

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Proyecto Previo a la Obtención del Título de Licenciado en Administración
de Empresas.**

AUTORES:

Christian Andrés Bravo Mata
Rina Gioconda Brusil Jiménez
Juliana Mercedes Marcillo Andrade
Evelyn Alejandra Proaño Ortega
Jennifer Katherine Vera Pincay
Karina Alexandra Ybañez González

TUTOR:

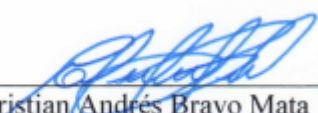
Msc. Sandra Elizabeth López Vásquez

Plan de Negocios para AMARANTA JOYERIA, para el Año 2026.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA.

Nosotros, Christian Andrés Bravo Mata, Rina Gioconda Brusil Jiménez, Juliana Mercedes Marcillo Andrade, Evelyn Alejandra Proaño Ortega, Jennifer Katherine Vera Pincay y Karina Alexandra Ybañez González, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

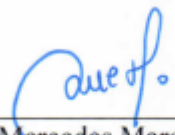
Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.



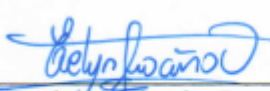
Christian Andrés Bravo Mata
1713625059



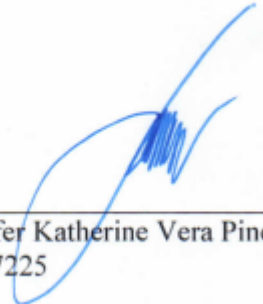
Rina Gioconda Brusil Jiménez
1714241138



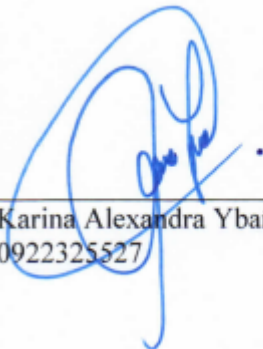
Juliana Mercedes Marcillo Andrade
1307938504



Evelyn Alejandra Proaño Ortega
1720233533



Jennifer Katherine Vera Pincay
1312057225



Karina Alexandra Ybañez González
0922325527

APROBACIÓN DEL TUTOR.

Yo Sandra Elizabeth López Vásquez, certifico que conozco al(los) autor(es) del presente trabajo siendo el(los) responsable(s) exclusivo(s) tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

.....

Sandra Elizabeth López Vásquez

Resumen Ejecutivo.

El proyecto Amaranta Joyerías consiste en la creación de una marca ecuatoriana dedicada a la comercialización de pulseras elaboradas en plata 925 certificada con piedras energéticas, caracterizadas por su alta calidad, autenticidad y diseños exclusivos. La propuesta se fundamenta en fusionar la tradición artesanal ecuatoriana con tendencias contemporáneas, ofreciendo al mercado piezas modernas, elegantes y accesibles.

El emprendimiento surge para atender la necesidad de contar con una marca confiable que combine diseño, asesoría personalizada y presencia digital, en un entorno donde predominan imitaciones y productos genéricos sin garantía. Su mercado objetivo está compuesto por profesionales con poder adquisitivo medio y alto que buscan productos exclusivos, comprar mediante redes sociales y recibir garantía y acompañamiento durante el proceso de compra.

El sector de la joyería en plata muestra un crecimiento sostenido gracias a la preferencia por la plata 925, el aumento del comercio electrónico y la valorización de productos artesanales con identidad local. En este contexto, Amaranta Joyerías se diferencia mediante certificación de autenticidad, asesoría personalizada, empaques ecoamigables y programas de fidelización, ofreciendo no solo joyas, sino experiencias con valor estético y emocional.

Además, el proyecto incorpora compromiso social y ambiental, promoviendo el trabajo artesanal ecuatoriano y utilizando materiales sostenibles. En conjunto, Amaranta Joyerías se posiciona como una marca moderna, responsable y con propósito, que transforma cada joya en una expresión de identidad y estilo.

Executive Summary.

The Amaranta Jewelry project involves creating an Ecuadorian brand dedicated to the sale of bracelets made from certified 925 silver with energy stones, characterized by their high quality, authenticity, and exclusive designs. The proposal is based on merging Ecuadorian artisanal tradition with contemporary trends, offering the market modern, elegant, and accessible pieces.

The venture emerges to address the need for a reliable brand that combines design, personalized advice, and digital presence, in an environment dominated by imitations and generic products without guarantees. Its target market consists of professionals with medium to high purchasing power who are looking for exclusive products, wish to buy through social networks, and expect warranty and support throughout the purchasing process.

The silver jewelry sector shows sustained growth thanks to the preference for 925 silver, the increase in e-commerce, and the appreciation of handcrafted products with local identity. In this context, Amaranta Jewelry stands out through authenticity certification, personalized advice, eco-friendly packaging, and loyalty programs, offering not just jewelry, but experiences with aesthetic and emotional value.

Additionally, the project incorporates social and environmental commitment, promoting Ecuadorian craftsmanship and using sustainable materials. Overall, Amaranta Jewelry positions itself as a modern, responsible, and purpose-driven brand, transforming each piece of jewelry into an expression of identity and style.

Dedicatoria.

Dedico este proyecto a Dios, por su guía y fortaleza constante. A mi familia, por su amor, paciencia y apoyo incondicional. De manera especial, a mis hijos, mi mayor inspiración y motor diario. Este logro es fruto del esfuerzo, la fe y los sueños compartidos.

Dedico este trabajo a mi esposo y a mis dos hijos, quienes con su amor y paciencia me dieron la fuerza para alcanzar este logro. A mis amigos más cercanos, por ser mi inspiración constante, y quienes me acompañaron en este camino académico, les ofrezco con gratitud el fruto de este esfuerzo

Este trabajo está dedicado a mis hijos, Andree y Camila. Les agradezco por ser mi mayor motivación y enseñanza constante. Gracias a ustedes comprendí que siempre es posible aprender y reaprender, sin importar la edad. Su apoyo, amor y ejemplo me impulsan a seguir creciendo y alcanzando nuevas metas cada día.

Dedico este logro a mi madre que hoy descansa en los brazos de mi Dios, le prometí que lo lograría y cumplí, porque este sueño también fue suyo. Cada esfuerzo, pausa y renuncia tuvieron sentido. Mamá, misión cumplida; este título es para ti.

A mi hijo Alejandro, por su paciencia, amor y comprensión en los momentos en que no pude dedicarle todo mi tiempo. A mis padres, por su apoyo incondicional y por ser un pilar fundamental en mi crecimiento personal y profesional. Este logro refleja que todo sacrificio, con fe y constancia, siempre tiene su recompensa.

Agradecimiento.

Agradezco a la Universidad Internacional del Ecuador por la formación académica recibida. A mi tutora, Sandra Elizabeth López Vásquez, por su guía y acompañamiento. A Carlos Arturo, por la confianza y el apoyo brindado al decidir continuar mis estudios.

A mis hijos y a mi esposo, por su paciencia y amor incondicional que me sostuvieron en cada etapa de este camino. A mi familia, por ser mi inspiración y fortaleza. A mis profesores por compartir su conocimiento y apoyo. Este logro es fruto de la unión de quienes caminaron conmigo y creyeron en mí.

Agradezco profundamente a mis hijos, mi mayor inspiración, y a mis padres, por su motivación constante, a mi mejor amigo, quien me recordó que es posible avanzar con determinación. Gracias a su apoyo pude culminar este proyecto de titulación, un logro que también les pertenece. Finalmente, agradezco a la UIDE por su gestión y compromiso con la educación.

Agradezco primero a Dios por su amor, fortaleza y fidelidad en cada etapa de mi vida. A mi familia por sostenerme siempre; a mi esposo por su apoyo incondicional; a la hija que la vida me dio para inspirarme; a mi tía y su esposo que son ahora mis padres, gracias por ser guía y refugio.

A mis compañeros y a todos quienes creyeron en mí durante este camino. Este proyecto, agradezco a Dios, por darme la vida, la salud y la fortaleza para seguir adelante. A nuestra tutora Sandra López, por su orientación, acompañamiento y valiosos aportes. Finalmente, agradezco a mi lugar de trabajo por la comprensión y el apoyo brindado para equilibrar mis responsabilidades laborales y académicas.

Índice de Contenidos.

INTRODUCCIÓN.	11
FASE DE EMPATÍA INCLUYENDO MARCO TEÓRICO.	14
IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	18
IDEA DE NEGOCIO.....	19
VALIDACIÓN DE VIABILIDAD – DESEABILIDAD.....	24
ESTUDIO TÉCNICO Y MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL.....	35
PLAN DE MARKETING.	40
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	55
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	66
REFERENCIA.	67

Índice de Tablas.

Tabla 1: Buyer Persona.....	17
Tabla 2: Árbol de problemas.....	18
Tabla 3: Business Canvas.	20
Tabla 4: Instrumento de recolección de información.	25
Tabla 5: Presentación de resultados.....	27
Tabla 6: Codificación entrevistas para validar el prototipo 2.0	31
Tabla 7: Matriz de sistematización de información, entrevistas.....	32
Tabla 8: Detalle mapa de procesos.	37
Tabla 9: Plan de marketing.	53
Tabla 10: Inversión total.	55
Tabla 11: Financiamiento.	56
Tabla 12: Tabla de amortización.....	56
Tabla 13: Estado de Costos Pulsera Jade.....	58
Tabla 14: Estado de Costos Pulsera Onix.....	58
Tabla 15: Estado de Costos Pulsera Amatista.....	58
Tabla 16: Estado de P&G.	59
Tabla 17: Estado Flujo de Caja.....	59
Tabla 18: Presupuesto Anual de Ventas.	60
Tabla 19: Punto de equilibrio.....	61
Tabla 20: WACC	62
Tabla 21: VAN, TIR y período de recuperación.....	62
Tabla 22: Escenario 1.....	63
Tabla 23: Escenario 2.....	64
Tabla 24: Escenario Moderado.	65

Índice de Figuras.

Figura 1: Mapa de empatía.	16
Figura 2: Opción 1 de logo 1.0	21
Figura 3: Opción 1 de prototipo 1.0.....	21
Figura 4: Información de INEC, censo población de la D.M. Quito.	24
Figura 5: Prototipo 2.0	34
Figura 6: Captura de pantalla video promocional.....	35
Figura 7: Mapa de proceso.....	36
Figura 8: Organigrama.....	38
Figura 9: Imagen de expectativa Amaranta Joyería.....	43
Figura 10: Imagen de expectativa II Amaranta Joyería.	43
Figura 11: Imagen de expectativa III Amaranta Joyería.....	44
Figura 12: Imagen de expectativa IV Amaranta Joyería.	44
Figura 13: Imagen de expectativa V Amaranta Joyería.....	45
Figura 14: Imagen de expectativa VI Amaranta Joyería.	45
Figura 15: Imagen Instagram Amaranta Joyería.....	46
Figura 16: Imagen Día de la Madre Amaranta Joyería.....	46
Figura 17: Imagen Día San Valentín Amaranta Joyería.	47
Figura 18: Imagen Navidad I Amaranta Joyería.....	47
Figura 19: Imagen Navidad II Amaranta Joyería.	48
Figura 20: Imagen Página Web Amaranta Joyería.	48
Figura 21: Imagen Pulsera Jade Amaranta Joyería.....	49
Figura 22: Imagen Pulsera Amatista Amaranta Joyería.	49
Figura 23: Imagen Pulsera Amatista Amaranta Joyería.	50
Figura 24: Imagen Pulsera Jade Amaranta Joyería.....	50
Figura 25: Imagen Pulsera Onix Amaranta Joyería.....	51
Figura 26: Imagen Pulsera Onix Amaranta Joyería.....	51
Figura 27: Imagen plataforma digital de Amaranta Joyería.	52
Figura 28: Imagen plataforma digital de Amaranta Joyería.	53
Figura 29: Diseño post para Instagram.	54
Figura 30: Diseño post para Tiktok.	54
Figura 31: Diseño post para Facebook.....	55

Introducción.

La idea nació del deseo de combinar la belleza de la joyería artesanal con el poder sanador de las piedras energéticas. Inspirada en el bienestar emocional y espiritual, la propuesta buscó crear piezas que no solo adornen, sino que también conecten con la energía interior de cada persona. Este concepto evolucionó hacia un emprendimiento dedicado al diseño y comercialización de joyas elaboradas en plata 925, cuidadosamente combinadas con piedras naturales como amatista, cuarzo rosa, ónix, turmalina, citrino, jade y otras gemas reconocidas por sus propiedades simbólicas y energéticas. Cada pieza es diseñada con intención, buscando armonizar cuerpo, mente y espíritu, y proporcionando al usuario una experiencia estética y emocional.

El plan de negocios se orienta a un público que valora la autenticidad, la conexión emocional y el uso de accesorios que representen algo más que un elemento decorativo. En particular, está dirigido a mujeres jóvenes y adultas interesadas en la espiritualidad, el crecimiento personal, la moda consciente y el consumo responsable. También resulta atractivo para personas que buscan productos artesanales elaborados con materiales nobles y que asignan importancia al simbolismo presente en las piedras naturales. Este enfoque permite posicionar la marca dentro de una tendencia creciente que combina estética, bienestar y significado, alineándose con un mercado que prioriza experiencias más profundas y productos con identidad.

Uno de los principales diferenciadores del negocio es la fusión entre diseño elegante, materiales de calidad y atributos energéticos. Las piezas no solo ofrecen valor estético, sino que incluyen una guía individual con el significado de cada piedra, permitiendo a los clientes comprender el propósito simbólico de su elección. Este elemento agrega un componente emocional que fortalece la experiencia de compra y promueve un vínculo más profundo entre

el usuario y la joya adquirida, reforzando además la identidad de la marca y su propuesta de valor diferenciada.

