



EMPRENDIMIENTO (PLAN DE NEGOCIOS)



II-2025

EXPO

CIENCIA FACULTATIVA XV

NOMBRE DEL TEMA: EcoBags Design

NÚMERO DE GRUPO: 16 **TURNO DE PRESENTACIÓN:** Mañana

DOCENTE GUÍA: Rosa Lia Arandia Orellana

INTEGRANTES:

Daniela Orozco Martinez

Yair Brayan Copa Carbajal

Arianna Soliz Acho

Sofia Vallejos Ortiz

Jeidy Balderrama Lujan

**NÚMERO INTERNO
DE GRUPO:**

016

APOYAN:



Ph.D. Luis Alberto Méndez
DECANO



M.Sc. Miguel Sorich
VICE-DECANO



M.Sc. Gabriela Montenegro
DIR. DE INF. CONTROL DE GEST.



Ph.D. Piter Fernández
DIR. DE CONTADURÍA PÚBLICA

ABSTRACT

El presente plan de negocio desarrolla la propuesta de EcoBag Design, un emprendimiento boliviano que surge con el propósito de ofrecer una alternativa sostenible, creativa y funcional al uso de bolsas plásticas desechables. El proyecto se centra en la producción y personalización de tote bags ecológicas, elaboradas a partir de telas reutilizables y confeccionadas por talleres locales, para luego ser rediseñadas con arte y técnicas de pintura o estampado que reflejan originalidad, estilo y compromiso ambiental.

EcoBag Design busca posicionarse como una marca líder dentro del mercado de productos sostenibles y personalizados, respondiendo a una tendencia creciente de consumidores que valoran la moda ecológica, el consumo responsable y el diseño artesanal. Su propuesta se sustenta en tres pilares fundamentales: la sostenibilidad ambiental, la creatividad artística y el impacto social positivo mediante la colaboración con costureras y artesanos locales.

El análisis del entorno evidencia un contexto favorable para el desarrollo de este tipo de iniciativas, debido al incremento de la conciencia ambiental y las políticas que promueven la reducción del uso de plásticos en Bolivia. A su vez, el estudio de mercado identifica una demanda significativa entre jóvenes y adultos de 18 a 40 años, pertenecientes a un nivel socioeconómico medio y medio-alto, que buscan productos reutilizables, estéticos y de calidad.

En el ámbito financiero, EcoBag Design demuestra ser un proyecto viable y rentable, ya que sus costos de producción son accesibles y permiten obtener márgenes de ganancia sostenibles. El modelo de negocio también favorece la escalabilidad, pues se proyecta una expansión hacia una tienda física y la incorporación de nuevas líneas de productos ecológicos, como mochilas, estuches o accesorios sostenibles.

En conclusión, EcoBag Design representa una propuesta sólida e innovadora que integra valores ambientales, culturales y económicos, ofreciendo una alternativa responsable ante los problemas de contaminación y consumo excesivo. Su combinación de arte, sostenibilidad y compromiso social la posiciona como una marca con potencial de crecimiento y de contribución positiva al desarrollo de una conciencia ambiental en la sociedad.

Justificación

EcoBag Design surge como una iniciativa que responde a la creciente necesidad de reducir el uso de bolsas plásticas y fomentar alternativas sostenibles y funcionales. El proyecto combina moda, arte y sostenibilidad, mediante la elaboración de tote bags ecológicas personalizadas, ofreciendo productos duraderos, responsables con el medio ambiente y atractivos para los consumidores.

Además, promueve la colaboración con talleres y artesanos locales, generando un impacto económico positivo y fortaleciendo la economía circular en la comunidad. La propuesta de EcoBag Design no solo aborda una problemática ambiental actual, sino que también representa una oportunidad de negocio rentable, sustentada en un modelo de producción responsable y un concepto estético innovador.

Misión

La misión de EcoBag Design es ofrecer tote bags ecológicas únicas y personalizadas, elaboradas a partir de telas sostenibles que son confeccionadas por manos locales y luego rediseñadas artísticamente mediante pintura, estampado o bordado. Nuestro propósito es promover el uso de productos reutilizables, reduciendo la contaminación por plásticos y fomentando un consumo responsable, sin dejar de lado el estilo y la creatividad. Asimismo, buscamos generar un impacto positivo apoyando a la economía local y al trabajo artesanal mediante una producción responsable y consciente con el medio ambiente.

