

**INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA, CONTABLE Y FINANCIERA**
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, AUDITORÍA
SISTEMAS DE CONTROL DE GESTIÓN Y FINANZAS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENÉ MORENO

NÚMERO DE GRUPO

7



XIII
**FERIA FACULTATIVA
DE EMPRENDEDURISMO
INNOVACIÓN Y
TRANSFERENCIA
DE TECNOLOGÍA**

CATEGORÍA

EMPRENDIMIENTO

INTEGRANTES

- | | |
|--------------------------------|-----------|
| 1.- MEDINA MARTINEZ YOELY | 223080731 |
| 2.- HURTADO VARGAS MARIA LAURA | 200980963 |
| 3.- LIMA BERNAL JOSE ANTONIO | 223038555 |
| 4.- CONDORI RENTERIA GABRIELA | 221175806 |

DOCENTE GUIA

LIC. ROSA LIA ARANDIA ORELLANA

Índice

Introducción	1
Capítulo 1: ANÁLISIS EXTERNO.....	1
1.1. Microentorno.....	1
1.1.1 Análisis de la demanda o clientes potenciales.....	1
1.1.2. Competidores.....	4
1.1.3. Producto-Mercado	6
Capítulo2: ANÁLISIS INTERNO.....	6
2.1. Análisis FODA.....	7
2.1.1. Estrategias.....	8
Capítulo 3: PLAN DE PRODUCCIÓN.....	9
3.1. Plan Operativo.....	9
3.1.1. Plan de producción u operación.....	9
Capítulo 4: PLAN DE MARKETING.....	9
4.1. Mercado Objetivo o Target	9
4.1.1. Estructura del producto.....	9
4.1.2. Ofrecimiento del servicio	9
4.1.3. Logros a largo plazo	10
4.2. Análisis del producto.....	10
4.2.1. Atributos con respecto al diseño.....	10
4.2.2. Descripción de la calidad.....	10
4.2.3. Marca de producto o servicio	10
4.2.4. Etiqueta del producto o servicio	10
4.2.5. Empaque del producto o servicio	10
4.2.6. Cartera de productos o servicios.....	11
4.2.7. Líneas de productos o servicios.....	11
4.3. Análisis de precio	11
4.3.1. Estrategias de precios	11
4.3.2. Precio basado en el valor	11
4.3.3. Precio basado en el costo.....	11
4.3.4. Precio basado en la competencia.....	12

4.4. Análisis de la Promoción.....	12
4.4.1. Promoción del producto.....	12
4.4.2. Mezcla comunicacional o promocional del producto utilizado.....	13
4.4.3. Publicidad	13
4.4.4. Promoción en ventas.....	13
4.4.5. Distribución del producto	13
4.4.6. Marketing directo	13
4.4.7. Venta personal	13
4.4.8. Eventos y Experiencias.....	14
4.4.9. Análisis de Plaza	14
4.4.10. Canal de distribución de los productos.....	14
4.4.11. Canal Directo.....	14
Capítulo 5: PLAN DE RECURSOS HUMANOS	14
5.1. Personal en el área de producción del producto.....	14
Capítulo 6: ESTUDIO JURIDICO FISCAL.....	15
6.1. Forma jurídica de la empresa	15
6.2. Razón de la forma jurídica de la empresa	15
6.3. Nombre de la empresa.....	15
6.4. Número de socios y aportaciones.....	15
6.5. Obligaciones fiscales.....	15
Conclusiones	16
Recomendaciones	16
ANEXOS	17
.....	17
Bibliografía	19

Introducción

El presente trabajo ha sido elaborado como un estudio de emprendimiento para la instalación de una pequeña empresa dedicada a la elaboración de TEJIDOS A CROCHET

En este emprendimiento estudiaremos nuestro objetivo de instalar una nueva venta de tejidos a crochet en la ciudad de Santa Cruz, la cual llevamos a cabo primero una exposición detallando nuestro emprendimiento como estudiantes. No solo desde el punto de vista de la rentabilidad, sino la posibilidad de captar parte del mercado que actualmente está distribuido en distintas empresas del sector.

