



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

PUCETEC IBARRA

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNÓLOGO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO**

TEMA:

**BORDADOS DEL ALMA DECORACIONES BORDADAS A MANO PARA EL
HOGAR.**

AUTOR:

EVELYN ESTEFANIA ILES MOLINA

TUTOR:

MSC.SIXTO RAÚL MANOSALVAS SÁNCHEZ

IBARRA – ECUADOR

Febrero -2026

CERTIFICACIÓN TUTOR

BORDADOS DEL ALMA DECORACIONES BORDADAS A MANO PARA EL HOGAR, presentado por el estudiante EVELYN ESTEFANIA ILES MOLINA con cédula de ciudadanía N°1004930606, para obtener el Título de Tecnólogo Superior en Emprendimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de originalidad de TURNITIN.

PONTEC

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

PUCETEC IBARRA

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO

TEMA:

BORDADOS DEL ALMA DECORACIONES BORDADAS A MANO PARA EL HOGAR.

AUTOR:

EVELYN ESTEFANIA ILES MOLINA

TT Evelyn Iles.pdf

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%	6%	0%	7%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Ecuador - PUCE	6%
Trabajo del estudiante		
2	repositorio.puce.edu.ec	1%
Fuente de Internet		
3	Submitted to Universidad Andina Nestor Cerces Velasquez	1%
Trabajo del estudiante		

Sixto
Manosalvas

(f):

Firmado digitalmente por Sixto Manosalvas

TUTOR DE TRABAJO

C.C.: 1002629291

FECHA: 12/02/2026

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal examinador, aprueba el presente trabajo en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra:

(f): **Sixto Manosalvas** Firmado digitalmente por Sixto Manosalvas

Msc.Sixto Raúl Manosalvas Sánchez

C.C.:1002629291

(f):  Jose Miguel Segnini Maizo Time Stamping Security Data

Msc.José Miguel Segnini Maizo

C.C.:1759363193

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, EVELYN ESTEFANIA ILES MOLINA, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilizaciones de sus obras o prestaciones a título gratuito y oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 2 de Febrero 2026

(f): Evelyn
Estefania Iles Molina



Firmado digitalmente
por Evelyn Estefania
Iles Molina
Fecha: 2026.02.12
12:56:44 -05'00'

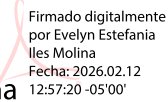
Nombre estudiante autor

C.C.: 1004930606

AUTORIA

Yo, EVELYN ESTEFANIA ILES MOLINA, portador (@ de la cedula de ciudadanía N°1004930606, declaro que el presente trabajo de investigación es de total responsabilidad de la autor@, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

Evelyn
Estefania
(f): Iles Molina



Firmado digitalmente
por Evelyn Estefania
Iles Molina
Fecha: 2026.02.12
12:57:20 -05'00'

Nombre del estudiante autor

C.C.:1004930606

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres, quienes han sido mi pilar fundamental a lo largo de toda mi vida. Gracias por su amor incondicional, su apoyo constante y por cada sacrificio que hicieron para que yo pudiera alcanzar este logro. Su esfuerzo y sus valores ha sido mi mayor inspiración para no rendirme y seguir adelante, aun en los momentos más difíciles.

A mis hermanos, por acompañarme en cada etapa de mi vida, por sus palabras de aliento, su confianza en mí y por recordarme siempre que los sueños se construyen con trabajo y fe. Su presencia ha sido una motivación constante para crecer y superarme cada día.

Agradecimientos

Primeramente, agradezco a Dios por darme la fortaleza, la salud y la oportunidad de culminar este proyecto.

Agradezco a mis padres y hermanos por su apoyo incondicional, comprensión y amor constante. Gracias por creer en mí, por motivarme a seguir adelante y por acompañarme en cada paso de este proceso. Este logro también les pertenece, porque sin su confianza y apoyo nada de esto habría sido posible.

A mis amigos de la universidad, por su amistad, apoyo y colaboración durante estos años.

Finalmente, un agradecimiento a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Sede Ibarra (PUCESI), por brindarme la formación académica y los recursos necesarios para desarrollar este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

CERTIFICACIÓN TUTOR	II
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	III
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	IV
AUTORIA.....	V
DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	X
RESUMEN	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCIÓN	XIII
1.Planteamiento del problema.	1
1.1. Descripción detallada del problema o necesidad identificada.....	1
1.2. Análisis del contexto en el que se presenta el problema.....	1
1.3. Justificación de la relevancia del problema y la oportunidad de emprendimiento.	2
2.Vigilancia tecnológica	3
2.1. Benchmarking	3
2.1.1. Análisis comparativo de soluciones existentes en el mercado.	3
2.1.2. Identificación de mejores prácticas y oportunidades de diferenciación.	4
2.2. Análisis de patentes (si aplica).....	5
2.2.1. Investigación de patentes relacionadas con la solución propuesta.	5
2.2.2. Evaluación de la novedad y oportunidades de innovación.	6
2.3. Análisis de tendencias	6
2.3.1. Identificación y análisis de tendencias relevantes en el sector.	7
2.3.2. Proyecciones y oportunidades futuras relacionadas con el emprendimiento.	8
3.Solución innovadora	10
3.1. Descripción detallada de la solución propuesta.	10
3.2. Aspectos innovadores y diferenciadores de la solución.	11

3.3. Alineación de la solución con las necesidades identificadas y tendencias del Mercado.	12
4. Diseño de metodologías ágiles	13
4.1. Aplicación de la metodología Lean Startup al proyecto. (Encuestas, entrevistas, focus groups, pruebas de producto)	13
5. Validación de la propuesta de valor	16
5.1. Descripción del proceso de validación con clientes potenciales.	16
5.2. Resultados de las pruebas y retroalimentación obtenida.	16
5.3. Ajustes realizados a la propuesta de valor basados en la validación.	22
6. Modelo de negocio.....	24
6.1. Presentación del modelo de negocio utilizando el Canvas de Modelo de Negocio u otra herramienta similar.	24
6.2. Descripción detallada de cada componente del modelo.	24
7. Producto mínimo viable (PMV).....	28
7.1. Descripción del PMV desarrollado.....	28
7.2. Proceso de desarrollo y pruebas del PMV.....	28
7.3. Lecciones aprendidas y ajustes realizados.	29
8. Imagen corporativa.....	31
8.1. Presentación de la identidad visual del emprendimiento.	31
9. Promoción y marketing	34
9.1. Estrategias de marketing digital y tradicional implementadas.	34
9.2. Canales de promoción utilizados.	34
9.3. Análisis de la efectividad de las estrategias de marketing.....	34
10. Viabilidad financiera	36
10.1. Proyecciones financieras.	36
10.2. Análisis de punto de equilibrio.	41
10.3. Indicadores de rentabilidad (ROI, VAN, TIR, etc.).....	41
11. Referencias bibliográficas	43
ANEXOS.....	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Benchmarking	3
Tabla 2 INGRESOS.....	36
Tabla 3 Costos fijos	36
Tabla 4 Costos variables para un mantel para mesa de 6 puestos	37
Tabla 5 Costo unitario para un mantel para mesa de 6 puestos	37
Tabla 6 Precio de venta de un mantel para mesa de 6 puestos	37
Tabla 7 costos variables de servilletas	37
Tabla 8 Costo unitario de servilletas.....	38
Tabla 9 Precio de venta de servilletas.....	38
Tabla 10 Costos variables de un centro de mesa	38
Tabla 11 Costo unitario de un centro de mesa.....	38
Tabla 12 Precio de venta de un centro de mesa	39
Tabla 13 Incremento de la producción al 20% anual con mantención de precios	39
Tabla 14 Costos de producción manteles.....	39
Tabla 15 Margen de contribución	40
Tabla 16 Proyecciones	40
Tabla 17 Punto de equilibrio en unidades.....	41
Tabla 18 Punto de equilibrio en \$	41
Tabla 19 ROI.....	41
Tabla 20 VAN.....	42
Tabla 21 TIR	42
Tabla 22 Margen bruto.....	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Resultado de la encuesta pregunta nro. 1	17
Figura 2 Resultado de la encuesta pregunta nro. 2	17
Figura 3 Resultado de la encuesta pregunta nro. 3	18
Figura 4 Resultado de la encuesta pregunta nro. 4	18
Figura 5 Resultado de la encuesta pregunta nro. 5	19
Figura 6 Resultado de la encuesta pregunta nro. 6	19
Figura 7 Resultado de la encuesta pregunta nro. 7	20
Figura 8 Resultado de la encuesta pregunta nro. 8	21
Figura 9 Resultado de la encuesta pregunta nro. 9	21
Figura 10 Modelo Canvas.....	24
Figura 11 Logotipo	31
Figura 12 Colores	32
Figura 13 Centros de Mesa	33
Figura 14 Servilletas.....	33
Figura 15 Tarjeta de presentación.....	33
Figura 16 Encuesta hecha en Google from.....	44
Figura 17 Página en Wix	44
Figura 18 Página en linkendl	45
Figura 19 Página en Instagram	45

RESUMEN

El presente proyecto denominado Bordados del Alma tuvo como propósito validar un emprendimiento artesanal enfocado en la elaboración de productos decorativos bordados a mano con criterios de sostenibilidad y personalización en la ciudad de Ibarra. Para ello, se aplicaron encuestas dirigidas a potenciales consumidores de productos de decoración artesanal, complementadas con el desarrollo de un producto mínimo viable y la observación directa del comportamiento del mercado local.

Los resultados evidenciaron una alta valoración por artículos hechos a mano, destacando la calidad del acabado, el diseño y la posibilidad de personalización como factores determinantes de compra. Además, se identificó una preferencia por productos con significado emocional, elaborados mediante procesos responsables y con identidad cultural.

A partir de esta retroalimentación, Bordados del Alma ajustó su propuesta inicial, priorizando dos ejes principales de desarrollo:

- Elaboración de piezas decorativas personalizadas para el hogar.
- Producción artesanal sostenible basada en el rescate cultural del bordado tradicional.

Este rediseño permitió construir una propuesta más clara, coherente y alineada con las necesidades del mercado, consolidando a *Bordados del Alma* como una alternativa artesanal diferenciada en el sector de decoración del hogar, con enfoque cultural, emocional y sostenible.

Palabras clave: bordado artesanal, decoración sostenible, personalización, emprendimiento cultural.

ABSTRACT

This project, called Bordados del Alma (Soul's Embroidery), aimed to validate a craft business focused on creating hand-embroidered decorative products with sustainability and personalization criteria in the city of Ibarra. To this end, surveys were administered to potential consumers of handcrafted decorative products, complemented by the development of a minimum viable product and direct observation of local market behavior.

The results showed a high appreciation for handmade items, highlighting the quality of the finish, design, and the possibility of personalization as key purchasing factors. Furthermore, a preference was identified for products with emotional significance, made using responsible processes and with cultural identity.

Based on this feedback, Bordados del Alma adjusted its initial proposal, prioritizing two main areas of development:

- Creation of personalized decorative pieces for the home.
- Sustainable craft production based on the cultural preservation of traditional embroidery.

This redesign allowed for a clearer, more coherent proposal aligned with market needs, solidifying Bordados del Alma as a distinctive artisanal alternative in the home decor sector, with a cultural, emotional, and sustainable focus.

Keywords: artisanal embroidery, sustainable decor, personalization, cultural entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, los patrones de consumo a nivel mundial han experimentado un cambio significativo, impulsado por una mayor conciencia ambiental, social y cultural. Los consumidores actuales valoran cada vez más productos elaborados de manera responsable, que integren sostenibilidad, identidad cultural y procesos éticos de producción, en contraposición a los bienes de fabricación masiva que generan altos niveles de contaminación y homogeneización estética (Murarte Global 2023). En este contexto, la artesanía y los productos hechos a mano adquieren un renovado protagonismo como alternativas que promueven el consumo responsable y la preservación del patrimonio cultural.

La industria de la decoración del hogar, tradicionalmente dominada por artículos industrializados, enfrenta críticas crecientes debido al uso intensivo de materiales no biodegradables, procesos contaminantes y escasa diferenciación de diseño. Frente a esta realidad, emergen oportunidades para emprendimientos artesanales que ofrezcan piezas únicas, personalizadas y elaboradas bajo criterios de sostenibilidad y economía circular, respondiendo a una demanda de mercado que prioriza la autenticidad, el valor emocional y el impacto positivo en las comunidades locales («Tamaño del mercado de decoración del hogar, acciones, tendencias | Informe de crecimiento [2032]», s. f.)

