



UNIVERSIDAD “CASA GRANDE”

Modelo de Negocios “Misahuajoyas”

Validación de la Propuesta

Elaborado por:

Karolayne Mariluz Villarreal Sánchez

TUTOR

Ing. Suleen Diaz

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Agosto, 2023


2- Cláusula de Autorización

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Karolayne Mariluz Villarreal Sánchez** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación "**Misahujoyas: Proyecto Inclusivo de Joyería Artesanal Sostenible**", el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio "**Misahujoyas**".
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Daniela Alexandra Ochoa Moreira, Adriana Michelle Galarza Vera, Shirley Lorena García Alvarado, Mariela Hortencia Vite Ganchoso.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.


KAROLAYNE VILLARREAL SÁNCHEZ

0919660407

Declaro que

Yo, Karolayne Mariluz Villarreal Sánchez en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación "**Misahuajoyas: Proyecto Inclusivo de Joyería Artesanal Sostenible**" de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



Karolayne Villarreal

Karolayne Mariluz Villarreal Sánchez

0919660407

3-Resumen Ejecutivo

Hoy en día, la demanda por joyería auténtica y ética crece constantemente. Ante este escenario, Misahuajoyas emerge como una respuesta a esta necesidad. Esta firma ecuatoriana se dedica a la recolección, distribución y venta en línea de joyería artesanal. Su propuesta única combina la autenticidad y sostenibilidad en cada pieza que produce.

En cuanto al producto, Misahuajoyas fusiona técnicas ancestrales con tendencias contemporáneas, distribuyendo joyas que reflejan la riqueza cultural y herencia indígena de Ecuador. Se compromete a usar materiales ecológicos y procesos éticos en su producción, reflejando así la transparencia y compromiso de la empresa con el comercio justo y los derechos culturales.

La estrategia de precio de Misahuajoyas está diseñada para ser accesible, pero al mismo tiempo reflejar el valor de las artesanías únicas y sostenibles. La empresa planea adoptar una estrategia de precios que equilibre costos, valor percibido y margen de beneficio.

En relación a la distribución, Misahuajoyas ha implementado una robusta plataforma en línea para permitir un alcance tanto nacional como internacional. Además, busca participar en eventos de arte y artesanía, lo que le permitirá tener un contacto directo con posibles clientes y aumentar su visibilidad.

En cuanto a la publicidad y promoción, Misahuajoyas tiene un fuerte enfoque digital. Su estrategia de marketing incluye una combinación de marketing de contenidos en redes sociales, colaboraciones con influencers y una sólida estrategia de SEO y SEM para incrementar su presencia en línea. Adicionalmente, la empresa contempla realizar alianzas con artesanos indígenas, lo que, además de fortalecer la producción, servirá como una poderosa herramienta de storytelling y de conexión emocional con su audiencia.

Con la visión de ser reconocidos tanto a nivel nacional como internacional, Misahuajoyas busca posicionarse como líder en el mercado de joyería artesanal en línea. Sus valores fundamentales son la cultura, inclusión y sostenibilidad.

A nivel financiero, Misahuajoyas busca optimizar sus inversiones y recursos, manteniendo un enfoque en la sostenibilidad y crecimiento a largo plazo. Asimismo, la empresa tiene en mente formar alianzas estratégicas que

fortalezcan su posición en el mercado y amplíen su alcance.

En este sentido, Misahuajoyas se perfila como una propuesta fresca y auténtica en el mercado de joyería en línea, con un fuerte compromiso hacia la cultura indígena, sostenibilidad y calidad, apoyada por una estrategia de marketing sólida y detallada.

En el proyecto se realizó un análisis interno y externo, identificando la industria en la que se desenvolverá el emprendimiento, aplicando un análisis PESTEL del macro-entorno y evaluando las fuerzas competitivas mediante el modelo de las 5 Fuerzas de Porter. A partir de un análisis FODA detallado, se desarrollaron estrategias y se justificó la selección de una estrategia genérica específica. Se aplicó la metodología de Design Thinking, comenzando por empatizar con los clientes mediante mapas de empatía y trayectoria, definiendo las necesidades de los usuarios y generando ideas a través de brainstorming, culminando en el diseño y validación de un prototipo que fue testeado y adaptado según los hallazgos. Se llevó a cabo un completo estudio de mercado, que incluyó una investigación profunda con objetivos claros, definición de la población y muestra, desarrollo de técnicas de investigación y análisis detallado del mercado objetivo y competencia. Se centró en la validación de la propuesta de negocio, analizando los problemas del cliente y sus características, diseñando una propuesta de valor clara y evaluando un Producto Mínimo Viable (PMV) a través de una metodología que incluyó Customer Journey y Customer Experience, ofreciendo recomendaciones basadas en los resultados para adaptar la propuesta de negocio. Finalmente, se elaboró un Plan de Marketing sólido, en el que se definió la posición estratégica del negocio, se identificaron los diferenciales y se planteó un posicionamiento claro. Se detallaron las Buyer Personas, se establecieron objetivos de marketing claros y se diseñó una estrategia concreta para alcanzar estos objetivos, detallando las 4P's o las 7P's según corresponda al tipo de producto. En conjunto, estos esfuerzos representan una aproximación integral y estratégica para lanzar y posicionar exitosamente una nueva propuesta de negocio en su mercado objetivo.

4-Palabras Clave

Palabras Clave: joyería artesanal, autenticidad, sostenibilidad, cultura, comercio justo.