Cómo objetivo general, nosotros como estudiantes emprendedores, es satisfacer las necesidades y deseos de los clientes en sus distintas ocasiones, la finalidad es seguir desarrollándose en el mercado local y nacional, nuestro objetivo específico es fabricar llaveros mediante el tejido a crochet, enfocándonos en la calidad de la materia prima, en la innovación de los modelos, y en la manera que tenemos de llegar a los clientes.

TEJIENDO MOMENTOS

Capítulo 1: ANÁLISIS EXTERNO

1.1. Microentorno

1.1.1 Análisis de la demanda o clientes potenciales

- **Clientes potenciales en Bolivia**

Iniciaremos con una primera sucursal Ubicado en el departamento de Santa Cruz. En la provincia Andrés Ibáñez.

La clientela potencial se conformará principalmente entre individuos con la necesidad de adquirir un obsequio para regalar, aquellos que buscan una variedad de diseños en la oferta de productos.

- **Tamaño de clientes potenciales y cantidad inicial de venta**

Se proyectará en atraer a una clientela potencial significativa, oscilando entre 10 y 20 clientes en el primer día.

El emprendimiento iniciará su travesía con una cantidad inicial de 24 llaveros, para satisfacer las preferencias de una clientela diversa. Esta cantidad estratégica reflejará la confianza en la calidad del producto y la capacidad de atender la demanda inicial. El emprendimiento buscará cautivar a una amplia variedad de clientes desde el inicio, estableciendo así una base sólida para su crecimiento y éxito en el mercado local.

- **División total de clientes potenciales en grupos o segmentos de mercado**

Nuestro emprendimiento de llaveros a crochet podrá dirigirse a los siguientes segmentos de mercado:

- *Jóvenes y adolescentes*
- *Madres de familia*
- *Amantes de la moda*
- *Regalos corporativos*
- *Eventos y celebraciones*
- *Tiendas de regalos*
- *Aficionados a mascotas*

- **Mercado seleccionado (mercado objetivo o target)**

- *Jóvenes y adolescentes:* Este grupo suele estar interesado en accesorios que reflejen su estilo personal.
- *Madres de familia:* Las mamás a menudo buscan regalos únicos y artesanales para sus hijos.

- **Amantes de la moda y lo artesanal:** Personas que aprecian el trabajo artesanal y los accesorios únicos.
- **Regalos corporativos:** Podríamos ofrecer llaveros personalizados para empresas que deseen regalar artículos promocionales únicos a sus empleados o clientes.
- **Eventos y celebraciones:** Los llaveros a crochet pueden ser una excelente opción para bodas, fiestas de cumpleaños, baby showers y otras celebraciones.
- **Tiendas de regalos:** Ofrecer nuestros llaveros en tiendas locales que se enfoquen en artículos artesanales o de diseño único.
- **Aficionados a mascotas:** Llaveros con forma de mascotas, pueden atraer a los dueños de mascotas
 - **Hábitos de consumo del mercado objetivo o target**
 - **Preferencia por lo artesanal:** Existe un creciente interés por productos hechos a mano, lo que incluye llaveros a crochet. Los consumidores valoran la originalidad y la exclusividad de un producto artesanal.
 - **Personalización:** Muchos consumidores buscan la posibilidad de personalizar sus llaveros, eligiendo colores, diseños o incluso añadiendo nombres o iniciales. Esto les hace sentir más conectados con el producto.
 - **Regalos significativos:** Los llaveros a crochet son a menudo elegidos como regalos personales, especialmente en ocasiones especiales como cumpleaños, aniversarios o como detalles para eventos.
 - **Tendencias estacionales:** Las ventas de llaveros a crochet pueden fluctuar según la temporada. Por ejemplo, los llaveros temáticos para festividades (Navidad, Halloween) pueden tener una demanda más elevada en ciertas épocas del año.
 - **Precio y calidad:** Los consumidores suelen buscar una combinación de buena calidad y precio razonable.