En la ciudad de Ibarra, ubicada en la provincia de Imbabura, se caracteriza por una fuerte presencia de prácticas artesanales heredadas de generaciones anteriores. Sin embargo, en comunidades como Rumipamba, estas actividades no siempre logran consolidarse como fuentes estables de ingreso, debido a la falta de estructuración comercial y posicionamiento de marca, lo que limita el aprovechamiento del conocimiento tradicional y reduce su competitividad en el mercado local y regional.

En respuesta a este escenario surge Bordados del Alma, un emprendimiento artesanal que nace en la comunidad de Rumipamba, un lugar donde la tradición, la paciencia y el arte se tejen con hilo y corazón. Este emprendimiento surge del amor por los detalles hechos a mano, de la inspiración que brindan nuestras abuelas y madres que, con aguja e hilo, nos enseñaron a bordar no solo telas, sino también historias y emociones.

La elaboración de decoraciones textiles bordadas a mano, tales como centros de mesa, caminos de mesa, servilletas y aros decorativos. El proyecto incorpora materiales sostenibles, así como procesos artesanales que respetan al medio ambiente y revalorizan el trabajo manual. Bordados del Alma se concibe no solo como una iniciativa comercial, sino como un espacio de preservación cultural, con el fortalecimiento económico local en el sector de la decoración del hogar.

El propósito del trabajo es diseñar y estructurar un modelo de negocio sostenible para el emprendimiento Bordados del Alma, que permita su posicionamiento en el mercado local como una marca de decoración artesanal, emocional y responsable. Para ello, se adopta el enfoque metodológico Lean Startup, orientado a la validación progresiva de la propuesta de valor mediante la observación del mercado, el análisis del comportamiento del consumidor y la retroalimentación directa de clientes potenciales.

La investigación contempla el análisis del contexto del sector artesanal, el estudio de las necesidades y preferencias del consumidor actual, la evaluación de la viabilidad económica, social y ambiental del emprendimiento, así como la identificación de estrategias de comercialización y crecimiento a través de redes sociales y ferias locales. De esta manera, se busca reducir riesgos, optimizar recursos y fortalecer la sostenibilidad integral del proyecto.

1.Planteamiento del problema.

1.1. Descripción detallada del problema o necesidad identificada.

En el mercado actual los artículos decorativos se caracterizan por la producción masiva de productos estandarizados, elaborados con materiales que generan contaminación ambiental y presentan baja durabilidad. En esta situación se ha reducido la valoración del trabajo artesanal y se ha provocado una desconexión entre los consumidores y los procesos productivos tradicionales, afectando tanto al medio ambiente como a los actores locales involucrados en la producción manual. (Environment 2024)

En la ciudad de Ibarra, la tendencia limita las oportunidades de comercialización de productos artesanales y se reduce la visibilidad del trabajo realizado por artesanas locales, quienes enfrentan dificultades para competir con artículos industrializados de bajo costo. Asimismo, la falta de alternativas decorativas sostenibles en el mercado local restringe el acceso de los consumidores a productos responsables con el entorno. (Environment 2017)

Bordados del Alma identifica la necesidad de ofrecer productos decorativos únicos, personalizados y elaborados mediante procesos artesanales sostenibles, que contribuyan a la revalorización del trabajo manual, la reducción del impacto ambiental. No obstante, para lograr su posicionamiento y sostenibilidad en el mercado, resulta necesario estructurar un modelo de negocio que responda a las demandas actuales del consumidor y permita su consolidación en el sector de la decoración del hogar.

1.2. Análisis del contexto en el que se presenta el problema.

El entorno local y las comunidades cercanas presentan una rica tradición artesanal; sin embargo, este sector se caracteriza por una baja formalización comercial, lo que limita su crecimiento y posicionamiento en el mercado. Existen espacios de venta como ferias artesanales y mercados locales que permiten la comercialización directa de productos hechos a mano; no obstante, estos canales resultan insuficientes para garantizar estabilidad económica a los emprendimientos artesanales. En Ecuador se han implementado líneas de fomento orientadas a fortalecer la producción artesanal y su comercialización; sin embargo, los desafíos en formalización y acceso sostenido a mercados persisten para muchos productores locales.(«Artesanías del Ecuador – Líneas de fomento – Caracas», s. f.)

Sin embargo, se evidencia una creciente demanda de productos artesanales a través de redes sociales, donde los consumidores valoran cada vez más el trabajo hecho a mano, la autenticidad y la identidad cultural. A nivel nacional, se percibe una tendencia hacia el consumo sostenible y el apoyo a emprendimientos locales; sin embargo, persisten barreras como la percepción de precios elevados, la limitada visibilidad digital y la reducida capacidad de las cadenas de suministro, factores que dificultan la consolidación de estos emprendimientos en el mercado.(UNIR, s. f.)

1.3. Justificación de la relevancia del problema y la oportunidad de emprendimiento.

La relevancia del problema radica en la necesidad de revalorizar el arte del bordado como expresión cultural y económica.

Bordados del Alma, representa una oportunidad de emprendimiento al ofrecer una propuesta diferenciada basada en la sostenibilidad, la personalización y la conexión emocional con el cliente.

Además, promueve la economía circular, el uso responsable de materiales y el Empoderamiento de las mujeres artesanas, fortaleciendo así el desarrollo local y la conciencia ambiental.

2.Vigilancia tecnológica

2.1. Benchmarking

2.1.1. Análisis comparativo de soluciones existentes en el mercado.

En la actualidad, el sector artesanal y de decoración del hogar presenta una creciente valorización de productos elaborados mediante técnicas tradicionales y con criterios de sostenibilidad, tendencia que responde a la búsqueda de identidad cultural, autenticidad y consumo responsable. De acuerdo con la(«¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?», s. f.), la artesanía constituye una manifestación del patrimonio cultural inmaterial, al preservar saberes ancestrales y técnicas transmitidas de generación en generación, aportando valor cultural y social a los territorios donde se desarrolla.

En la parroquia La Esperanza existe una importante tradición artesanal que incluye la elaboración de productos bordados y decorativos para el hogar. Entre los principales referentes locales se encuentran talleres y grupos de artesanas que confeccionan manteles, caminos de mesa, cojines y recuerdos turísticos, utilizando técnicas manuales transmitidas por generaciones.

En La Esperanza destacan agrupaciones como Sarumaky, que elaboran productos 100% artesanales con diseños tradicionales y materiales locales.(Turismo-GADI 2018). Si bien esta propuesta contribuye al rescate cultural y al fortalecimiento de la identidad territorial, su enfoque se centra en líneas de productos tradicionales con escasa innovación en diseño personalizado y sostenibilidad aplicada al hogar.

Bordados del Alma se diferencia de estas propuestas al centrarse en la decoración sostenible del hogar, diseños personalizados y acabados artesanales que reflejan la identidad de cada cliente. Mi propuesta combina la creatividad artística con el compromiso ambiental y el rescate cultural, lo que la posiciona como una alternativa innovadora dentro del mercado.

Tabla 1
Benchmarking

NOMBRE	DIRECCIÓN	PRODUCTOS	DIFERENCIACIÓN
--------	-----------	-----------	----------------

Sarumaky	La Esperanza – Ibarra, Imbabura, Ecuador	Bordados tradicionales, manteles, individuales, centros de mesa, camisas, blusas y vestidos artesanales elaborados a mano	Rescate y transmisión de técnicas ancestrales; producción tradicional en comunidad; participación en ferias y reconocimiento cultural; enfoque en identidad cultural regional. (Turismo-GADI 2018)
El Arte del Bordado	Comunidad Chirihuasi – La Esperanza, Imbabura	Piezas bordadas 100 % artesanal: blusas, camisas, vestidos, accesorios y productos personalizados	Alta personalización de prendas con enfoque creativo; hilos de calidad y posibilidad de envío nacional e internacional; combinación de uso práctico y valor artesanal. (GAD 2025b)
Bordando Esperanza	Barrio San Pedro – La Esperanza, Imbabura	Prendas tejidas y bordadas a mano: blusas, camisas, vestidos y textiles artesanales	Producción artesanal con fuerte componente cultural y simbólico; cada pieza cuenta una historia y refleja tradición local reforzada por dedicación manual. (GAD 2025a)
Bordados de Zuleta	Parroquia Angochagua / Zuleta, Provincia de Imbabura	Bordados tradicionales que incluyen manteles, tapetes, toallas, blusas, vestidos, accesorios; tradición centenaria de bordado a mano	Patrimonio cultural inmaterial del Ecuador; técnica heredada generacionalmente; algunos productos con reconocimiento nacional y participación en proyectos comunitarios y empleo local. (AméricaEconomía, s. f.)

2.1.2. Identificación de mejores prácticas y oportunidades de diferenciación.

El análisis comparativo de emprendimientos artesanales del sector, se identifican mejores prácticas que contribuyen al posicionamiento y sostenibilidad de las iniciativas productivas. Entre ellas destaca el uso de redes sociales como principal herramienta de promoción visual y de interacción directa con los clientes, permitiendo mostrar el proceso artesanal, los productos terminados y el valor cultural asociado a cada pieza.

La participación en ferias artesanales locales y nacionales se consolida como una estrategia efectiva para la comercialización directa, la visibilización del trabajo manual y el establecimiento de vínculos comerciales. Otras prácticas relevantes incluyen la

diversificación de productos mediante líneas temáticas o estacionales, así como la asociatividad entre artesanas, lo que facilita la mejora de los procesos productivos, y distribución en el acceso a nuevos mercados.

No obstante, el análisis evidencia la existencia de oportunidades de diferenciación que Bordados del Alma puede aprovechar para fortalecer su propuesta de valor. Una de ellas es la integración del enfoque de sostenibilidad a toda la cadena de valor, mediante el uso de materiales sostenibles, empaques ecológicos y procesos de producción responsables con el entorno.

Adicionalmente, el desarrollo de una plataforma digital de ventas que combine catálogo virtual, pedidos personalizados y narrativas sobre el proceso artesanal permitiría reforzar la conexión emocional con el cliente y ampliar el alcance comercial del emprendimiento. De igual forma, la oferta de talleres de bordado dirigidos a turistas o visitantes de la parroquia La Esperanza se presenta como una oportunidad para generar experiencias culturales únicas, fortalecer la identidad territorial y diversificar las fuentes de ingreso.

Finalmente, la implementación de un sello de producción artesanal sostenible contribuiría a reforzar la confianza del consumidor, incrementar el valor percibido del producto y diferenciar a Bordados del Alma dentro del mercado artesanal, como un emprendimiento comprometido con la calidad, la sostenibilidad y el rescate cultural.

2.2. Análisis de patentes (si aplica)

2.2.1. Investigación de patentes relacionadas con la solución propuesta.

El bordado artesanal, por su naturaleza manual y creativa, no suele estar protegido mediante patentes, sino a través de derechos de autor o marcas registradas. No obstante, se han identificado patentes relacionadas con máquinas de bordado automatizado y técnicas industriales de estampado textil, principalmente registradas por empresas internacionales.

En Ecuador, el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (SENADI) no presenta registros de patentes que limiten el uso de bordado artesanal con materiales reciclados o técnicas tradicionales.

2.2.2. Evaluación de la novedad y oportunidades de innovación.

La propuesta de Bordados del Alma es innovadora a nivel local, pues combina tres elementos poco comunes en el mercado ibarraño:

- Uso de telas recicladas en productos de decoración artesanal.
- Personalización del diseño de acuerdo con los gustos del cliente.
- Producción responsable y sostenible, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Estas características aportan novedad y generan oportunidades para el desarrollo de una marca con identidad ecológica y cultural, capaz de diferenciarse frente a talleres de bordado mecánico o producción masiva.

2.3. Análisis de tendencias

A nivel global, el sector artesanal y textil refleja un crecimiento y una transformación impulsados por cambios en los hábitos de consumo, la expansión del mercado digital y una mayor valoración de prácticas sostenibles y éticas. Datos de diversos análisis de mercado muestran que el sector artesanal está en expansión, con un importante crecimiento proyectado en las próximas décadas: se espera que el mercado global de productos artesanales crezca de manera sostenida debido a la preferencia por productos hechos a mano, culturales y ecológicos. (Credence Res. Inc, s. f.)

En primer lugar, se evidencia una valorización de la personalización como experiencia de consumo. Los clientes buscan participar activamente en el diseño del producto, otorgándole un significado emocional. Esta tendencia refleja la búsqueda de identidad individual frente a la producción industrial en masa. La personalización fortalece la conexión entre consumidor y producto, generando mayor valor percibido (Ries, 2011, s. f.).

