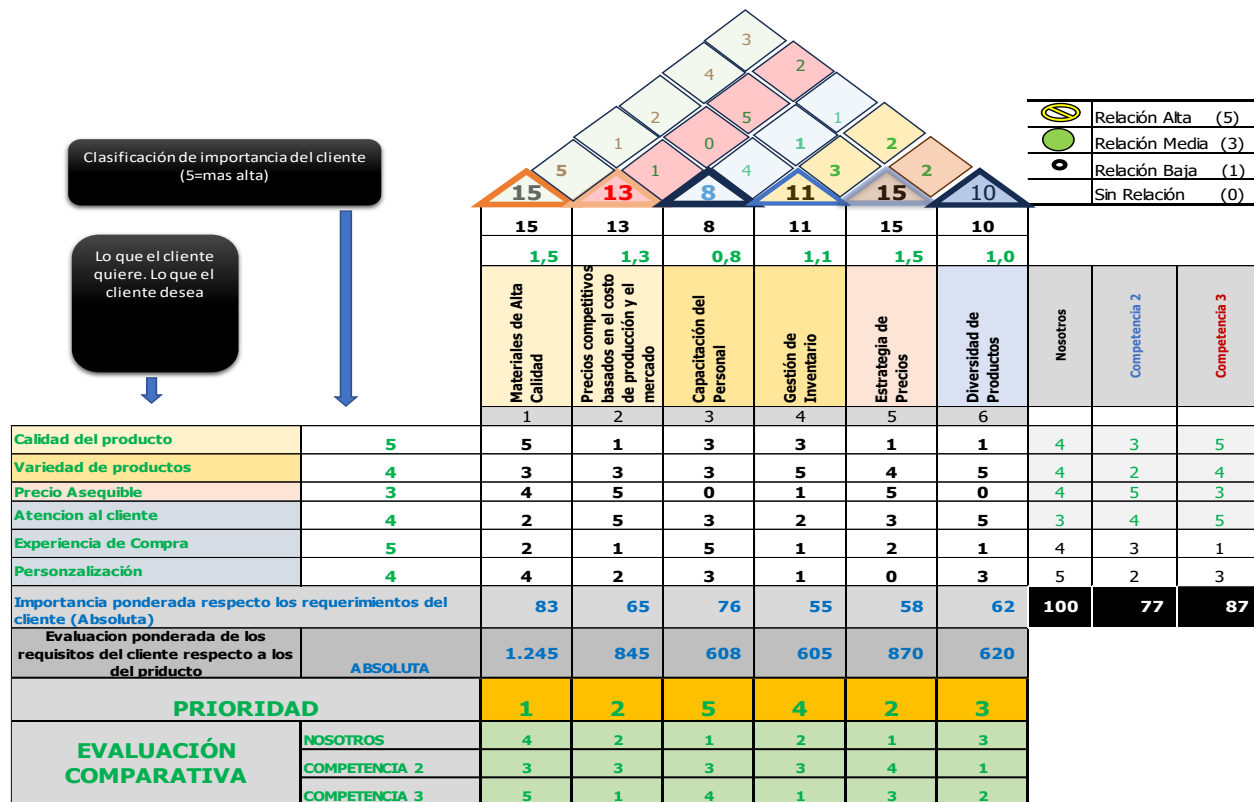
Elaborado por el autor

Nota: Flujo de actividades desde la adquisición de materiales hasta la personalización y venta.

3.6. La Casa de la Calidad

La casa de la calidad ayudara a identificar las necesidades que tengan con clientes, ya que es una gran herramienta que nos ayudara a calificar varios gustos del cliente, para esta ocasión se han escogido los siguientes aspectos, tales como son: La calidad del producto, Variedad de productos, Atención al cliente, Experiencia de compra y Personalización.

Figura 21. Casa de la calidad



Elaborado por el autor

Nota: Matriz que relaciona los requerimientos del cliente con los atributos del producto.

La matriz de la casa de la calidad muestra lo siguiente:

Los resultados de la casa de la calidad muestran que hay dos aspectos claves para llegar a poder impulsar el negocio los cuales son: Materiales de alta calidad y Precios competitivos basados en el costo de producción y el mercado.

Para los materiales de calidad

Se implementará un sistema de evaluación y selección de proveedores el cual garantizará el debido abastecimiento de materiales con muy altos estándares. Se establecerán controles de calidad en la recepción de insumos y capacitará al personal, todo esto para que los materiales tengan una correcta manipulación y almacenamiento. Esta estrategia asegurará que cada producto final

llegue a mantenga un nivel de calidad constante, lo que se traduce en mayor satisfacción del cliente ya la vez la reducción de reprocesos en los artículos que se elaboren.

Por otro lado para los precios competitivos basados en el costo de producción y el mercado

Se va a diseñar una estructura de costos detallada la cual permitira conocer con exactitud todo los gastos que involucran a cada producto incluyendo, materiales, mano de obra, costos operativos. Adicionalmente se definira una politica de precios que llegue a ser flexible, osea poder ajustar los valores según la demanda que existe, todo esto sin comprometer la rentabilidad del negocio. Con esto se conservara una buena relacion calidad-precio-relacion, asi se mantendra un mayor numero de clientes y de esa manera tambien asegurar la sostenibilidad economica del negocio.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Dirección Estratégica

4.1.1 Misión

En Manos Hábiles Ec, nuestra misión es ofrecer artesanías únicas y personalizadas de alta calidad, para eso combinaremos la tradición e innovación buscando siempre satisfacer las necesidades de los clientes, impulsaremos la economía local mediante la generación de empleo digno, nos aseguraremos de brindar un servicio excepcional que este orientado a la preservación de la cultura.

4.1.2 Visión

Ser una tienda líder y referente de artesanías personalizadas en Sangolqui y la provincia de Pichincha, poder ser reconocidos tanto por la autenticidad de nuestros productos como también por la calidad e innovación. Queremos ser consolidados como referentes en la comercialización de artesanías mediante plataformas físicas y digitales, para promover así el crecimiento económico.