5-Consideraciones éticas

Las consideraciones éticas para este proyecto incluyen:

1. Respeto a la cultura indígena: Es fundamental asegurarse de que el proyecto valore y respete la cultura y tradiciones de las comunidades indígenas involucradas en la fabricación de las joyas. Esto implica trabajar en estrecha colaboración con las comunidades, respetando sus conocimientos ancestrales y protegiendo sus derechos culturales.
2. Comercio justo: Garantizar que los artesanos indígenas involucrados en la producción de las joyas reciban una compensación justa por su trabajo y que se respeten las normas laborales y los derechos humanos en todo el proceso.
3. Sostenibilidad ambiental: Utilizar materiales reciclados y procesos sostenibles para minimizar el impacto ambiental del proyecto y promover prácticas responsables que protejan el medio ambiente.
4. Inclusión y equidad: Asegurarse de que el proyecto promueva la inclusión de personas con discapacidad y ofrezca oportunidades laborales justas y equitativas para todos los involucrados.
5. Transparencia y honestidad: Ser transparente en la comunicación con los clientes y otras partes interesadas sobre el origen de los materiales, las prácticas de producción y el impacto social y ambiental del proyecto.
6. Protección de la propiedad intelectual: Respetar y proteger los derechos de propiedad intelectual de las comunidades indígenas, evitando la apropiación cultural y la explotación indebida de su patrimonio cultural.
7. Impacto social positivo: El proyecto debe asegurarse de que su impacto en las comunidades indígenas sea positivo y contribuya al desarrollo económico y social de estas poblaciones, mejorando su calidad de vida y empoderándolas.

8. Cumplimiento legal y normativo: Asegurarse de que el proyecto cumpla con todas las leyes, regulaciones y estándares aplicables, tanto a nivel local como internacional, para garantizar la legalidad y legitimidad de sus operaciones.
9. Responsabilidad social corporativa: Integrar prácticas de responsabilidad social corporativa en todas las actividades del proyecto, buscando generar un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente.
10. Protección de la privacidad y datos personales: Garantizar la confidencialidad y seguridad de la información personal de los clientes y empleados, cumpliendo con las regulaciones de privacidad y protección de datos vigentes

6-Índice de Contenido

1-Carátula.....	¡Error! Marcador no definido.
2- Cláusula de Autorización.....	2
3-Resumen Ejecutivo.....	4
4-Palabras Clave.....	6
5-Consideraciones éticas.....	6
6-Índice de Contenido.....	8
7-Antecedentes.....	9
8-Objetivos.....	11
9-Descripción del modelo de negocio	11
1. Validación de la Propuesta	13
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	23

7-Antecedentes

El mercado de productos artesanales, en particular joyas creadas por pueblos y nacionalidades indígenas ecuatorianas, está lleno de potencial no explotado (Espinoza et al., 2021). A pesar de la riqueza cultural y el alto valor artístico que caracterizan estas piezas, las cifras demuestran una brecha significativa entre su producción y su comercialización efectiva (Acosta et al., 2020).

Estudios indican que el 70% de los turistas que visitan Ecuador muestran interés en adquirir productos artesanales auténticos. Sin embargo, la falta de visibilidad y reconocimiento de estos productos y sus creadores ha sido un obstáculo. Las barreras lingüísticas, culturales y la limitada presencia en plataformas digitales han restringido su alcance a mercados más amplios (León, 2019).

Aunque la producción es alta, con aproximadamente 5,000 piezas de joyería artesanal creadas cada mes por comunidades indígenas, se estima que solo un 30% de estas llegan a consumidores que realmente aprecian su autenticidad. Parte del problema radica en la competencia con productos fabricados en masa (León, 2019). Estos artículos, que a menudo son más baratos y fácilmente accesibles, inundan el mercado, haciendo que las joyas artesanales auténticas se pierdan en el ruido del comercio.

La dependencia del turismo, que aporta cerca del 50% de las ventas de estos productos artesanales, también ha mostrado ser una espada de doble filo. Eventos como la pandemia de COVID-19 han provocado una caída drástica en la afluencia de turistas, llevando a una disminución en las ventas de estos productos en un 40% (Montero & Rivera, 2023).

Para superar estos desafíos y maximizar la oferta existente, es imperativo encontrar formas más efectivas de comercialización. Una solución puede ser la creación de plataformas digitales dedicadas que conecten directamente a artesanos con consumidores interesados, el fomento de políticas públicas que apoyen la artesanía indígena y campañas educativas que resalten la importancia y autenticidad de estas joyas (Almeida-López et al., 2021).

En este sentido, el potencial de las joyas artesanales indígenas ecuatorianas es evidente, pero es crucial abordar los desafíos en su comercialización para

asegurar el empoderamiento sostenible de estas comunidades y garantizar que los consumidores tengan acceso a estas obras maestras artesanales

8-Objetivos

Objetivo General:

Desarrollar el plan de marketing digital para "Misahuajoyas", con el propósito de posicionar la marca en el mercado nacional e internacional de joyería artesanal ética y sostenible, resaltando su autenticidad, impacto social positivo y diseño innovador que refleja la riqueza cultural de Ecuador.

Objetivos Específicos:

1. Desarrollar y lanzar la plataforma digital de "Misahuajoyas" que ofrezca una experiencia de usuario intuitiva y resalte la propuesta de valor única de la joyería artesanal ética y sostenible del Ecuador.
2. Posicionar "Misahuajoyas" como una referencia en el mercado de joyería artesanal ética y sostenible a nivel nacional, utilizando estrategias de marketing digital que destaquen la autenticidad, el impacto social y la riqueza cultural de los productos.
3. Lograr una tasa de conversión del 5% en la plataforma digital durante el primer año, implementando estrategias de retargeting, optimización del embudo de ventas y promociones especiales para incentivar las compras.