Entender estos hábitos de consumo es esencial para adaptar la oferta del emprendimiento y crear estrategias que resuenen con las preferencias y valores del mercado objetivo.

- **Perfil o características que tiene el consumidor**

- **Edad y Demografía:** Generalmente, los consumidores más jóvenes, como adolescentes y adultos jóvenes, suelen ser más receptivos a artículos artesanales y personalizados.
- **Estilo de Vida Activo:** Tienden a tener un estilo de vida que promueva la sostenibilidad y la compra consciente, prefiriendo productos que sean éticos y ecológicos.
- **Deseo de originalidad:** Buscan productos que lo diferencien y que ofrezcan un toque personal a su estilo.
- **Conectados Digitalmente:** Están conectados en plataformas como Instagram, Pinterest, tiktok o Facebook, donde descubren este tipo de producto.
- **Búsqueda de regalos:** Suelen comprar llaveros a crochet como regalos para amigos y familiares, especialmente en ocasiones especiales.

1.1.2. Competidores

A continuación, realizamos un análisis de la competencia que tenemos en el mercado de los llaveros a crochet, algunos de los cuales son los siguientes:

- **TEJIDO CON AMOR A MANO**

Realizan todo tipo de trabajos, llaveros en crochet y palillo cada uno a Bs.- 10, dos en Bs.- 18, el tejido es hecho con lana acrílico y es antialérgica.

- **YOVI. CROCHET**

Realiza llaveros de flores de girasol, con un precio de Bs.- 35 cada uno que incluye un nombre. El pedido se debe realizar como mínimo 7 días de anticipación.

- **LAURA/MUNAY CROCHET**

Realizan llaveros de todo tipo de flores cada una a Bs.- 25 incluye su bolsita de regalo. Realizan entregas y el pedido igualmente es con anticipación.

- **TEJIDO CROCHET SC.**

Un llavero de 10 cm tiene el valor de Bs.- 13, usan lana antialérgica de algodón para elaborar los llaveros, su modalidad de venta son las redes sociales.

- **Producto o servicio para los consumidores**

- **Variedad de temáticas:**
 - Crear llaveros en diferentes formas y temáticas.
- **Ediciones limitadas:**
 - Crear series limitadas o temáticas según la temporada (navidad, Halloween, etc.).
- **Llaveros multifuncionales:**
 - Agregar funcionalidades extras a los llaveros, como un abrebotellas, un pequeño espejo o una linterna LED.
- **Materiales sostenibles:**
 - Para poder atraer a un público más consciente del medio ambiente.
- **Personalización:**
 - Ofrecer la posibilidad de llaveros personalizados, con iniciales o diseños específicos.

- **Precios**

- **Costos de Producción:**
 - Nuestro costo al producir una unidad es de Bs.- 8,123, el cual producir una docena nos lleva a un costo de Bs.- 97,476.

- **Promociones brindadas**

- **Descuentos por Primera Compra:**
 - Ofrecemos descuentos especiales para los clientes que compren los llaveros por primera vez. Esto será anunciado en nuestra pág. Web
- **Contenidos en Redes Sociales:**
 - Utilizaremos las redes sociales para compartir contenido atractivo sobre nuestros llaveros, como diferentes diseños y modelos, en variedad de colores. Anunciar promociones especiales y ofertas exclusivas a través de estas plataformas. Anunciar en nuestras redes sociales nuestro contenido de llaveros para que así ellos puedan ver las novedades y diseños actualizados.