4.1.3 Valores

- **Creatividad e Innovación:** Se valorará la originalidad de cada pieza, fomentaremos la innovación en cada diseño que se realice, dando un toque de vida a productos originales que puedan reflejar la personalidad y necesidad que requiera cada cliente.
- **Calidad y Excelencia:** La calidad no solo será un objetivo, será una promesa en todo producto que elaboremos. Se seleccionará de manera minuciosa los materiales y de igual manera se cuidará cada detalla que exista en el proceso de elaboración, todo esto para garantizar la excelencia en los acabados y así poder satisfacer al cliente.

- **Honestidad y Transparencia:** Trabajaremos con sinceridad, ética y compromiso en cada paso del negocio. Mantendremos muy buenas relaciones con nuestros proveedores, colaboradores y clientes, tratando de mantener siempre en claro nuestros procesos y costos. Esta transparencia será la base de nuestra reputación, y si, creemos que la honestidad es un factor clave para poder construir vínculos sólidos y duraderos.
- **Responsabilidad Social:** Se apoyarán a los artesanos y proveedores locales, con generación de oportunidades de trabajo. Se busca que nuestras acciones aporten positivamente a la comunidad, buscando siempre la preservación de las tradiciones.

4.1.4 Slogan

- “El arte de lo hecho a mano”

Esta frase transmite autenticidad, creatividad y la dedicación a lo artesanal. Hace énfasis en que cada producto no es solo una simple pieza, sino que es una obra única que es creada manualmente.

El uso de la palabra “arte” eleva el nivel de la artesanía, vinculándola directamente con una expresión artística. Y por último la expresión “de lo hecho a mano”, esta llega a resaltar la identidad y tradición local la cual es una característica que se aprecia mucho tanto en el mercado nacional como internacional.

4.1.5 Logotipo

Figura 22. Logotipo de Manos Hábiles Ec



Nota: El colibrí simboliza creatividad, libertad y conexión con la naturaleza.

- **Colibrí en vuelo:** Símbolo principal del Logotipo. El colibrí se relaciona directamente con la libertad, la creatividad, la agilidad y la belleza, todas esas cualidades se pueden asociar a la labor artesanal. Este tipo de ave es característica de América latina y hace referencia a la conexión que tiene con la naturaleza y las raíces culturales.

Colores del logotipo: Los colores del logotipo están en blanco y negro, por lo tanto:

- **Fondo negro:** denota elegancia, sobriedad y profesionalismo.
- **Elementos blancos (colibrí, letras y líneas):** Estos elementos aportan contraste y claridad, lo cual refleja la pureza, calidad y simplicidad. El blanco también llega a representar la transparencia y la artesanía hecha con honestidad.

Tipografía: Nombre “Manos Hábiles Ecuador”:

- **Estilo:** Serif decorativa, con ligeros detalles artísticos en las letras, especialmente en las letras “H” y “E”.
- **Impresión:** Profesional, tradicional y artesanal, con un toque elegante.
- **Transmite una mezcla de seriedad y arte,** reforzando la idea de productos finos y que son cuidadosamente elaborados.

Texto “Galería Taller”:

- **Estilo:** Cursiva o manuscrita, simulando una firma artística o caligrafía manual, lo cual refuerza la identidad de “lo hecho a mano”.
- **Hace referencia a la cercanía, personalización y atención al detalle.**

Texto “Artesanía de Excelencia”:

- **Estilo:** Manuscrita en cursiva, delgada.

- Este da un mensaje de calidad superior, resaltando que el trabajo artesanal no es improvisado, sino de alto nivel y digno de admiración.

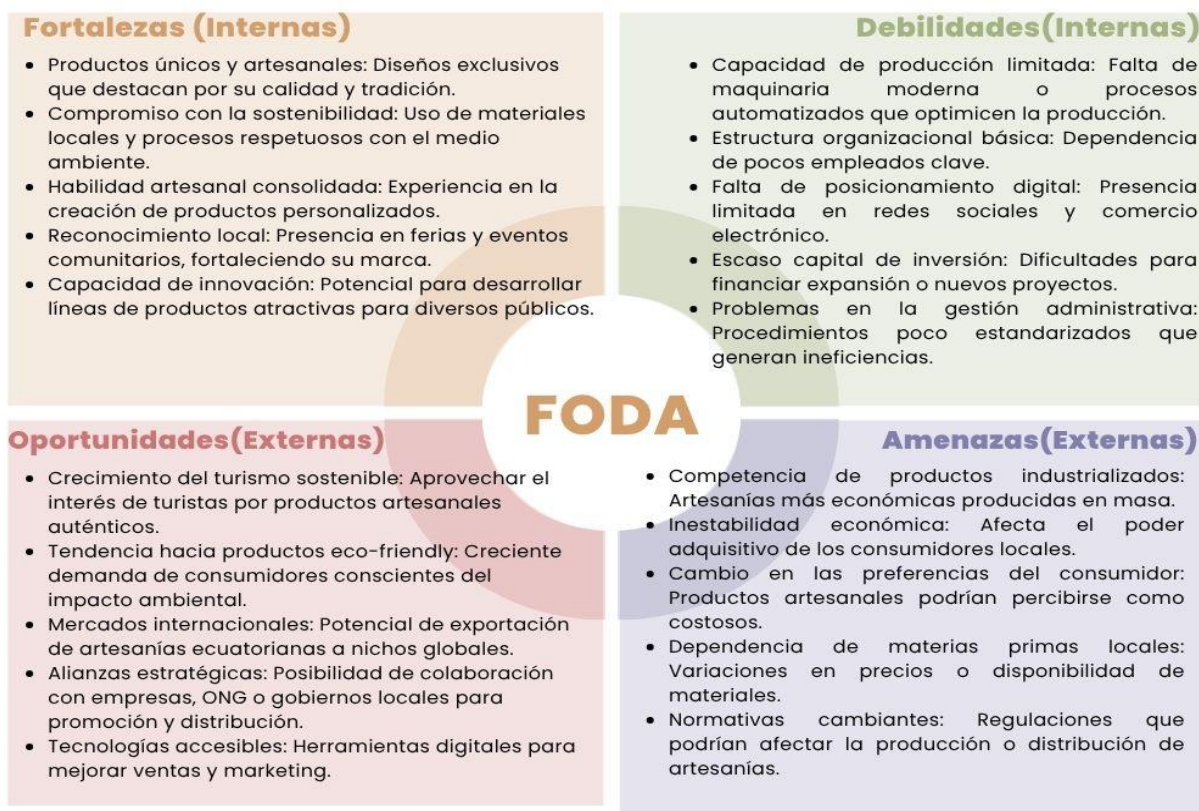
Paleta de colores corporativos

- Tonos principales: #FFFFFF - # 000000
- Colores secundarios: #020202 - #E4E4E4 – #818181 - #C5C5C5