Visión

La visión de EcoBag Design es consolidarse como una marca líder en diseño y producción de tote bags ecológicas en Bolivia, reconocida por su estilo artístico, su compromiso con el medio ambiente y su aporte a la economía local. Aspiramos a expandir nuestras operaciones más allá del ámbito digital, estableciendo una tienda física propia donde los clientes puedan conocer, personalizar y adquirir nuestros productos de manera directa. A largo plazo, buscamos convertirnos en un referente nacional de moda sostenible, inspirando a otras marcas y consumidores a adoptar prácticas más conscientes, creativas y responsables con el planeta.

Objetivos del negocio

Objetivo General

Desarrollar un emprendimiento sostenible dedicado al diseño, confección tercerizada y personalización artística de tote bags ecológicas, contribuyendo a la reducción del uso de plásticos, impulsando la economía local y promoviendo la creatividad como medio de conciencia ambiental.

Objetivos específicos

1. Elaborar tote bags ecológicas a partir de telas sostenibles, mediante confección tercerizada y con un diseño artístico personalizado.
2. Promover el consumo responsable ofreciendo productos reutilizables que ayuden a reducir el uso de plásticos.
3. Fortalecer la identidad de la marca, destacando la creatividad, el arte y el compromiso ambiental de EcoBag Design.
4. Optimizar los costos de producción y establecer alianzas con talleres locales para mejorar la rentabilidad.
5. Ampliar la presencia en el mercado, participando en ferias, redes sociales y colaboraciones con emprendimientos afines.

Metodología del proyecto

El desarrollo del presente plan de negocio para EcoBag Design se basa en un enfoque empresarial y analítico, orientado a la planificación eficiente, la sostenibilidad y la validación del modelo de negocio. La metodología empleada combina técnicas de investigación de mercado, análisis estratégico y proyección económica, con el fin de construir una propuesta viable y coherente con la realidad del entorno.

El proyecto se desarrollará a través de las siguientes etapas:

1. Análisis externo: Evalúa el entorno donde se desarrollará el emprendimiento, identificando factores económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y políticos que influyen en el mercado.

2. Análisis interno: Examinará los recursos, capacidades, fortalezas y debilidades del emprendimiento.
3. Plan de Producción / Plan Operativo: Describe cómo se producen los tote bags, qué recursos se utilizan y cómo se organizan los procesos.
4. Plan de Marketing: Define las estrategias comerciales para posicionar y vender el producto.
5. Análisis Financiero: Evalúa la viabilidad económica y rentabilidad del proyecto.
6. Evaluación y conclusiones: se presentan las conclusiones generales del proyecto, destacando la viabilidad, los beneficios y los desafíos que enfrenta el emprendimiento

INDICE

1. ANÁLISIS EXTERNO	4
1.1. Estudio de Mercado	4
1.2. Descripción del producto	4
1.3. Análisis de la demanda	4
1.4. Análisis del entorno	4
1.5. Perfil de consumidores	5
1.6. Segmento de mercado	5
1.7. Análisis de competencia	6
2. ANÁLISIS INTERNO	6
2.1. Fortalezas identificadas	6
2.2. Debilidades identificadas	6
2.3. Análisis FODA	7
2.4. Ventaja competitiva o diferenciadora	7
2.5. Capacidad de producción, personalización y logística	7
2.6. Estrategias	8
2.6.1. Estrategia del producto	8
2.6.2. Estrategia de precios	8
2.6.3. Estrategia de distribución	8
2.6.4. Estrategia de crecimiento	8
3. PLAN DE PRODUCCIÓN	9
3.1. Localización del negocio	9
3.2. Ubicación de la producción	10
3.3. Procesos de Producción Principales	10
3.4. Costos de Producción	10
3.4.1. Costos directos de producción	10
3.4.2. Totales de producción	11
3.5 Capacidad y Programa de Producción	11
4. PLAN DE MARKETING	11
4.1. Estrategia de Precio	11
4.2. Estrategia de Plaza o Distribución	12
4.3. Estrategia de Promoción	12
4.4. Imagen (Logotipo)	12