Otra tendencia relevante es la personalización de los productos. Los consumidores actuales valoran los artículos que pueden adaptarse a sus gustos, historias o identidad personal. Esta preferencia por productos únicos, hechos a medida o con una narrativa detrás fomenta la participación del cliente en el diseño y refuerza la conexión emocional con la

pieza artesanal.(«Arts and Crafts Market Size, Share, and Growth Dynamics 2026-2033», s. f.)

Asimismo, el crecimiento del movimiento de comercio justo se presenta como una tendencia estrechamente relacionada con la sostenibilidad social y económica. Este enfoque promueve condiciones laborales dignas para los productores, un trato equitativo y respeto por los derechos humanos, lo cual genera mayor confianza en los consumidores y fortalece la ética del sector artesanal.(«La relación entre comercio justo y sostenibilidad: Todo lo que necesitas saber», s. f.)

Estas tendencias se reflejan en el fortalecimiento de ferias artesanales, el crecimiento de emprendimientos manuales y la valorización de la artesanía como símbolo de identidad cultural. Este escenario crea oportunidades para proyectos como Bordados del Alma, que integran sostenibilidad, personalización y rescate cultural.

2.3.1. Identificación y análisis de tendencias relevantes en el sector.

El análisis del mercado local evidencia que algunos competidores ya cubren determinados aspectos del sector, como la personalización básica, la presencia en canales digitales y la oferta de productos para el hogar, lo que confirma la existencia de demanda activa y un entorno competitivo en crecimiento. Sin embargo, también se identifican brechas relevantes en cuanto a la incorporación integral de prácticas sostenibles, el desarrollo de experiencias artesanales significativas y la construcción de una narrativa de marca sólida que comunique valor cultural y emocional.

Bordados del Alma cuenta con una oportunidad estratégica para posicionarse en un segmento diferenciado del mercado, integrando sostenibilidad, diseño personalizado, experiencia artesanal y una propuesta de decoración del hogar con enfoque premium. No obstante, también se reconocen riesgos asociados a la capacidad productiva y a la competencia en canales digitales, factores que pueden ejercer presión sobre los precios y la participación de mercado.

Finalmente, es fundamental que el emprendimiento consolide una estrategia basada en el valor añadido, priorizando la calidad, la historia del producto, la sostenibilidad y la autenticidad, antes que la competencia por precio. Asimismo, la adecuada implementación

interna de estas tendencias —mediante el uso de materiales sostenibles, el fortalecimiento del marketing digital, el desarrollo de una narrativa de una marca coherente y la estructuración de procesos de personalización y experiencias vivenciales— permitirá aprovechar de manera efectiva las oportunidades del entorno y fortalecer la sostenibilidad del proyecto

2.3.2. Proyecciones y oportunidades futuras relacionadas con el emprendimiento.

Bordados del Alma se proyecta como un emprendimiento artesanal fortalecido en su estructura productiva, presencia digital y posicionamiento en el mercado local. Considerando las tendencias del sector, la capacidad actual del negocio y el análisis de la demanda es posible visualizar avances concretos en diversos ámbitos estratégicos.

En primer lugar, se prevé un incremento en la producción y diversificación del portafolio, incorporando nuevos diseños y líneas temáticas orientadas a decoración del hogar, souvenirs y piezas personalizadas. Esto responde tanto al crecimiento de consumidores interesados en artículos artesanales como a la ampliación de canales de venta. La incorporación de productos distintos permitirá mejorar la competitividad del emprendimiento y atraer a un público más amplio.

Dentro de un año, se visualiza una mayor presencia en redes sociales y plataformas digitales, lo cual facilitará la promoción de los productos y el contacto directo con los clientes. Se espera que, mediante la implementación de estrategias de marketing digital —como campañas de posicionamiento, contenido audiovisual del proceso artesanal y manejo de catálogos digitales—, el emprendimiento logre consolidar una comunidad activa que favorezca la recomendación y fidelización.

En cuanto al ámbito comercial, se proyecta que Bordados del Alma aumente su participación en ferias artesanales locales, eventos culturales y puntos de venta colaborativos. La presencia constante en estos espacios permitirá incrementar la visibilidad del emprendimiento, establecer alianzas estratégicas con otros artesanos o negocios complementarios y captar un volumen mayor de clientes, especialmente turistas y consumidores interesados en artículos personalizados.

De igual manera, se espera que el emprendimiento avance hacia la formalización de sus procesos, lo cual incluye la organización de inventarios, la estandarización de tiempos de producción, mejorar la calidad del acabado de los productos y definir estrategias más claras de fijación de precios. Estos avances contribuirán a una gestión más eficiente y a un mayor control de costos, fortaleciendo la sostenibilidad financiera del negocio.

Finalmente, se espera que, en un año, Bordados del Alma logre una identidad visual más consolidada, con una marca reconocida, coherente y alineada con los valores artesanales del proyecto. Esto permitirá aumentar el reconocimiento del negocio, diferenciarse de la competencia y generar una propuesta de valor más sólida.

3.Solución innovadora

3.1. Descripción detallada de la solución propuesta.

Bordados del Alma se fundamenta en la creación de productos de decoración para el hogar elaborados mediante técnicas tradicionales de bordado artesanal, integrando criterios de sostenibilidad, diseño contemporáneo y personalización avanzada. Esta combinación permite responder a las nuevas tendencias del mercado y diferenciarse de emprendimientos artesanales locales, cuyo enfoque se mantiene en modelos clásicos y en el uso de materiales convencionales.

La propuesta incorpora un modelo de producción responsable, basado en la selección consciente de materiales textiles de calidad, el uso eficiente de insumos y procesos artesanales de bajo impacto ambiental. Este enfoque responde a la creciente preferencia de los consumidores por productos elaborados de manera ética y sostenible, constituyéndose como un valor agregado frente a otros talleres artesanales que no consideran criterios ambientales dentro de su proceso productivo.

La solución se apoya en un enfoque de personalización integral, que permita al cliente intervenir activamente en el diseño del producto final. El usuario puede seleccionar colores, motivos, tamaños, texturas y estilos, que se genera piezas únicas y alineadas con la estética del espacio donde serán utilizadas. Este nivel de personalización supera la oferta de la competencia directa, lo cual generalmente se trabaja con diseños tradicionales de la parroquia de La Esperanza.

Desde un enfoque sostenible, se incorporan criterios de diseño contemporáneo, manteniendo la técnica artesanal del bordado tradicional. Esto refleja la creación de productos que fusionan elementos culturales con tendencias actuales, como el minimalismo, motivos botánicos estilizados y composiciones geométricas, que se permite ampliar el alcance hacia segmentos de consumidores jóvenes o con preferencias modernas, sin perder la identidad artesanal.

Otro componente innovador de la solución es la implementación e incorporación de estrategia de presencia digital, que se contempla el uso de redes sociales, catálogos virtuales y atención personalizada mediante canales digitales. Esta estrategia busca mejorar la visibilidad del emprendimiento, ampliar su mercado potencial y fortalecer su competitividad

frente a otros talleres artesanales de la zona, muchos de los cuales aún mantienen un enfoque de comercialización tradicional.

Asimismo, la propuesta incluye el desarrollo de experiencias artesanales complementarias, como talleres demostrativos o sesiones guiadas de bordado. Estas actividades diversifican la oferta del emprendimiento y aporta valor cultural y educativo, alineándose con las tendencias de turismo experiencial presentes en Ibarra y La Esperanza.

3.2. Aspectos innovadores y diferenciadores de la solución.

Bordados del Alma se distingue en el mercado al integrar de manera coherente tradición artesanal, sostenibilidad y personalización, configurando una propuesta innovadora basada en el valor cultural y humano del trabajo manual. La innovación del emprendimiento no se fundamenta en el uso de tecnología avanzada, sino en la revalorización de técnicas artesanales tradicionales incorporadas a una propuesta contemporánea, consciente y alineada con las nuevas demandas del mercado.

Uno de los principales elementos diferenciadores es la incorporación de prácticas orientadas a la sostenibilidad, mediante la selección responsable de materiales textiles, el uso eficiente de insumos y procesos artesanales de bajo impacto ambiental. Este enfoque permite reducir el desperdicio, optimizar recursos y responder a la creciente preferencia de los consumidores por productos elaborados de manera ética y responsable.

Asimismo, el emprendimiento ofrece un alto nivel de personalización, permitiendo que cada pieza se adapte al gusto y requerimiento del cliente a través de la selección de colores, frases, nombres, fechas especiales o símbolos. La personalización, combinado con el bordado a mano, da como resultado productos únicos, con alto valor simbólico y difícilmente replicables por la producción industrial.

Otro aspecto diferenciador es la integración de técnicas de bordado heredadas de generaciones anteriores, lo que aporta un componente cultural y patrimonial significativo. Este enfoque permite posicionar a la marca en un mercado donde predominan productos industrializados carentes de identidad local, reforzando el valor cultural del producto artesanal.

El trabajo manual, se caracteriza por el cuidado del detalle y la dedicación en cada pieza, que genera una conexión cercana entre el productor y el cliente, aspecto altamente valorado por consumidores que buscan productos con significado y calidad. Finalmente, el

emprendimiento contribuye al fortalecimiento de la economía local al trabajar con artesanas de Ibarra y comunidades cercanas, generando ingresos y aportando al desarrollo del tejido productivo del territorio

3.3. Alineación de la solución con las necesidades identificadas y tendencias del Mercado.

La solución propuesta por *Bordados del Alma* responde de manera directa a las necesidades identificadas en el análisis del problema y se encuentra alineada con las tendencias actuales del mercado artesanal y de decoración del hogar. En un contexto donde los consumidores buscan productos diferenciados y alejados de la producción masiva, el emprendimiento ofrece piezas únicas elaboradas mediante técnicas de bordado artesanal y procesos manuales, lo que satisface la necesidad de originalidad y exclusividad.

- Necesidad de productos únicos: Los consumidores buscan artículos diferenciados y fuera de lo común; la personalización satisface completamente esta necesidad.
- Falta de decoraciones con identidad: Los bordados artesanales ofrecen identidad cultural y estética.
- Preferencia por compras conscientes: El uso de materiales sostenibles y producción manual responde al interés por consumir productos que generen menor impacto ambiental.
- Demanda de regalos personalizados: La propuesta se ajusta a la necesidad de obsequios significativos para ocasiones especiales.
- Personalización: Los consumidores valoran más que nunca productos hechos a medida.
- Artesanía moderna: La demanda por artículos que combinan diseño + tradición está en aumento.
- Preferencia por lo local: Existe una inclinación creciente hacia apoyar a emprendimientos pequeños y artesanos.
- Decoración natural y cálida: El estilo artesanal encaja con tendencias de interiorismo actuales como hecho a mano.

4. Diseño de metodologías ágiles

4.1. Aplicación de la metodología Lean Startup al proyecto. (Encuestas, entrevistas, focus groups, pruebas de producto)

Bordados del Alma aplica la metodología Lean Startup como una herramienta para validar su propuesta de valor y orientar el desarrollo del negocio desde una etapa temprana. Esta metodología, basada en el ciclo Crear – Medir – Aprender, permitió tomar decisiones fundamentadas a partir de la retroalimentación real de clientes potenciales, aun cuando el emprendimiento no había participado previamente en ferias artesanales ni contaba con un canal de venta formal.

Fase Crear

En la etapa inicial del proyecto, la idea del emprendimiento se orientó hacia la elaboración de productos a partir de papel reciclado, motivada por el interés en la sostenibilidad. No obstante, durante el proceso de análisis preliminar y reflexión, se identificaron diversas limitaciones relacionadas con la viabilidad técnica, y la capacidad de diferenciación frente a otras propuestas existentes. Estas condiciones hicieron necesario replantear el enfoque del emprendimiento.

Adicionalmente, se consideraron aspectos personales y productivos que influyeron en la toma de decisiones, entre ellos la disponibilidad de recursos, el conocimiento previo y la experiencia acumulada. En este contexto, se optó por cambiar de emprendimiento, priorizando una actividad que ya formaba parte de las prácticas familiares y que había sido desarrollada de manera empírica en generaciones anteriores.