La estrategia inicial se plantea de forma general, buscando generar visibilidad y posicionar la propuesta holística del emprendimiento. Se procurará atraer a públicos interesados en bienestar integral, articulando dimensiones espirituales, emocionales y artesanales mediante espacios coherentes con esta identidad. Además, se fomentará la interacción temprana con potenciales clientes y se evaluarán colaboraciones con actores afines. Los lineamientos específicos se definirán posteriormente en el plan de marketing. Del mismo modo, se evaluará la creación de alianzas con tiendas especializadas en bienestar emocional y espiritual, que compartan la visión del proyecto y permitan ampliar su presencia comercial.

Se proyecta la apertura de una tienda en línea que permita ampliar la presencia comercial, mejorar la experiencia de compra y ofrecer un catálogo dinámico y en constante evolución. También se planea la incorporación de nuevas colecciones, diseños personalizados y combinaciones de piedras orientadas a diferentes intenciones energéticas. A largo plazo, la visión del proyecto es consolidarse como una marca referente en joyería energética a nivel nacional e internacional, destacándose por la calidad de sus piezas y la coherencia de su propuesta. Esta visión impulsa un crecimiento sostenido basado en calidad y autenticidad.

Objetivo General.

Desarrollar un plan de negocios para la implementación de una marca de joyería artesanal en plata con piedras naturales, orientada al público femenino en la ciudad de Quito, que integre un enfoque sostenible y holístico basado en estética, energía y autenticidad, con el fin de establecer un modelo empresarial viable y competitivo en el mercado.

Objetivos Específicos.

- Diseñar una línea de joyería artesanal en plata 925 con piedras naturales que combine estética, simbolismo y calidad, adaptada a las preferencias del público objetivo identificado mediante un estudio de mercado local y digital.
- Implementar estrategias de marketing digital y posicionamiento de marca para fortalecer la visibilidad y el reconocimiento del emprendimiento durante los primeros seis meses de operación.
- Establecer un modelo de producción y comercialización sostenible que incorpore empaques ecológicos, prácticas responsables y alianzas con proveedores locales, con el fin de fortalecer la identidad ecológica y artesanal de la marca.

Fase de Empatía incluyendo Marco Teórico.

Marco Teórico (Hallazgos de la Investigación Documental).

El mercado ecuatoriano de joyería ha experimentado un crecimiento constante impulsado por consumidores que buscan productos auténticos, duraderos y con respaldo emocional. Este comportamiento coincide con la tendencia global que orienta las decisiones de compra hacia artículos con significado simbólico y calidad certificada (Solomon, 2018). Sin embargo, la presencia de imitaciones y piezas genéricas genera falta de confianza, lo que evidencia una necesidad de propuestas diferenciadas.

Según (Kotler & Armstrong, 2021), cuando las expectativas del consumidor no son atendidas por la oferta existente, se genera un vacío que abre oportunidades para emprendimientos innovadores. Esta situación afecta especialmente a profesionales con ingresos medios y altos, quienes suelen realizar compras informadas basadas en credibilidad y diseño.

Amaranta Joyería surge como respuesta a esta problemática, ofreciendo piezas de plata 925 combinadas con piedras naturales con significado energético. La preferencia del consumidor por productos que aporten bienestar y conexión personal se fundamenta en principios psicológicos como la motivación emocional descrita por Maslow (Maslow, Schiffman, & Wisenblit, 1943 / 2019).

El problema central del mercado es la falta de una marca que integre autenticidad, asesoría y distribución digital eficiente. (Osterwalder & Pigneur, 2010) sostienen que los clientes valoran modelos de negocio que proporcionen claridad, diferenciación y experiencia. Esta visión respalda la estructura del plan de negocios de Amaranta Joyería, el cual considera tres elementos esenciales:

Producto o servicio, orientado a ofrecer joyas auténticas con propiedades energéticas.

Propuesta de valor, basada en diferenciación estratégica, elemento central de la teoría de Porter (Porter, 1998).

Segmento de clientes, definido mediante criterios sociodemográficos, tal como establecen Kotler y Keller (Kotler & Keller, Dirección de Marketing, 2016).

El auge del comercio electrónico ha transformado los hábitos de compra, generando un entorno favorable para marcas emergentes que comercializan mediante redes sociales. Este comportamiento coincide con los hallazgos de Laudon y Traver (Laudon & Traver, 2021), quienes afirman que la digitalización permite mayor personalización y cercanía con el usuario.

Además, el consumidor moderno muestra preferencia por productos sostenibles y artesanales, tendencia respaldada por estudios de comportamiento del comprador que destacan la importancia de la identidad cultural en la decisión de compra (Hoyer, MacInnis, & Pieters, 2017). Amaranta Joyería incorpora estos elementos mediante empaques reciclables y el apoyo al trabajo artesanal local.

Finalmente, la ventaja competitiva de la marca se fundamenta en ofrecer atributos difíciles de imitar, concepto sustentado en la teoría de recursos y capacidades (Barney & Hesterly, 2019). Esta diferenciación permite a Amaranta Joyería posicionarse como una marca moderna, confiable y emocionalmente significativa dentro del mercado nacional.

Mapa de Empatía.

Figura 1: Mapa de empatía.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación del Mapa de Empatía:

El análisis evidencia que las clientas de Amaranta Joyería buscan más que adornos, desean conexión emocional y autenticidad. Valorán la energía de las piedras, la asesoría personalizada y el diseño artesanal. Estos resultados confirman la necesidad de una marca confiable, sostenible y con significado espiritual. Por ello, el plan de negocios se enfoca en ofrecer experiencias únicas que reflejen identidad y bienestar.

Buyer Persona: Características y necesidades del segmento.

Tabla 1: Buyer Persona.

Elemento	Descripción
Nombre del Buyer Persona	Mariana Luz, mujer espiritual y amante de la elegancia natural.
Perfil Demográfico	
Edad	32 años.
Género	Femenino.
Estado civil	Soltero o relación estable.
Nivel educativo	Universitario, con formación en humanidades o áreas creativas.
Ingresos mensuales	USD 1.000 – 2.000.
Ocupación	Profesora universitaria, emprendedora o profesional independiente.
Redes sociales que utiliza	WhatsApp, Instagram, TikTok, Pinterest.
Perfil Psicográfico	
Estilo de vida	Activa, consciente del bienestar emocional y la conexión espiritual.
Valores	Autenticidad, equilibrio, sostenibilidad y energía positiva.
Personalidad	Sensible, intuitiva, elegante y con gustos por lo artesanal.
Comportamiento de Consumo	
¿Dónde compra?	En tiendas en línea o por redes sociales con atención personalizada.
¿Qué lo motiva a comprar?	La energía de las piedras naturales, el diseño exclusivo y la asesoría cercana.
Necesidades	
Necesidades principales	Encontrar joyas auténticas de plata certificada y con significado espiritual.
¿Cómo el producto/servicio satisface esas necesidades?	Ofreciendo joyas energéticas, asesoría personalizada, empaques sostenibles y diseños con identidad ecuatoriana.

Nota: Elaboración propia.

Identificación de la Problemática.

Problema del segmento.

El segmento enfrenta dificultades para encontrar joyas de plata 925 auténticas y confiables, debido a la abundancia de productos genéricos e imitaciones sin certificación. Además, muchas consumidoras buscan piezas que integren diseño, calidad y un significado holístico mediante piedras energéticas, necesidad que la oferta actual no satisface. También requieren asesoría personalizada y canales digitales eficientes para decidir su compra. La falta de propuestas especializadas limita el acceso a joyería exclusiva, segura y alineada con bienestar y autenticidad.

Árbol de problemas.

Tabla 2: Árbol de problemas.

Causas (¿Por qué ocurre?)	Problema Central	Consecuencias (¿Qué pasa por el problema?)
Causa 1: Alta presencia de imitaciones y joyería genérica en el mercado.	Dificultad del cliente para encontrar joyas de plata 925 auténticas, modernas y con garantía confiable.	Consecuencia 1: Desconfianza del cliente y dudas sobre la calidad real del producto.
Causa 2: Falta de certificación y garantía en muchos productos ofrecidos.		Consecuencia 2: Riesgo de adquirir productos falsos o de baja calidad.
Causa 3: Escasa asesoría personalizada para los clientes.		Consecuencia 3: Experiencia de compra insatisfactoria y poca fidelidad del cliente.
Causa 4: Limitada oferta digital confiable para la compra de joyas de plata 925.		Consecuencia 4: Reducción del acceso a piezas exclusivas y asesoría profesional.

Nota: Elaboración propia.

Idea de Negocio.

Amaranta Joyería es una empresa ecuatoriana que busca transformar la joyería en una experiencia emocional, estética y espiritual. Desde Quito se diseña pulseras de plata 925 certificada, reconocida por su durabilidad y brillo, combinadas con piedras naturales de propiedades energéticas. Cada pieza es elaborada con diseños exclusivos, modernos y accesibles, pensados para realzar la belleza femenina y conectar con su bienestar interior. A través de una tienda en línea, ofrecemos una amplia variedad de joyas personalizadas que fusionan la herencia artesanal ecuatoriana con las tendencias contemporáneas, proyectando una imagen de lujo consciente. Amaranta Joyería responde a una creciente demanda por productos auténticos, simbólicos y de alta calidad, convirtiéndose en un referente de elegancia, espiritualidad y expresión cultural en el mercado nacional.

Business Canvas.

Tabla 3: Business Canvas.

Socios clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relación con clientes	Segmentos de clientes
Proveedores de plata 925 y piedras naturales certificadas, artesanos locales, desarrolladores web, expertos en marketing digital, empresas de logísticas.	Diseño y elaboración de pulseras, gestión de tienda en línea, marketing emocional, atención al cliente, distribución nacional, certificación de calidad	Pulseras de plata 925 con piedras energéticas, que combinan diseño exclusivo, calidad artesanal y conexión emocional, espiritual y estética.	Atención personalizada, diseño a medida, comunidad digital, contenido emocional, rituales de uso, fidelización por colecciones temáticas.	Mujeres que valoran la elegancia, autenticidad, espiritualidad y productos conscientes; público nacional sensible al arte y la cultura.
	Recursos clave		Canales	
	Plata 925 certificada, piedras naturales, artesanos, diseñadores, plataforma e-commerce, branding emocional, logística, certificaciones.		Tienda en línea, redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok), marketplaces digitales, colaboraciones con influencers, ferias artesanales.	
Estructura de costos. Materia prima, mano de obra artesanal, desarrollo web, publicidad digital, empaque, distribución, certificaciones, gestión de redes y diseño.		Fuente de ingresos Venta directa de pulseras, pedidos personalizados, colecciones temáticas, alianzas con boutiques, empaques especiales, experiencias de regalo		

Prototipaje 1.0

Figura 2: Opción 1 de logo 1.0



Nota: Logo Amaranta Joyería.

Figura 3: Opción 1 de prototipo 1.0



Nota: Fotografía de diseño pulsera Amaranta Joyería.

Pulsera rígida elaborada por artesanos en plata 925 con piedras amatista para quienes busquen paz, protección y equilibrio espiritual.

Análisis del Macroentorno.

Político: El gobierno ecuatoriano ha implementado políticas que fomentan el emprendimiento y la producción artesanal, lo cual beneficia a negocios como Amaranta Joyería (Ministerio de Producción, 2023). No obstante, la inestabilidad política y los cambios recurrentes en la normativa tributaria pueden afectar la planificación financiera de las microempresas (Banco Mundial, 2024; CEPAL, 2023).

Económico: La inflación y el desempleo influyen directamente en el poder adquisitivo de los consumidores ecuatorianos (Banco Central del Ecuador, 2024). A pesar de ello, el comercio electrónico mantiene un crecimiento sostenido (Statista, 2024), y la demanda de productos diferenciados continúa en aumento. Los precios de la plata 925 y de las piedras naturales dependen del mercado internacional, lo que exige una gestión eficiente de costos (International Silver Institute, 2024).

Social: Las tendencias de consumo indican un creciente interés por el bienestar emocional, la sostenibilidad y los productos artesanales (Nielsen, 2023). Los consumidores valoran cada vez más la identidad cultural y lo hecho a mano (Ministerio de Cultura, 2023). En este contexto, Amaranta Joyería se alinea con la búsqueda de productos con significado simbólico y contenido emocional (Deloitte, 2023).

Tecnológico: El avance del comercio electrónico y la expansión del uso de redes sociales facilitan nuevas estrategias de marketing digital (Ministerio de Telecomunicaciones, 2024). Para marcas artesanales, una tienda en línea y presencia digital activa son fundamentales para la captación y fidelización de clientes (Kotler & Armstrong, 2022; Statista, 2024).

Ambiental: El aumento de la conciencia ecológica impulsa la demanda de prácticas productivas sostenibles (PNUMA, 2024). Amaranta Joyería puede fortalecer su posicionamiento mediante el uso de empaques reciclables y materiales responsables, alineándose con tendencias de consumo sostenible (Ministerio del Ambiente, 2023).

Legal: Las empresas deben cumplir con normativas relacionadas con comercio electrónico, certificación de materiales y propiedad intelectual (Ley de Comercio Electrónico, 2023; SENADI, 2024). La transparencia en las condiciones de venta, así como la autenticidad de los insumos utilizados, resulta clave para mantener la confianza del cliente (Ministerio de Producción, 2024).

Análisis del Microentorno.

Rivalidad entre competidores: El sector joyero en Ecuador presenta un nivel de competencia moderado entre marcas artesanales, industriales y extranjeras (ProEcuador, 2023). Amaranta Joyería logra diferenciarse mediante una propuesta estética, emocional y espiritual, lo cual le permite posicionarse en un nicho de lujo consciente con menor presión competitiva directa (Porter, 2008).

Amenaza de nuevos entrantes: La facilidad de acceso a plataformas digitales disminuye las barreras de entrada al sector (INEC, 2024). Sin embargo, la construcción de una marca con identidad sólida y conexión emocional representa una barrera diferenciadora difícil de imitar (Porter, 1980).

Poder de negociación de los clientes: Los consumidores poseen alto acceso a información y comparan precios, diseño y calidad entre múltiples opciones (Deloitte, 2024). Amaranta puede reducir este poder ofreciendo personalización y storytelling, estrategias que incrementan el valor percibido y la fidelidad (Kotler et al., 2021).