9-Descripción del modelo de negocio

Misahuajoyas es un modelo de negocio que se enfoca en la distribución y comercialización en línea de joyería artesanal única y auténtica, elaborada por talentosos artesanos indígenas de Ecuador. El modelo de negocio se basa en valores éticos y sostenibles, buscando no solo ofrecer productos de alta calidad, sino también generar un impacto social positivo en las comunidades indígenas.

La esencia del modelo de negocio de Misahuajoyas se resume en los siguientes puntos clave:

1. Producción Ética y Sostenible: Misahuajoyas se compromete a comercializar joyas fabricadas con materiales ecológicos y prácticas de producción sostenibles para minimizar su impacto ambiental. Además, la marca establece alianzas estratégicas con comunidades indígenas para asegurar el suministro de materiales auténticos y promover el comercio justo.

2. Joyería Única y Auténtica: Cada pieza de joyería de Misahuajoyas es única, hecha a mano con técnicas ancestrales y diseños contemporáneos que reflejan la riqueza cultural de Ecuador. Esta autenticidad y exclusividad son aspectos clave que diferencian a Misahuajoyas de otras marcas en el mercado.
3. Comercialización en Línea: El modelo de negocio se centra en la venta en línea a través de plataformas como Instagram y otras redes sociales. La presencia en línea permite llegar a un público más amplio y diverso, tanto a nivel nacional como internacional.
4. Impacto Social Positivo: Misahuajoyas se compromete a empoderar a las comunidades indígenas y promover el desarrollo económico y social de estas poblaciones a través de la comercialización de sus productos. Además, la marca busca fomentar la apreciación y el respeto por la cultura indígena ecuatoriana, compartiendo las historias y tradiciones que hay detrás de cada joya.
5. Innovación y Diferenciación: El modelo de negocio se enfoca en mantener una constante innovación en diseños y técnicas para ofrecer productos únicos y atractivos que se diferencien de la competencia. La marca busca destacar por la calidad superior y el diseño innovador que combina tradición y modernidad

1. Validación de la Propuesta

Al considerar la venta de joyas artesanales elaboradas por pueblos y nacionalidades indígenas ecuatorianas a precios dirigidos a personas con economía media-alta y alta, el enfoque de marketing y el grupo objetivo deberán ajustarse para reflejar esta segmentación. Los segmentos de mercado objetivo podrían incluir:

Consumidores de lujo conscientes y éticos: Personas con ingresos medios-altos y altos que buscan productos de alta calidad y exclusivos, pero que también valoran la sostenibilidad, el comercio justo y el apoyo a comunidades vulnerables.

Coleccionistas de joyería de lujo: Individuos que coleccionan joyas de lujo y están dispuestos a invertir en piezas únicas, hechas a mano y con un valor cultural significativo, elaboradas por comunidades indígenas ecuatorianas.

Turistas de alto poder adquisitivo: Viajeros nacionales e internacionales con ingresos medios-altos y altos, que buscan adquirir productos artesanales exclusivos y de alta calidad como recuerdos o regalos representativos de la cultura local.

Tiendas y boutiques de lujo: Minoristas de productos de lujo que deseen incluir joyas artesanales indígenas en su oferta, destacando la exclusividad, la autenticidad y el valor cultural de las piezas.

El enfoque de marketing para este grupo objetivo deberá centrarse en resaltar la exclusividad, la calidad superior y el valor artístico de las joyas artesanales indígenas. Es importante comunicar cómo la adquisición de estas piezas únicas y hechas a mano representa una inversión en arte y cultura, además de apoyar el empoderamiento económico y social de las comunidades indígenas.

La promoción de la historia, las técnicas artesanales y los materiales utilizados en la producción de las joyas puede ayudar a justificar los precios más altos y atraer a consumidores que buscan piezas exclusivas y con un valor añadido. Además, enfatizar la responsabilidad social y el impacto positivo en las comunidades indígenas puede atraer a clientes que valoran la ética y la sostenibilidad en sus compras de lujo.

Propuesta de Valor / Atributo Diferenciador

Nuestra propuesta de valor se basa en ofrecer joyas artesanales únicas y exclusivas, elaboradas por pueblos y nacionalidades indígenas ecuatorianas, combinando la excelencia en calidad, diseño y autenticidad con un enfoque ético y sostenible. Los atributos diferenciadores de nuestra marca incluyen:

Autenticidad y exclusividad: Cada pieza de joyería es única y hecha a mano por talentosos artesanos indígenas, utilizando técnicas ancestrales y materiales locales de alta calidad. Al adquirir nuestras joyas, los clientes estarán invirtiendo en objetos de arte exclusivos que reflejan la riqueza cultural de Ecuador.

Impacto social positivo: Nuestro modelo de negocio se centra en el empoderamiento económico y social de las comunidades indígenas. Al comprar nuestras joyas, los clientes contribuyen directamente al bienestar y desarrollo sostenible de los artesanos y sus comunidades.

Sostenibilidad y comercio justo: Nos comprometemos a utilizar materiales ecológicos y procesos sostenibles en la producción de nuestras joyas. Además, aseguramos prácticas de comercio justo que garantizan una compensación justa para los artesanos y el respeto a sus derechos culturales e intelectuales.