A partir de esta reflexión, el proyecto se reorientó hacia la creación de productos de decoración bordados a mano, dando origen a *Bordados del Alma*. Esta decisión se fundamentó en el hecho de que el bordado artesanal ya se realizaba previamente dentro del entorno familiar, constituyéndose en un saber heredado y transmitido de generación en generación. De esta manera, el emprendimiento no solo responde a una oportunidad de mercado, sino que también rescata una tradición artesanal con valor cultural, identidad y significado.

Con esta nueva orientación, se formuló la hipótesis de que existe un interés real por productos decorativos bordados a mano, con énfasis en el diseño, la personalización y la producción responsable. Para validar esta hipótesis, se diseñó una encuesta estructurada mediante la herramienta Google Forms, compuesta por preguntas cerradas y abiertas orientadas a conocer las características del público objetivo, sus hábitos de compra y la valoración de atributos como personalización, sostenibilidad y significado del producto.

Medir

En la fase de medir se recopilaban datos a través de las encuestas aplicadas mediante Google Forms, obteniéndose 50 respuestas válidas de personas interesadas en productos de decoración artesanal, principalmente de la provincia de Imbabura. La información recolectada permitió analizar el comportamiento del consumidor y contrastar la hipótesis planteada en la fase de creación.

Los resultados evidenciaron que la compra de productos de decoración se realiza de manera ocasional, lo que confirma que se trata de un mercado selectivo, donde el valor simbólico y la calidad del producto influyen de manera significativa en la decisión de compra. Asimismo, los encuestados manifestaron que los factores más valorados en productos artesanales son la calidad del acabado, el diseño, y el precio.

En cuanto a la disposición de pago, la mayoría de las personas indicó que pagarían hasta \$ 25 y \$ 34, mientras que un 26% manifestó estar dispuesto a pagar hasta \$ 18 y \$ 24 por productos con mayor nivel de personalización. Respecto a los canales de compra, se identificó preferencia por ferias artesanales, tiendas físicas y el uso de Instagram como medio de contacto directo con el emprendimiento.

Adicionalmente, más del 40% de los encuestados consideró importante que los productos sean elaborados bajo criterios responsables, y la mayoría expresó preferencia por ambos artículos que son la personalización o por una combinación entre catálogo base y personalización. Estos resultados confirmaron la aceptación de una propuesta artesanal con identidad, valor cultural y un enfoque personalizado.

Aprender

A partir del análisis de los resultados obtenidos en la fase de medición, *Bordados del Alma* desarrolló un proceso de aprendizaje validado que permitió ajustar y fortalecer su propuesta inicial. En este sentido, se identificó que la **personalización** constituye el principal elemento diferenciador del emprendimiento y debe consolidarse como eje central de la propuesta de valor.

Asimismo, se evidenció la necesidad de mantener un rango de precios accesible, alineado con la disposición de pago del mercado, priorizando valores entre \$ 13 y \$ 20, sin comprometer la calidad del trabajo artesanal. Otro aprendizaje relevante fue la importancia de comunicar de manera clara el valor del proceso manual, el origen artesanal del producto y su vínculo con una tradición familiar transmitida de generación en generación, aspectos altamente valorados por los consumidores.

De igual manera, se concluyó que el diseño debe renovarse periódicamente para responder a un público que adquiere productos de decoración de forma ocasional, pero que busca piezas actuales, estéticas y con identidad. Este aprendizaje refuerza la necesidad de combinar técnicas tradicionales de bordado con propuestas de diseño contemporáneo.

5. Validación de la propuesta de valor

5.1. Descripción del proceso de validación con clientes potenciales.

Para validar la propuesta de valor de *Bordados del Alma*, se aplicó una encuesta estructurada dirigida al segmento objetivo conformado por mujeres y hombres interesados en productos de decoración artesanal, residentes principalmente en la provincia de Imbabura y en zonas cercanas. Este proceso de validación tuvo como finalidad comprobar el nivel de aceptación de la propuesta, identificar las preferencias del consumidor y reducir la incertidumbre asociada al desarrollo del emprendimiento.

La validación se realizó bajo el enfoque de la metodología Lean Startup, priorizando la obtención de retroalimentación directa del mercado antes de la implementación a mayor escala. La encuesta fue diseñada como el principal instrumento de recolección de datos, considerando que el emprendimiento aún no había participado en ferias artesanales ni contaba con un punto de venta físico.

El instrumento incluyó preguntas orientadas a conocer los hábitos de compra de productos de decoración, las preferencias de diseño, la percepción sobre la producción artesanal responsable, el tipo de productos de mayor interés y la disposición de pago. Asimismo, se incorporaron preguntas abiertas que permitieron obtener información cualitativa relacionada con expectativas, gustos y motivaciones del consumidor.

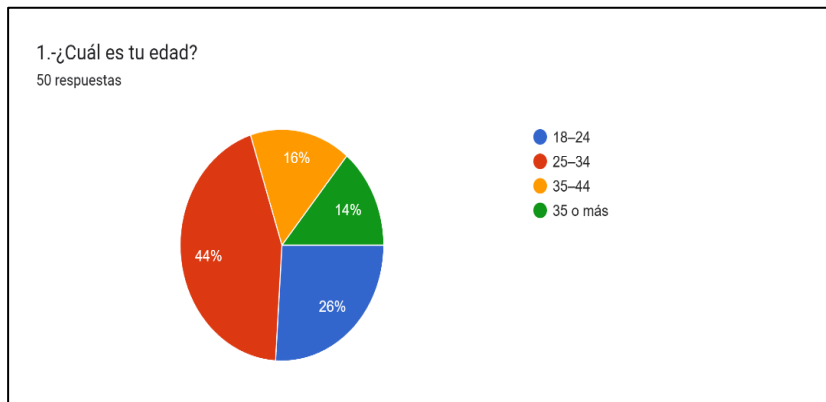
La encuesta fue aplicada de manera digital mediante Google Forms a un total de 50 personas, permitiendo recopilar información cuantitativa y cualitativa de forma eficiente y accesible. Este método resultó adecuado para la etapa inicial del emprendimiento, ya que permitió validar la propuesta de valor sin necesidad de realizar entrevistas presenciales o focus groups adicionales.

5.2. Resultados de las pruebas y retroalimentación obtenida.

Se presenta el análisis detallado de los resultados obtenidos por pregunta, destacando los hallazgos más relevantes para la propuesta de valor de “Bordados del Alma”

Figura 1

Resultado de la encuesta pregunta nro. 1

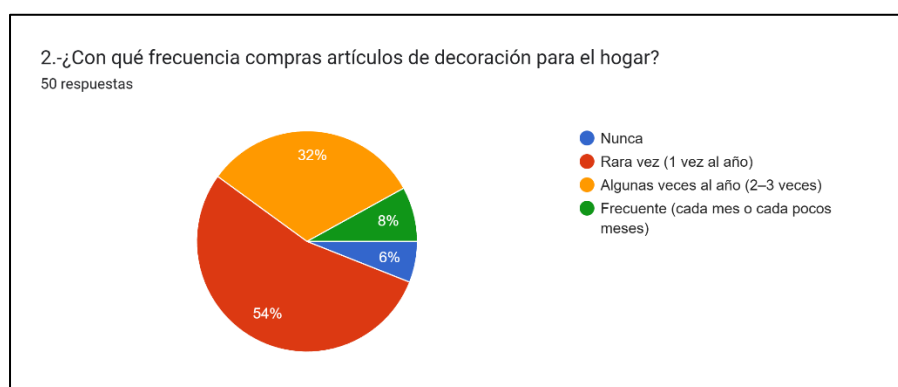


Análisis:

Los resultados indican que el 44% de los encuestados se encuentra en el rango de 25 y 34 años, seguido por un 26% entre 18 y 24 años, mientras que un 16% corresponde a personas mayores de 35 y 44 años. Esto evidencia que el emprendimiento tiene mayor alcance en un público adulto joven, que valoran la estética, la personalización y el diseño. Esta característica representa una oportunidad para desarrollar productos bordados con estilos contemporáneos y fortalecer la presencia del emprendimiento en redes sociales, donde este grupo etario tiene mayor interacción.

Figura 2

Resultado de la encuesta pregunta nro. 2



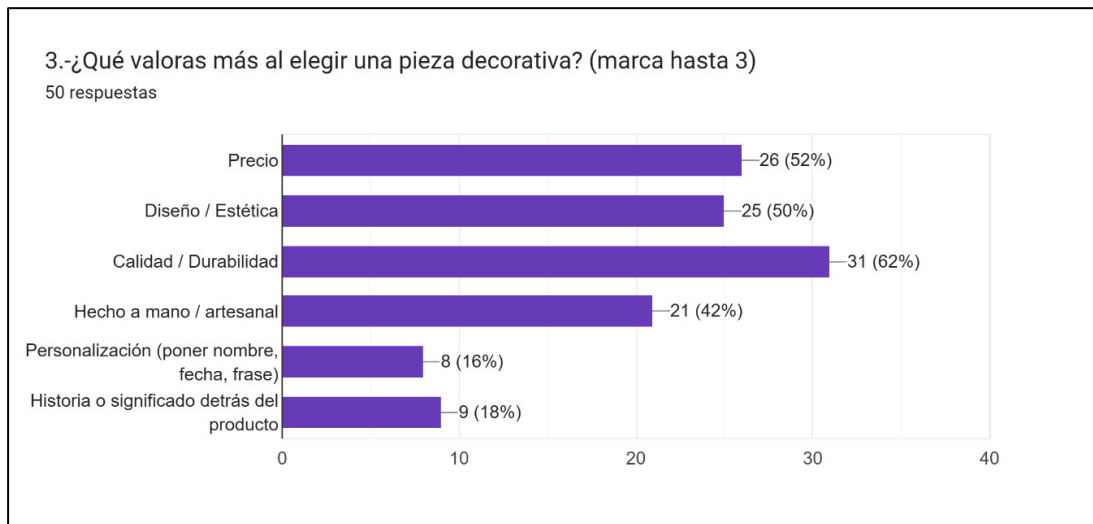
Análisis:

El 54 % de los encuestados indicó que compran artículos de decoración rara vez al año, mientras que el 32% lo hace algunas veces al año, y solo un 8% realiza compras de forma frecuente. Estos resultados muestran que la compra de decoración es principalmente

ocasional, lo que sugiere que los consumidores buscan productos especiales y significativos más que artículos de consumo recurrente.

Figura 3

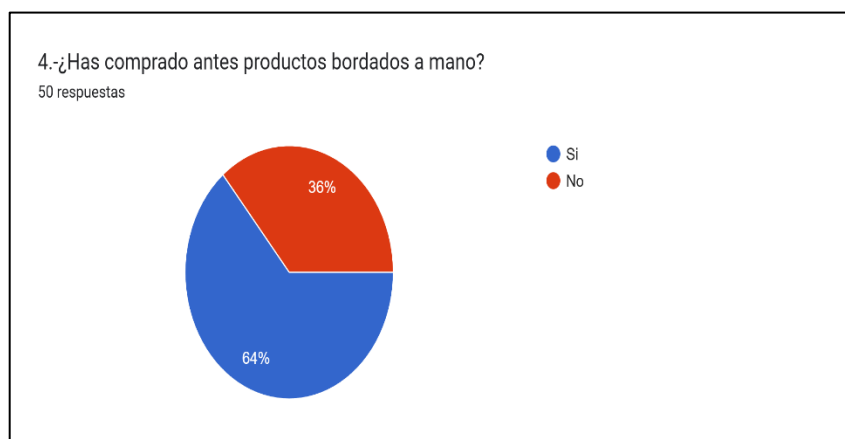
Resultado de la encuesta pregunta nro. 3



El 62% de los encuestados priorizan la calidad y durabilidad en elegir una pieza decorativa. El 52 %, se considera que el precio es importante, igualmente el diseño está en un 50% Asimismo, lo hecho a mano alcanza un 42%. Estos resultados evidencian que los consumidores priorizan productos bien elaborados, hecho a mano y la calidad artesanal, incluso por encima del precio.