Poder de negociación de los proveedores: La dependencia de insumos como plata 925 y piedras naturales genera vulnerabilidad frente a variaciones internacionales en disponibilidad y precio (International Silver Institute, 2024). Para mitigar riesgos, Amaranta debe fortalecer relaciones estratégicas con proveedores confiables y artesanos locales (Ministerio de Producción, 2023).

Amenaza de productos sustitutos: Existen sustitutos como bisutería o accesorios industriales. Sin embargo, los productos artesanales con valor simbólico presentan menor sustituibilidad al ofrecer una propuesta emocional y cultural difícil de replicar (Porter, 1980; Cornell University Press, 2022).

Validación de Viabilidad – Deseabilidad.

Investigación de Mercado.

Población.

Amaranta Joyería ofrece piezas de plata 925 certificada, con diseños exclusivos que integran tradición artesanal ecuatoriana, tendencias modernas y un enfoque holístico mediante pulseras con piedras energéticas. Para validar su viabilidad y deseabilidad, se consideró la población del Distrito Metropolitano de Quito, mujeres desde los 18 años de edad con ingresos superiores a un salario según el último censo y se aplicaron encuestas que evidencian interés por productos auténticos, personalizados y adquiridos digitalmente. Los resultados muestran preferencia por joyas con valor emocional, asesoría especializada y garantía de calidad. Amaranta Joyería se consolida como una marca sostenible, moderna y orientada a experiencias significativas.

Muestra: Se utilizó un muestreo probabilístico con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 7 %, obteniendo una muestra representativa de 196 personas.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N-1) + Z^2 pq}$$

N: Es el número total de la población a estudiar, para nuestro proyecto es de 723.849 personas

Z: Es el nivel de confianza deseado, para nuestro proyecto es el 95 %

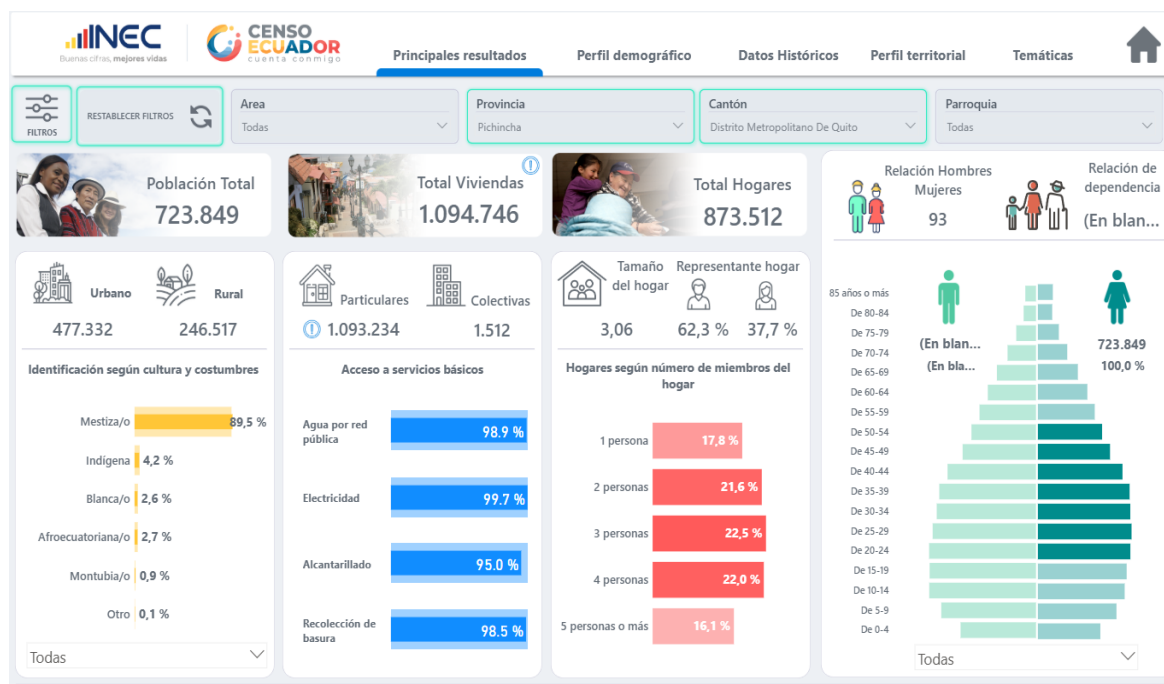
e: El margen de error máximo permitido, para nuestro proyecto es del 7 %

p: Es la proporción estimada de éxito, para nuestro proyecto es del 50 %

q: Es la proporción estimada de fracaso, para nuestro proyecto es del 50 %

n: Es el tamaño de la muestra, para nuestro proyecto es 196 personas para encuestar.

Figura 4: Información de INEC, censo población de la D.M. Quito.



Nota: Fotografía de página INEC.

Instrumento de Recolección de Información y Análisis de Resultados.

Tabla 4: Instrumento de recolección de información.

Datos generales

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

OPA 18 – 25 años

OPB 26 – 35 años

OPC 36 – 45 años

OPD 46 años en adelante

2. Género:

OPA Femenino

OPB Masculino

OPC Prefiero no decirlo

3. ¿Cuáles es su nivel de ingreso?

OPA Menos de USD 500,00

OPB USD 500,00 – USD 1.000,00

OPC USD 1.000,00 – USD 1.500,00

OPD Más de USD 1.500,00

Hábitos de consumo

4. ¿Con qué frecuencia adquiere joyas de plata?

OPA Una vez al año

OPB Varias veces al año

OPC Una vez al mes

OPD Con poca frecuencia

5. ¿Para qué ocasiones suele adquirir joyas de plata?

OPA San Valentín

OPB Día de la Mujer

OPC Día de la Madre

OPD Navidad

OPE Cumpleaños

OPF Aniversario

OPG Otros

6. ¿Por qué canales prefiere comprar joyas?

OPA Redes sociales

OPB Tiendas físicas

OPC Tiendas online (e-commerce)

OPD Catálogo

OPE WhatsApp Business

OPF Marketplace (Facebook)

OPG Ferias Artesanales

7. ¿Qué medios utiliza para comprar e informarse sobre joyas de plata?

OPA Televisión

OPB Radio

OPC Redes sociales

OPD Recomendaciones de amigos o familiares

OPE Revistas o medios impresos

OPF Páginas web / portales digitales

8. ¿Qué factores influyen más en su decisión de compra de joyas?

OPA Precio

OPB Garantía

OPC Exclusividad

OPD Calidad

OPE Diseño

Conocimiento del producto

9. ¿Le gustaría adquirir pulseras elaboradas en plata 925 con piedras naturales?

OPA Si

OPB No

10. En una escala de 0 a 10, ¿qué nivel de interés tendría en adquirir una pulsera de plata 925 con piedras naturales?

OPA 0

OPB 1

OPC 2

OPD 3

OPE 4

OPF 5

OPG 6

OPH 7

Pregunta 14	73,36 %	17,29 %	7,01 %	2,34 %
-------------	---------	---------	--------	--------

Nota: Tabulación de resultados.

A continuación, se presenta los resultados de las encuestas realizada al grupo objetivo, los mismo que revelan que el buyer persona claro para el plan de negocios pertenece al rango de 36 a 45 años, principalmente mujeres, y con ingresos medios y altos. Este segmento tiene mayor capacidad adquisitiva y es un consumidor habitual de joyería, lo cual valida la orientación del negocio hacia un público adulto con poder de compra —mujeres jóvenes y adultas interesadas en bienestar emocional y espiritual— está correctamente seleccionado.

Los resultados muestran que más del 75% considera importante o muy importante que las joyas sean auténticas, certificadas y con propiedades energéticas. Esto confirma que el producto central del proyecto —joyas de plata 925 certificada con piedras naturales— tiene un fuerte atractivo si comunica adecuadamente su calidad y beneficios.

Los canales de información y compra más utilizados son WhatsApp Business, redes sociales y páginas web, lo que sugiere que la estrategia comercial debe enfocarse especialmente en plataformas digitales. Además, los encuestados se informan principalmente por recomendaciones y redes sociales, lo que refuerza la importancia de testimonios, reseñas y contenido confiable.

Finalmente, más del 50% mostró un alto interés en adquirir una pulsera de plata con piedras naturales, evidenciando demanda real. En conjunto, los resultados respaldan la viabilidad del negocio y orientan su estrategia hacia calidad certificada, comunicación emocional y presencia digital.

Interpretación de los resultados de cada pregunta y como influencia con su plan de negocios.

1. Rango de edad.

- **Predominio:** Mujeres de 36 a 45 años y 46 años en adelante.

- **Impacto:** El segmento objetivo son mujeres adultas, lo que sugiere enfocar la comunicación y el diseño del producto en este grupo, resaltando atributos de elegancia, bienestar y exclusividad.
2. Género.
- **Mayoría:** Femenino.
 - **Impacto:** El producto debe orientarse principalmente a mujeres, con campañas de marketing y mensajes que conecten con sus intereses emocionales y energéticos.
3. Nivel de ingreso.
- **Frecuencia:** “Más de USD 1.500,00” y “USD 1.000,00 – USD 1.500,00”.
 - **Impacto:** El público está dispuesto a invertir en productos de calidad y valor agregado, permitiendo posicionar las pulseras en un segmento medio-alto, con precios competitivos y justificados por certificación y atributos energéticos.
4. Importancia de autenticidad, certificación y propiedades energéticas.
- **Resultado:** “Muy importante” es la respuesta dominante.
 - **Impacto:** Es fundamental certificar la autenticidad y comunicar claramente los beneficios energéticos. Esto debe ser parte central del branding y la propuesta de valor.
5. Interés en adquirir pulseras de plata 925 certificada con piedras naturales.
- **Resultado:** La mayoría responde “Sí”.
 - **Impacto:** Existe demanda potencial. El plan de negocios debe contemplar una oferta de pulseras con diferentes piedras y atributos energéticos.
6. Atributos energéticos o emocionales más valorados.
- **Frecuencia:** Protección, Amor propio, Equilibrio emocional, Energía positiva, Espiritualidad.

- **Impacto:** El diseño y la comunicación deben resaltar estos atributos, asociando cada piedra con un beneficio específico y ofreciendo información clara al cliente.
7. Valoración del trabajo artesanal ecuatoriano y disposición a pagar extra.
- **Resultado:** “Sí” es la respuesta más común.
 - **Impacto:** El trabajo artesanal es un diferenciador. Se puede justificar un precio premium y destacar el impacto social del producto.
8. Precio dispuesto a pagar.
- **Rango dominante:** USD 80,00 – USD 100,00 y USD 100,00 – USD 150,00.
 - **Impacto:** El precio de venta debe estar alineado con estas expectativas, asegurando rentabilidad y competitividad.
9. Factores que más influyen en la decisión de compra.
- **Frecuencia:** Garantía, Exclusividad, Calidad, Precio, Diseño.
 - **Impacto:** El plan de negocios debe priorizar la calidad, ofrecer garantía y exclusividad, y cuidar el diseño para diferenciarse de la competencia.
10. Frecuencia de compra.
- **Resultado:** “Una vez al año” y “Con poca frecuencia”.
 - **Impacto:** El producto se percibe como especial, ideal para ocasiones importantes. El plan debe incluir campañas estacionales y promociones en fechas clave.
11. Ocasiones de compra.
- **Frecuencia:** Día de la Madre, Cumpleaños, Aniversarios, Navidad.
 - **Impacto:** Las campañas deben alinearse con estas fechas, ofreciendo opciones de regalo y empaques especiales.
12. Canales de compra preferidos.
- **Frecuencia:** Tiendas online (e-commerce), Catálogo, WhatsApp Business.

- **Impacto:** Es necesario tener presencia digital, facilitar la compra por catálogo y canales de mensajería.
13. Medios para informarse y comprar.
- **Frecuencia:** Redes sociales, Recomendaciones de amigos/familiares, Páginas web.
 - **Impacto:** La estrategia digital y el marketing de boca a boca son clave. Se debe invertir en contenido para redes sociales y testimonios.
14. Nivel de interés en adquirir una pulsera (escala 0-10).
- **Promedio:** Alto interés (muchas respuestas entre 7 y 10).
 - **Impacto:** El mercado está motivado, lo que facilita la conversión si se comunica adecuadamente el valor del producto.

Validación con el Segmento de Mercado-Testing.

Tabla 6: Codificación entrevistas para validar el prototipo 2.0

Código	Tipo de instrumento	Perfil de participantes		Fecha
		No. Persona	Temática	
EI01	Entrevista en profundidad	1	Conocer la percepción de los posibles consumidores en el testeo del producto.	Diciembre 2025
EI02	Entrevista en profundidad	1		Diciembre 2025
EI03	Entrevista en profundidad	1		Diciembre 2025

Nota: Tabulación de Testing.

Tabla 7: Matriz de sistematización de información, entrevistas.

Temáticas	Preguntas	Respuestas
Contexto de uso.	¿En qué ocasiones le gusta usar joyas de plata 925 certificada con piedras energéticas?	EI01, 2025: Momentos importantes, rituales, ceremonias, meditaciones y día a día para protección energética.
		EI02, 2025: Día a día, especialmente piezas elegantes y discretas.
		EI03, 2025: Día a día y ocasiones especiales; piezas que se adapten a look casual y elegante.
	¿Qué importancia tienen para usted los accesorios exclusivos en su día a día profesional o social?	EI01, 2025: Son símbolos de identidad y conexión, expresión profesional y social.
		EI02, 2025: Muy importantes, busca piezas que conecten con su equilibrio personal.
		EI03, 2025: Reflejan estilo y personalidad; prefiere accesorios delicados y auténticos.
Primera impresión.	¿Cuál fue su primera impresión al ver una pulsera de Amaranta Joyería?	EI01, 2025: Energía bonita, armonía, intención y cuidado en los detalles.
		EI02, 2025: Transmite calma, intención y autenticidad.
		EI03, 2025: Elegancia y autenticidad; finas y bien diseñadas, no llamativas en exceso.
Atractivo general.	¿Qué le transmite la combinación de diseño moderno y tradición artesanal ecuatoriana?	EI01, 2025: Me transmite equilibrio. Honra raíces ancestrales y se adapta al presente, manteniendo viva la sabiduría de los ancestros.
		EI02, 2025: Refleja dedicación, identidad y apoyo al talento local.
		EI03, 2025: Combinación especial; une propósito, identidad y estilo.
	¿Qué opina del diseño exclusivo y la autenticidad de nuestras pulseras?	EI01, 2025: Auténticas, con alma, cada pulsera tiene historia e intención.
		EI02, 2025: Prefiere lo fino, delicado y elegante, sin exceso de elementos.
		EI03, 2025: Únicas y hechas con intención; se diferencian de accesorios producidos en masa.
	¿Considera que la certificación y el trabajo artesanal aportan valor al producto?	EI01, 2025: Certificación da confianza, trabajo artesanal aporta valor espiritual y cultural.
		EI02, 2025: Sí, aporta mucho valor; se siente la dedicación.
		EI03, 2025: Sí, totalmente; saber que es plata 925 auténtica y hecha a mano da más valor y confianza.