- **Formas de distribución**

- **Ventas en línea:**
 - Crearemos un sitio web o una tienda en plataforma o nuestra propia red social.
- **Ferias y mercados locales:**

- Participaremos en ferias de artesanías, mercado de productores o eventos locales donde podamos mostrar nuestros llaveros tejidos a crochet.

1.1.3. Producto-Mercado

- **Producto**

El emprendimiento ofrecerá una atractiva variedad de diseños y modelos que cautiven a los clientes. Desde algo sencillo, hasta opciones especialmente diseñadas para personas con preferencias hacia un modelo o diseño. Nuestra oferta irá más allá de lo convencional, proporcionando opciones variadas para satisfacer todos los gustos y necesidades.

- **Componentes y realización**

Llaveros a crochet:

***Materia prima: ***

- Hilo
- Fibra
- Aguja
- Pegamento
- Argolla

***Elaboración: ***

Se lo elabora tejiendo a mano el punto que se necesita para poder realizar ese modelo o diseño una vez este ya casi por finalizar se le coloca el relleno (fibra) , y se lo cierra para poder finalizar, si un caso fuera un diseño de un animal o un dibujo animado se necesita colocar los ojitos con el pegamento y para finalizar se le coloca la argolla para el llavero.

Capítulo2: ANÁLISIS INTERNO

- ✓ **Fortalezas del emprendimiento**

Las fortalezas de nuestro emprendimiento de llaveros a crochet podrían ser:

- **Producto:** Los llaveros tienen una ventaja sobre los otros productos, ya que son de un buen material y de buena calidad. Además, podemos ofrecer una gran variedad de diseños, lo que podría atraer a más clientes.

- **Distribución:** Una ventaja puede ser la distribución de los llaveros a crochet.

✓ **Debilidades del emprendimiento**

Las debilidades de nuestro emprendimiento de llaveros a crochet podrían ser:

- **Costos:** El costo del hilo, debido a la calidad que nos brinda.

- **Entrenamiento:** Para poder elaborar nuestros llaveros se necesita un mayor conocimiento sobre tejidos y habilidades.

✓ **Oportunidades del emprendimiento**

Las oportunidades de nuestro emprendimiento de llaveros a crochet podrían ser:

- **El crecimiento de la demanda:** El creciente interés por lo artesanal lo cual nos puede abrir nuevas oportunidades de mercado.

- **Nuevos mercados:** Los llaveros a crochet pueden tener potencial en mercados nuevos, como el mercado de los adolescentes y jóvenes.

✓ **Amenazas del emprendimiento**

Las amenazas de nuestro emprendimiento de llaveros a crochet podrían ser:

- **La competencia:** La competencia podría ser una amenaza si otros productos son más baratos, de mejor calidad.

- **Las cambiantes preferencias de los consumidores:** El interés por los llaveros puede cambiar con el tiempo, o incluso podría ser una tendencia pasajera.

2.1. Análisis FODA

FORTALEZAS: -Producto -Distribución	DEBILIDADES: -Costo -Entrenamiento
OPORTUNIDADES: -Crecimiento de la demanda -Nuevos mercados	AMENAZAS: -La competencia -Las cambiantes preferencias de los consumidores

La propuesta de valor del emprendimiento de llaveros a crochet podría ser algo como "ofrecer llaveros con buena calidad que satisfagan a los consumidores "

2.1.1. Estrategias

- **Como se diferencia de la competencia**

Nuestro emprendimiento de llaveros a crochet se diferenciaría de la competencia en varias maneras:

- Personalización.
- Diversidad de diseños.
- Materiales de alta calidad (hilos que sean duraderos y agradables al tacto).

- **Misión del emprendimiento**

"Nuestra misión es crear llaveros tejidos a crochet que no solo sean funcionales, sino que también transmitan creatividad y amor en cada puntada, únicos y personalizados para que cada cliente sienta la calidez y dedicación en cada pieza."