5. ANÁLISIS FINANCIERO	13
5.1. Costo de Producción Unitario	13
1.2. Precio de venta	13
5.3. Margen de Ganancia	13
5.4. Punto de equilibrio	14
5.5. Proyección de Rentabilidad	14
5.6. Análisis y Consideraciones	14
6. EVALUACIÓN	15
7. CONCLUSIÓN	16
8. BIBLIOGRAFÍA	17
9. ANEXOS	18

Introducción

En la actualidad, el mundo enfrenta una crisis ambiental sin precedentes, derivada principalmente del uso indiscriminado de plásticos y materiales no biodegradables que contaminan los ecosistemas y amenazan la sostenibilidad del planeta. En respuesta a esta problemática, la sociedad ha comenzado a desarrollar una mayor conciencia ecológica, adoptando hábitos de consumo responsables y buscando productos sostenibles que contribuyan al cuidado del medio ambiente. En este contexto surge EcoBag Design, un emprendimiento enfocado en la elaboración y personalización de bolsas tote bag ecológicas, como una alternativa práctica y responsable frente al uso de bolsas plásticas desechables.

EcoBag Design nace con el propósito de ofrecer un producto que combine sostenibilidad, funcionalidad y estilo, dirigido tanto a consumidores individuales como a empresas y organizaciones comprometidas con la protección ambiental. A través de diseños personalizados, materiales duraderos y procesos de producción sostenibles, el emprendimiento busca fomentar el uso de productos reutilizables, contribuyendo así a la reducción del impacto ambiental.

El presente proyecto tiene como objetivo elaborar un plan de negocio que permita evaluar la viabilidad técnica, económica y comercial de EcoBag Design, identificando las oportunidades del mercado, los recursos disponibles y las estrategias necesarias para su implementación y crecimiento. Para ello, se desarrollan diversas etapas que abarcan desde el análisis del entorno y del mercado hasta la planificación operativa, el diseño de estrategias de marketing y la evaluación financiera.

En definitiva, este plan de negocio busca demostrar que EcoBag Design representa una oportunidad real de emprendimiento sostenible, capaz de generar impacto positivo en el medio ambiente y en la sociedad, al mismo tiempo que promueve una gestión eficiente de los recursos y una propuesta de valor diferenciada dentro del mercado local.

1. ANÁLISIS EXTERNO

El análisis externo permite comprender el entorno en el que se desarrollará el emprendimiento EcoBag Design, identificando los factores que influyen directa o indirectamente en su desempeño. Este estudio es fundamental para determinar las oportunidades y amenazas del contexto, así como para definir estrategias adecuadas que aseguren el crecimiento y sostenibilidad del negocio.

1.1. Estudio de Mercado

1.2. Descripción del producto

EcoBag Design ofrece tote bags ecológicas personalizadas, elaboradas con telas sostenibles y confeccionadas por talleres locales. Cada bolsa es rediseñada artísticamente, con estampados, pintura o bordados que la hacen única. Son resistentes, reutilizables y atractivas para consumidores que buscan estilo y responsabilidad ambiental.

1.3. Análisis de la demanda

La demanda de tote bags ecológicas y personalizables está en crecimiento sostenido, principalmente debido a tres factores:

1. **Conciencia ambiental:** Cada vez más personas buscan reducir el uso de bolsas plásticas y prefieren productos reutilizables que cuiden el medio ambiente.
2. **Tendencia de personalización:** Los consumidores buscan productos únicos que reflejen su estilo o sean un regalo original, por lo que la opción de personalizar las tote bags aumenta la atracción hacia el producto.
3. **Compras online:** El aumento de las compras por internet permite acceder a un público más amplio, especialmente jóvenes y adultos jóvenes que valoran la comodidad y la rapidez en las entregas.

1.4. Análisis del entorno

1. **Social:** Existe una creciente conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y la reducción del uso de plásticos, lo que incentiva la compra de productos sostenibles.

2. Económico: Los consumidores de nivel medio y medio-alto están dispuestos a pagar un precio adicional por productos ecológicos y personalizados.
3. Ambiental: La oferta de productos sostenibles, como las tote bags, contribuye a disminuir la contaminación por plásticos y fomenta hábitos responsables.