4.2. Análisis FODA

El análisis FODA permitirá identificar varios factores internos y externos. A través de este diagnóstico se podrán examinar las fortalezas que pueden potenciarse, las debilidades que hay que corregir, las oportunidades del entorno las cuales hay que aprovechar y por ultimo las amenazas que son necesarias anticipar y gestionar. Con esta herramienta se va a facilitar la toma de decisiones para poder llegar a fortalecer la propuesta de valor del negocio.

Figura 23. Analisis FODA



Elaborado por el autor

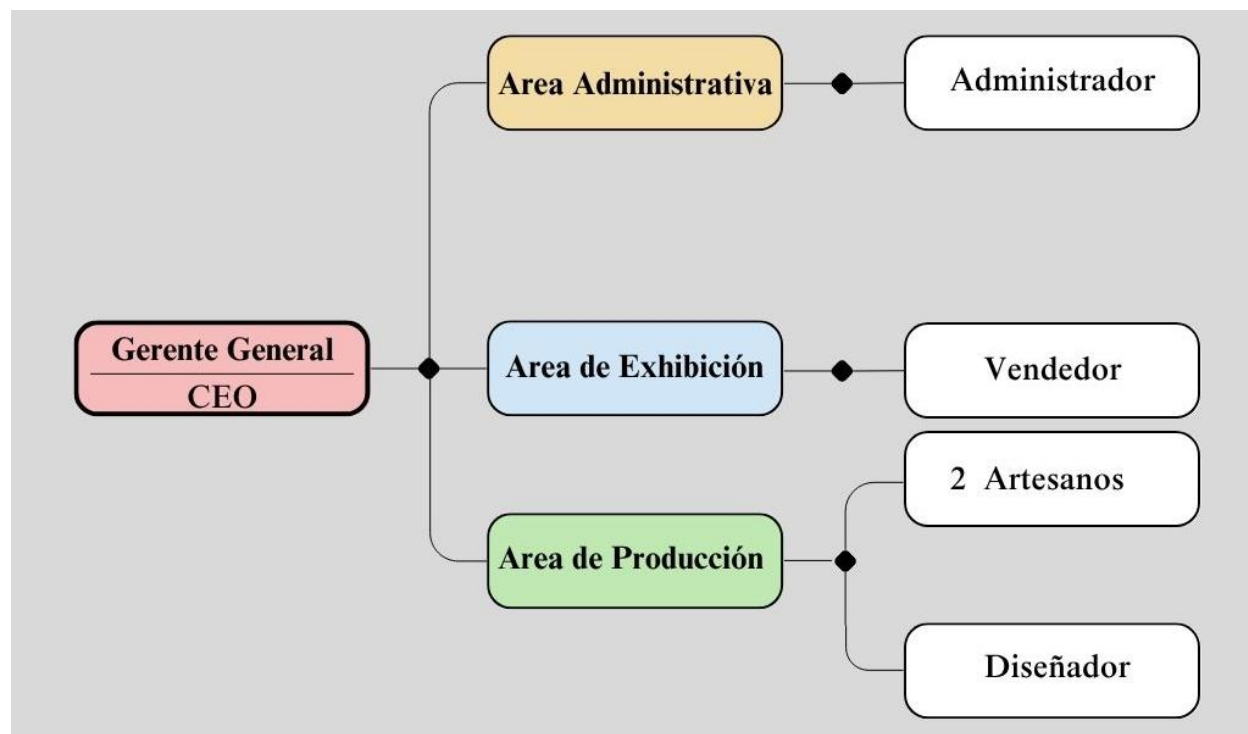
Nota: Identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para la empresa.

En el FODA se puede evidenciar que las principales ventajas radican en lo que es la personalización y el valor cultural del producto, por otro lado, los retos incluyen lo que son la necesidad de profesionalización y la competencia con los productos industrializados. Todas estas oportunidades están ligadas al turismo y al creciente interés que existe por los artículos artesanales únicos.

4.3. Estructura Organizacional y funcional

La Estructura Organizacional y funcional que usaremos en el negocio será planteada con una estructura sencilla pero eficiente:

Figura 24. Estructura Organizacional y funcional del negocio



Elaborado por el autor

Nota: Modelo jerárquico sencillo compuesto por administrador, vendedor, diseñador y artesanos basados en el estudio técnico del Capítulo III.

Descripción de la Estructura:

Administrador: Sera la cabeza del negocio, va a ser el encargado de la gestión general y la coordinación de todas las funciones.

Vendedor: Estará a cargo de la atención al cliente, promociones y ventas.

Diseñador: Es el responsable de desarrollar los conceptos y diseños de productos.

Artesanos (2): Realizaran lo que es la creación y elaboración de los productos artesanales.

4.3.1 Estudio Legal

4.3.2 Tipo de Empresa

Para la tienda de artesanías personalizadas en Sangolquí, se ha propuesto adoptar la figura jurídica de Sociedad por Acciones Simplificada más conocida como (SAS), ya que es la opción más factible y modernas para pequeños y medianos emprendimientos en Ecuador el cual se ajusta a nuestro modelo de negocio.

Razones por las que se escoge una SAS:

Puede estar constituida por un único socio o varios: A diferencia de otros tipos de empresa que requieren como mínimo a 2 socios, la SAS puede ser creada por una persona, lo que nos queda perfecto ya que buscamos formalizar el negocio sin depender de terceros, con esto se garantizará una independencia en la toma de decisiones.