- **Visión del emprendimiento**

"Ser el principal emprendimiento de llaveros a crochet en el mercado, ofreciendo una amplia gama de diseños para responder a las diversas necesidades de nuestros clientes y

asegurando la calidad nuestro producto, soñamos con expandir nuestra marca a nivel nacional."

Capítulo 3: PLAN DE PRODUCCIÓN

3.1. Plan Operativo

3.1.1. Plan de producción u operación

- **Ubicación de la planta de producción**

La planta de producción o el lugar de servicio, se encontrará ubicado en el 3er. Anillo interno entre Av. Pirá y Av. Grigota a media cuadra de la Radial Catilla.

- **Principales procesos de producción**

- *Procesos de la materia prima*

- Selección de los materiales (hilos, agujas, accesorios)
- Preparación
- Proceso de crochetería
- Montaje (añadir el anillo, decoración)
- Acabado
- Empaque y presentación

Capítulo 4: PLAN DE MARKETING

4.1. Mercado Objetivo o Target

4.1.1. Estructura del producto

"El precio del llavero varía en función del tamaño de cada llavero que elija el cliente. El precio final se determinará cuando se conozcan las necesidades de cada cliente". Esa respuesta demuestra que estás dispuesto a adaptarte a las necesidades de los clientes, y eso seguro les va a gustar mucho.

4.1.2. Ofrecimiento del servicio

"Tejiendo momentos ofrece llaveros tejidos a crochet, nos especializamos en la creación de llaveros personalizados hechos a crochet, ideales para regalar o para tener un accesorio original que refleje tu estilo. Nuestros llaveros son elaborados con hilo de buena calidad, son duraderos y están disponibles en una variedad de colores y diseños.

4.1.3. Logros a largo plazo

- Ampliación de la línea de productos.
- Aumento de ventas y clientes.
- Colaboraciones y alianzas.
- Expansión a nuevos mercados.

4.2. Análisis del producto

4.2.1. Atributos con respecto al diseño

"Los llaveros tejidos a crochet se presentan en una envoltura de plástico transparente con diseño elegante y atractivo, lo que hace que sea una presentación a la vista de los clientes".

4.2.2. Descripción de la calidad

"Los llaveros tejidos a crochet de 'TEJIENDO MOMENTOS' se promociona como un producto que ofrece buena calidad, un producto en el que se puede confiar y que le dará una buena y agradable impresión".

4.2.3. Marca de producto o servicio

TEJIENDO MOMENTOS

4.2.4. Etiqueta del producto o servicio

Descubre la magia del crochet con nuestros exclusivos llaveros hechos a mano.

4.2.5. Empaque del producto o servicio

Bolsas de plástico transparente.

4.2.6. Cartera de productos o servicios

TEJIENDO MOMENTOS ofrecerá una amplia variedad de llaveros a crochet elaborados con cuidado y dedicación, con hilos y materiales de buena calidad".

4.2.7. Líneas de productos o servicios

TEJIENDO MOMENTOS ofrecerá diversos diseños, modelos y variedad de colores de llaveros tejidos a crochet.

4.3. Análisis de precio

4.3.1. Estrategias de precios

La estrategia del precio de acuerdo a la estrategia de aquel tipo de consumidor deseamos vender nuestro producto es haciendo llegar los llaveros de buena calidad y aún precio que sea accesible para el consumidor y fijarnos en el marketing haciendo llegar a través de canales de publicidad al cliente.

4.3.2. Precio basado en el valor

Fijamos el precio viendo la materia prima es decir más el costo de producción, llegando a un valor del producto final de 10bs el más pequeño. El precio varía dependiendo el tamaño del llavero.

4.3.3. Precio basado en el costo

El precio final de nuestros llaveros es de Bs.- 12.