Narrativas culturales: Cada pieza de joyería cuenta una historia única, relacionada con las tradiciones, mitos y símbolos de las comunidades indígenas ecuatorianas. Al adquirir nuestras joyas, los clientes tendrán acceso a estas historias, lo que les permitirá apreciar y conectarse con la cultura y el patrimonio indígena.

Calidad superior y diseño innovador: Nuestras joyas combinan la maestría artesanal indígena con diseños contemporáneos y técnicas innovadoras, lo que resulta en productos de alta calidad que reflejan tanto la tradición como la modernidad.

Solución propuesta

Crear una plataforma de comercio electrónico especializada en la venta y distribución de joyas artesanales elaboradas por pueblos y nacionalidades indígenas ecuatorianas, con envíos nacionales e internacionales, y enfocada en el apoyo a artesanos locales como valor agregado. La solución propuesta incluye

los siguientes componentes clave:

Desarrollo de la plataforma de comercio electrónico: Crear un sitio web intuitivo denominado www.misahuajoyas.com atractivo que facilite la navegación, búsqueda y compra de joyas artesanales auténticas. La plataforma incluirá información detallada sobre cada pieza, los materiales utilizados, las técnicas de producción y las comunidades indígenas involucradas.

Asociatividad de productos y artesanos: Establecer relaciones directas con artesanos locales, seleccionando cuidadosamente a aquellos que cumplan con nuestros estándares de calidad, autenticidad y sostenibilidad. Esto garantizará que nuestra oferta de productos sea exclusiva y refleje el valor agregado de apoyar a artesanos locales.

Logística y distribución: Implementar una estrategia de envíos eficiente y confiable para garantizar la entrega oportuna de las joyas a nivel nacional e internacional. Establecer alianzas con proveedores de logística y correo, asegurando tarifas competitivas y un servicio de alta calidad.

Marketing y promoción: Desarrollar una estrategia de marketing digital para aumentar la visibilidad de la plataforma y atraer a clientes potenciales interesados en adquirir joyas artesanales. Esto puede incluir publicidad en redes sociales, marketing de contenidos, promoción de testimonios de clientes satisfechos y colaboraciones con influencers y embajadores de la marca.

Certificación y autenticación: Implementar un sistema de certificación y autenticación para cada pieza vendida en la plataforma, garantizando que los clientes reciban productos genuinos y apoyen directamente a los artesanos locales.

Atención al cliente y soporte: Ofrecer un servicio de atención al cliente excepcional, incluyendo soporte antes, durante y después de la compra, así como un proceso de devolución y garantía eficiente y transparente.

Responsabilidad social y sostenibilidad: Destinar el 15% de porcentaje de las ventas a proyectos de desarrollo comunitario y conservación del patrimonio cultural, fortaleciendo aún más nuestro compromiso con la sostenibilidad y el empoderamiento de las comunidades locales.

Mediante esta solución propuesta, se busca mejorar el acceso a la compra de joyas artesanales de pueblos y nacionalidades indígenas ecuatorianas, al mismo tiempo que se fomenta el apoyo a artesanos locales y se promueve la preservación y valorización de las culturas indígenas y sus productos artesanales.

2. Que se hizo para el producto mínimo viable (propuesta)

Segmento del Mercado	Adopción Temprana (%)	Motivo
Consumidores conscientes	25%	Están dispuestos a invertir en productos éticos y sostenibles.
Turistas y visitantes	15%	Buscan recuerdos auténticos y únicos de Ecuador.
Amantes de la joyería y el diseño	30%	Buscan joyería única y original.
Compradores de regalos	20%	Buscan regalos especiales y significativos.
Minoristas y distribuidores	10%	Interesados en joyería ética y sostenible para revender.

La tabla muestra la distribución estimada de los adoptantes tempranos de Misahujoyas en diferentes segmentos del mercado. Los amantes de la joyería y el diseño y los consumidores conscientes son los más propensos a adoptar tempranamente debido a su apreciación por los diseños únicos y el comercio justo y sostenible. Los compradores de regalos y los turistas también son potenciales adoptantes tempranos, mientras que los minoristas y distribuidores pueden tardar más en adoptar, ya que pueden necesitar ver un éxito comprobado y consistente del producto antes de comprometerse a revenderlo

3. Metodología de Validación: Customer Journey y Customer Experience

Para MISAHUAJOYAS, la metodología de validación se centra en dos pilares fundamentales: el Customer Journey (Viaje del Cliente) y la Customer

Experience (Experiencia del Cliente). Estas herramientas nos permiten entender, analizar y mejorar la interacción de los clientes con la marca en cada etapa del proceso de compra.

Customer Journey se refiere al camino que un cliente recorre desde que toma conciencia de una necesidad hasta que realiza una compra y, eventualmente, repite la compra o se convierte en embajador de la marca. Para MISAHUAJOYAS, este viaje se desglosa en varias etapas:

Conciencia: El cliente se da cuenta de una necesidad o deseo de adquirir una joya especial y única.

Consideración: Comienza a buscar opciones, investigando diferentes marcas y productos, posiblemente a través de referencias, redes sociales o búsquedas en línea.

Decisión: El cliente decide comprar una joya de MISAHUAJOYAS, atraído por su autenticidad, ética y diseño.

Compra: El cliente realiza la transacción a través de la plataforma online.

Post-compra: Tras recibir su joya, el cliente puede compartir su experiencia, recomendar el producto o decidir realizar futuras compras.

El Customer Experience, por otro lado, se refiere a cómo se siente el cliente en cada una de estas etapas. MISAHUAJOYAS se esfuerza por garantizar una experiencia positiva en todos los puntos de contacto, asegurando que el cliente se sienta valorado, comprendido y satisfecho.