Figura 4

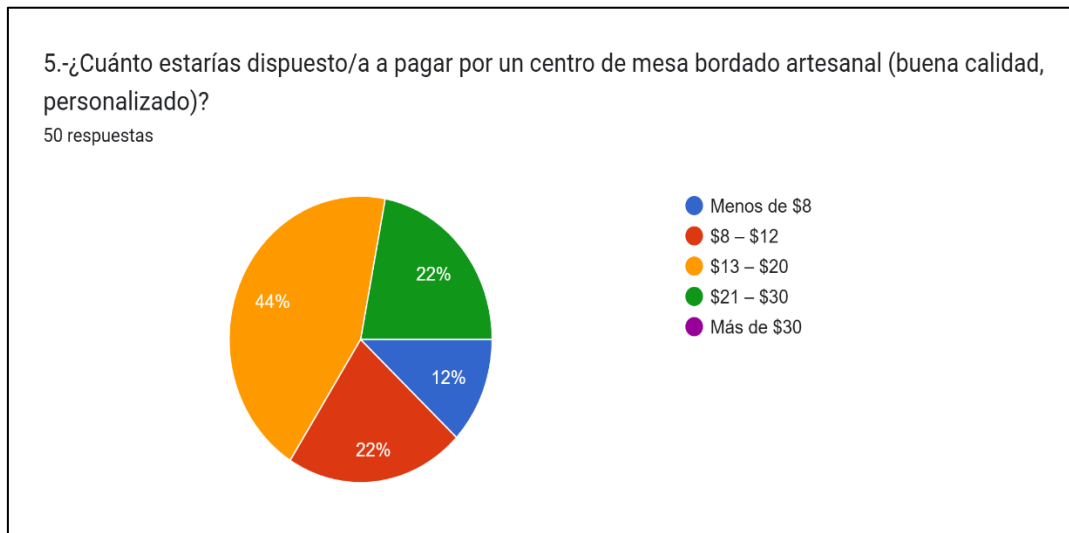
Resultado de la encuesta pregunta nro. 4



El 64% de los encuestados manifestó haber comprado previamente productos bordados a mano, mientras que solo un 36% indicó que nunca han comprado productos hecho a mano. Esto demuestra que existe un mercado familiarizado con este tipo de artesanías, lo que reduce la resistencia a la compra.

Figura 5

Resultado de la encuesta pregunta nro. 5



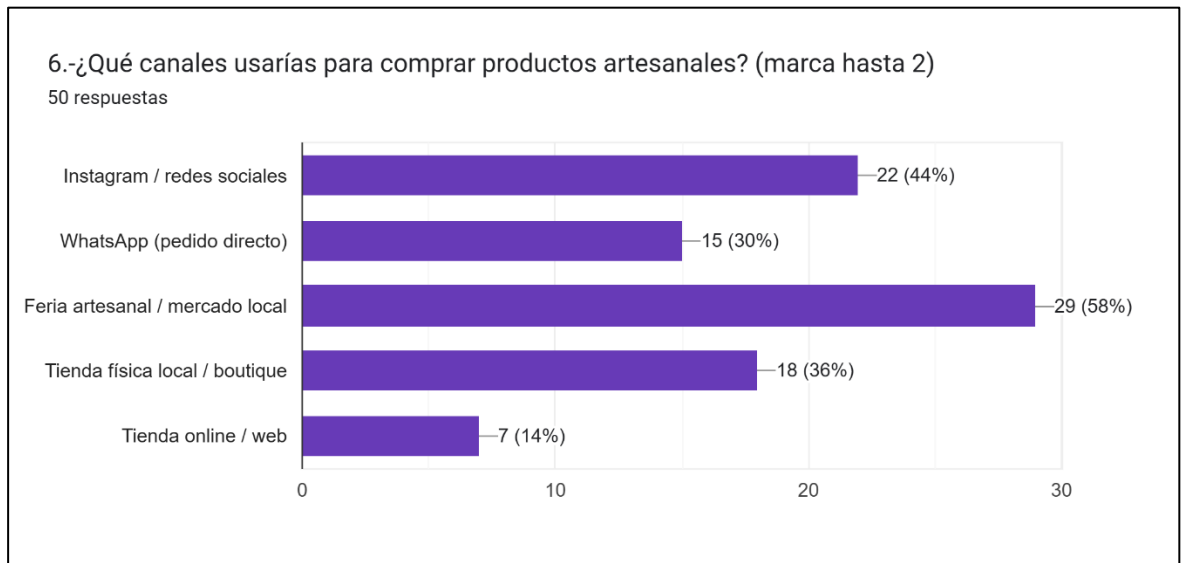
1.1.

Análisis:

El 44% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$13 y \$20, lo que representa el rango de precio con mayor aceptación. Adicionalmente, un 22% pagaría entre \$ 8 y \$ 12 hasta \$21 y \$30, evidenciando la existencia de un segmento dispuesto a invertir más en productos especiales y personalizados. Estos resultados confirman la viabilidad de manejar un precio medio acorde con la calidad artesanal del producto, permitiendo a *Bordados del Alma* equilibrar accesibilidad y valor percibido.

Figura 6

Resultado de la encuesta pregunta nro. 6

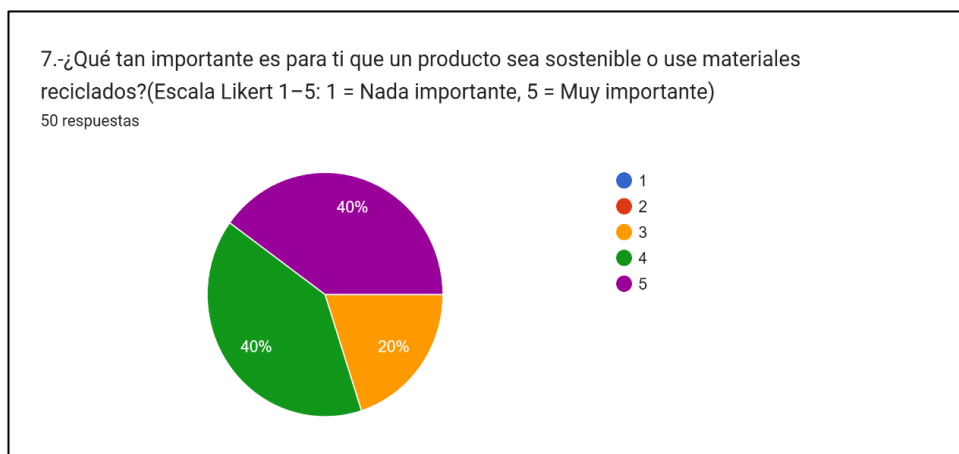


Análisis:

El 58% de los encuestados prefieren adquirir productos en ferias artesanales, mercado local, seguido por un 44% que prefieren adquirir por Instagram, redes sociales, y un 36% que prefieren comprar en una Tienda física, boutique. Los resultados reflejan que es importante el contacto visual y físico con el producto artesanal, así como la relevancia de la atención personalizada.

Figura 7

Resultado de la encuesta pregunta nro. 7



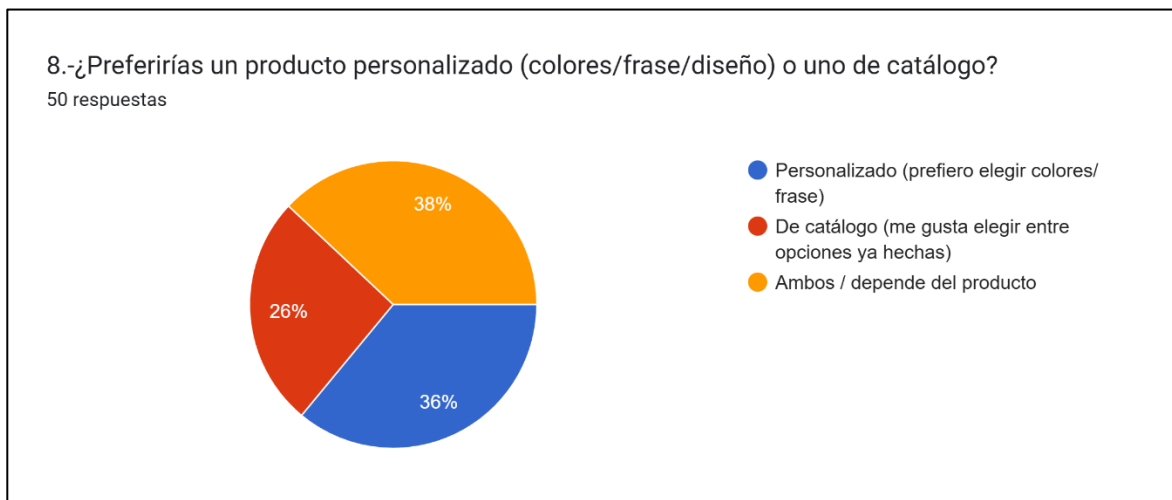
Análisis:

El 40% de los encuestados eligieron que es importante que un producto se sostenible con

valores altos (4 y 5 en la escala), lo que evidencia una alta sensibilidad hacia prácticas responsables en la elaboración de productos. Este resultado respalda la incorporación de procesos artesanales responsables y el uso eficiente de materiales como parte de la propuesta de valor.

Figura 8

Resultado de la encuesta pregunta nro. 8

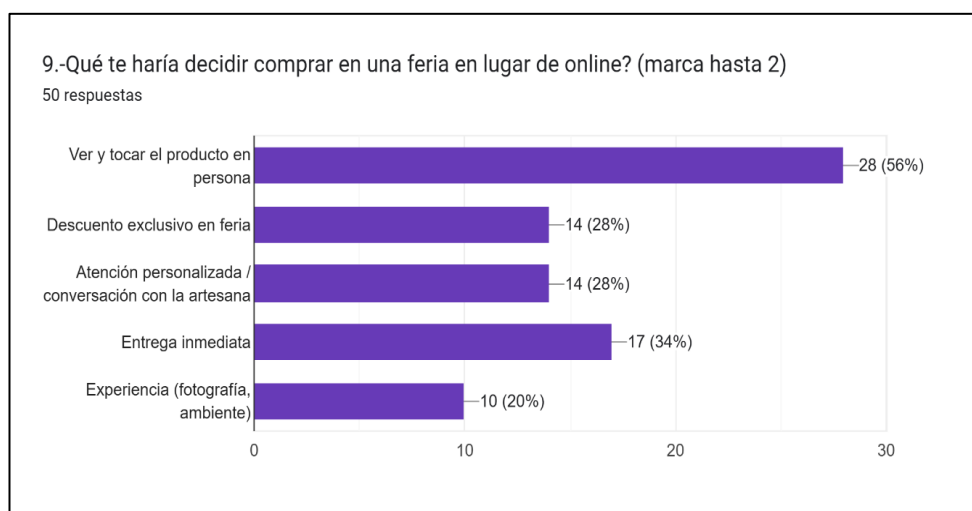


Análisis:

El 38% de los encuestados prefiere una combinación entre productos de catálogo y personalizados, mientras que el 36 % optó directamente por productos personalizados. Esto indica que los consumidores valoran la flexibilidad en la oferta, permitiendo elegir entre diseños preestablecidos o adaptarlos según sus preferencias.

Figura 9

Resultado de la encuesta pregunta nro. 9



Análisis:

El 56 % de los encuestados señaló que prefiere comprar en ferias para ver y tocar el producto en persona, seguido por la Entrega Inmediata con el 34 %. Esto confirma que la experiencia de compra es un factor clave en el consumo de productos artesanales.

CONCLUSION GENERAL

Con estos resultados obtenidos con las encuestas que validan la propuesta de valor de Bordados del Alma, evidenciando una preferencia por productos artesanales de calidad, con significado, diseño cuidado y posibilidad de personalización. Asimismo, los datos permiten definir de manera clara el perfil del cliente, los rangos de precios y los canales de comercialización más adecuados para el desarrollo del emprendimiento.

5.3. Ajustes realizados a la propuesta de valor basados en la validación.

Tras el proceso de validación con clientes potenciales, se realizaron ajustes estratégicos orientados a fortalecer la aceptación del producto, mejorar la percepción de valor y consolidar la diferenciación frente a la competencia local, especialmente frente a talleres artesanales tradicionales como *Bordados a Mano de La Esperanza*.

Uno de los principales ajustes fue la redefinición del portafolio de productos, priorizando aquellas piezas de decoración para el hogar que mostraron mayor interés por parte de los usuarios. Entre estos productos se destacan los aros bordados decorativos, cuadros textiles, caminos de mesa y centros de mesa personalizados, los cuales permiten una mejor adaptación a distintos estilos de hogar y ocasiones especiales.

Asimismo, se fortaleció el nivel de personalización como eje central de la propuesta de valor, incorporando bordados con nombres, frases, fechas especiales, elementos naturales y diseños adaptados a la estética y preferencias del cliente. Este ajuste responde a la demanda identificada por productos únicos y con alto valor simbólico, diferenciándose de las propuestas estandarizadas del mercado.