Valor percibido.	¿Qué atributos valora más en una pulsera de plata 925 certificada con piedras energéticas?	EI01, 2025: Autenticidad, energía de las piedras, diseño consciente, asesoría personalizada, empaque respetuoso con la naturaleza.
		EI02, 2025: Diseño elegante, piedra natural, intención de la marca, equilibrio que transmite.
		EI03, 2025: Diseño delicado, autenticidad de la piedra, energía y significado personal.
Barreras y objeciones.	¿Qué significado le da a las piedras energéticas en su vida?	EI01, 2025: Herramientas de equilibrio, ayudan a sanar, proteger y mantener energía alineada.
		EI02, 2025: Paz interior, abundancia y sabiduría; el jade conecta con la tranquilidad.
		EI03, 2025: Equilibrio, calma y abundancia; el jade transmite serenidad.
	¿Qué le haría dudar o le impediría comprar una pulsera de Amaranta Joyería?	EI01, 2025: Falta de claridad sobre el origen de las piedras o la intención de la pieza.
		EI02, 2025: Que el diseño no sea elegante o la piedra no sea auténtica.
		EI03, 2025: Que la piedra no sea natural o el diseño se vea artificial.
Mejoras.	¿Tiene alguna preocupación respecto a la autenticidad, el precio, la compra online o la garantía?	EI01, 2025: Más que el precio, le importa la autenticidad; valora acompañamiento y garantía en la compra online.
		EI02, 2025: Que realmente sea plata 925 y piedra natural.
		EI03, 2025: Principalmente la autenticidad de la piedra y del material.
	¿Qué sugerencias daría para mejorar el diseño, la experiencia de compra digital o el acompañamiento personalizado?	EI01, 2025: Explicar la energía de cada piedra, significado ancestral y recomendaciones de uso.
		EI02, 2025: Ofrecer pulseras a medida y mantener diseño sobrio y elegante.
		EI03, 2025: Mantener diseños minimalistas y asegurar piedras con color natural y bien pulido.
Compra.	¿Qué otros servicios o detalles le gustaría recibir al adquirir una joya Amaranta?	EI01, 2025: Un mensaje personalizado, una tarjeta con el significado de la piedra y una recomendación de limpieza energética de la joya.
		EI02, 2025: No existe información.
		EI03, 2025: No existe información.
	¿Compraría una pulsera Amaranta Joyerías para usted o para regalar?	EI01, 2025: Para ambas cosas: amuleto personal y para regalar, por su intención y significado profundo.
		EI02, 2025: Sí, sin dudarlo, si cumple con diseño, autenticidad y propósito.

	EI03, 2025: Sí, tanto para sí como para regalar; es un regalo con significado.
¿Qué factores influyen más en su decisión de compra?	EI01, 2025: Autenticidad, energía de la pieza, asesoría personalizada, sostenibilidad y respeto por lo ancestral. EI02, 2025: Significado, autenticidad, diseño e intención de la marca. EI03, 2025: Diseño, autenticidad, significado energético y trabajo artesanal.
¿A través de qué canal prefiere comprar joyas?	EI01, 2025: Redes sociales, con comunicación directa, confianza y acompañamiento. EI02, 2025: No existe información. EI03, 2025: No existe información.
¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por una pulsera de estas características?	EI01, 2025: De USD 100,00 a 120,00, precio justo por la calidad, trabajo artesanal y energía que transmite. EI02, 2025: Un precio justo que refleje calidad, diseño y trabajo artesanal. EI03, 2025: Un precio acorde a calidad, autenticidad y trabajo artesanal.

Nota: Tabulación de Testing.

Prototipo 2.0

Figura 5: Prototipo 2.0



Nota: Fotografía de diseño final pulsera Amaranta Joyería.

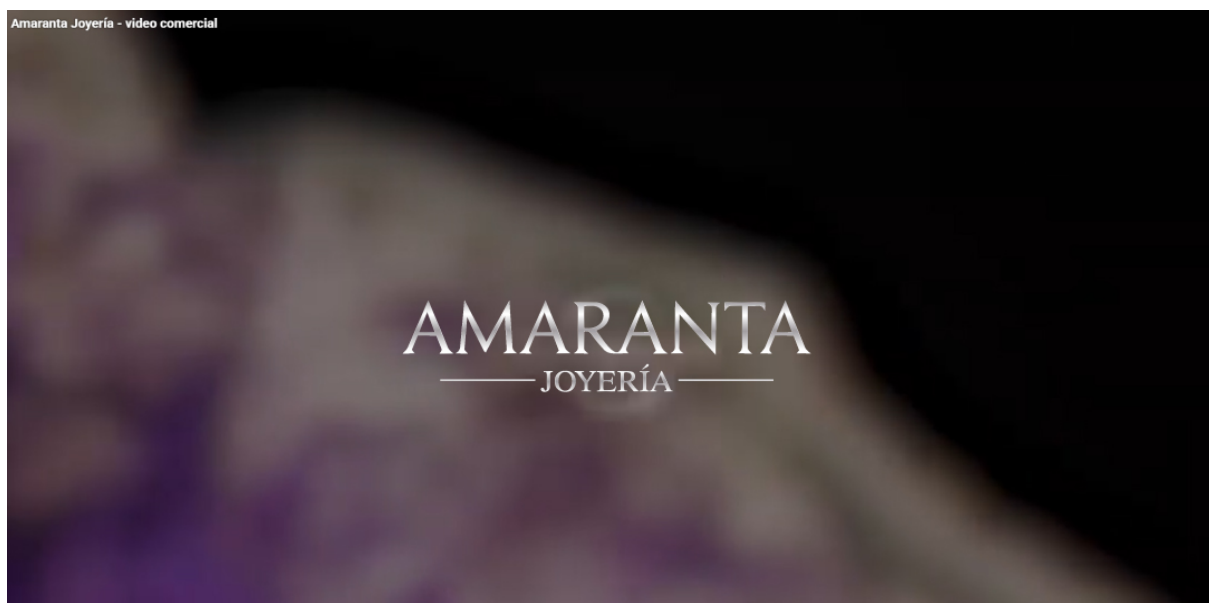
Pulsera en plata 925 compuesta por una cadena de eslabones medianos y tres piedras energéticas de Ágata seleccionadas por su calidad y propiedades energéticas, aportando un toque distintivo y sofisticado a la pulsera.

Modelo de Monetización.

El modelo de monetización de Amaranta Joyería se basa en la venta directa de pulseras de plata 925 certificada con piedras energéticas a través de redes sociales y tienda online. Se ofrece asesoría personalizada, garantía y empaques eco amigables, lo que permite agregar valor y justificar precios premium. Además, se implementan programas de fidelización y ventas cruzadas, potenciando la recompra y la recomendación. El enfoque digital y la autenticidad del producto permiten captar clientes de poder adquisitivo medio y alto, generando ingresos sostenibles y escalables.

Presentación Comercial del Prototipo.

Figura 6: Captura de pantalla video promocional.



Nota: Video Pulseras amaranta Joyería.

Enlace: <https://youtu.be/8qffyg03k1w?feature=shared>

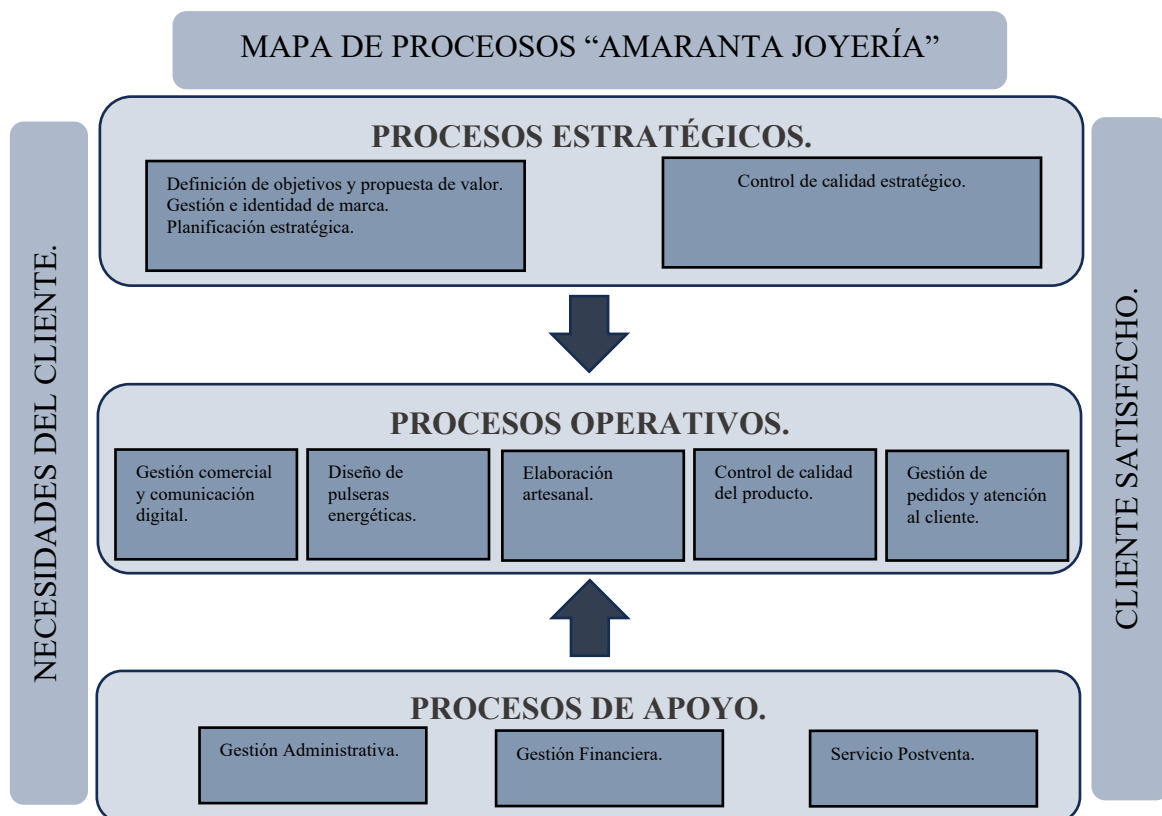
Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional.

Localización.

La localización del centro de operaciones de Amaranta Joyería será un espacio administrativo y logístico, no abierto al público, ubicado en una zona urbana con acceso a servicios básicos como energía eléctrica, agua potable, internet de alta velocidad y seguridad. Desde este centro se gestionará los pedidos, la atención al cliente, el control de calidad y la coordinación con artesanos ecuatorianos, quienes fabricarán cada pulsera. La infraestructura es flexible y escalable, permitiendo la expansión conforme crezcan las ventas online, sin requerir tienda física.

Operaciones.

Figura 7: Mapa de proceso.



Nota: Mapa de Procesos.

Tabla 8: Detalle mapa de procesos.