Número de empleados: Según la normativa ecuatoriana (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones – COPCI), detalla que una microempresa es aquella que cuenta con 1 a 9 trabajadores. El negocio cuenta con 5 personas, por lo tanto, se clasifica como microempresa.

Naturaleza del negocio: La actividad artesanal es un tipo de emprendimiento que generalmente se considera como economía popular y solidaria, esto encaja perfectamente dentro de las características de una microempresa.

Capital flexible: Con la SAS la ley no exige un capital mínimo inicial para su creación, lo que es ideal para este negocio artesanal, se podrá iniciar con una inversión moderada tratando de ir creciendo con el pasar del tiempo.

4.4. Estudio Ambiental /Objetivos de desarrollo sostenible

La tienda de artesanías al estar basada en productos que son elaborados a mano, y con materiales naturales, tenemos un impacto positivo con el entorno ambiental y social. Contribuimos de manera directa e indirecta a varias ODS.

A continuación, se explicará de manera más detallada los objetivos y metas específicas que se relacionan con el negocio:

- Como primer ODS está El trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8)

La tienda fomentara el empleo local para los artesanos con las constantes capacitaciones en nuevas herramientas tecnológicas también, esto impulsa la economía de la comunidad de Sangolqui y así mismo ayuda a promover el turismo local.

Metas Relacionadas:

8.3: Promover políticas orientadas al desarrollo de actividades productivas y la creación de empleos decentes.

8.9: Diseñar e implementar políticas para promover el turismo sostenible, que genera empleo y promueve la cultura local.

- El segundo ODS es Producción y consumo responsables (ODS 12)

La producción artesanal generalmente genera menos residuos y se pueden utilizar materiales reciclados o eco amigables (algunos materiales como la madera o telas reutilizables etc.). Además, el proyecto puede educar al consumidor sobre importante que es comprar productos sostenibles y auténticos.

Metas Relacionadas:

12.2: Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.

12.5: Reducir la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.

12.8: Asegurar que las personas tengan información relevante para el desarrollo sostenible y estilos de vida en armonía con la naturaleza.

CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Inversión Inicial

La inversión inicial corresponde al conjunto de recursos económicos que son destinados a la adquisición de activos y al financiamiento de gastos pre operativos necesarios dar inicio a las operaciones del negocio. En “Manos Hábiles EC”, la inversión inicial contempla tanto activos fijos tangibles como mobiliario, maquinaria y equipos, así como la adecuación del local y otros costos asociados para poner en marcha el negocio.

Tabla 11. Inversión inicial

Detalle	Valores
1.1 Inversión en activos fijos	4.423,38
1.2 Inversión en Intangibles	1.250,00
1.3 Capital de trabajo	21.218,71
(=) Total Inversión	26.892,09
(-) Financiamiento	16.135,26
(=) Inversión Neta	10.756,84

Nota: Desglose de la inversión necesaria para la apertura de la tienda.

La inversión total requerida para el negocio asciende a los \$26.892,09, el financiamiento proviene de un 60% (16.135,06) de un crédito otorgado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Policía Nacional, el cual ofreció condiciones más flexibles en comparación con otras instituciones bancarias, especialmente en tasas de intereses y requisitos para la aprobación. El 40% restante (10.756,84) corresponde a mi inversión neta.

Con esta estructura de financiamiento se permitirá optimizar la liquidez y al mismo tiempo apalancar el crecimiento del negocio.

5.2. Capital de trabajo

Para el proyecto, el capital de trabajo servirá para cubrir todas las operaciones diarias durante la fase inicial del negocio, con esto se garantizará que la producción y comercialización de las artesanías sin que sean interrumpidas. El capital de trabajo permitirá disponer de liquidez suficiente para cubrir valores como son salarios, adquisición de materia prima, servicios y otros gastos fijos que se apreciarán con más detalle en las siguientes tablas.

Tabla 12. Capital de trabajo

Detalle	Valor mensual
Costos	3.069,15
Gastos Adm y Ventas	4.003,76
Total costo y gastos (mensuales)	7.072,90
Total Capital de trabajo previsto	21.218,71

Nota: Estimación de recursos para cubrir operaciones durante los tres primeros meses.

El capital previsto para el negocio asciende a los \$21.218,71, este monto permitirá cubrir de forma anticipada los costos y gastos operativos correspondientes a 3 meses de actividad del negocio. Por otro lado, los costos mensuales de producción se estiman en \$3.069,15, el cual corresponde principalmente a la adquisición de materia prima, insumos y la mano de obra directa que es necesaria para la elaboración de los productos.

A estos se suman los gastos administrativos y de ventas, calculados en \$4.003,76 mensuales, que incluyen rubros como sueldos, arriendo, servicios básicos y otros gastos fijos para el funcionamiento del negocio. El total de costos y gastos mensuales asciende así a \$7.072,90, lo que justifica el monto de capital de trabajo proyectado.

5.3. Identificación de Ingresos

La identificación de ingresos proyecta las ventas esperadas del negocio a partir de los productos ofrecidos, considerando volúmenes de venta, precios unitarios y frecuencia de compra. Este cálculo es determinante para evaluar la rentabilidad y establecer estrategias de producción y marketing.

Tabla 13. Identificación de ingresos

# Item	Detalle Producto / Servicio	Proyección mensual			Anual
		Cantidad	P. Unitario	Mensual	
1	Llaveros personalizados de madera	85	2,10	178,50	2.142,00
2	Cuadros artesanales decorativos	60	10,90	654,00	7.848,00
3	Imanes decorativos pintados a mano	90	2,50	225,00	2.700,00
4	Tazas pintadas a mano	73	5,69	412,53	4.950,30
5	Carteras de cuero artesanal	59	15,30	902,70	10.832,40
6	Porta-velas de cerámica	78	4,10	319,80	3.837,60
7	Jabones artesanales con hierbas medicinales	69	3,30	227,70	2.732,40
8	Figuras talladas en balsa	54	10,10	545,40	6.544,80
9	Macetas pintadas a mano	70	5,30	371,00	4.452,00
10	Tapices tejidos decorativos	63	13,30	831,25	9.975,00
11	Cuadernos artesanales con tapa de cuero	68	4,90	330,75	3.969,00
12	Posavasos artesanales	81	2,50	202,50	2.430,00
13	Lapiceros decorados con técnicas artesanales	75	2,15	161,25	1.935,00
14	Cajas de regalo decoradas con fibras naturales	63	6,90	431,25	5.175,00
15	Joyereros pequeños de cerámica pintada	68	8,54	576,45	6.917,40
16	Fundas de cojines con bordado étnico	71	10,85	770,35	9.244,20
17	Cuencos de barro para uso decorativo o espiritual	67	8,10	538,65	6.463,80
Total ingresos ingresos proyectados				7.679,08	92.148,90

Nota: Proyección de ventas anuales según portafolio de productos.