Otro ajuste relevante fue la incorporación de paletas cromáticas contemporáneas, con preferencia por colores neutros y tendencias decorativas actuales de estilo minimalista, sin dejar de lado los elementos culturales propios del bordado tradicional de Imbabura. Esta combinación permite ampliar el atractivo del producto hacia públicos jóvenes y contemporáneos, manteniendo la identidad artesanal del emprendimiento.

En cuanto a la presentación del producto, se decidió mejorar la experiencia de entrega mediante el uso de empaques ecológicos reutilizables y tarjetas informativas que expliquen el proceso artesanal y el significado de cada pieza. Este ajuste refuerza el valor emocional del producto y contribuye a una percepción más cuidada y sostenible de la marca.

Desde el ámbito productivo, se optimizó el proceso de elaboración, estableciendo tamaños base y tiempos estimados de producción que permiten mantener la calidad artesanal, al mismo tiempo que se mejora la eficiencia operativa y la planificación de pedidos.

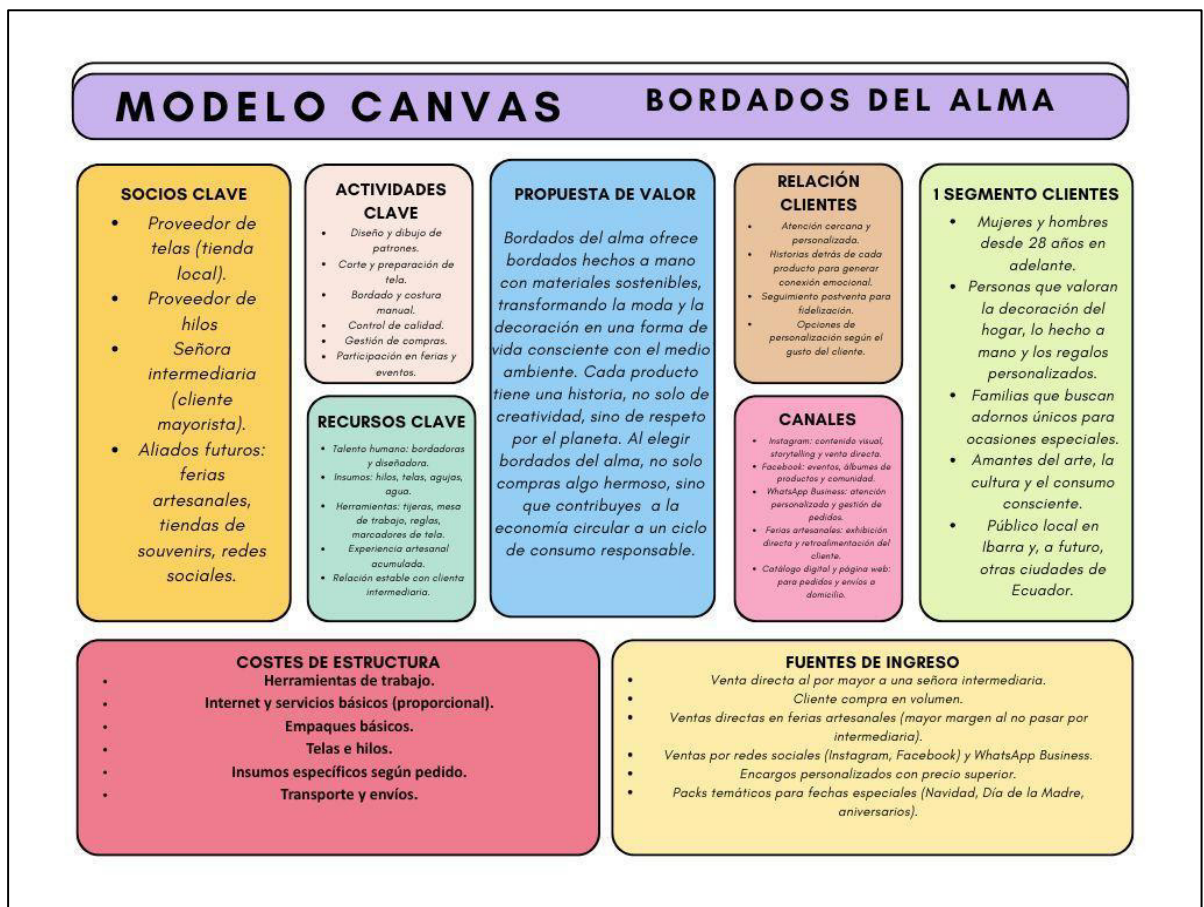
Finalmente, se reforzó la estrategia digital del emprendimiento, priorizando la creación de contenido visual de calidad en redes sociales que muestre el proceso manual del bordado, el detalle del trabajo artesanal y los productos terminados. Esta estrategia facilita el posicionamiento de la marca y permite concretar ventas directas a través de canales digitales como WhatsApp, fortaleciendo el vínculo con el cliente.

6. Modelo de negocio

6.1. Presentación del modelo de negocio utilizando el Canvas de Modelo de Negocio u otra herramienta similar.

El modelo de negocio de mi emprendimiento Bordados del Alma fue diseñado y representado mediante la plataforma digital Canva como herramienta de construcción visual

Figura 10
Modelo Canvas



6.2. Descripción detallada de cada componente del modelo.

Se describe de manera académica y detallada cada bloque del Modelo Canvas, contextualizado en mi emprendimiento Bordados del Alma,

Propuesta de valor

La propuesta de valor de *Bordados del Alma* se basa en la elaboración de bordados hechos a mano, con un alto nivel de detalle, diseño y significado. Cada producto ofrece no solo una pieza decorativa, sino una experiencia emocional, ya que incorpora historia, dedicación y personalización según los gustos del cliente. El emprendimiento transforma la decoración del hogar en una forma de consumo consciente, donde el cliente adquiere productos únicos, elaborados de manera artesanal y alineados con valores culturales y estéticos.

Segmento de clientes

Bordados del Alma se dirige principalmente a mujeres y hombres mayores de 28 años que valoran la decoración del hogar, el trabajo hecho a mano y los productos personalizados. Asimismo, el emprendimiento atiende a familias que buscan adornos únicos para ocasiones especiales como aniversarios, celebraciones familiares y fechas conmemorativas. El segmento también incluye a personas interesadas en el arte, la cultura y el consumo consciente, con un enfoque inicial en el mercado local de Ibarra y proyección futura hacia otras ciudades del Ecuador.

Canales

Los principales canales de comercialización y comunicación del emprendimiento son las redes sociales, especialmente Instagram y Facebook, utilizadas para la difusión visual de los productos y la interacción con los clientes. Adicionalmente, se emplea WhatsApp Business como canal directo para pedidos personalizados, seguimiento y atención al cliente. *Bordados del Alma* también contempla la participación en ferias artesanales y eventos locales como espacios estratégicos para la venta directa y el posicionamiento de la marca. A futuro, se proyecta la incorporación de un catálogo digital y página web propia.

Relación con el cliente

La relación con los clientes se caracteriza por una atención cercana, personalizada y basada en la confianza. El emprendimiento acompaña al cliente durante todo el proceso de compra, desde la elección del diseño hasta la entrega del producto final. Se prioriza la escucha activa, la adaptación a las preferencias del cliente y el seguimiento posterior a la compra, con el objetivo de generar fidelización, recomendaciones y relaciones a largo plazo.

Fuentes de ingreso

Las fuentes de ingresos de *Bordados del Alma* provienen principalmente de la venta directa de productos bordados, tanto al por mayor a través de una intermediaria como de manera directa al cliente final. Asimismo, se generan ingresos mediante ventas en ferias artesanales, pedidos realizados a través de redes sociales y WhatsApp Business, y encargos personalizados con un precio superior. Adicionalmente, se contemplan **packs temáticos** para fechas especiales como Navidad, Día de la Madre y aniversarios, lo que permite incrementar el ticket promedio.

Recursos clave

Entre los recursos clave del emprendimiento se encuentran el talento humano y el conocimiento en bordado artesanal, transmitido y perfeccionado con la experiencia. También forman parte de los recursos los materiales e insumos necesarios (telas, hilos, agujas), las herramientas de trabajo, la marca *Bordados del Alma* y la experiencia acumulada en la relación con clientes e intermediarios. Estos recursos permiten garantizar la calidad del producto y la continuidad del negocio.

Actividades clave

Las actividades principales del modelo de negocio incluyen el **diseño y dibujo de patrones**, el corte y preparación de telas, el bordado y costura manual, y el control de calidad de cada pieza. A esto se suman la gestión de pedidos, la atención al cliente, la participación en ferias y eventos, y la promoción del emprendimiento a través de redes sociales. Estas actividades aseguran la coherencia entre la propuesta de valor y la experiencia final del cliente.

Socios clave

Bordados del Alma mantiene relaciones con proveedores locales de telas e hilos, lo que permite asegurar la disponibilidad de insumos y apoyar al comercio local. Asimismo, cuenta con una intermediaria que facilita la venta al por mayor y amplía el alcance del producto. A futuro, se consideran alianzas con ferias artesanales, tiendas de souvenirs y redes sociales como socios estratégicos para la comercialización y visibilidad del emprendimiento.

Estructura de costos

La estructura de costos del emprendimiento incluye la inversión en herramientas de trabajo, insumos textiles, empaques básicos y materiales específicos según cada pedido. También se contemplan costos relacionados con internet y servicios básicos de forma proporcional, así como gastos de transporte y envíos. Estos costos son gestionados de manera eficiente para mantener la sostenibilidad económica del emprendimiento sin afectar la calidad artesanal del producto.

7.Producto mínimo viable (PMV)

7.1. Descripción del PMV desarrollado.

El Producto Mínimo Viable (PMV) de *Bordados del Alma* consistió en el desarrollo de una línea inicial de productos de decoración bordados a mano, elaborados con diseños base y opciones de personalización. Este PMV permitió validar de manera temprana el interés del público objetivo y evaluar la aceptación del producto antes de ampliar el portafolio.

El PMV incluyó la elaboración de piezas como centros de mesa bordados, caminos de mesa y aros decorativos, seleccionados por su versatilidad y demanda potencial. Estas piezas fueron desarrolladas manteniendo la técnica artesanal del bordado tradicional, priorizando la calidad del acabado, el diseño y el valor simbólico del producto.

El objetivo principal del PMV fue comprobar si los clientes valoraban la propuesta de decoración artesanal personalizada, así como analizar la disposición de pago, las preferencias de diseño y la aceptación del enfoque artesanal del emprendimiento. Asimismo, permitió evaluar la viabilidad del proceso productivo en términos de tiempos, costos y capacidad de respuesta a pedidos personalizados.

La retroalimentación obtenida a través de consultas directas, encuestas y comentarios de potenciales clientes permitió identificar oportunidades de mejora en el diseño, presentación y comunicación del producto, convirtiendo al PMV en una herramienta clave para reducir la incertidumbre y fortalecer la propuesta de valor de *Bordados del Alma*.

7.2. Proceso de desarrollo y pruebas del PMV.

El desarrollo del Producto Mínimo Viable de *Bordados del Alma* se realizó de manera progresiva, siguiendo los principios de las metodologías ágiles y del enfoque Lean Startup. En una primera etapa, se definieron los productos base que formarían parte del PMV, considerando los resultados de la validación con clientes potenciales y la experiencia previa en bordado artesanal dentro del entorno familiar.

Posteriormente, se elaboraron las primeras piezas, estableciendo tamaños estándar, diseños iniciales y tiempos aproximados de producción. Estas pruebas permitieron evaluar la eficiencia del proceso artesanal, la disponibilidad de insumos y la calidad final de los productos.

En la fase de pruebas se incluyó la presentación de los productos a clientes potenciales mediante redes sociales, contacto directo y encuestas, con el fin de recopilar opiniones sobre diseño, funcionalidad, precio y nivel de personalización. Esta retroalimentación fue fundamental para realizar ajustes en los diseños, definir rangos de precios adecuados y mejorar la presentación del producto.

Finalmente, el análisis de los resultados obtenidos permitió validar la aceptación del PMV y confirmar la pertinencia de continuar con el desarrollo del emprendimiento. Asimismo, se identificaron oportunidades de mejora relacionadas con la optimización del proceso productivo, la ampliación del portafolio y el fortalecimiento de la estrategia comercial, sentando las bases para la siguiente etapa de crecimiento de *Bordados del Alma*.