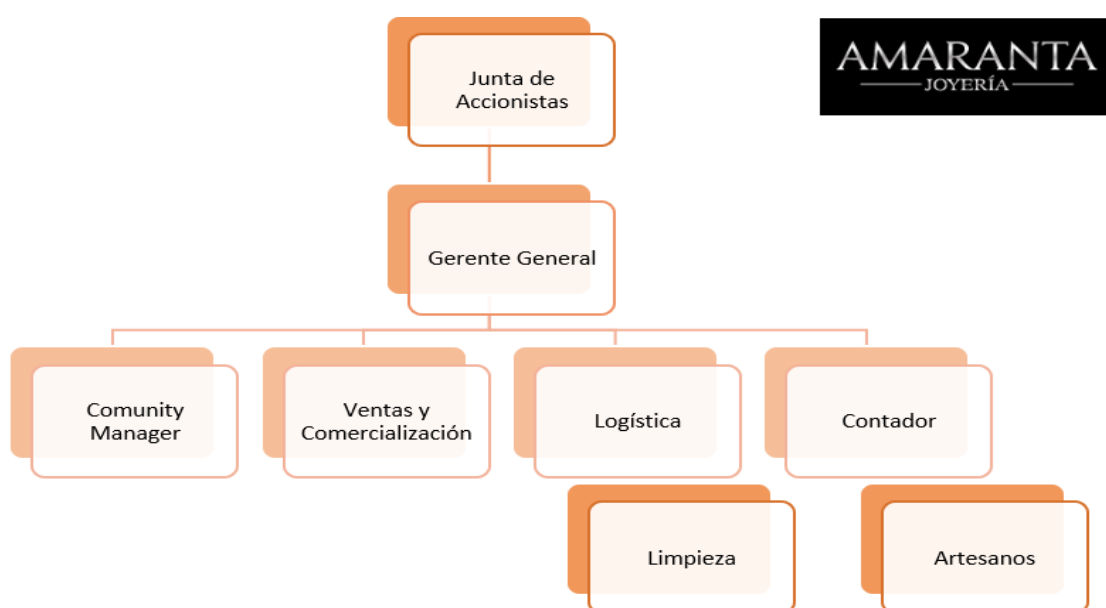
Proceso	Objetivo	Alcance	Actividades
a. Definición de objetivos y propuesta de valor.	Definir la dirección del emprendimiento y su diferenciación en el mercado.	Desde el análisis del cliente hasta la formulación de objetivos organizacionales.	Análisis del mercado. Definición de misión, visión y valores. Formulación de la propuesta de valor. Establecimiento de objetivos estratégicos.
b. Gestión e identidad de marca.	Construir una identidad coherente alineada al bienestar y simbolismo energético.	Aplica a toda la comunicación e imagen del emprendimiento.	Definición de identidad visual y conceptual. Mensaje de marca. Supervisión de la coherencia comunicacional.
c. Planificación estratégica.	Orientar el crecimiento sostenible del negocio.	Planificación de acciones y uso eficiente de recursos.	Definición de metas e indicadores. Asignación de recursos. Evaluación periódica del desempeño.
d. Control de calidad estratégico.	Establecer estándares de calidad del producto y del proceso.	Desde el diseño hasta el producto final.	Definición de criterios de calidad. Evaluación del producto terminado. Implementación de acciones correctivas.
e. Gestión comercial y comunicación digital.	Atraer clientes y comunicar la propuesta de valor.	Todas las acciones comerciales digitales.	Gestión de contenidos digitales. Promoción de productos y colecciones. Interacción con clientes potenciales.
f. Diseño de pulseras energéticas.	Crear piezas que integren diseño estético y significado energético.	Desde la conceptualización hasta el diseño final.	Investigación de tendencias y simbolismo. Selección de piedras según intenciones energéticas. Diseño de prototipos.
g. Elaboración artesanal.	Elaborar las pulseras conforme al diseño aprobado.	Producción individual por pedido.	Ensamblaje artesanal. Acabados finales. Revisión preliminar del producto.
h. Control de calidad del producto.	Verificar la conformidad del producto antes de su entrega.	Aplica al producto terminado.	Inspección visual y funcional. Verificación de materiales. Validación del diseño final.
i. Gestión de pedidos y atención al cliente.	Garantizar una experiencia de compra satisfactoria.	Desde la recepción del pedido hasta su entrega.	Recepción y confirmación de pedidos. Coordinación del despacho. Comunicación con el cliente.
j. Gestión administrativa.	Garantizar el orden y soporte interno del negocio.	Gestión documental y organizativa.	Registro de información. Apoyo a procesos operativos.
k. Gestión financiera.	Controlar los recursos económicos del	Costos, ingresos y control por	Registro de ingresos y gastos.

	emprendimiento.	pedido.	Elaboración de presupuestos. Análisis de rentabilidad.
I. Servicio postventa.	Fortalecer la relación con el cliente y fomentar la fidelización.	Posterior a la entrega del producto.	Seguimiento de satisfacción. Atención de reclamos.

Nota: Mapa de Procesos Detallado.

Diseño Organizacional y funciones.

Figura 8: Organigrama.



Nota: Organigrama Amaranta Joyería.

La estructura organizacional de Amaranta Joyería ha sido diseñada bajo un enfoque funcional, flexible y eficiente, acorde con su modelo de negocio como empresa SAS y con su modalidad de ventas bajo pedido. Esta estructura responde a la necesidad de optimizar recursos, reducir costos operativos y garantizar una adecuada coordinación entre las áreas clave del emprendimiento, aspectos que han sido considerados directamente en el plan financiero.

La organización está conformada por seis integrantes que asumen funciones estratégicas, administrativas, comerciales y operativas, lo que permite una distribución clara

de responsabilidades y evita la duplicidad de funciones. La Gerencia General concentra la toma de decisiones estratégicas y la supervisión integral del negocio, mientras que las áreas de Administración y Finanzas, Marketing y Comunicación Digital, Diseño de Joyas Energéticas, Gestión Comercial y Atención al Cliente, y Logística y Gestión de Proveedores operan de manera coordinada para cumplir los objetivos establecidos.

Adicionalmente, el proceso productivo se apoya en un artesano externo responsable de la elaboración de las pulseras, lo que permite mantener una estructura organizacional ligera. Este rol no forma parte de la nómina fija, sino que se integra como un costo variable asociado directamente al volumen de pedidos, aspecto que reduce riesgos financieros y mejora la sostenibilidad económica del emprendimiento.

Desde el punto de vista financiero, esta estructura organizacional ha sido considerada en la proyección de costos y gastos, contemplando remuneraciones ajustadas al tamaño del negocio y priorizando la eficiencia operativa. La ausencia de áreas innecesarias y la externalización de la producción artesanal permiten mantener un equilibrio entre calidad, control de costos y capacidad de crecimiento. En conjunto, la estructura organizacional contribuye al uso racional de los recursos financieros y respalda la viabilidad económica del proyecto.

Conformación Legal.

Denominación social: AMARANTA JOYERÍA S. A. S.

Tipo societario: Sociedad por Acciones Simplificada (SAS)

Normativa aplicable: Ley de Compañías del Ecuador.

1. Datos generales:

Objeto social: Diseño, fabricación, comercialización y distribución de pulseras de plata 925 certificada con pedrería original y energética.

Duración: Indefinida, salvo disposición estatutaria en contrario.

Domicilio: Quito, Distrito Metropolitano, Ecuador, La Mariscal, avenida González Suárez y avenida Coruña.

2. Capital social.

Capital inicial: USD 13.800,00.

Accionistas: Seis (6) accionistas, con un aporte inicial de USD 2.300,00 por cada uno.

3. Órganos de administración.

Asamblea de accionistas: Es la máxima autoridad de la sociedad, conformada por todos los accionistas o su mayoría.

Representante legal: Gerente General y Presidente designados por los accionistas.

4. Responsabilidad.

Los accionistas responden únicamente hasta el monto de sus aportes.

Plan de Marketing.

Marketing Mix (4Ps).

Producto.

Estrategia: Producto de nicho – Premium consciente.

Amaranta Joyería brinda pulseras plata 925 certificada, hechas a mano y que combinan piedras naturales energéticas como jade, amatista y ónix, con la finalidad de comunicar elegancia, equilibrio, bienestar emocional y protección.

Cada pieza contiene:

- Acreditación de autenticidad.
- Orientación individualizada.
- Asesoramiento sobre el significado energético de la piedra.
- Empaques ecológicos.

- Diseño único y artesanal ecuatoriano.

El producto no es simplemente una joya, sino también una vivencia en el plano emocional y espiritual, que se distingue claramente en el mercado.

Precio.

Estrategia: Precio premium accesible + precio basado en valor.

Los precios se determinan considerando:

- Certificación de la calidad de la plata 925.
- Valor simbólico y energético de las piedras preciosas.
- Trabajo artesanal local.
- Características de personalización y sostenibilidad.

Precio Final: Las pulseras, en línea con la capacidad de pago del mercado objetivo, que prioriza la autenticidad, la garantía y la exclusividad sobre el precio bajo, por lo cual los precios de las pulseras serán de:

- Pulsera con piedra Jade: USD 77,00.
- Pulsera con piedra Onix: USD 70,00.
- Pulsera con piedra Amatista: USD 68,00.

Plaza.

Estrategia: Canales digitales directos.

La venta se lleva a cabo sobre todo mediante:

- Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok).
- WhatsApp Business.
- Marketplace digitales.
- E-commers.
- Página WEB: <https://amarantajoyeria.com/>

Con envíos a todo el país, la distribución es directa al cliente, asegurando proximidad, asistencia y una experiencia de compra adaptada a cada persona.

Promoción.

Estrategia: Marketing emocional y digital.

Las medidas promocionales están enfocadas en:

- Contenido emocional y storytelling en redes sociales.
- Clips de videos y reels que exhiben el método artesanal.
- Influencers que se alinean con el bienestar, la espiritualidad y la moda consciente.
- Testimonios auténticos de clientes.
- Campañas en fechas importantes (Día de la Madre, Navidad, aniversarios).
- Programas de lealtad mediante colecciones por temas.

La comunicación realza el diseño, la energía, la autenticidad y la sostenibilidad, fortaleciendo así el vínculo emocional con el público meta.

Plan de Marketing de Amaranta Joyería.

Estrategia General.

Posicionar Amaranta Joyería en el mercado de Quito como una marca que ofrece piezas únicas hechas en plata 925 elaboradas a mano que a su vez incorporan piedras naturales con diferentes propiedades energéticas y vibracionales.

Acción 1: Desarrollar una campaña digital de expectativa en Instagram y Facebook, mediante reels, carruseles y stories, con contenido de valor relacionado al producto y sus beneficios.

Duración de dos meses, con un costo de USD 1.300,00.

Figura 9: Imagen de expectativa Amaranta Joyería.



Nota: Fotografía de diseño de expectativa de pulseras Amaranta Joyería.

Figura 10: Imagen de expectativa II Amaranta Joyería.



Nota: Fotografía de diseño de expectativa II de pulseras Amaranta Joyería.

Figura 11: Imagen de expectativa III Amaranta Joyería.



Nota: Fotografía de diseño de expectativa III de pulseras Amaranta Joyería.

Figura 12: Imagen de expectativa IV Amaranta Joyería.



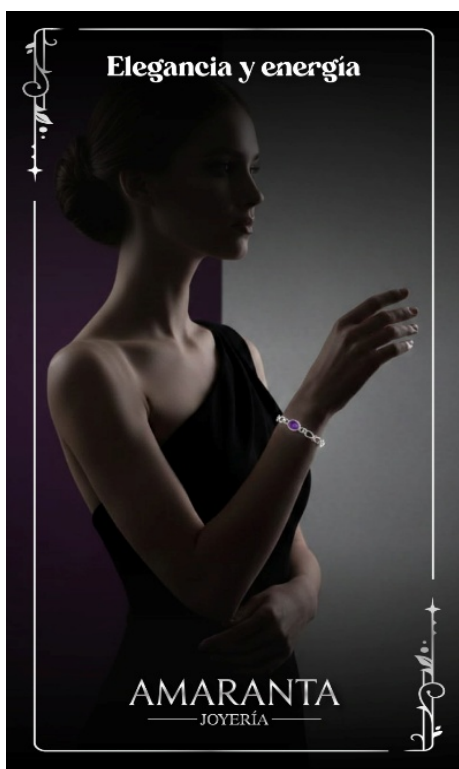
Nota: Fotografía de diseño de expectativa IV de pulseras Amaranta Joyería.

Figura 13: Imagen de expectativa V Amaranta Joyería.



Nota: Fotografía de diseño de expectativa V de pulseras Amaranta Joyería.

Figura 14: Imagen de expectativa VI Amaranta Joyería.



Nota: Fotografía de diseño de expectativa VI de pulseras Amaranta Joyería.

Figura 15: Imagen Instagram Amaranta Joyería.

Nota: Plataforma de Instagram Amaranta Joyería.

Acción 2: Desarrollar una campaña para amplificar visibilidad y atraer audiencias nuevas en TikTok.

Duración de dos meses, con un costo de USD 1.600,00.

Figura 16: Imagen Día de la Madre Amaranta Joyería.



Nota: Publicidad de Amaranta Joyería Día de la Madre.

Figura 17: Imagen Día San Valentín Amaranta Joyería.



Nota: Publicidad de Amaranta Joyería Día San Valentín.

Figura 18: Imagen Navidad I Amaranta Joyería.



Nota: Publicidad de Amaranta Joyería para Navidad I.

Figura 19: Imagen Navidad II Amaranta Joyería.

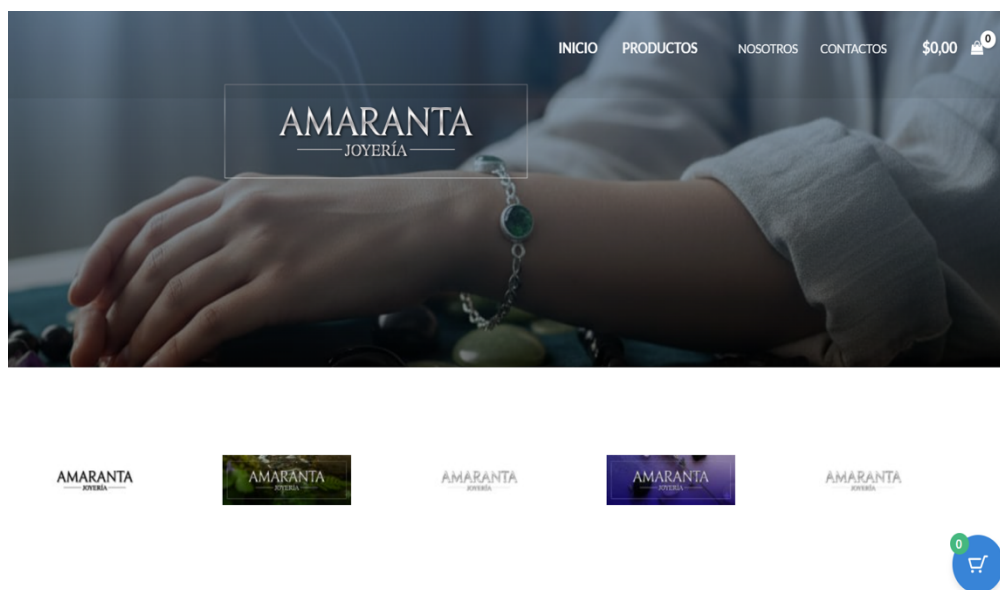


Nota: Publicidad de Amaranta Joyería para Navidad II.

Acción 3: Desarrollar y optimizar una tienda online propia (plataforma e-commerce), para automatizar el proceso de venta y mejorar la experiencia del cliente.

Duración de doce meses, con un costo de USD 5.000,00.

Figura 20: Imagen Página Web Amaranta Joyería.



Nota: Página Web Amaranta Joyería.

Figura 21: Imagen Pulsera Jade Amaranta Joyería.



Nota: Pulsera argolla redonda con Piedra Jade.

Figura 22: Imagen Pulsera Amatista Amaranta Joyería.



Nota: Pulsera argolla redonda con Piedra Amatista.

Figura 23: Imagen Pulsera Amatista Amaranta Joyería.