1.5. Perfil de consumidores

1. Edad: 18 a 35 años, principalmente universitarios y jóvenes profesionales.
2. Intereses: Moda sostenible, artículos originales, regalos personalizados.
3. Comportamiento de compra: Compran de manera frecuente por internet, buscan calidad y diseño, y están dispuestos a pagar un precio justo por productos sostenibles y personalizados.

1.6. Segmento de mercado

El emprendimiento EcoBag Design se dirige a consumidores conscientes del medio ambiente y a negocios comprometidos con la sostenibilidad. Este público busca alternativas ecológicas que les permitan reducir el uso de plásticos sin renunciar al estilo ni a la funcionalidad.

El mercado objetivo se puede dividir en tres segmentos principales:

Segmento	Edad / Perfil	Intereses / Preferencias	Comportamiento de compra
Jóvenes Universitarios	18 – 25 años	Moda sostenible, productos originales, personalización	Compran principalmente online, buscan diseño y estilo, uso personal o regalos
Profesionales	26 – 35 años	Moda sostenible, artículos únicos, calidad	Prefieren productos duraderos y personalizados, compran online, uso para trabajo o regalos
Público General Ecológico	18 – 35 años	Cuidado del medio ambiente, sostenibilidad, personalización	Compran online, buscan alternativas a bolsas plásticas, productos reutilizables y personalizados

1.7. Análisis de competencia

Competidor	Tipo	Fortalezas	Debilidades	Oportunidades para EcoBag Design
Tiendas online de accesorios ecológicos	Venta online de tote bags genéricas	Comodidad de compra online, presencia en redes	Diseños limitados, poca o ninguna personalización	Ofrecer personalización directa y diseños exclusivos
Artesanos y talleres locales	Producción artesanal	Productos únicos, enfoque artesanal	Alcance limitado, comercialización informal	Venta online y expansión del público objetivo joven
Empresas de regalos corporativos	Tote bags personalizadas para negocios	Experiencia en personalización de logos, enfoque B2B	No venden a consumidores individuales, productos menos estilizados	Ofrecer personalización también para consumidores finales y productos con estilo y sostenibilidad
Competencia general	Todas las anteriores	Variedad de productos en el mercado	Falta de integración de sostenibilidad + personalización + venta online	Diferenciarse uniendo sostenibilidad, personalización y venta virtual directa

2. ANÁLISIS INTERNO

2.1. Fortalezas identificadas

1. Personalización propia de cada tote bag, adaptándose a los gustos y necesidades del cliente.
2. Productos sostenibles que reemplazan las bolsas plásticas, alineados con la conciencia ambiental.
3. Flexibilidad en el modelo de producción mediante talleres externos, reduciendo inversión en maquinaria.
4. Venta virtual y presencia en redes sociales, facilitando alcance a un público amplio y joven.

2.2. Debilidades identificadas

1. Dependencia de terceros para la confección, lo que puede generar retrasos o inconsistencias en la calidad.
2. Alcance limitado actualmente a nivel local y virtual.

- Recursos financieros y humanos restringidos, lo que limita la inversión en publicidad y logística.

2.3. Análisis FODA

Fortalezas (F)	Oportunidades (O)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Personalización propia de cada tote bag. ▪ Productos sostenibles, ecológicos y alineados con la conciencia ambiental. ▪ Flexibilidad en producción mediante talleres externos. ▪ Venta online y presencia en redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creciente demanda de productos sostenibles. ▪ Tendencia de consumidores a preferir productos ecológicos y personalizables. ▪ Posibilidad de alianzas con empresas, ferias y eventos. ▪ Apoyo de políticas y campañas ambientales.
Debilidades (D)	Amenazas (A)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dependencia de terceros para confección. ▪ Alcance limitado actualmente a nivel local y virtual. ▪ Recursos financieros y humanos restringidos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competencia creciente en el mercado de tote bags ecológicas. ▪ Variaciones en los costos de materiales sostenibles. ▪ Riesgo de retrasos o problemas en talleres externos. ▪ Cambios en la preferencia del consumidor o tendencias de moda.