7.3. Lecciones aprendidas y ajustes realizados.

El proceso de desarrollo y validación del Producto Mínimo Viable (PMV) permitió identificar una serie de aprendizajes clave para la consolidación del modelo de negocio de *Bordados del Alma*. Estas lecciones se relacionan principalmente con las preferencias del cliente, la percepción de valor del producto artesanal y la gestión del proceso productivo.

En primer lugar, se evidenció que los clientes valoran de manera prioritaria la calidad del bordado, el cuidado en los acabados y el significado del producto. Este aprendizaje confirmó la pertinencia de la propuesta de valor centrada en el trabajo artesanal y permitió reforzar el enfoque en la elaboración de piezas bien terminadas, con alto nivel de detalle y coherencia estética.

En segundo lugar, se identificó que la personalización constituye un elemento altamente valorado por los clientes, especialmente en productos destinados a regalos o fechas especiales. Como resultado de este aprendizaje, se ajustó la propuesta del PMV incorporando opciones más claras de personalización, como nombres, frases, fechas y variaciones de diseño, manteniendo un catálogo base que facilite la elección del cliente y optimice los tiempos de producción.

Otra lección relevante estuvo relacionada con la disposición de pago. Los resultados mostraron que los clientes están dispuestos a pagar un precio medio por productos artesanales de buena calidad, lo que permitió ajustar la estrategia de precios para equilibrar accesibilidad y valor percibido. Asimismo, se identificó la existencia de un segmento dispuesto a pagar un precio superior por productos especiales o altamente personalizados.

Desde el punto de vista operativo, el desarrollo del PMV permitió reconocer la importancia de organizar los tiempos de producción, establecer tamaños estándar y definir procesos claros para atender pedidos personalizados sin afectar la calidad artesanal. Este aprendizaje condujo a ajustes orientados a mejorar la planificación del trabajo y la eficiencia del proceso productivo.

Finalmente, se aprendió que la comunicación directa con el cliente, especialmente a través de redes sociales y WhatsApp, es un factor clave para generar confianza, resolver dudas y fortalecer la relación con el consumidor. En respuesta a esta retroalimentación, se reforzó la estrategia de comunicación digital, priorizando la atención personalizada y la presentación visual del proceso artesanal.

En síntesis, las lecciones aprendidas durante el desarrollo del PMV permitieron validar la propuesta de valor de *Bordados del Alma* y orientar ajustes estratégicos que fortalecen la viabilidad del modelo de negocio. Estos aprendizajes constituyen una base sólida para el crecimiento progresivo del emprendimiento y su consolidación en el mercado de decoración artesanal.

8. Imagen corporativa

8.1. Presentación de la identidad visual del emprendimiento.

La imagen corporativa de *Bordados del Alma* constituye un elemento estratégico para comunicar la esencia, los valores y la propuesta de valor del emprendimiento al público objetivo. La identidad visual permite diferenciar la marca dentro del mercado artesanal y generar reconocimiento, confianza y recordación en los consumidores. De acuerdo con («diseno-de-marcas-quinta-edicion.pdf», s. f.) la identidad visual es el conjunto de signos gráficos que representan a una marca y transmiten su personalidad, filosofía y posicionamiento.

La identidad visual fue desarrollada considerando los principios del diseño de marcas aplicados a emprendimientos artesanales, priorizando valores como la tradición, la calidez, el detalle, la dedicación y el significado emocional del producto. Estos elementos se alinean con la naturaleza del bordado artesanal como una práctica manual, cargada de simbolismo y herencia cultural.

La identidad visual del emprendimiento se compone de un sistema gráfico integrado por el logotipo, la paleta cromática, la tipografía institucional y las aplicaciones visuales, los cuales actúan de manera coherente para reforzar la percepción de la marca en todos los puntos de contacto con el cliente.

Figura 11
Logotipo



El logotipo del emprendimiento *Bordados del Alma* se compone de una aguja central acompañada por un hilo curvo y elementos decorativos que enmarcan el nombre de la marca. La aguja simboliza el trabajo artesanal, la precisión y el compromiso con la elaboración manual, mientras que el hilo representa el proceso creativo, la continuidad y la conexión entre tradición y diseño contemporáneo.

Los arcos decorativos evocan la armonía del hogar, reforzando el enfoque del emprendimiento en la decoración artesanal. La tipografía cursiva aporta elegancia, calidez y sensibilidad, cualidades que reflejan el vínculo emocional que la marca busca generar con sus clientes.

La identidad visual de *Bordados del Alma* se construye a partir de una paleta de colores, que refleja artesanía, tradición, sin perder la calidez del trabajo hecho a mano.

El logotipo está compuesto por una aguja, hilo y un arco decorativo, elementos que representan directamente el arte del bordado y el proceso manual que caracteriza al emprendimiento.

Figura 12
Colores



Negro: utilizado en el nombre Bordados del Alma, transmite elegancia, sobriedad y profesionalismo, aportando claridad y buena lectura.

Marrón apagado oscuro: presente en la aguja y el hilo, simboliza lo artesanal, la conexión con la tierra, el trabajo manual y la sostenibilidad.

Marrón oscuro: utilizado en el arco decorativo, refuerza la identidad artesanal y aporta equilibrio visual al diseño.

Figura 13
Centros de Mesa



Figura 14
Servilletas



Figura 15
Tarjeta de presentación



9.Promoción y marketing

9.1. Estrategias de marketing digital y tradicional implementadas.

El emprendimiento *Bordados del Alma* se encuentra en una etapa inicial, por lo que las estrategias de promoción y marketing implementadas se han centrado exclusivamente en el marketing digital a través de redes sociales, específicamente Instagram y Facebook.

Marketing digital

Las principales acciones desarrolladas han sido:

Publicación de fotografías reales de los bordados terminados.

Difusión del proceso artesanal, mostrando el trabajo manual y los detalles del bordado.

Uso de Instagram y Facebook para dar a conocer los productos, estilos y diseños disponibles.

Estas plataformas permiten mostrar el valor visual del producto, transmitir el carácter artesanal y generar cercanía con el público.

9.2. Canales de promoción utilizados.

Los únicos canales de promoción utilizados actualmente por *Bordados del Alma* son:

Instagram: principal medio de difusión visual del emprendimiento.

Facebook: canal complementario para compartir publicaciones y llegar a un público más amplio.

Estos canales se eligieron por su bajo costo, facilidad de uso y alto alcance para emprendimientos artesanales.

9.3. Análisis de la efectividad de las estrategias de marketing.

El emprendimiento *Bordados del Alma* presenta oportunidades claras de mejora y crecimiento a corto plazo, considerando los resultados del proceso de validación y las tendencias del mercado artesanal. Uno de los principales aspectos a mejorar corresponde a la organización del proceso productivo, mediante la definición de tamaños base, tiempos estimados de elaboración y estandarización de acabados, lo que permitirá optimizar la producción sin perder el valor artesanal.

Asimismo, se identifica como prioridad el fortalecimiento de la presencia digital, a través de una planificación más estructurada del contenido en redes sociales, incorporando

publicaciones periódicas, material visual del proceso de bordado y una narrativa de marca coherente. De igual manera, mejorar la presentación del producto mediante etiquetas o tarjetas informativas contribuirá a reforzar el valor emocional y la experiencia del cliente.

A un año, *Bordados del Alma* se proyecta como un emprendimiento más consolidado, con una identidad visual reconocible, un portafolio de productos mejor definido y una mayor participación en ferias artesanales locales. Se espera un incremento progresivo en las ventas y la construcción de una base de clientes recurrentes, gracias a la atención personalizada y la calidad de los productos.

En conjunto, la implementación permitirá fortalecer la sostenibilidad del emprendimiento y posicionarlo como una alternativa destacada dentro del mercado local de decoración artesanal.

10.Viabilidad financiera

La viabilidad financiera del emprendimiento *Bordados del Alma* se analiza con el fin de determinar si el negocio es capaz de generar ingresos suficientes para cubrir sus costos y obtener rentabilidad. Para ello, se desarrollan proyecciones básicas de ingresos, costos, flujo de caja, punto de equilibrio e indicadores de rentabilidad, considerando el contexto actual del emprendimiento.

10.1. Proyecciones financieras.

Tabla 2
INGRESOS

Productos	precio de venta	Unidades mensuales	anual
Manteles	42	30	360
Servilletas	4	40	480
centro de mesa	12	35	420
TOTAL INGRESOS		105	1260

Para esta tabla se tomo en cuenta los ingresos mensuales anuales de los tres productos manteles, servilletas, centro de mesa.

Tabla 3
Costos fijos

Concepto	Costo mensual	Anual
Agua	\$10,00	\$120,00
Agujas (paquete mensual)	\$1,00	\$12,00
Total, costos fijos	\$11,00	\$132,00
	\$0,10	

Estos costos fijos están tomados en cuenta con los valores correspondientes y reales de los más importantes.

Tabla 4

Costos variables para un mantel para mesa de 6 puestos

Concepto	Costo por unidad (USD)	
Hilos	\$3,00	
Mano de obra (coser)	\$5,00	
Mano de obra (dibujar)	\$3,00	
Tela (5 metro x mantel)	\$2,00	\$10
Totales	\$21,00	

Tabla 5

Costo unitario para un mantel para mesa de 6 puestos

Costo fijo unitario	\$0,10
Costo variable unitario	\$21,00
Total	\$21,10

Tabla 6

Precio de venta de un mantel para mesa de 6 puestos

(cf+cv)+%	\$42,00
-----------	---------

Esta tabla detalla los costos variables asociados a la elaboración de un mantel para mesa de seis puestos. Se incluyen los costos de materiales e insumos, así como la mano de obra requerida para coser y dibujar. Estos costos varían de acuerdo con la cantidad producida que permite determinar el costo unitario total y precio de venta por unidad.

Tabla 7

costos variables de servilletas

Concepto	Costo por unidad
Hilos	\$0,50
Mano de obra (coser)	\$1,50
Mano de obra (dibujar)	\$0,50

Tela 4x cada metro	\$2,00	\$0,50
Totales	\$3,00	

Tabla 8

Costo unitario de servilletas

Costo fijo unitario	\$0,10
Costo variable unitario	\$3,00
Total	\$3,10

Tabla 9

Precio de venta de servilletas

(cf+cv)+%	\$4,00
-----------	--------

En esta tabla se detalla los costos variables de lo que costaría hacer una servilleta de ahí sale el costo unitario total de una servilleta, y la suma del costo fijo unitario y el costo variable unitario, sale el precio de venta por unidad.

Tabla 10

Costos variables de un centro de mesa

Concepto	Costo por unidad
Hilos	\$1,00
Mano de obra (coser)	\$2,00
Mano de obra (dibujar)	\$0,50
Tela 1x metro	\$2,00
Totales	\$5,50

Tabla 11

Costo unitario de un centro de mesa

Costo fijo unitario	\$0,10
Costo variable unitario	\$5,50
Total	\$5,60

Tabla 12

Precio de venta de un centro de mesa

(cf+cv)+%	\$12,00
-----------	---------

En esta tabla se muestra el costo unitario total de un mantel, resultado de la suma del costo fijo unitario y el costo variable unitario. Este cálculo es fundamental para establecer el precio de venta de cada producto.

Tabla 13

Incremento de la producción al 20% anual con mantención de precios

Ingresos manteles	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Cantidad	360	432	518,4	622,08	46,496
Precio	\$42,00	\$42,00	\$42,00	\$42,00	\$42,00
Ingresos	\$15.119,45	\$18.143,34	\$21.772,01	\$26.126,41	\$31.351,69
Ingresos servilletas					
Cantidad	480	576	691,2	829,44	995,328
Precio	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00
Ingresos	\$1.918,00	\$2.301,60	\$2.761,92	\$3.314,30	\$3.977,16
Ingresos centro de mesa					
Cantidad	420	504	604,8	725,76	870,912
Precio	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00
Ingresos	\$5.039,91	\$6.047,90	\$7.257,48	\$8.708,97	\$10.450,77
Ingreso Total:	\$22.077,36	\$26.492,84	\$31.791,40	\$38.149,68	\$45.779,62

En esta tabla se muestra la proyección de ingresos durante cinco años considerando un incremento anual del 20% en la producción, manteniendo constantes los precios de venta.