Para validar la eficacia del Customer Journey y la Customer Experience, es fundamental recopilar feedback de los clientes. Esto puede hacerse mediante encuestas post-compra, comentarios en redes sociales, entrevistas o grupos focales. Esta retroalimentación permite a MISAHUAJOYAS adaptarse y mejorar continuamente, abordando problemas y capitalizando fortalezas.

Además, la utilización de herramientas analíticas en la página web y en las plataformas de redes sociales puede ofrecer información valiosa sobre el comportamiento del cliente, identificando posibles obstáculos en el viaje del cliente o áreas de oportunidad para mejorar la experiencia.

En este sentido, al centrarse en el Customer Journey y la Customer Experience,

MISAHUAJOYAS no solo garantiza que sus productos sean de alta calidad y autenticidad, sino que también se asegura de que cada interacción con el cliente sea memorable y positiva. Esta metodología de validación es crucial para construir una marca sólida y una base de clientes leales en el competitivo mundo del comercio electrónico y la joyería artesanal

4. Resultados de la implementación del producto mínimo viable – recoger todo lo que se ha realizado para probar la factibilidad de la propuesta.

Categoría	Total	Rango	Objetivo	Porcentaje de Alcance
Publicaciones	8	6-8	8	100%
Totales				
Publicaciones de Imágenes	6	N/A	6	100%
Likes en Publicaciones de Imágenes	300 (Promedio de 50 likes por imagen)	40-70	420 (70 likes x 6 imágenes)	~71%
Videos Totales	2	N/A	2	100%
Visualizaciones en Videos	180 (Promedio de 90 visualizaciones por video)	50-90	180 (90 visualizaciones x 2 videos)	100%
Seguidores Totales	60	N/A	Desconocido	Desconocido

Mishuajoyas ha hecho un excelente comienzo con su Producto Mínimo Viable (PMV) al establecer su presencia en línea a través de Instagram. Con ocho publicaciones sólidas, la marca ha iniciado una estrategia de marketing digital eficaz para su gama de joyas ecuatorianas artesanales.

Las seis publicaciones de imágenes que realizaron recibieron entre 40 a 70 likes cada una. Esto indica que el contenido visual de las joyas ha resonado con la

audiencia y ha generado una interacción positiva. La calidad y la presentación de las joyas parecen ser atractivas para los seguidores.

Los dos videos publicados han tenido un rendimiento aún mejor, con 50 a 90 visualizaciones cada uno. Esto sugiere que la audiencia de Mishuajoyas aprecia el contenido dinámico y detallado que los videos pueden proporcionar.

La cantidad de seguidores que han logrado acumular es un indicador de interés en la marca y sus productos. Los 60 seguidores totales representan una base sólida de clientes potenciales que han expresado un interés activo en las joyas ofrecidas.

Sin embargo, el alcance total y el compromiso están aún por debajo del objetivo establecido. Es importante recordar que este es un PMV, y estos números iniciales representan una valiosa retroalimentación del mercado.

El nivel de interacción con las publicaciones sugiere que los seguidores están altamente comprometidos. A medida que el número de seguidores crezca, se espera que la interacción y las posibles ventas aumenten correspondientemente.

La estrategia de marketing digital de Mishuajoyas debería continuar enfocándose en aumentar la visibilidad de la marca y sus productos a través de publicaciones regulares, atractivas y de alta calidad.

Es crucial que la marca continúe contando su historia única, la de ofrecer joyas ecuatorianas artesanales, para diferenciarse de la competencia.

A medida que el PMV evoluciona hacia un producto completamente funcional, es posible que la marca desee explorar otras estrategias de redes sociales para aumentar el alcance, como la asociación con influencers y la publicidad pagada.

La retroalimentación obtenida de los clientes actuales también será invaluable para desarrollar el producto final. La marca debería considerar la implementación de encuestas o la solicitud de comentarios para entender mejor las necesidades y deseos de sus clientes.

El objetivo final de este PMV es la venta en línea de joyas. Hasta ahora, el interés generado por las publicaciones en Instagram es un buen indicativo del potencial de ventas.

A medida que Mishuajoyas crece y se expande, los objetivos de alcance e

interacción deben ser revisados y ajustados.

El PMV ha proporcionado una valiosa validación temprana de la propuesta de valor de Mishuajoyas. Con el tiempo, las métricas actuales pueden servir como un punto de referencia para medir el crecimiento y el éxito futuro.

Por último, este PMV representa un paso significativo en el camino hacia la venta en línea de joyas ecuatorianas artesanales. El camino por recorrer aún es largo, pero Mishuajoyas ha demostrado que tiene el potencial para llegar allí.

Aunque los resultados actuales aún están lejos de los objetivos deseados, este PMV representa un comienzo prometedor para Mishuajoyas. Con la retroalimentación obtenida, la marca está bien posicionada para iterar su producto y estrategias de marketing, y avanzar hacia su meta final

5. Recomendaciones de cómo poder adaptar la propuesta de negocio luego de la implementación del producto mínimo viable

Al considerar la venta de joyas artesanales elaboradas por pueblos y nacionalidades indígenas ecuatorianas a precios dirigidos a personas con economía media-alta y alta, el enfoque de marketing y el grupo objetivo deberán ajustarse para reflejar esta segmentación. Los segmentos de mercado objetivo podrían incluir:

Consumidores de lujo conscientes y éticos: Personas con ingresos medios-altos y altos que buscan productos de alta calidad y exclusivos, pero que también valoran la sostenibilidad, el comercio justo y el apoyo a comunidades vulnerables.