2.4. Ventaja competitiva o diferenciadora

EcoBag Design se diferencia por la combinación de sostenibilidad, personalización y diseño atractivo, ofreciendo productos únicos que reflejan identidad y compromiso ambiental. La flexibilidad en la producción y la atención personalizada permiten adaptarse rápidamente a las preferencias del mercado, lo que fortalece la posición competitiva frente a marcas similares.

2.5. Capacidad de producción, personalización y logística

- Producción: La compra de telas de calidad y la confección mediante talleres externos permite mantener flexibilidad y optimizar costos.
- Personalización: El equipo de EcoBag Design realiza el acabado final, estampados o bordados, asegurando productos únicos.

3. Logística: Venta online y entrega a domicilio, lo que permite alcanzar un público amplio sin necesidad de infraestructura física.
4. Control de calidad: Supervisión en cada etapa del proceso para garantizar consistencia y satisfacción del cliente.

2.6. Estrategias

Las estrategias de EcoBag Design buscan posicionar el producto en el mercado, aumentar la demanda y consolidar su propuesta de valor sostenible y personalizada. Se enfocan en producto, precio, distribución y promoción, así como en la expansión futura del negocio.

2.6.1. Estrategia del producto

1. Ofrecer tote bags ecológicas de alta calidad, durabilidad y diseños atractivos.
2. Personalización de los productos con estampados, bordados o colores según preferencia del cliente.
3. Innovación en estilos, tamaños y materiales sostenibles, adaptándose a tendencias de consumo.

2.6.2. Estrategia de precios

1. Establecer precios competitivos, acordes al valor ecológico y la personalización del producto.
2. Implementar descuentos por pedidos al por mayor, especialmente para empresas y eventos.
3. Mantener un margen de ganancia que permita sostenibilidad financiera sin afectar accesibilidad al cliente.

2.6.3. Estrategia de distribución

1. Venta a través de tienda online y redes sociales, alcanzando clientes locales y potencialmente nacionales.
2. Entregas a domicilio y envío a empresas o eventos según demanda.
3. Posible participación en ferias y exposiciones para aumentar visibilidad.

2.6.4. Estrategia de crecimiento

1. Ampliación de líneas de productos, incorporando nuevos diseños o materiales sostenibles.
2. Expansión hacia nuevos segmentos de clientes, como empresas grandes o cadenas de tiendas.

3. Desarrollo de alianzas estratégicas con talleres, diseñadores o eventos ecológicos para aumentar el alcance de la marca.

3. PLAN DE PRODUCCIÓN

EcoBag Design ofrece tote bags ecológicas y personalizables, elaboradas principalmente con lona cruda de algodón, un material resistente, duradero y 100% natural. Las tote bags son reutilizables, lo que contribuye a la reducción del consumo de bolsas plásticas y promueve hábitos sostenibles entre los consumidores.

Cada bolsa cuenta con un diseño funcional y estético, ideal para múltiples usos: compras, universidad, trabajo, regalos corporativos, kits promocionales en ferias o eventos. La tela de algodón crudo permite una excelente adhesión de estampados y bordados, facilitando la personalización con logotipos, mensajes ecológicos o diseños creativos, según las necesidades del cliente.

Los atributos del producto incluyen:

1. Durabilidad: Costuras reforzadas y material resistente para soportar cargas cotidianas.
2. Estilo: Diseños modernos, con variedad de colores y opciones de personalización.
3. Sostenibilidad: Material 100% natural y reutilizable, contribuyendo a la reducción de plásticos.
4. Flexibilidad: Disponible para clientes individuales, empresas y eventos, adaptándose a distintos tamaños y estilos de bolsa.

3.1. Localización del negocio

Actualmente, EcoBag Design opera como una tienda virtual, con ventas y atención a clientes a través de plataformas digitales y redes sociales. Esta modalidad permite llegar a un público amplio, optimizar costos y gestionar pedidos de manera flexible, sin necesidad de un local físico.

De manera proyectada a futuro, se contempla la apertura de un local físico en Santa Cruz, Bolivia, que funcionará como:

1. Tienda y showroom: para que los clientes puedan ver y probar los productos directamente.
2. Centro de personalización: espacio destinado al estampado, bordado y acabado final de los tote bags.
3. Área administrativa y logística: para gestionar pedidos, inventario y atención al cliente presencial.