Tabla 14

Costos de producción manteles

Productos	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Manteles	\$7.597,71	\$9.117,26	\$10.940,71	\$13.128,85	\$15.754,62
Servilletas	\$1.490,29	\$1.788,34	\$2.146,01	\$2.575,21	\$3.090,26
centro de mesa	\$2.354,00	\$2.824,80	\$3.389,76	\$4.067,71	\$4.881,25
Total	\$11.442,00	\$13.730,40	\$16.476,48	\$19.771,78	\$23.726,13

En esta tabla se presentan los costos totales de producción de cada producto proyectados a cinco años. El análisis permite identificar cómo los costos aumentan de acuerdo con el crecimiento de la producción.

Tabla 15
Margen de contribución

Margen de contribución		%
Servilletas	\$1.918,00	9%
centro de mesa	\$5.039,91	23%
Manteles	\$15.119,45	68%
Total	\$22.077,36	100%

Este cuadro indica que el margen de contribución de cada producto en relación con el ingreso total. Se observa que los manteles representan el mayor aporte a los ingresos del emprendimiento, seguidos por los centros de mesa y las servilletas.

Tabla 16
Proyecciones

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	-1000					
Ingreso		\$22.077,36	\$26.492,84	\$31.791,40	\$38.149,68	\$45.779,62
Costos de producción		\$11.442,00	\$13.730,40	\$16.476,48	\$19.771,78	\$23.726,13
Utilidad bruta		\$10.635,36	\$12.762,44	\$15.314,92	\$18.377,91	\$22.053,49
Gastos operativos		132	132	132	132	132
Utilidad antes de imp y part		\$10.503,36	\$12.630,44	\$15.182,92	\$18.245,91	\$21.921,49
15% de participación		\$1.575,50	\$1.894,57	\$2.277,44	\$2.736,89	\$3.288,22
Utilidad antes de impuestos		\$8.927,86	\$10.735,87	\$12.905,48	\$15.509,02	\$18.633,27
25% de impuestos		\$2.231,96	\$2.683,97	\$3.226,37	\$3.877,26	\$4.658,32
Utilidad Neta		\$6.695,89	\$8.051,90	\$9.679,11	\$11.631,77	\$13.974,95
Depreciación		0	0	0	0	0
Amortización		0	0	0	0	0
Flujo Neto de Efectivo	-1000	\$6.695,89	\$8.051,90	\$9.679,11	\$11.631,77	\$13.974,95
FNE acumulado		\$6.695,89	\$14.747,80	\$24.426,91	\$36.058,68	\$50.033,63
FNE Actualizado		\$6.087,18	\$8.051,90	\$9.679,11	\$11.631,77	\$13.974,95
FNE Acumulado		\$6.087,18	\$14.139,08	\$23.818,19	\$35.449,96	\$49.424,91

La tabla presenta el flujo financiero proyectado del emprendimiento, incluyendo ingresos, costos, utilidades, impuestos y flujo neto de efectivo. Permite evaluar la rentabilidad del proyecto y su capacidad para recuperar la inversión inicial y generar beneficios a lo largo del tiempo.

10.2. Análisis de punto de equilibrio.

Tabla 17

Punto de equilibrio en unidades

Manteles	Servilletas	centros de mesa
\$6,32	148,1370642	20,64101829

Interpretación: Se debe vender 6 manteles, 148 servilletas y 21 centros de mesa para tener nuestro punto de equilibrio en el cual ni se pierda ni se gana nada

Tabla 18

Punto de equilibrio en \$

Manteles	Servilletas	centros de mesa
\$265,33	\$591,93	\$247,69

Interpretación: En cuanto a unidades monetarias se deben vender 265\$ en manteles, 591,93 en servilletas y 247, 69 en centros de mesa para cubrir los gastos incurridos en la producción.

10.3. Indicadores de rentabilidad (ROI, VAN, TIR, etc.).

Tabla 19

ROI

Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
6,695894004	8,051902804	9,679113365	11,63176604	13,97494925

Los resultados del ROI muestran una tendencia creciente a lo largo del período analizado, lo que indica que la inversión inicial se recupera ampliamente y genera elevados niveles de rentabilidad. No obstante, estos valores deben interpretarse con cautela, dado que el ROI no considera el valor del dinero en el tiempo.

Tabla 20

VAN

VAN	\$36.635,70	Manual
VAN	\$36.635,70	Formula

Interpretación: El resultado del Van es mayor a 1 por lo que el proyecto es financieramente viable ya que si genera utilidad.

Tabla 21

TIR

TIR	6,897787526	Formula
-----	-------------	---------

Interpretación: Al obtener el resultado del TIR podemos ver que es menor que la tasa de descuento por lo que el proyecto no es viable en estas condiciones, pero este resultado se puede dar por las limitaciones de la TIR por lo que en este caso se toma como criterio principal al VAN para definir la viabilidad del proyecto.

Tabla 22

Margen bruto

48,17315852

Interpretación: El margen bruto del 48% evidencia una estructura de costos eficiente, ya que el proyecto retiene casi la mitad de sus ingresos después de cubrir los costos directos, lo que le otorga un margen suficiente para afrontar los gastos operativos y generar utilidades.

11.Referencias bibliográficas

- «Artesanías del Ecuador – Líneas de fomento – Caracas». s. f. Accedido 1 de febrero de 2026. https://www.cancilleria.gob.ec/caracas/2022/11/23/artesantias-del-ecuador-lineas-de-fomento/?utm_source=chatgpt.com.
- «Arts and Crafts Market Size, Share, and Growth Dynamics 2026-2033». s. f. Accedido 1 de febrero de 2026. <https://www.skyquestt.com/report/arts-and-crafts-market>.
- Credence Research Inc. s. f. «Handicrafts Market Size, Growth, Share and Forecast 2032». Accedido 1 de febrero de 2026. <https://www.credenceresearch.com/report/handicrafts-market/>.
- «diseno-de-marcas-quinta-edicion.pdf». s. f. Accedido 28 de enero de 2026. https://anayamultimedia.es/primer_capitulo/disen-de-marcas-quinta-edicion.pdf.
- Environment, U. N. 2017. «Políticas de consumo y producción sostenibles | PNUMA - Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente». febrero 10. <https://www.unep.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/sustainable-consumption-and-production-policies>.
- Environment, U. N. 2024. «Informe Anual 2023 | PNUMA - Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente». enero 24. <https://www.unep.org/resources/annual-report-2023>.
- «La relación entre comercio justo y sostenibilidad: Todo lo que necesitas saber». s. f. Accedido 1 de febrero de 2026. https://www.fairtrade.net/iberica-es/actualidad/blog/la-relacion-entre-comercio-justo-y-sostenibilidad-todo-lo-que-necesitas-saber.html?utm_source=chatgpt.com.
- Murarte Global. 2023. *Los consumidores prefieren marcas sostenibles* | Murarte Global. Blog. octubre 12. <https://www.murarteglobal.com/consumidores-prefieren-marcas-sostenibles/>.
- «¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? - UNESCO Patrimonio cultural inmaterial». s. f. Accedido 24 de enero de 2026. <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>.
- Ries, 2011. s. f. «La metodología Lean Startup». Accedido 1 de febrero de 2026. <https://theleanstartup.com/principles>.
- «Tamaño del mercado de decoración del hogar, acciones, tendencias | Informe de crecimiento [2032]». s. f. Accedido 23 de enero de 2026. <https://www.fortunebusinessinsights.com/es/home-decor-market-109906>.
- Turismo-GADI. 2018. «Sarumaky - La Esperanza». Ibarra es bordado, junio 19. <https://irinagomez7.wixsite.com/ibarraesbordado/post/sarumaky-la-esperanza>.

UNIR. s. f. «El consumidor consciente y las oportunidades que ofrece». Accedido 23 de enero de 2026. <https://www.unir.net/revista/marketing-comunicacion/consumidor-consciente/>.

ANEXOS

Figura 16
Encuesta hecha en Google form

The screenshot shows a Google Form titled "Bordados del Alma". The form is in the "Preguntas" (Questions) tab, showing 60 responses. The question is "1. ¿Cuál es tu edad?" (1. What is your age?). The options are radio buttons for "18-24", "25-34", and "35-44". The form is set to "Opción múltiple" (Multiple choice). The form is published and has a "Publicado" (Published) button. The form is titled "Bordados del Alma" and has a description: "Estamos desarrollando decoraciones bordadas a mano y queremos conocer tu opinión para mejorar. La encuesta toma ~2-3 minutos. ¡Gracias por tu tiempo!" (We are developing hand-embroidered decorations and we want to know your opinion to improve. The survey takes ~2-3 minutes. Thank you for your time!).

Figura 17
Página en Wix

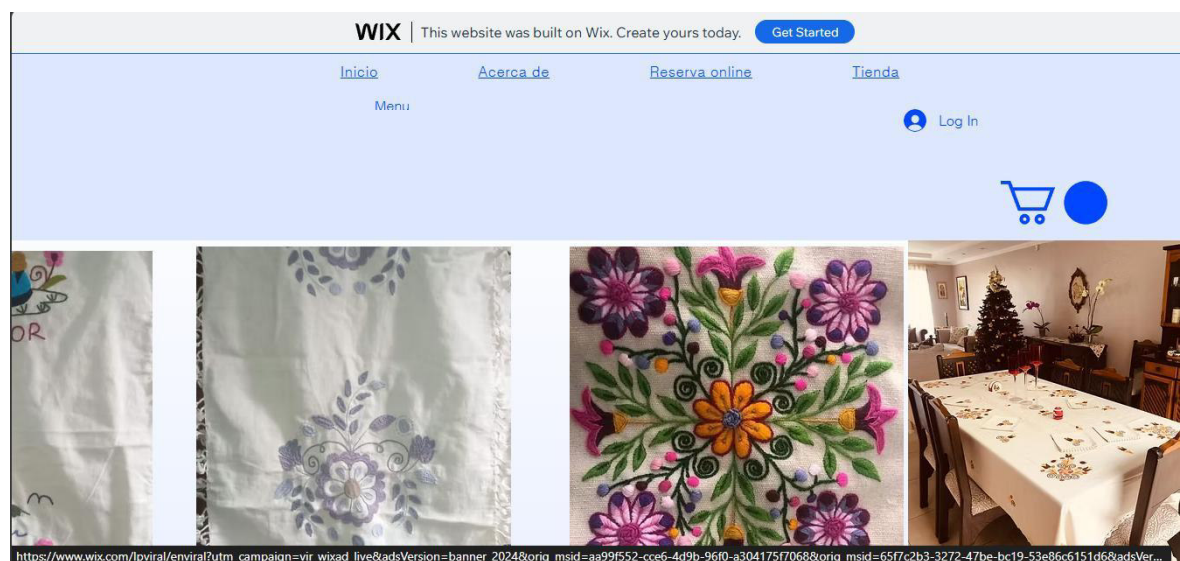


Figura 18
Página en linkendl

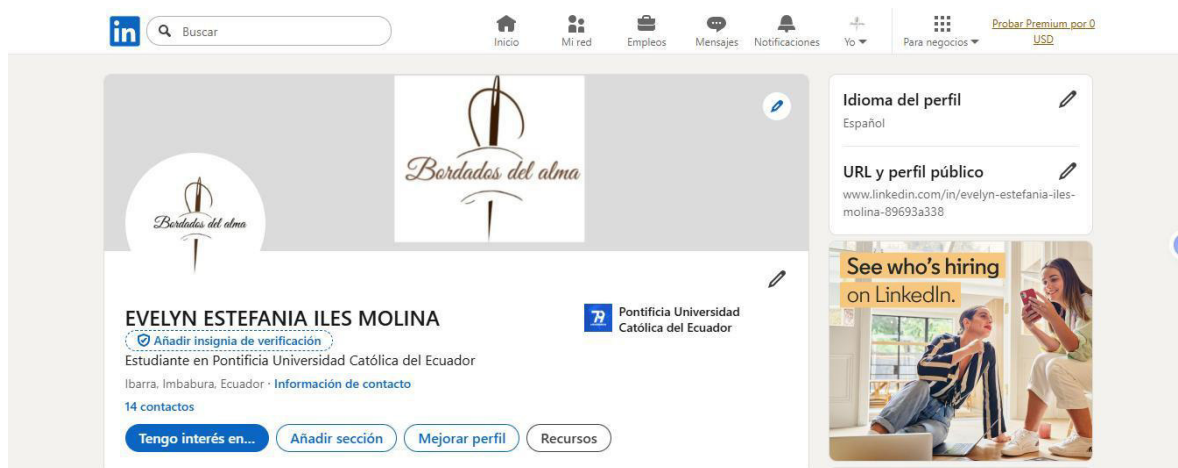


Figura 19
Página en Instagram