Nota: Pulsera argolla infinito con Piedra Amatista.

Figura 24: Imagen Pulsera Jade Amaranta Joyería.



Nota: Pulsera argolla infinito con Piedra Jade.

Figura 25: Imagen Pulsera Onix Amaranta Joyería.



Nota: Pulsera argolla infinito con Piedra Onix.

Figura 26: Imagen Pulsera Onix Amaranta Joyería.

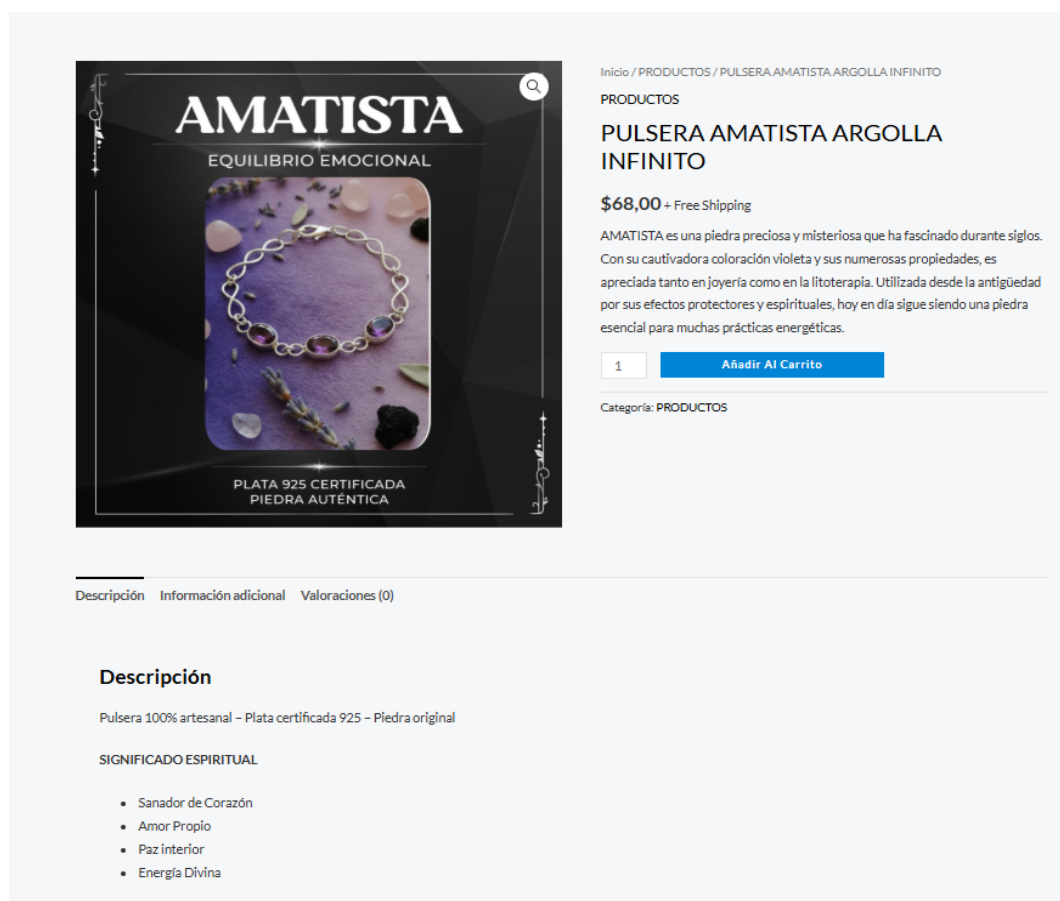


Nota: Pulsera argolla redonda con Piedra Onix.

Acción4: Crear un sitio web informativo de Amaranta Joyería y potenciar el blog para generar contenido SEO de interés sobre el producto y beneficios holísticos.

Duración de doce meses, con un costo de USD 1.200,00.

Figura 27: Imagen plataforma digital de Amaranta Joyería.

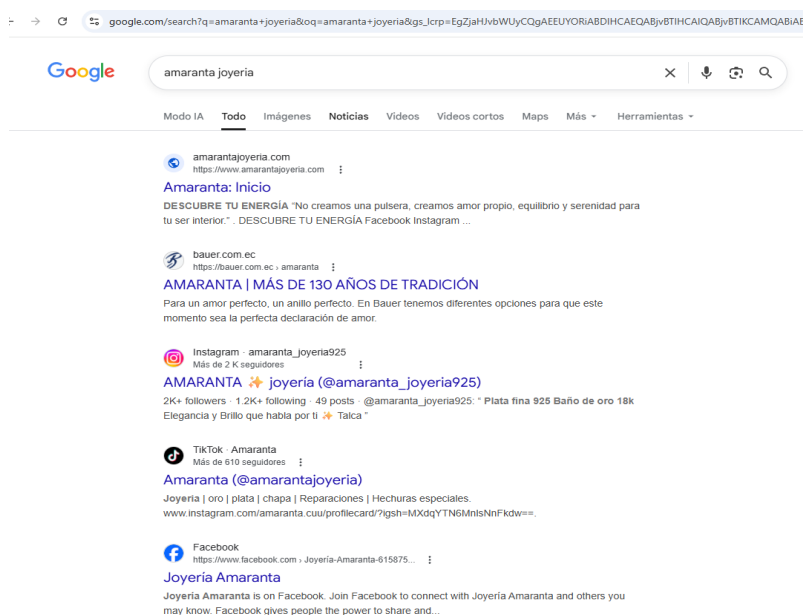


Nota: Plataforma Digital Amaranta Joyería.

Acción5: Campaña en Google ADS para generar tráfico al sitio web y redes sociales.

Duración de dos meses, con un costo de USD 1.100,00.

Con este plan, Amaranta Joyería no solo se posiciona como una marca de joyería, sino como una experiencia emocional y cultural que conecta con la identidad ecuatoriana y las tendencias globales de consumo consciente.

Figura 28: Imagen plataforma digital de Amaranta Joyería.

Nota: Elaboración propia.

Definición de Estrategias, Acciones y presupuesto.

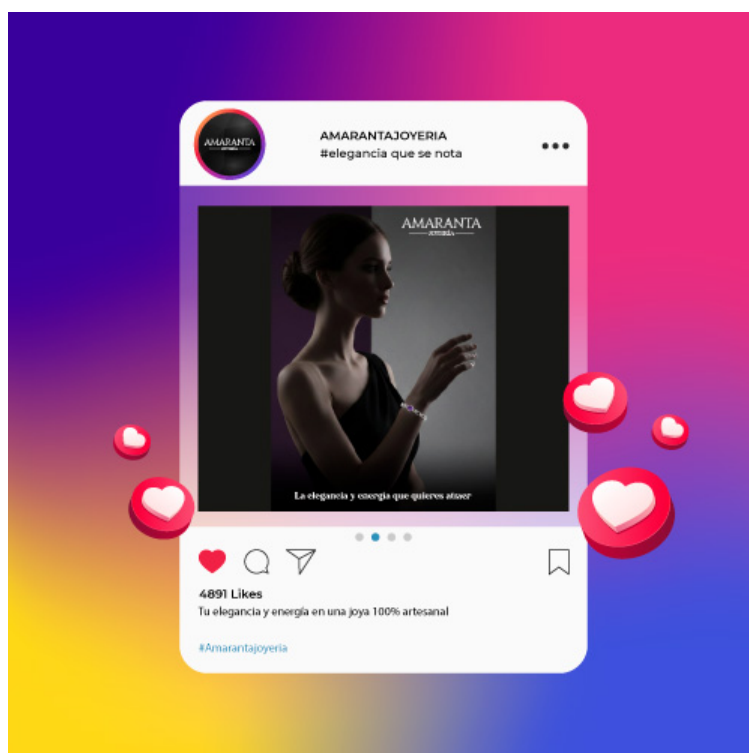
Tabla 9: Plan de marketing.

Estrategia	Acción	Tiempo ejecución	Presupuesto
Estrategias: Posicionamiento y reconocimiento.	Acción 1: Campaña de alcance + video (reels: proceso, piedras, calidad). Campaña TikTok. Publicación constante (reels/carruseles/stories).	12 meses	Usd. 1.300,00
	Acción 2: Campaña para amplificar visibilidad en TikTok.	12 meses	Usd. 1.600,00
	Acción 3: Desarrollar la plataforma de e-commerce.	12 meses	Usd. 5.000,00
	Acción 4: Crear un sitio web informativo y potenciar el blog para generar contenido SEO.	12 meses	Usd. 1.200,00
	Acción 5: Campaña en Google ADS para generar tráfico al sitio web y redes sociales.	12 meses	Usd. 1.100,00
Soporte transversal: Producción de contenido.	Foto producto + video reels + piezas para publicidad + diseño de plantillas y catálogo.	12 meses	Usd. 1.800,00
Total, Presupuesto Anual:			Usd. 12.000,00

Nota: Elaboración propia.

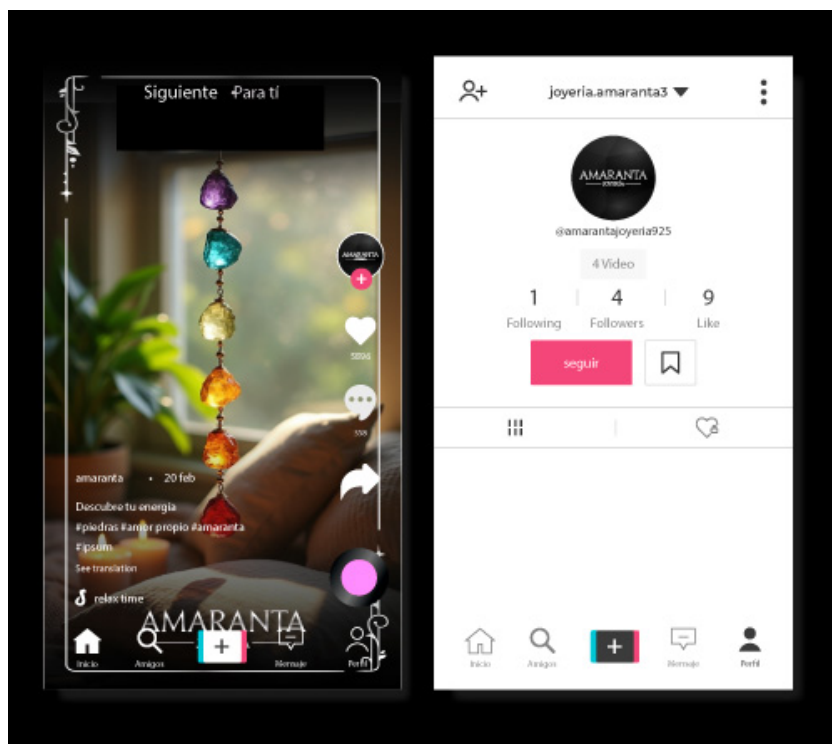
Presentación de las estrategias de marketing.

Figura 29: Diseño post para Instagram.



Nota: Elaboración propia.

Figura 30: Diseño post para Tiktok.



Nota: Elaboración propia.

Figura 31: Diseño post para Facebook.

Nota: Elaboración propia.

Evaluación Financiera.

Inversión Inicial.

Tabla 10: Inversión total.

Inversión en propiedad planta y equipo.

Descripción	Categoría	Monto
Muebles y enseres	Muebles y enseres	USD 3.425,35
Equipos de oficina	Equipos de oficina	USD 1.259,82
Equipos de computación	Equipos de computación	USD 2.293,63
Total Inversión		USD 6.978,80

Inversión en capital de trabajo

Costos de producción	USD	125.192,35
Gastos operación	USD	65.998,80
Días del año		365
Costos y gastos diarios	USD	523,81
Días de desfase		30
Total Inversión	USD	15.714,34
Inversión total		
Propiedad planta y equipo	USD	6.978,80
Capital de trabajo	USD	15.714,34
Total Inversión		USD 22.693,14

Nota: Elaboración propia.

La inversión inicial del proyecto Amaranta Joyería asciende a USD 22.693,14, monto necesario para iniciar las operaciones productivas, administrativas y comerciales del negocio, destinado a la protección holística a las mujeres de la ciudad de Quito, esta inversión está

destinada a la adquisición de propiedad, planta y equipo indispensables para el control de inventarios, gestión administrativa y comercialización de los productos de Amaranta Joyería.

La inversión inicial constituye la base operativa del proyecto, permitiendo asegurar una estructura productiva eficiente desde el inicio, asimismo, esta inversión garantiza la capacidad de respuesta ante la demanda proyectada y sienta las bases para un crecimiento sostenido en el mediano y largo plazo.

Financiamiento.

El financiamiento de Amaranta Joyería ha sido estructurado para garantizar una adecuada disponibilidad de recursos desde el inicio de sus operaciones, permitiendo cubrir de manera eficiente la inversión requerida, la inversión total asciende a USD 22.693,14, la cual será cubierta mediante una combinación estratégica de aportes propios de los accionistas que asciende a USD 13.800,00 y recursos financieros externos por un valor de USD 8.893,14.

Esta estructura busca optimizar el uso del capital, reducir el riesgo financiero y fortalecer la capacidad operativa del negocio, por cuanto al integrar financiamiento externo de forma responsable, Amaranta Joyería mejora su liquidez inicial y crea condiciones favorables para su consolidación y crecimiento sostenido en el mercado.

Tabla 11: Financiamiento.

Financiamiento	
Fuente	Monto
Capital Propio	USD 13.800,00
Préstamo Bancario	USD 8.893,14
Total	USD 22.693,14
Instituto Financiera	BANECUADOR
Monto	USD 8.893,14
Plazo años	5
Tasa Interés anual	15,00 %
Frecuencia	MENSUAL
Cuota Mensual	USD 211,57

Nota: Elaboración propia.

Tabla 12: Tabla de amortización.