3.2. Ubicación de la producción

La producción de EcoBag Design se realizará en Santa Cruz, Bolivia, aprovechando la cercanía con proveedores de tela de algodón crudo y talleres especializados en confección. La ubicación permite reducir costos de transporte, facilitar la supervisión de los procesos y agilizar la distribución hacia clientes locales y empresas.

3.3. Procesos de Producción Principales

1. Compra de materiales: Adquisición de lona cruda de algodón y accesorios necesarios.
2. Confección externa: Ensamblaje de las piezas en talleres confiables, supervisados por EcoBag Design.
3. Personalización: Estampado, bordado y acabado final realizados internamente para garantizar calidad y diseño único.

3.4. Costos de Producción

3.4.1. Costos directos de producción

Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Subtotal (bs)
Tela de lona algodón	Metro	0,5 cm	23,00	11,50
Confección externa	Unidad	1	3,00	3,00
Pinturas y materiales	Unidad	1	2,50	2,50
Total costo directo por unidad				17,00

- La tela: 0,5 m por tote bag (1 metro rinde 2 bolsas), $23 \div 2 = 11,50$ Bs por unidad.
- La confección externa: 3,00 Bs por bolsa.

- Pinturas y materiales: incluyen botes grandes de pintura y pinceles, sumando 3,50 Bs por unidad.

3.4.2. Totales de producción

El costo total de producción dependerá de la cantidad elaborada mensualmente. Por ejemplo:

Volumen de producción (unidades/mes)	Costo total (Bs)
50 unidades	850,00
75 unidades	1.275,00
100 unidades	1.700,00

3.5 Capacidad y Programa de Producción

La capacidad de producción se basa en la disponibilidad de talleres externos y en el proceso de personalización interna. Actualmente, EcoBag Design puede producir un promedio de 100 tote bags por mes, ajustando la cantidad según la demanda.

El programa de producción se organiza de forma mensual y por pedidos, priorizando encargos personalizados y lotes para eventos o empresas.

A medida que el emprendimiento crezca, se proyecta ampliar la capacidad mediante alianzas con más talleres y la incorporación de personal propio, garantizando una mayor eficiencia y cobertura de mercado.

4. PLAN DE MARKETING

4.1. Estrategia de Precio

El precio se determina considerando los costos de producción y el valor percibido por el cliente.

El precio de venta unitario es de 25 Bs, lo que permite un margen de ganancia del 47,06%.

La política de precios se mantendrá accesible y competitiva, buscando atraer tanto a consumidores individuales como a empresas que deseen realizar pedidos al por mayor.

Además, se prevén descuentos por volumen y promociones en fechas especiales (ferias, campañas ecológicas, días festivos).

4.2. Estrategia de Plaza o Distribución

Actualmente, EcoBag Design funciona como una tienda virtual, utilizando plataformas digitales como Instagram, Facebook, TikTok y WhatsApp Business para gestionar pedidos y coordinar entregas.

Los productos se entregan mediante envíos a domicilio dentro de Santa Cruz o mediante puntos de entrega acordados.

A futuro, se proyecta la apertura de un espacio físico donde los clientes puedan apreciar los diseños, realizar pedidos y recoger sus productos directamente.

4.3. Estrategia de Promoción

La promoción se centrará en estrategias digitales, destacando la estética ecológica y artesanal de los productos.

Se aplicarán las siguientes acciones:

1. Publicaciones constantes en redes sociales mostrando el proceso de personalización.
2. Campañas visuales enfocadas en la sostenibilidad y el estilo.
3. Participación en ferias locales y eventos ecológicos.
4. Colaboraciones con microinfluencers y emprendimientos sostenibles.
5. Promociones mensuales o sorteos para fidelizar a los clientes.

4.4. Imagen (Logotipo)



5. ANÁLISIS FINANCIERO

El análisis financiero de EcoBag Design permite evaluar la viabilidad económica del proyecto, determinar la rentabilidad esperada y proyectar los resultados de ventas de manera estratégica. Para ello, se consideran los costos de producción, el precio de venta sugerido y los costos fijos mensuales del negocio.