Los ingresos estimados del negocio alcanzan un total mensualizado de \$7.679,0, lo que representa \$92.148,90 de ingresos anuales. El portafolio consta de 17 líneas de productos.

Entre los productos que más ingresos aportan anualmente destacan las carteras de cuero artesanal con \$10.832,40 (11.76% del total anual), los tapices tejidos decorativos con \$9.975,00 (10.83%) y las fundas de cojines con bordado étnico con \$9.244,20 (10.03%). Estos tres productos

aportan aproximadamente un tercio de las ventas proyectadas con porcentaje total del 32.62% de todas las ventas anuales.

5.4. Costos y Gastos Administrativos

Los costos y gastos administrativos representan todos aquellos desembolsos necesarios para garantizar la correcta operación y gestión del negocio, más allá de la producción directa de artesanías. Este rubro incluye tanto los costos de mano de obra directa e insumos materiales como los gastos de carácter administrativo.

Tabla 14. Costos y gastos administrativos

# Item	Detalle Productos y/o servicios	Costo del producto / Servicio (Costo			Proyección mensual		Costo Anual
		Materiales	Mano de obra	Total costo	Cantidad	C. mensual	
1	Llaveros personalizados de madera	0,63	0,64	1,27	85,00	108,18	1.298,13
2	Cuadros artesanales decorativos	3,27	0,64	3,91	60,00	234,76	2.817,12
3	Imanes decorativos pintados a mano	0,75	0,64	1,39	90,00	125,34	1.504,09
4	Tazas pintadas a mano	1,71	0,64	2,35	72,50	170,35	2.044,22
5	Carteras de cuero artesanal	4,59	0,64	5,23	59,00	308,73	3.704,73
6	Porta-velas de cerámica	1,23	0,64	1,87	78,00	146,07	1.752,82
7	Jabones artesanales con hierbas medicinales	0,99	0,64	1,63	69,00	112,65	1.351,85
8	Figuras talladas en balsa	3,03	0,64	3,67	54,00	198,32	2.379,89
9	Macetas pintadas a mano	1,59	0,64	2,23	70,00	156,29	1.875,45
10	Tapices tejidos decorativos	3,99	0,64	4,63	62,50	289,54	3.474,51
11	Cuadernos artesanales con tapa de cuero	1,47	0,64	2,11	67,50	142,61	1.711,27
12	Posavasos artesanales	0,75	0,64	1,39	81,00	112,81	1.353,68
13	Lapiceros decorados con técnicas artesanales	0,65	0,64	1,29	75,00	96,58	1.158,91
14	Cajas de regalo decoradas con fibras naturales	2,07	0,64	2,71	62,50	169,54	2.034,51
15	Joyereros pequeños de cerámica pintada	2,56	0,64	3,20	67,50	216,32	2.595,79
16	Fundas de cojines con bordado étnico	3,26	0,64	3,90	71,00	276,73	3.320,82
17	Cuencos de barro para uso decorativo o espiritual	2,43	0,64	3,07	66,50	204,33	2.451,99
Costo Total						3.069,15	36.829,76

Nota: Cálculo de costos de producción y gastos indirectos asociados al negocio.

La tabla presenta un desglose detallado de los costos unitarios y proyecciones de ventas para 17 productos, con esto se evaluará la rentabilidad y planificación financiera del negocio.

Mano de obra:

Se ha establecido un costo uniforme de \$0,64 por unidad para todos los productos.

Este valor refleja un promedio del tiempo y esfuerzo requerido para producir cada artículo, independientemente de su complejidad, esto facilitara el cálculo de costos totales y la proyección mensual y anual.

Materiales:

Para los costos de los materiales se hizo un descuento aproximado del 30% del valor total de cada artículo, Por ejemplo, los llaveros personalizados de madera artesanales mantienen un precio unitario de \$2,10, menos el 30% nos da un costo total de \$0.63.

Costo total

Sumando todos los productos, se obtiene un costo mensual de \$3.069,15 y un costo anual de \$36.829,76.

Esto proporciona una visión global de los recursos económicos requeridos para sostener la producción de la microempresa y es fundamental para la fijación de precios y la toma de decisiones estratégicas.

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son aquellos costos asociados a la gestión y operación general de una empresa que no están directamente ligados a la producción de bienes o servicios. Estos incluyen sueldos del personal administrativo, servicios básicos, arrendamientos, materiales de oficina y otros recursos necesarios para el funcionamiento eficiente de la organización.

Tabla 15. Gastos administrativos

Item	Rubro	V Mensual	Anual
1	Sueldo y Salarios	\$ 3.234,78	\$ 38.817,36
2	Arriendos	\$ 175,00	\$ 2.100,00
3	Servicios Básicos	\$ 55,00	\$ 660,00
4	Mantenimiento	\$ 60,00	\$ 720,00
5	Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
6	Capacitación	\$ 90,00	\$ 1.080,00
7	Imprevistos (10%)	\$ 363,98	\$ 4.367,74
	Totales	\$ 4.003,76	\$ 48.045,10

Nota: Se detallan rubros mensuales y anuales como sueldos, servicios y mantenimiento.

La tabla refleja los principales gastos necesarios que son fundamentales para el correcto funcionamiento administrativo y comercial del negocio, se presentan valores tanto mensuales como anuales:

Sueldo y salarios: Representa el gasto más significativo con \$3.234,78 mensuales, lo que equivale al (80,7%) del total de gastos administrativos mensuales. Esto indica que el personal administrativo y de ventas son un recurso clave para la correcta operación del negocio.