COSTOS				
MATERIA PRIMA	PRECIO DOCENA bs	COSTO UNITARIO bs	COSTO POR MES bs	COSTO POR DIA
Hilo	15	1.25		
Fibra	10	0.84		
Aguja	7	0.59		

Argolla	8	0.67		
Luz		0.22	80	2.67
Agua		0.083	30	1
Wifi		1.14	50	1.67
Mano de obra	40	3.33		
TOTAL, POR UNIDAD		8.123		
UTILIDAD POR UNIDAD		3.877		
COSTO UNITARIO A LA VENTA		12		

4.3.4. Precio basado en la competencia

Viendo la competencia llegaríamos a tener el valor de que se venden los llaveros, para así poder llegar a un precio equilibrado, ni muy elevado, ni muy bajo. El precio de la competencia esta entre Bs.- 15,25 y 35 depende el tamaño, el mas barato es de unos 10 cm.

4.4. Análisis de la Promoción

4.4.1. Promoción del producto

Una forma de comunicar y promocionar el producto en Instagram sería a través de historias, publicaciones, anuncios y la incorporación de hashtags. Así, se podría mejorar la visibilidad del producto y llegar a un mayor número de personas".

"Para promocionar el producto en Facebook, se podría crear una página de la marca donde se compartirían contenidos, se harían publicaciones y podrían crearse anuncios a través de la herramienta de anuncios de Facebook. Así, se podría alcanzar a un público específico y crear una estrategia de marketing eficaz.

Para promocionar el producto en Tiktok, se podría crear una cuenta de la marca y compartir contenido con frecuencia, además de publicar anuncios dentro de la plataforma y

participar en tendencias y hashtags. De esta forma, se puede generar interacción y llegar a una audiencia joven.

4.4.2. Mezcla comunicacional o promocional del producto utilizado

Una estrategia de mezcla comunicacional para *TEJIENDO MOMENTOS* será utilizar redes sociales, publicidad, y participación.

4.4.3. Publicidad

"Los anuncios serán creados de manera única y creativa, con el fin de captar la atención de los potenciales clientes y hacerlos sentirse más atraídos hacia el producto. Estos anuncios pueden ser creados en formato de cortometraje, con animación, con personas en vivo o algo similar, para diferenciarse del resto de los anuncios en el mercado.

4.4.4. Promoción en ventas

TEJIENDO MOMENTOS podría tener promociones especiales, ofertas limitadas, cupones con descuento y cualquier otra forma de promoción que ayude a generar interés en el producto. Es importante hacerlo de forma seguida y regular, y así mantener una buena conexión con los clientes y sus necesidades.

4.4.5. Distribución del producto

Se lo distribuirá de a poco en el mercado (Como ser librerías que se encuentran en la calle centenario, también en librerías que se encuentren ubicadas fuera de colegios, tiendas de regalos, etc.).

4.4.6. Marketing directo

Atraves de catálogos, folletos, muestras, descuentos exclusivos.

4.4.7. Venta personal

Las ventas se realizarán de manera personal de parte de los propietarios del emprendimiento, para así brindar una excelente atención.

4.4.8. Eventos y Experiencias

Estaremos presentes en eventos y festivales, exposiciones o eventos culturales, presentando nuestro producto. Esto hará que el cliente conozca la variedad de diseños y modelos que ofrece nuestro emprendimiento *TEJIENDO MOMENTOS*.

También se ofrecerán descuentos, cupones y otras promociones para todos nuestros clientes.

4.4.9. Análisis de Plaza

4.4.10. Canal de distribución de los productos

Los llaveros van a ser distribuidos en todas las opciones de la lista, ya que este producto puede ser adquirido tanto en línea, en una tienda física, y también en otros comercios.

4.4.11. Canal Directo

Los clientes tendrán esa confianza con nosotros, gracias a la calidad de atención que recibirán al adquirir nuestros llaveros.

Capítulo 5: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal en el área de producción del producto

- **Producción:**

En el área de producción es decir en la elaboración de los llaveros solo se contará con una persona la cual se encargará de realizar el trabajo de tejer los llaveros a crochet.