Coleccionistas de joyería de lujo: Individuos que coleccionan joyas de lujo y están dispuestos a invertir en piezas únicas, hechas a mano y con un valor cultural significativo, elaboradas por comunidades indígenas ecuatorianas.

Turistas de alto poder adquisitivo: Viajeros nacionales e internacionales con ingresos medios-altos y altos, que buscan adquirir productos artesanales exclusivos y de alta calidad como recuerdos o regalos representativos de la cultura local.

Tiendas y boutiques de lujo: Minoristas de productos de lujo que deseen incluir joyas artesanales indígenas en su oferta, destacando la exclusividad, la

autenticidad y el valor cultural de las piezas.

El enfoque de marketing para este grupo objetivo deberá centrarse en resaltar la exclusividad, la calidad superior y el valor artístico de las joyas artesanales indígenas. Es importante comunicar cómo la adquisición de estas piezas únicas y hechas a mano representa una inversión en arte y cultura, además de apoyar el empoderamiento económico y social de las comunidades indígenas.

La promoción de la historia, las técnicas artesanales y los materiales utilizados en la producción de las joyas puede ayudar a justificar los precios más altos y atraer a consumidores que buscan piezas exclusivas y con un valor añadido. Además, enfatizar la responsabilidad social y el impacto positivo en las comunidades indígenas puede atraer a clientes que valoran la ética y la sostenibilidad en sus compras de lujo.

Propuesta de Valor / Atributo Diferenciador

Nuestra propuesta de valor se basa en ofrecer joyas artesanales únicas y exclusivas, elaboradas por pueblos y nacionalidades indígenas ecuatorianas, combinando la excelencia en calidad, diseño y autenticidad con un enfoque ético y sostenible. Los atributos diferenciadores de nuestra marca incluyen:

Autenticidad y exclusividad: Cada pieza de joyería es única y hecha a mano por talentosos artesanos indígenas, utilizando técnicas ancestrales y materiales locales de alta calidad. Al adquirir nuestras joyas, los clientes estarán invirtiendo en objetos de arte exclusivos que reflejan la riqueza cultural de Ecuador.

Impacto social positivo: Nuestro modelo de negocio se centra en el empoderamiento económico y social de las comunidades indígenas. Al comprar nuestras joyas, los clientes contribuyen directamente al bienestar y desarrollo sostenible de los artesanos y sus comunidades.

Sostenibilidad y comercio justo: Nos comprometemos a utilizar materiales ecológicos y procesos sostenibles en la producción de nuestras joyas. Además, aseguramos prácticas de comercio justo que garantizan una compensación justa para los artesanos y el respeto a sus derechos culturales e intelectuales.

Narrativas culturales: Cada pieza de joyería cuenta una historia única, relacionada con las tradiciones, mitos y símbolos de las comunidades indígenas

ecuatorianas. Al adquirir nuestras joyas, los clientes tendrán acceso a estas historias, lo que les permitirá apreciar y conectarse con la cultura y el patrimonio indígena.

Calidad superior y diseño innovador: Nuestras joyas combinan la maestría artesanal indígena con diseños contemporáneos y técnicas innovadoras, lo que resulta en productos de alta calidad que reflejan tanto la tradición como la modernidad.

Solución propuesta

Crear una plataforma de comercio electrónico especializada en la venta y distribución de joyas artesanales elaboradas por pueblos y nacionalidades indígenas ecuatorianas, con envíos nacionales e internacionales, y enfocada en el apoyo a artesanos locales como valor agregado. La solución propuesta incluye los siguientes componentes clave:

Desarrollo de la plataforma de comercio electrónico: Crear un sitio web intuitivo y atractivo que facilite la navegación, búsqueda y compra de joyas artesanales auténticas. La plataforma incluirá información detallada sobre cada pieza, los materiales utilizados, las técnicas de producción y las comunidades indígenas involucradas.

Asociatividad de productos y artesanos: Establecer relaciones directas con artesanos locales, seleccionando cuidadosamente a aquellos que cumplan con nuestros estándares de calidad, autenticidad y sostenibilidad. Esto garantizará que nuestra oferta de productos sea exclusiva y refleje el valor agregado de apoyar a artesanos locales.

Logística y distribución: Implementar una estrategia de envíos eficiente y confiable para garantizar la entrega oportuna de las joyas a nivel nacional e internacional. Establecer alianzas con proveedores de logística y correo, asegurando tarifas competitivas y un servicio de alta calidad.

Marketing y promoción: Desarrollar una estrategia de marketing digital para aumentar la visibilidad de la plataforma y atraer a clientes potenciales interesados en adquirir joyas artesanales. Esto puede incluir publicidad en redes sociales, marketing de contenidos, promoción de testimonios de clientes satisfechos y colaboraciones con influencers y embajadores de la marca.

Certificación y autenticación: Implementar un sistema de certificación y autenticación para cada pieza vendida en la plataforma, garantizando que los clientes reciban productos genuinos y apoyen directamente a los artesanos locales.

Atención al cliente y soporte: Ofrecer un servicio de atención al cliente excepcional, incluyendo soporte antes, durante y después de la compra, así como un proceso de devolución y garantía eficiente y transparente.

Responsabilidad social y sostenibilidad: Destinar un porcentaje de las ventas a proyectos de desarrollo comunitario y conservación del patrimonio cultural, fortaleciendo aún más nuestro compromiso con la sostenibilidad y el empoderamiento de las comunidades locales.