Arriendos: Con \$175 mensuales, constituye un (4,37%) del gasto mensual total. Este rubro asegura la disponibilidad del espacio físico necesario para el desarrollo de las actividades administrativas y comerciales.

Servicios básicos: Incluyen luz, agua y otros servicios esenciales, con un valor mensual de \$55, representando un (1,37%) del total. Este gasto es relativamente bajo, pero imprescindible para mantener el funcionamiento operativo.

Mantenimiento: Con \$60 mensuales (1,5% del total,) este gasto garantiza la conservación de equipos e instalaciones, evitando interrupciones en el servicio y también evitando posibles costos mayores por reparaciones futuras.

Internet: Representa \$25 mensuales (0,62% del total), necesario para la comunicación, gestión digital y marketing del negocio.

Capacitación: Con \$90 mensuales (2,25% del total), este rubro refleja la inversión en el desarrollo profesional del personal, mejorando habilidades y productividad.

Imprevistos (10%): Se destinarán \$363,98 mensuales (9,1% del total) para cubrir gastos no planificados, asegurando la estabilidad financiera ante situaciones inesperadas.

Total, de gastos: Los gastos administrativos y de ventas suman \$4.003,76 mensuales y \$48.045,10 anuales.

5.5. Financiamiento

El financiamiento corresponde a los recursos externos obtenidos para cubrir parte de la inversión necesaria en la puesta en marcha del negocio. En este proyecto, se ha gestionado un crédito con una cooperativa de ahorro y crédito.

Tabla 16. Financiamiento

Concepto	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05	Totales
Pago Capital	7.507,07	8.628,19	-	-	-	16.135,26
Pago Interes	1.789,33	668,21	0,00	0,00	0,00	2.457,55
Dividendo	9.296,40	9.296,40	0,00	0,00	0,00	18.592,80

Nota: Condiciones del crédito otorgado por la cooperativa y su sistema de amortización.

El financiamiento del proyecto asciende a 16.135,26, el cual fue otorgado por un crédito realizado en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Policía Nacional con una tasa de interés anual del 14% y un plazo de 2 años bajo el sistema de amortización alemán, sin periodos de gracia. La cuota mensual (dividendo) establecida es de USD 774,70, lo que implica un desembolso anual de USD 9.296,40 durante los dos años de vigencia del crédito.

En el primer año se amortiza USD 7.507,07 de capital y se pagan USD 1.789,33 de intereses, mientras que en el segundo año la amortización de capital asciende a USD 8.628,19, con un pago de intereses reducido a USD 668,21 debido a la disminución progresiva del saldo pendiente.

5.6. Flujo de caja

El flujo de caja proyectado es un instrumento financiero que muestra las entradas y salidas de efectivo durante un determinado periodo de tiempo, permitiendo anticipar la liquidez y capacidad de cumplir con las obligaciones. Es una herramienta clave para anticipar déficits o excedentes y tomar decisiones oportunas.

Tabla 17. Flujo de caja

Concepto	(+/-)	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Totales
Ingresos	+		92.148,90	102.555,42	114.131,97	127.017,99	141.336,53	577.190,81
Costo de Venta	-		36.829,76	40.992,67	45.611,93	50.761,21	56.502,98	230.698,55
Gastos de Administración y Ventas	-		48.045,10	52.849,61	58.134,57	63.948,02	70.342,83	293.320,12
Depreciaciones y amortizaciones	-		1.003,12	703,12	703,12	269,79	269,79	2.948,95
Gastos financieros	-		1.789,33	668,21	0,00	0,00	0,00	2.457,55
Impuestos - Utilidades	-		1.601,97	2.193,49	2.747,16	3.326,16	3.904,03	13.772,81
Ganancias netas	=		2.879,62	5.148,32	6.935,19	8.712,81	10.316,91	33.992,84
Depreciaciones y amortizaciones	+		1.003,12	703,12	703,12	269,79	269,79	2.948,95
Costos de inversión	-	26.892,09						26.892,09
Préstamo	+	16.135,26	-	-	-	-	-	16.135,26
Pago de capital	-		7.507,07	8.628,19	-	-	-	16.135,26
Recuperación del capital de trabajo	+		-	-	-	-	21.218,71	21.218,71
Valor de liquidación de activos	+		-	-	-	-	-	-
Flujo de caja Neto	=	(10.756,84)	(3.624,33)	(2.776,75)	7.638,31	8.982,60	31.805,41	31.268,40
Flujo de caja acumulado	=	(10.756,84)	(14.381,17)	(17.157,92)	(9.519,60)	(537,01)	31.268,40	

Nota: Proyección de entradas y salidas de efectivo en los primeros cinco años de operación.

El flujo de caja proyectado evidencia una evolución muy positiva de la liquidez a lo largo de los cinco años de operación.

En los primeros años, el negocio enfrenta una gran presión financiera producto del pago del crédito y la estructura de costos inicial:

- **Año 1:** El flujo de caja neto es negativo en **–USD 3.624,33**, acumulando un saldo de **–USD 14.381,17**. Esto refleja el impacto de la inversión inicial y el servicio de la deuda.

- **Año 2:** Se sigue manteniendo un flujo neto negativo de **–USD 2.776,75**, llevando el acumulado a **–USD 17.157,92**. Aunque los ingresos empiezan a crecer, el financiamiento sigue siendo una carga en este periodo.

A partir del tercer año la situación cambia favorablemente:

- **Año 3:** El flujo neto alcanza **USD 7.638,31**, reduciendo el acumulado negativo a **–USD 9.519,60**. Este punto marca el inicio de la recuperación, gracias al aumento de las ventas y la disminución de cargas financieras.
- **Año 4:** El flujo neto se mantiene positivo en **USD 8.982,60**, con un acumulado de **–USD 537,01**, prácticamente alcanzando el punto de equilibrio financiero.
- **Año 5:** Se consolida la rentabilidad del negocio con un flujo neto de **USD 31.805,41**, lo que genera un acumulado final de **USD 31.268,40**, confirmando la capacidad del emprendimiento para no solo recuperar la inversión inicial, sino también generar utilidades sostenibles a largo plazo.