Años	Cuota mensual	Intereses	Abono a capital	Saldo final
-------------	----------------------	------------------	------------------------	--------------------

1	USD 211,57	USD 111,16	USD 100,40	USD 8.792,74
2	USD 211,57	USD 109,91	USD 101,66	USD 8.691,08
3	USD 211,57	USD108,64	USD 102,93	USD 8.588,15
4	USD 211,57	USD107,35	USD 104,22	USD 8.483,94
5	USD 211,57	USD106,05	USD 105,52	USD 8.378,42
6	USD 211,57	USD104,73	USD 106,84	USD 8.271,58
7	USD 211,57	USD103,39	USD 108,17	USD 8.163,41
8	USD 211,57	USD102,04	USD 109,52	USD 8.053,88
9	USD 211,57	USD100,67	USD 110,89	USD 7.942,99
10	USD 211,57	USD 99,29	USD 112,28	USD 7.830,71
11	USD 211,57	USD 97,88	USD 113,68	USD 7.717,03
12	USD 211,57	USD 96,46	USD 115,10	USD 7.601,92
13	USD 211,57	USD 95,02	USD 116,54	USD 7.485,38
14	USD 211,57	USD 93,57	USD 118,00	USD 7.367,38
15	USD 211,57	USD 92,09	USD 119,47	USD 7.247,91
16	USD 211,57	USD 90,60	USD 120,97	USD 7.126,94
17	USD 211,57	USD 89,09	USD 122,48	USD 7.004,46
18	USD 211,57	USD 87,56	USD 124,01	USD 6.880,44
19	USD 211,57	USD 86,01	USD 125,56	USD 6.754,88
20	USD 211,57	USD 84,44	USD 127,13	USD 6.627,75
21	USD 211,57	USD 82,85	USD 128,72	USD 6.499,03
22	USD 211,57	USD 81,24	USD 130,33	USD 6.368,70
23	USD 211,57	USD 79,61	USD 131,96	USD 6.236,74
24	USD 211,57	USD 77,96	USD 133,61	USD 6.103,14
25	USD 211,57	USD 76,29	USD 135,28	USD 5.967,86
26	USD 211,57	USD 74,60	USD 136,97	USD 5.830,89
27	USD 211,57	USD 72,89	USD 138,68	USD 5.692,21
28	USD 211,57	USD 71,15	USD 140,41	USD 5.551,79
29	USD 211,57	USD 69,40	USD 142,17	USD 5.409,62
30	USD 211,57	USD 67,62	USD 143,95	USD 5.265,68
31	USD 211,57	USD 65,82	USD 145,75	USD 5.119,93
32	USD 211,57	USD 64,00	USD 147,57	USD 4.972,36
33	USD 211,57	USD 62,15	USD 149,41	USD 4.822,95
34	USD 211,57	USD 60,29	USD 151,28	USD 4.671,67
35	USD 211,57	USD 58,40	USD 153,17	USD 4.518,50
36	USD 211,57	USD 56,48	USD 155,09	USD 4.363,41
37	USD 211,57	USD 54,54	USD 157,02	USD 4.206,39
38	USD 211,57	USD 52,58	USD 158,99	USD 4.047,40
39	USD 211,57	USD 50,59	USD 160,97	USD 3.886,43
40	USD 211,57	USD 48,58	USD 162,99	USD 3.723,44
41	USD 211,57	USD 46,54	USD 165,02	USD 3.558,41
42	USD 211,57	USD 44,48	USD 167,09	USD 3.391,33
43	USD 211,57	USD 42,39	USD 169,18	USD 3.222,15
44	USD 211,57	USD 40,28	USD 171,29	USD 3.050,86
45	USD 211,57	USD 38,14	USD 173,43	USD 2.877,43
46	USD 211,57	USD 35,97	USD 175,60	USD 2.701,83
47	USD 211,57	USD 33,77	USD 177,79	USD 2.524,04
48	USD 211,57	USD 31,55	USD 180,02	USD 2.344,02
49	USD 211,57	USD 29,30	USD 182,27	USD 2.161,75
50	USD 211,57	USD 27,02	USD 184,55	USD 1.977,21
51	USD 211,57	USD 24,72	USD 186,85	USD 1.790,35
52	USD 211,57	USD 22,38	USD 189,19	USD 1.601,17
53	USD 211,57	USD 20,01	USD 191,55	USD 1.409,61

54	USD 211,57	USD 17,62	USD 193,95	USD 1.215,67
55	USD 211,57	USD 15,20	USD 196,37	USD 1.019,30
56	USD 211,57	USD 12,74	USD 198,83	USD 820,47
57	USD 211,57	USD 10,26	USD 201,31	USD 619,16
58	USD 211,57	USD 7,74	USD 203,83	USD 415,33
59	USD 211,57	USD 5,19	USD 206,38	USD 208,96
60	USD 211,57	USD 2,61	USD 208,96	USD 0,00

Nota: Elaboración propia.

Estado de Costos - Estado de P&G - Estado Flujo de Caja.

Tabla 13: Estado de Costos Pulsera Jade.

Modelo	Jade (energía positiva)			
Determinación del costo	Unidad de medida	Costo unitario	Cantidad / unitario	Valor total unitario
Plata Bruto	gr	USD 3,50	4,50	USD 15,75
Piedra Bruto	gr	USD 3,50	3,00	USD 10,50
Costo de materia prima x unidad				USD 26,25

Nota: Elaboración propia.

Tabla 14: Estado de Costos Pulsera Onix.

Modelo	Onix (protección)			
Determinación del costo	Unidad de medida	Costo unitario	Cantidad / unitario	Valor total unitario
Plata Bruto	gr	USD 3,50	4,50	USD 15,75
Piedra Bruto	gr	USD 2,00	3,00	USD 6,00
Costo de materia prima x unidad				USD 21,75

Nota: Elaboración propia.

Tabla 15: Estado de Costos Pulsera Amatista.

Modelo	Amatista (equilibrio emocional)			
Determinación del costo	Unidad de medida	Costo unitario	Cantidad / unitario	Valor total unitario
Plata Bruto	gr	USD 3,50	4,50	USD 15,75
Piedra Bruto	gr	USD 1,50	3,00	USD 4,50
Costo de materia prima x unidad				USD 20,25

Nota: Elaboración propia.

El Estado de Costos de Amaranta Joyería permite determinar con precisión el valor real de producción de cada pieza elaborada, identificando los costos asociados a materia prima, insumos y procesos de fabricación, este análisis es fundamental para establecer precios competitivos, asegurar márgenes de rentabilidad adecuados y mantener un control eficiente de los recursos, además nos proporciona información clave para la toma de decisiones

estratégicas, ya que permite evaluar la eficiencia productiva y proyectar el impacto financiero del crecimiento en el volumen de ventas.

Tabla 16: Estado de P&G.

Estado de Pérdidas y Ganancias					
Años	1	2	3	4	5
Ingresos ventas	USD 204.800,59	USD 221.184,63	USD 238.879,40	USD 257.989,76	USD 278.628,94
Costo de Producción	USD 125.192,35	USD 135.207,74	USD 146.024,36	USD 157.706,31	USD 170.322,81
Utilidad Bruta	USD 79.608,23	USD 85.976,89	USD 92.855,05	USD 100.283,45	USD 108.306,12
(-) Gastos Operación	USD 65.998,80	USD 71.278,70	USD 76.981,00	USD 83.139,48	USD 89.790,64
(-) Depreciación	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52
Utilidad Operación	USD 12.774,92	USD 13.863,67	USD 15.039,53	USD 16.309,45	USD 17.680,97
Gastos Financieros	USD 1.247,59	USD 1.040,02	USD 799,08	USD 519,41	USD 194,79
Utilidad Antes de Impuestos	USD 11.527,33	USD 12.823,65	USD 14.240,44	USD 15.790,04	USD 17.486,18
Utilidad Trabajadores 15 %	USD 1.729,10	USD 1.923,55	USD 2.136,07	USD 2.368,51	USD 2.622,93
Impuesto a la Renta 25%	USD 2.449,56	USD 2.725,03	USD 3.026,09	USD 3.355,38	USD 3.715,81
Utilidad Neta	USD 7.348,67	USD 8.175,08	USD 9.078,28	USD 10.066,15	USD 11.147,44

Nota: Elaboración propia.

El Estado de Pérdidas y Ganancias de Amaranta Joyería permite evaluar el desempeño económico del negocio durante el período proyectado, reflejando la relación entre ingresos, costos y gastos operativos, lo que evidencia la capacidad del proyecto para generar utilidades sostenidas a partir de su actividad comercial, por lo que, constituye una herramienta clave para medir la rentabilidad, analizar la eficiencia en la gestión de recursos y proyectar el crecimiento financiero en el mediano plazo, facilitando una toma de decisiones fundamentada y estratégica.

Tabla 17: Estado Flujo de Caja.

Flujo de Caja Financiero							
Años	0	1	2	3	4	5	
UTILIDAD OPERACIÓN	USD 0,00	USD 12.774,92	USD 13.863,67	USD 15.039,53	USD 16.309,45	USD 17.680,97	
(+) DEPRECIACIONES	USD 0,00	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52	
(-) IMPUESTOS	USD 0,00	USD 2.449,56	USD 2.725,03	USD 3.026,09	USD 3.355,38	USD 3.715,81	
(-) INVERSIONES	USD 22.693,14	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	
(=) FLUJO DEL PROYECTO	USD 22.693,14	USD 11.159,88	USD 11.973,16	USD 12.847,95	USD 13.788,59	USD 14.799,67	
(+) PRÉSTAMO	USD 8.893,14	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	
(-) GASTOS FINANCIEROS	USD 0,00	USD 1.247,59	USD 1.040,02	USD 799,08	USD 519,41	USD 194,79	
(-) AMORTIZACION PRÉSTAMO	USD 0,00	USD 1.291,22	USD 1.498,79	USD 1.739,72	USD 2.019,39	USD 2.344,02	
(=) FLUJO PROYECTO AJUSTADO	USD 13.800,00	USD 8.621,07	USD 9.434,36	USD 10.309,14	USD 11.249,78	USD 12.260,87	
Flujo acumulado	USD 13.800,00	USD 5.178,93	USD 4.255,43	USD 14.564,57	USD 25.814,35	USD 38.075,22	

Nota: Elaboración propia.

El Estado de Flujo de Caja de Amaranta Joyería evidencia la capacidad del proyecto para generar liquidez a partir de sus operaciones, durante el período de evaluación, el flujo neto inicia con USD 11.159,88 en el primer año y presenta un crecimiento sostenido hasta

alcanzar USD 14.799,67 en el quinto año, estos resultados demuestran que el negocio no solo cubre sus costos operativos y financieros, sino que también genera excedentes de efectivo. La evolución positiva del flujo confirma la solidez financiera del proyecto y su capacidad para recuperar la inversión inicial y sostener su crecimiento en el tiempo.

Presupuesto de Ventas.

Tabla 18: Presupuesto Anual de Ventas.

	Pulsera Jade	Pulsera Onix	Pulsera Amatista	
Cantidades	1.032	862	820	
Precio de ventas	USD 77,00	USD 70,00	USD 68,00	
Ventas año 1	USD 79.495,74	USD 60.352,79	USD 55.451,53	Total Ventas USD 195.300,07
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas totales	USD 195.300,07	USD 210.924,07	USD 227.798,00	USD 246.021,84
				Año 5
				USD 265.703,59

Nota: Elaboración propia.

El portafolio de Amaranta Joyería está compuesto inicialmente por tres líneas principales de productos con características y niveles de precio diferenciados:

- **Pulsera Jade:** con 1.032 unidades vendidas nos generará un ingreso de USD. 79.495,74 representando el 40,70% proporcionales dentro del total proyectado.
- **Pulsera Ónix:** con 862 unidades vendidas nos generará un ingreso de USD. 60.352,79 representando el 30,90% proporcionales dentro del total proyectado.
- **Pulsera Amatista:** con 820 unidades vendidas nos generará un ingreso de USD. 55.451,53 representando el 28,39% proporcionales dentro del total proyectado.

En conjunto, las ventas totales del primer año ascienden a USD 195.300,07, reflejando una adecuada combinación entre volumen y precio de venta.

Este desglose permite observar que, aunque algunas líneas presentan menor volumen de unidades vendidas, su mayor precio unitario contribuye de manera relevante a los ingresos totales, las proyecciones financieras estiman un crecimiento progresivo de las ventas hasta alcanzar USD 265.703,59 en el quinto año, impulsado por el fortalecimiento de la marca,

estrategias de marketing y mayor penetración en el mercado, siendo este un comportamiento coherente con una estrategia de expansión sostenible y una planificación financiera realista.

Punto de Equilibrio.

Tabla 19: Punto de equilibrio.

Producto	Pulsera Jade	Pulsera Onix	Pulsera Amatista
Cantidad	1.032	862	820
Participación	38,03 %	31,77 %	30,20 %
Precio venta	USD 77,00	USD 70,00	USD 68,00
Costo variable	USD 49,36	USD 44,86	USD 43,36
Margen contribución	USD 27,64	USD 25,14	USD 24,64
Margen contribución porcentual	USD 10,51	USD 7,99	USD 7,44
Costos fijos	USD 66.833,32		
Punto de equilibrio global	2.588		
Punto de equilibrio específico	985	822	781

Cantidades	Ingresos	Costo variable	Costo fijo	Costo total	Utilidad / pérdida
500	USD 35.974,37	USD 23.060,49	USD 66.833,32	USD 89.893,81	Pérdida
1.000	USD 71.948,73	USD 46.120,98	USD 66.833,32	USD 112.954,30	Pérdida
2.000	USD 143.897,47	USD 92.241,96	USD 66.833,32	USD 159.075,28	Pérdida
2.588	USD 186.178,53	USD 119.345,21	USD 66.833,32	USD 186.178,53	Punto de equilibrio
3.000	USD 215.846,20	USD 138.362,95	USD 66.833,32	USD 205.196,27	Ganancia
3.500	USD 251.820,56	USD 161.423,44	USD 66.833,32	USD 228.256,76	Ganancia
4.000	USD 287.794,93	USD 184.483,93	USD 66.833,32	USD 251.317,25	Ganancia

Nota: Elaboración propia.