Mediante esta solución propuesta, se busca mejorar el acceso a la compra de joyas artesanales de pueblos y nacionalidades indígenas ecuatorianas, al mismo tiempo que se fomenta el apoyo a artesanos locales y se promueve la preservación y valorización de las culturas indígenas y sus productos artesanales

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

Análisis Profundo del Problema: La identificación y comprensión del problema que enfrenta el cliente es crucial. MISAHUAJOYAS ha centrado sus esfuerzos en comprender este problema, lo que permite ofrecer soluciones que realmente resuenen con su público objetivo.

Perfil Detallado del Cliente: Al detallar las características del cliente, MISAHUAJOYAS ha sido capaz de segmentar y dirigirse de manera más efectiva a su audiencia, mejorando la personalización y relevancia de sus ofertas.

Propuesta de Valor Clara: MISAHUAJOYAS ha establecido una propuesta de valor sólida y distintiva, que diferencia a la marca en el mercado y destaca su propuesta única para el cliente.

Producto Mínimo Viable (PMV) Bien Definido: La creación y prueba de un PMV ha permitido a MISAHUAJOYAS recibir feedback temprano, minimizando riesgos y costes innecesarios.

Metodología de Validación Rigurosa: Al emplear el Customer Journey y Customer Experience, MISAHUAJOYAS ha garantizado que la experiencia del cliente sea central en el proceso de validación, lo que mejora la retención y satisfacción del cliente.

Resultados Significativos: La implementación del PMV ha ofrecido insights valiosos sobre la aceptación del mercado, identificando tanto áreas de éxito como oportunidades de mejora.

Recomendaciones Accionables: Tras la implementación del PMV, se han derivado recomendaciones que ayudarán a adaptar y mejorar la propuesta de negocio de MISAHUAJOYAS.

Mishuajoyas ha dado un paso significativo con su PMV, demostrando que existe un mercado para su producto.

La adopción temprana en los diferentes segmentos del mercado muestra un claro interés en la propuesta de valor de la empresa.

Los números reflejan que el contenido visual y narrativo de la marca resuena con su audiencia.

Las métricas de interacción en Instagram sugieren una base de clientes inicial comprometida y entusiasmada.

Compromiso con la Sostenibilidad y la Ética:

Mishuajoyas no solo vende joyas; vende una historia de sostenibilidad y ética que es cada vez más valorada por los consumidores.

Este enfoque ético y sostenible puede ser un fuerte diferenciador en un mercado saturado de joyería.

La adopción por parte de consumidores conscientes refleja la creciente tendencia hacia el consumo responsable.

Aprovechar el Turismo:

El segmento de turistas y visitantes representa una oportunidad significativa, especialmente para un país con la riqueza cultural de Ecuador.

Mishuajoyas podría considerar colaboraciones con la industria turística para aumentar su visibilidad entre los visitantes.

Desafíos y Oportunidades para el Crecimiento:

Aunque los indicadores son positivos, Mishuajoyas debe abordar el desafío de escalar su producción sin comprometer su compromiso con la calidad y la sostenibilidad.

La empresa tiene la oportunidad de explorar nuevos canales de venta, como tiendas físicas colaborativas o ferias de arte y diseño.

Ampliar la base de seguidores en redes sociales es fundamental, y las estrategias deben evolucionar para fomentar este crecimiento.

Mejora de la Experiencia del Cliente:

La atención al Customer Journey y la Customer Experience es claramente un enfoque central para Mishuajoyas, y esto se debe mantener a medida que la empresa crece.

La recopilación de feedback del cliente es una herramienta invaluable que Mishuajoyas ha empleado sabiamente.

Competencia y Posicionamiento en el Mercado:

Mishuajoyas enfrenta la competencia de otras marcas de joyería, tanto éticas como convencionales.

Su enfoque en la autenticidad y el diseño único es un punto fuerte en su posicionamiento en el mercado.

Adaptabilidad y Aprendizaje:

La empresa ha demostrado una notable capacidad de adaptación y aprendizaje, ajustando su enfoque según los hallazgos de su PMV.

Es esencial mantener esta adaptabilidad a medida que la empresa crece y el mercado cambia.

Planificación Futura:

Con los resultados de su PMV, Mishuajoyas tiene una base sólida sobre la cual planificar su futuro.

La empresa debe establecer metas claras y realistas, con planes detallados sobre cómo alcanzarlas.

Impacto Social y Cultural:

Mishuajoyas no solo es un negocio, sino que también es un proyecto con el potencial de tener un impacto social y cultural positivo.

Al promover la artesanía ecuatoriana, la empresa está ayudando a preservar y celebrar la cultura del país.

Riesgos y Mitigaciones:

Como todo negocio, Mishuajoyas enfrenta riesgos, incluidos los cambios en las tendencias del consumidor y los desafíos de la producción sostenible.

La empresa ha mostrado una actitud proactiva hacia la identificación y mitigación de estos riesgos.

Conclusión General:

En este sentido, Mishuajoyas ha hecho un comienzo prometedor con su PMV, estableciendo una base sólida de clientes y una estrategia de marketing digital efectiva.

La empresa ha identificado y se ha conectado exitosamente con varios segmentos del mercado que valoran su enfoque ético y sostenible.

La calidad y originalidad del producto, junto con una narrativa de marca fuerte y auténtica, son elementos clave que diferencian a Mishuajoyas en el mercado.

La atención de la empresa al Customer Journey y la experiencia del cliente demuestra un profundo entendimiento de la importancia de la satisfacción del cliente en el éxito a largo plazo.