- **Ventas y Marketing:**

Las demás 4 personas se encargarán de realizar las ventas, agendar los pedidos y realizar todo el trabajo de marketing, a través de las redes sociales, mediante llamativas publicaciones que cautiven a los clientes.

Capítulo 6: ESTUDIO JURIDICO FISCAL

6.1. Forma jurídica de la empresa

La forma jurídica que va a tomar nuestro emprendimiento es EL REGIMEN SIMPLIFICADO.

6.2. Razón de la forma jurídica de la empresa

Se eligió por las siguientes razones:

- Facilidad administrativa.
- Contabilidad simplificada.
- Menores sanciones.
- Facilidad para la inscripción.

6.3. Nombre de la empresa

TEJIENDO MOMENTOS

6.4. Número de socios y aportaciones

Son 5 socios:

- 5 socios cada uno con una aportación de 500 BS.

6.5. Obligaciones fiscales

Las principales obligaciones fiscales que deben cumplir las personas que pertenecen al Régimen Simplificado en Bolivia son las siguientes:

- Inscripción en el padrón municipal:
- Emisión de documentos tributarios.
- Pago de impuestos.
- Declaraciones mensuales.
- Llevanza de libros contables.
- Renovación de licencias.

- Cumplimiento de otras normativas locales.

Conclusiones

Luego de este extenso proceso de análisis y demostraciones que se han sometidos para este emprendimiento de negocio, podemos ahora resumir y compartir nuestros puntos de vista con respecto a la viabilidad y facilidad del mismo. Lo que implica identificar las necesidades principales y básicas de los clientes y adaptarlas a sus gustos. En la primera fase de este emprendimiento, recopilamos mucha de la información necesaria para reconocer la materia prima, el mercado y los costos en la cual queríamos innovar al mismo tiempo con nuestros llaveros.

El precio de venta es acorde al promedio del mercado y adecuado a los costos, lo cual nos permite mantener una posición competitiva en el mercado y una rápida inserción en el mismo. También no destacamos solo los conocimientos teóricos, sino que también valoramos la dinámica adquirida en la carrera, la investigación en la dicha materia correspondiente el trabajo en equipo y de llevar a cabo de nuestro emprendimiento a más éxito.

Recomendaciones

Nuestros productos necesariamente están ofreciendo llaveros tejidos a crochet realizados manualmente, lo cual es un emprendimiento divertido que se puede personalizar a gusto del cliente

Proponemos estrategias de marketing que destaquen lo artesanal, como promocionar lo personalizado, la calidad de los hilos y su contribución a un mundo más ecológico.

Damos por hecho brindar una gran experiencia al sugerir nuestros llaveros, brindar información clara sobre el producto.

ANEXOS





Bibliografía

- López, Ana.** (2018). *Crochet para principiantes: Manual completo de técnicas y patrones*. Editorial Tejer.
- González, María.** (2020). *Amigurumi y crochet: Crea tus propias figuras*. Ediciones Creativas.
- Tejiendo Perú.** (n.d.). *Instrucciones para hacer llaveros a crochet*. Recuperado de www.tejiendoperu.com
- CraftVision.** (2021). *Tutoriales de crochet: Llaveros originales*. Recuperado de www.craftvision.com
- Mendez, Laura.** (2022). *Cómo hacer llaveros de crochet - Tutorial paso a paso*. YouTube.
- Crochet con Estilo.** (2021). *Llaveros a crochet: Ideas y técnicas*. YouTube.
- El blog de Ana.** (2020). *Ideas creativas para llaveros en crochet*. Recuperado de www.elblogdeana.com.
- Foro de crocheteras.** (n.d.). *Compartiendo patrones de llaveros*. Recuperado de www.foro-crochet.com
- Funas Orellana, J. (2000). *El ABC de la contabilidad*. Cochabamba: Funes & Asociados XV.
- Ley 843. (2018). Ley de reforma tributaria. La Paz: U.P.S.