5.7. Valor Actual Neto (VAN) y tasa Interna de Retorno (TIR)

La evaluación financiera mediante indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) es determinante para establecer la rentabilidad del proyecto. Por otro lado, el VAN mide la diferencia entre el valor presente de los flujos de caja futuros y la inversión inicial.

Tabla 18. VAN y TIR

Tasa de descuento =	12%
VAN =	\$ 12.986,19
TIR =	30,00%
COSTO BENEFICIO =	\$ 2,21

Nota: Indicadores financieros que confirman la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

El proyecto presenta un **VAN de USD 12.986,19**, lo que indica que, después de recuperar la inversión inicial y considerando la tasa de descuento del 12%, se generará un excedente económico positivo. La **TIR alcanza el 30%**, superando ampliamente la tasa mínima requerida, lo que confirma una alta rentabilidad y atractivo para la inversión.

5.8. Costo beneficio

El ultimo indicador costo–beneficio obtenido para el proyecto “Manos Hábiles EC” es de 2,21, lo que significa que, por cada dólar invertido, el negocio genera un retorno de 2,21 dólares. Este resultado es altamente favorable, ya que supera ampliamente la unidad (1), que es el punto mínimo de referencia para considerar viable una inversión.

Conclusiones

El análisis financiero permitió confirmar la viabilidad económica del negocio. Los resultados obtenidos evidencian que, a pesar de los primeros años con cierta presión por el pago del crédito, a partir del tercer año el flujo de caja se vuelve positivo y se consolida la rentabilidad. Con un VAN de USD 12.986, una TIR del 30% y una relación costo–beneficio de 2,21, se demuestra que la propuesta no solo recupera la inversión inicial, sino que también asegura un retorno sostenible en el tiempo.

El estudio de mercado permitió definir al cliente objetivo y comprender sus hábitos de consumo, identificando que la calidad, la originalidad y el precio accesible son los factores más valorados en la decisión de compra. Asimismo, se comprobó que existe interés tanto en la tienda física como en plataformas digitales, lo que valida la necesidad de una estrategia multicanal. Con ello, se diseñaron estrategias de diferenciación que fortalecen la identidad cultural del producto y aseguran su posicionamiento frente a la competencia.

Recomendaciones

Fortalecer la estrategia de multicanalidad y digitalización

Con base en los resultados del estudio de mercado, donde se identificó que más del 67% de los encuestados están interesados en compras en línea y catálogo digital, se recomienda consolidar una plataforma de comercio electrónico robusta y mantener presencia activa en redes sociales. Esto permitirá ampliar el alcance del negocio más allá del mercado local, captar nuevos clientes y fidelizar a los actuales mediante catálogos virtuales, promociones en fechas clave y un servicio postventa cercano.

Optimizar la gestión financiera durante los dos primeros años de operación

El análisis financiero evidenció que en los dos primeros años el flujo de caja presenta resultados negativos debido a las obligaciones crediticias. Por ello, se recomienda implementar estrategias de control de costos y reinversión gradual de utilidades en capital de trabajo. Además, se sugiere evaluar líneas de financiamiento complementarias con mejores tasas de interés o alianzas con instituciones públicas de apoyo al sector artesanal, con el fin de reducir la presión financiera inicial y garantizar liquidez suficiente para sostener la operación.

Bibliografía

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2021). Encuesta de consumo cultural en los hogares ecuatorianos. Quito: INEC.

Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. (2022). Problemáticas del sector artesanal ecuatoriano y propuestas de desarrollo sostenible. Cuenca: Universidad de Cuenca.

Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI). Registro Oficial Suplemento 351.

Naciones Unidas. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible: 17 metas para transformar nuestro mundo. ONU.

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2020). Economía Popular y Solidaria: Retos y oportunidades en el Ecuador. Quito: MPCEIP.

Porter, M. E. (2015). Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior. México: Grupo Patria Cultural.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing (15.a ed.). México: Pearson.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). Emprendimiento (10.a ed.). México: McGraw-Hill.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Generación de modelos de negocio. Barcelona: Deusto.

Tello, M., & Velasco, A. (2019). Estrategias de innovación en pequeñas empresas artesanales

Anexos 1. Detalle de Activos

# Item	Cantidad	Detalle	P. Unitario	P. Total	Terrenos	Inmuebles	Maquinaria	Muebles	Vehículos	Eq. Computo	Otros 1	Totales
1	1	Computadora de escritorio	550,00	550,00						550,00		550,00
2	2	Silla ergonómica	80,00	160,00				160,00				160,00
3	1	Calculadora	19,00	19,00							19,00	19,00
4	1	Escritorio	90,00	90,00				90,00				90,00
5	1	Panel de planificación	5,00	5,00							5,00	5,00
6	1	Caja fuerte	10,00	10,00							10,00	10,00
7	4	Estantería de vidrio	75,00	300,00				300,00				300,00
8	2	Vitrina con seguridad	58,00	116,00				116,00				116,00
9	3	Mesa de exhibición	85,00	255,00				255,00				255,00
10	2	Espejo decorativo	12,00	24,00							24,00	24,00
11	2	Mueble de almacenamiento	45,00	90,00				90,00				90,00
12	2	Mesa grande de trabajo	120,00	240,00				240,00				240,00
13	1	Lijadora manual	35,00	35,00			35,00					35,00
14	2	Cinzel	3,00	6,00							6,00	6,00
15	2	Martillo	12,00	24,00							24,00	24,00
16	2	Pistola de silicona	3,00	6,00			6,00					6,00
17	2	Silla	16,00	32,00				32,00				32,00
18	1	Caja de herramienta	55,00	55,00							55,00	55,00
19	1	Prensa manual	49,00	49,00			49,00					49,00
20	1	Taladro manual	30,00	30,00			30,00					30,00
21	1	Taladro eléctrico	45,00	45,00			45,00					45,00
22	1	Sierra caladora	40,00	40,00			40,00					40,00
23	1	Banco de carpintero	300,00	300,00				300,00				300,00
24	1	Compresor de aire	90,00	90,00			90,00					90,00
25	1	Kit de primeros auxilios	8,00	8,00							8,00	8,00
26	2	Inodoro	74,00	148,00		148,00						148,00
27	1	Lavamanos	18,00	18,00		18,00						18,00
28	1	Secador de manos	30,00	30,00		30,00						30,00
29	1	Espejo	16,00	16,00		16,00						16,00
30	2	Papelera con tapa	8,00	16,00							16,00	16,00
31	1	Ambientador automático	12,00	12,00							12,00	12,00
32	2	Escritorio de trabajo	112,00	224,00				224,00				224,00
33	1	Impresora UV	270,00	270,00			270,00					270,00
34	2	Silla	14,00	28,00				28,00				28,00
35	1	Laptop	750,00	750,00						750,00		750,00
36	1	Lupa con luz	18,00	18,00							18,00	18,00
37	2	Guantes de precisión (par)	5,00	10,00							10,00	10,00
38	1	Mesa de luz	36,00	36,00				36,00				36,00
39	1	Plantillas de estampado	4,65	4,65							4,65	4,65
40	1	Taburete	8,50	8,50				8,50				8,50
41	1	Tablero magnético	67,05	67,05							67,05	67,05
42	3	Estantería metálica	35,13	105,39				105,39				105,39
43	2	Palets de plastico	14,41	28,82							28,82	28,82
44	1	Báscula digital	42,00	42,00			42,00					42,00
45	3	Caja plástica con tapa	3,99	11,97							11,97	11,97
Totales				4.423,38	-	212,00	607,00	1.984,89	-	1.300,00	319,49	4.423,38