El punto de equilibrio del proyecto de Amaranta Joyería determina que se necesita generar aproximadamente USD 186.178,53 en ventas para cubrir sus costos fijos anuales de USD 66.833,32, sin incurrir en pérdidas ni obtener utilidades, este nivel de ventas representa el punto en el cual los ingresos totales igualan a los costos totales.

La distribución por líneas de producto muestra que el equilibrio se alcanza con la venta aproximada de 985 unidades de la pulsera de jade, 822 unidades de la pulsera de ónix y 781 unidades de la pulsera de amatista, sumando un total cercano a 2.588 unidades, este resultado está directamente relacionado con el margen de contribución de cada tipo de joya, ya que aquellas piezas con mayor precio unitario aportan una mayor cobertura a los costos fijos, mientras que las de menor precio requieren mayor volumen de ventas para alcanzar el mismo efecto.

El análisis evidencia que una estrategia comercial orientada a fortalecer la venta de las líneas con mayor margen de contribución, sin descuidar aquellas de mayor rotación, lo que nos permitirá alcanzar el punto de equilibrio en menor tiempo y mejorar la rentabilidad global del proyecto.

Indicadores Financieros (WACC-VAN - TIR - Período de recuperación).

Tabla 20: WACC

Componentes		
Kd = Costo de la deuda	15,00 %	
Ke = Costo patrimonio	15,00 %	tasa de retorno exigida sobre capital propio.
t = Impuesto a la Renta	25,00 %	
E= Capital propio	USD 13.800,00	
D= Deuda	USD 8.893,14	
A= activos	USD 22.693,14	
Total WACC	13,53 %	

Nota: Elaboración propia.

WACC: El costo promedio ponderado de capital para Amaranta Joyería es del 13,53%, considerando un costo de la deuda del 15,00%, un costo del patrimonio del 15,00% y una tasa de impuesto a la renta del 25,00%.

Tabla 21: VAN, TIR y período de recuperación.

	Proyecto	Proyecto ajustado
Valor Actual Neto	USD 21.352,72	USD 21.430,66
Tasa Interna de Retorno	45,90 %	63,42 %
Índice de Rentabilidad	1,94	2,55
Período de recuperación	1 AÑO 7 MESES	Años

Nota: Elaboración propia.

El análisis de los indicadores financieros confirma la solidez y rentabilidad del proyecto Amaranta Joyería, el Valor Actual Neto (VAN) es positivo, lo que indica que, al descontar los flujos de caja proyectados a una tasa equivalente al WACC del 13,53 %, el proyecto no solo recupera la inversión inicial de USD 22.693,14, sino que además genera valor adicional para los inversionistas, un VAN positivo demuestra que el negocio incrementa el patrimonio y resulta financieramente conveniente.

Por su parte, la Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza 45,90%, superando ampliamente el costo promedio ponderado de capital, este resultado evidencia que la rentabilidad del proyecto es considerablemente mayor que el rendimiento mínimo exigido, reduciendo el riesgo financiero y fortaleciendo su atractivo para inversionistas.

Finalmente, el período de recuperación se alcanza en un año con siete meses de operación, gracias a los flujos de caja positivos que inician en USD 11.159,88 en el primer año y crecen hasta USD 14.799,67 en el quinto año, esto indica que el capital invertido se recupera en un tiempo relativamente corto, disminuyendo la exposición al riesgo y mejorando la estabilidad financiera del emprendimiento.

Estados Financieros.

Tabla 22: Escenario 1.

Flujo de caja financiero		Escenario Pesimista.					
Años	0	1	2	3	4	5	
UTILIDAD OPERACIÓN	USD 0,00	USD 10.219,93	USD 11.090,94	USD 12.031,62	USD 13.047,56	USD 14.144,77	
(+) DEPRECIACIONES	USD 0,00	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52	
(-) IMPUESTOS	USD 0,00	USD 2.449,56	USD 2.725,03	USD 3.026,09	USD 3.355,38	USD 3.715,81	
(-) INVERSIONES	USD 22.693,14	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	
(=) FLUJO DEL PROYECTO	USD 22.693,14	USD 8.604,89	USD 9.200,43	USD 9.840,05	USD 10.526,70	USD 11.263,48	
(+) PRÉSTAMO	USD 8.893,14	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	
(-) GASTOS FINANCIEROS	USD 0,00	USD 1.247,59	USD 1.040,02	USD 799,08	USD 519,41	USD 194,79	
(-) AMORTIZACION PRESTAMO	USD 0,00	USD 1.291,22	USD 1.498,79	USD 1.739,72	USD 2.019,39	USD 2.344,02	
(=) FLUJO PROYECTO AJUSTADO	USD 13.800,00	USD 6.066,09	USD 6.661,62	USD 7.301,24	USD 7.987,89	USD 8.724,67	

VAN	USD 11.057,14
TIR	31,24 %

Nota: Elaboración propia.

En el escenario 1, pesimista, se considera una reducción del 20,00% en las ventas proyectadas, manteniendo constantes los precios de comercialización, con un VAN de USD. 11.057,14 y un TIR de 31,24%, bajo estas condiciones, el proyecto continúa mostrando viabilidad financiera, aunque con menores niveles de rentabilidad en comparación con el escenario base.

El análisis del flujo de caja evidencia que el proyecto inicia con la inversión inicial de USD 22.693,14, generando posteriormente flujos ajustados más conservador, en este

escenario, el flujo de caja del primer año se reduce a aproximadamente a USD 8.604,89, incrementándose progresivamente hasta alcanzar USD 11.263,48 en el quinto año.

Si bien la disminución en las ventas impacta directamente en los ingresos y utilidades, el negocio mantiene flujos positivos durante todo el período de evaluación, demostrando que, aun bajo condiciones desfavorables, Amaranta Joyería logra cubrir sus costos operativos y financieros, manteniendo liquidez suficiente para sostener sus actividades.

El comportamiento creciente del flujo de caja en este escenario confirma la capacidad de adaptación del proyecto y evidencia su solidez estructural, reduciendo el riesgo de pérdida y fortaleciendo la confianza en su sostenibilidad a largo plazo.

Tabla 23: Escenario 2.

Flujo de caja financiero		Escenario Optimista.					
Años		0	1	2	3	4	5
Utilidad Operación	USD	0,00	USD 15.329,90	USD 16.636,41	USD 18.047,43	USD 19.571,34	USD 21.217,16
(+) Depreciaciones	USD	0,00	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52
(-) Impuestos	USD	0,00	USD 2.449,56	USD 2.725,03	USD 3.026,09	USD 3.355,38	USD 3.715,81
(-) Inversiones	USD	22.693,14	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00
(=) Flujo de proyecto	USD	22.693,14	USD 13.714,86	USD 14.745,90	USD 15.855,86	USD 17.050,48	USD 18.335,87
(+) Préstamo	USD	8.893,14	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00
(-) Gastos financieros	USD	0,00	USD 1.247,59	USD 1.040,02	USD 799,08	USD 519,41	USD 194,79
(-) Amortización préstamo	USD	0,00	USD 1.291,22	USD 1.498,79	USD 1.739,72	USD 2.019,39	USD 2.344,02
(=) Flujo del proyecto ajustado	USD	13.800,00	USD 11.176,05	USD 12.207,09	USD 13.317,05	USD 14.511,67	USD 15.797,06

VAN	USD 31.648,30
TIR	59,56 %

Nota: Elaboración propia.

En el escenario 2, optimista, se considera un aumento del 20,00 % en las ventas proyectadas, manteniendo constantes los precios de comercialización, el VAN asciende a USD. 31.648,30 y un TIR de 59,56%, bajo estas condiciones se refleja un mayor nivel de aceptación del producto en el mercado, fortalecimiento de la marca y expansión de la demanda, el proyecto bajo estas condiciones presenta un desempeño financiero significativamente superior continúa mostrando viabilidad financiera.

El análisis al flujo de caja, muestran un crecimiento importante, iniciando con aproximadamente USD 13.714,86 en el primer año y alcanzando cerca de USD 18.335,87 en

el quinto año, este comportamiento evidencia una mayor capacidad de generación de efectivo, fortaleciendo la liquidez y reduciendo significativamente el riesgo financiero.

Tabla 24: Escenario Moderado.

Flujo de caja financiero		Escenario moderado.					
Años		0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERACIÓN	USD	0,00	USD 12.774,92	USD 13.863,67	USD 15.039,53	USD 16.309,45	USD 17.680,97
(+) DEPRECIACIONES	USD	0,00	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52	USD 834,52
(-) IMPUESTOS	USD	0,00	USD 2.449,56	USD 2.725,03	USD 3.026,09	USD 3.355,38	USD 3.715,81
(-) INVERSIONES	USD	22.693,14	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00
(=) FLUJO DEL PROYECTO		USD 22.693,14	USD 11.159,88	USD 11.973,16	USD 12.847,95	USD 13.788,59	USD 14.799,67
(+) PRÉSTAMO	USD	8.893,14	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00	USD 0,00
(-) GASTOS FINANCIEROS	USD	0,00	USD 1.247,59	USD 1.040,02	USD 799,08	USD 519,41	USD 194,79
(-) AMORTIZACION PRÉSTAMO	USD	0,00	USD 1.291,22	USD 1.498,79	USD 1.739,72	USD 2.019,39	USD 2.344,02
(=) FLUJO PROYECTO AJUSTADO		USD 13.800,00	USD 8.621,07	USD 9.434,36	USD 10.309,14	USD 11.249,78	USD 12.260,87
Flujo acumulado	USD	13.800,00	USD 5.178,93	USD 4.255,43	USD 14.564,57	USD 25.814,35	USD 38.075,22
VAN	USD 21.352,72						
TIR	45,90 %						

Nota: Elaboración propia.

En el escenario 3, moderado, se mantienen las proyecciones originales de ventas y precios, representando el comportamiento esperado del proyecto bajo condiciones normales de mercado, este escenario refleja una evolución financiera equilibrada, sustentada en el crecimiento progresivo de la demanda y en una adecuada gestión de costos.

Bajo este supuesto, el proyecto genera un Valor Actual Neto (VAN) positivo de USD 21.352,72, lo que indica que la inversión inicial de USD 22.693,14 no solo se recupera, sino que además produce valor adicional para los inversionistas, la Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza el 45,90 %, superando ampliamente el WACC del 13,53 %, lo que confirma la rentabilidad y viabilidad financiera del negocio.

En cuanto al flujo de caja, el proyecto inicia con USD 11.159,88 en el primer año y presenta un crecimiento sostenido hasta alcanzar USD 14.799,67 en el quinto año, evidenciando una generación constante de liquidez.

Este escenario representa una proyección realista y sostenible, demostrando que Amaranta Joyería cuenta con fundamentos financieros sólidos, capacidad de recuperación de la inversión y estabilidad económica en el mediano plazo.

Conclusiones y Recomendaciones.

Conclusiones.

El análisis financiero del proyecto Amaranta Joyería demuestra que es económicamente viable y altamente rentable.

Con una inversión inicial de USD 50.233,18, el proyecto genera flujos de caja positivos desde el primer año de operación.

Los ingresos presentan un crecimiento sostenido, pasando de USD 204.800,59 en el primer año a USD 278.628,94 en el quinto año.

La Tasa Interna de Retorno del 43,98%, superior al WACC del 13,49%, junto con un VAN positivo de USD. 44.308, 64, confirma que el proyecto genera valor.

Por lo cual, Amaranta Joyería cuenta con bases financieras sólidas para su implementación y crecimiento.

Recomendaciones.

Se recomienda la implementación del proyecto Amaranta Joyería, ya que presenta indicadores financieros favorables y una rápida recuperación de la inversión.

Es importante mantener un control estricto de los costos de producción y fortalecer las estrategias de ventas y marketing para sostener el crecimiento proyectado.

Asimismo, se sugiere reinvertir parte de las utilidades en innovación de diseños y diversificación de productos, con el fin de incrementar la competitividad.

Finalmente, se recomienda realizar evaluaciones financieras periódicas para ajustar las proyecciones y garantizar la sostenibilidad del negocio en el largo plazo.

Referencia.

- Barney, J., & Hesterly, W. (2019). *Strategic Management and Competitive Advantage*.
- Hoyer, W., MacInnis, D., & Pieters, R. (2017). *Consumer Behavior*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de Marketing*.
- Laudon, K., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, Technology, Society*.
- Maslow, A., Schiffman, L., & Wisenblit, J. (1943 / 2019). *Consumer Behavior*.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Wiley.
- Porter, M. (1998). *Competitive Advantage*.
- Solomon, M. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*.
- Banco Central del Ecuador. (2024). Indicadores macroeconómicos del Ecuador.
- Banco Mundial. (2024). Ecuador: Panorama general.
- CEPAL. (2023). Evolución de la política fiscal y tributaria en América Latina.
- Cornell University Press. (2022). Consumer perception of artisanal products.
- Deloitte. (2023). Consumer Insights: consumo consciente y bienestar.
- Deloitte. (2024). Tendencias del consumidor latinoamericano.
- INEC. (2024). Emprendimiento en Ecuador: Caracterización y tendencias.
- International Silver Institute. (2024). Silver supply & demand report.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). Principios de marketing (18.^a ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley.
- Ley de Comercio Electrónico del Ecuador. (2023).
- Ministerio de Ambiente. (2023). Normativas sobre producción responsable.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2023). Valoración del trabajo artesanal en Ecuador.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). Políticas de apoyo al emprendimiento artesanal.
- Ministerio de Producción. (2024). Normativas para comercialización de artesanías y joyería.
- Ministerio de Telecomunicaciones. (2024). Informe de digitalización y uso de internet en Ecuador.
- Nielsen Global. (2023). Tendencias del consumidor consciente.
- PNUMA. (2024). Global Environmental Outlook.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*. Free Press.
- Porter, M. (2008). The five competitive forces that shape strategy. Harvard Business Review.
- ProEcuador. (2023). Estudio del sector joyero ecuatoriano.
- SENADI. (2024). Legislación sobre propiedad intelectual en Ecuador.
- Statista. (2024). E-commerce and social media usage in Ecuador.
- FUENTE DEL CENSO
- Solomon. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*.