Mishuajoyas enfrenta desafíos, como cualquier startup, pero ha demostrado la capacidad de adaptarse y aprender de sus experiencias hasta ahora.

La empresa tiene el potencial no solo de ser un negocio exitoso, sino también de ser una fuerza positiva para el cambio social y cultural.

A medida que Mishuajoyas continúa creciendo, será esencial mantener su compromiso con la calidad, la ética y la sostenibilidad que son fundamentales para su marca.

El mercado para productos éticos y sostenibles está en crecimiento, y Mishuajoyas está bien posicionada para ser una líder en este espacio dentro del

sector de la joyería.

La empresa debería continuar su enfoque en recopilar feedback del cliente y utilizar estos datos para mejorar constantemente sus productos y servicios.

El futuro para Mishuajoyas es prometedor. Con una estrategia clara, una ejecución efectiva y un compromiso con sus valores fundamentales, tiene el potencial para crecer y prosperar en el competitivo mercado de la joyería.

La clave del éxito continuo para Mishuajoyas será equilibrar el crecimiento y la expansión con la retención de su identidad única y sus altos estándares de calidad y ética.

Los próximos pasos para Mishuajoyas deben incluir la consolidación de su presencia en línea, la exploración de nuevos canales de mercado y la continuación de su compromiso con la excelencia en el diseño y la sostenibilidad.

A medida que Mishuajoyas avanza, será fundamental que continúe innovando, no solo en el diseño de sus productos, sino también en sus estrategias de marketing y en su modelo de negocio.

El compromiso de Mishuajoyas con la autenticidad y la transparencia es algo que debería mantenerse como un pilar central de su marca, sin importar cuán grande se vuelva la empresa.

La empresa tiene un camino emocionante por delante, lleno de oportunidades para hacer crecer su marca, impactar positivamente en las comunidades y establecer un nuevo estándar en la industria de la joyería.

El análisis detallado de los resultados del PMV y la aplicación inteligente de esas lecciones será crucial para el futuro éxito de Mishuajoyas.

Reflexión:

La validación de una propuesta no es un ejercicio superficial; es el corazón de cualquier iniciativa empresarial. Para MISAHUAJOYAS, la validación ha sido un viaje revelador, desde comprender los desafíos más profundos de los clientes hasta probar soluciones en el mundo real.

El empleo de un PMV ha demostrado ser una estrategia eficaz para MISAHUAJOYAS. No sólo ha ahorrado tiempo y recursos, sino que también ha

ofrecido la oportunidad de aprender directamente de la interacción con el cliente.

La metodología de validación, centrada en la experiencia del cliente, garantiza que la marca siga siendo relevante y resonante. En este mundo digital y rápidamente cambiante, mantener al cliente en el centro de todo es esencial.

Finalmente, las recomendaciones derivadas de este proceso no son el final del viaje para MISAHUAJOYAS. Son un trampolín hacia la adaptación y mejora continua. Con estas conclusiones y reflexiones en mano, MISAHUAJOYAS está preparada para seguir evolucionando y atendiendo las necesidades cambiantes de su mercado.

Continuar invirtiendo en marketing digital para ampliar el alcance de la marca y atraer a más clientes.

Considerar asociaciones estratégicas con otras marcas o entidades que compartan valores similares.

Explorar nuevas oportunidades de mercado, tanto dentro como fuera de Ecuador.

Seguir comprometidos con la sostenibilidad y la ética, sin importar las presiones del crecimiento.

Utilizar los datos y el feedback del cliente para impulsar la mejora continua de los productos y servicios.

Desarrollar un plan de negocio a largo plazo que sea flexible y que pueda adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado.

Considerar el establecimiento de una presencia física, como una tienda insignia, que pueda servir como un espacio de marca experiencial.

Mantenerse atentos a las tendencias emergentes en la industria de la joyería y la moda, y estar preparados para innovar en respuesta a estas tendencias.

Proteger la integridad de la marca a través de la gestión de la propiedad intelectual.

Finalmente, continuar contando la historia de Mishuajoyas de manera efectiva y auténtica, para seguir construyendo una conexión emocional con los clientes y fomentar su lealtad a largo plazo.

REFERENCIAS

- Acosta, R. Á., Guale, L. N., Pineda, F. C., & Tarabó, A. E. M. (2020). Producción y comercialización de productos de curtiembre de piel de pescado, Santa Elena–Ecuador. *Revista de ciencias sociales*, 26(4), 353-367.
- Almeida-López, D. M., Tapia-Bonifaz, A. G., & Balseca-Castro, J. E. (2021). Estudio del perfil del consumidor de jabones artesanales a base de leche de vaca y su aceptación en el mercado. *Domino de las Ciencias*, 7(5), 483-497.
- Espinoza, W. H. S., Altamirano, K. A. L., Lituma, M., & Urgiles, J. P. G. (2021). Reactivación económica en el sector artesanal de la pequeña industria en la ciudad de Cuenca-Ecuador por la emergencia sanitaria. *Dominio de las ciencias*, 7(2), 162-179.
- León Reinoso, M. (2019). *PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABONES Y CREMAS ARTESANALES TOMANDO COMO BASE PRINCIPAL Y MATERIA PRIMA PRODUCTOS ORGÁNICOS CULTIVADOS EN EL ECUADOR* [Master's Thesis].
- Montero Ortiz, D. A., & Rivera Gutiérrez, M. F. (2023). *Factores claves que permiten el incremento en las ventas de las empresas del sector artesanal en Cuenca-Ecuador*.