Detalle de intangibles

# Item	Cantidad	Detalle	P. Unitario	P. Total	G. Constitución	Preoperativos	Totales
1	1	Escritura pública y registro mercantil	800	800,00	800,00		800,00
2	1	Registro RUC y afiliaciones legales	150	150,00	150,00		150,00
3	1	Permiso de funcionamiento municipal	300	300,00		300,00	300,00
Totales				1.250,00	950,00	300,00	1.250,00

Anexo2. Tabla de amortización

Nro. Cuota	C. Inicial	Interés	Capital	Dividendo	C. Final
0	16.135,26	-	-	-	16.135,26
1	16.135,26	188,24	586,46	774,70	15.548,80
2	15.548,80	181,40	593,30	774,70	14.955,50
3	14.955,50	174,48	600,22	774,70	14.355,28
4	14.355,28	167,48	607,22	774,70	13.748,06
5	13.748,06	160,39	614,31	774,70	13.133,76
6	13.133,76	153,23	621,47	774,70	12.512,28
7	12.512,28	145,98	628,72	774,70	11.883,56
8	11.883,56	138,64	636,06	774,70	11.247,50
9	11.247,50	131,22	643,48	774,70	10.604,02
10	10.604,02	123,71	650,99	774,70	9.953,03
11	9.953,03	116,12	658,58	774,70	9.294,45
12	9.294,45	108,44	666,26	774,70	8.628,19
13	8.628,19	100,66	674,04	774,70	7.954,15
14	7.954,15	92,80	681,90	774,70	7.272,25
15	7.272,25	84,84	689,86	774,70	6.582,39
16	6.582,39	76,79	697,91	774,70	5.884,49
17	5.884,49	68,65	706,05	774,70	5.178,44
18	5.178,44	60,42	714,29	774,70	4.464,15
19	4.464,15	52,08	722,62	774,70	3.741,53
20	3.741,53	43,65	731,05	774,70	3.010,49
21	3.010,49	35,12	739,58	774,70	2.270,91
22	2.270,91	26,49	748,21	774,70	1.522,70
23	1.522,70	17,76	756,94	774,70	765,77
24	765,77	8,93	765,77	774,70	0,00
Totales		2.457,55	16.135,26	18.592,80	

Anexos 3. Balance General

	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
ACTIVO CORRIENTE	21.218,71	17.594,38	14.817,64	22.455,95	31.438,54	42.025,24
Caja - bancos	-	(3.624,33)	(6.401,08)	1.237,23	10.219,83	42.025,24
Cuentas por cobrar	-					
INVENTARIOS	-					
Otros activos corrientes	21.218,71	21.218,71	21.218,71	21.218,71	21.218,71	
ACTIVO NO CORRIENTE	5.673,38	4.670,26	3.967,14	3.264,01	2.994,22	2.724,44
ACTIVOS FIJOS	4.423,38	4.423,38	4.423,38	4.423,38	4.423,38	4.423,38
ACTIVOS INTANGIBLES	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00
(-) DEPRECIACION Y AMORTIZACIÓN ACUMULADA	-	(1.003,12)	(1.706,24)	(2.409,37)	(2.679,16)	(2.948,95)
OTROS ACTIVOS	-					
TOTAL ACTIVOS	26.892,09	22.264,64	18.784,77	25.719,96	34.432,77	44.749,68
PASIVO CORRIENTE	-	-	-	-	-	-
CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES (HASTA A 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
OBLIGACIONES LABORALES POR PAGAR		-				
OBLIGACIONES FISCALES POR PAGAR		-				
CRÉDITO CON BANCOS O COOPERATIVAS (HASTA 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
OTRAS CUENTAS POR PAGAR (HASTA 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
PASIVO NO CORRIENTE	16.135,26	8.628,19	0,00	0,00	0,00	0,00
CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
CRÉDITO CON BANCOS O COOPERATIVAS (MÁS DE 1 AÑO)	16.135,26	8.628,19	0,00	0,00	0,00	0,00
OTRAS CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVO	16.135,26	8.628,19	0,00	0,00	0,00	0,00
PATRIMONIO	10.756,84	13.636,45	18.784,77	25.719,96	34.432,77	44.749,68
CAPITAL (APORTES)	10.756,84	10.756,84	10.756,84	10.756,84	10.756,84	10.756,84
RESULTADOS ACUMULADOS			2.879,62	8.027,93	14.963,12	23.675,93
RESULTADOS DEL PERÍODO	-	2.879,62	5.148,32	6.935,19	8.712,81	10.316,91
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	26.892,09	22.264,64	18.784,77	25.719,96	34.432,77	44.749,68