5.1. Costo de Producción Unitario

Cada tote bag se elabora a partir de materiales de alta calidad (lona cruda de algodón), con confección tercerizada y personalización artesanal mediante pintura y detalles personalizados, el costo directo unitario es de 17,00 Bs.

Este valor representa la base mínima necesaria para cubrir la producción de cada unidad sin incluir gastos indirectos, como transporte, publicidad o servicios generales.

1.2. Precio de venta

El precio de venta al público se establece en 25 Bs por tote bag, considerando:

1. Costos directos de producción.
2. Margen de ganancia razonable y competitivo.
3. Valor agregado percibido por los clientes debido a la personalización artesanal y materiales ecológicos.
4. Posicionamiento de la marca como producto sostenible y de calidad en el mercado de Santa Cruz y posibles pedidos corporativos.

5.3. Margen de Ganancia

Utilidad por unidad = $25 - 17 = 8$ Bs

Margen de ganancia = $\frac{8}{17} \times 100 \approx 47,06\%$

Esto indica que por cada tote bag vendida, EcoBag Design obtiene una utilidad neta de 8 Bs, lo cual representa un margen atractivo para un emprendimiento artesanal y sostenible.

5.4. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio determina cuántas unidades deben venderse para cubrir los costos fijos del negocio, considerando que EcoBag Design actualmente tiene costos fijos aproximados de 350 Bs mensuales (publicidad, transporte, internet, suministros menores).

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{350}{8} \approx 44 \text{ unidades}$$

Esto significa que a partir de la venta de 44 tote bags al mes, el negocio empieza a generar ganancias netas.

5.5. Proyección de Rentabilidad

Cantidad vendida (unidades)	Ingresos (Bs)	Costos totales (Bs)	Utilidad (Bs)
50 tote bags	1.250	850	400
75 tote bags	1.875	1.275	600
100 tote bags	2.500	1.700	800

Se observa que a medida que aumenta la cantidad de tote bags vendidas, la utilidad total se incrementa proporcionalmente, mostrando que EcoBag Design posee potencial de crecimiento y escalabilidad.

5.6. Análisis y Consideraciones

1. El precio de venta de 25 Bs permite mantener competitividad frente a otras alternativas ecológicas en el mercado.
2. El margen de ganancia del 47,06% asegura rentabilidad suficiente para cubrir costos variables y generar un excedente que pueda reinvertirse en publicidad, materiales o expansión de la marca.
3. Mantener la producción tercerizada y la personalización interna garantiza flexibilidad, eficiencia y control de calidad.
4. La empresa puede explorar estrategias de ventas al por mayor o corporativas, lo que reduciría el costo por unidad y aumentaría la rentabilidad global.

6.EVALUACIÓN

Tras el desarrollo integral del proyecto de EcoBag Design, se puede concluir que el emprendimiento presenta viabilidad económica, operativa y de mercado. La evaluación se realizó considerando los aspectos estratégicos, productivos, financieros y de marketing, y se destacan los siguientes puntos:

1. Viabilidad del producto: Los tote bags ecológicos, elaborados con lona cruda de algodón y personalización artesanal, satisfacen la demanda de consumidores conscientes del medio ambiente y empresas que buscan alternativas sostenibles.
2. Viabilidad financiera: Con un costo de producción unitario de 17 Bs y un precio de venta de 25 Bs, el negocio obtiene un margen de ganancia del 47,06%. El punto de equilibrio mensual se alcanza al vender 44 unidades, lo que demuestra que el proyecto es rentable incluso con una producción y venta moderadas.
3. Viabilidad operativa: La combinación de confección tercerizada y personalización interna permite mantener bajos costos fijos, optimizar tiempos de producción y garantizar la calidad del producto. Además, la estrategia de ventas virtuales facilita el alcance de un público amplio y proporciona flexibilidad en la gestión de pedidos.
4. Viabilidad de marketing y posicionamiento: La identidad de marca de EcoBag Design, enfocada en sostenibilidad, creatividad y calidad artesanal, permite diferenciarse en un mercado competitivo. Las estrategias de promoción digital, participación en ferias locales y alianzas con microemprendimientos refuerzan la visibilidad de la marca y atraen clientes potenciales.
5. Perspectivas de crecimiento: El emprendimiento tiene proyecciones de expansión mediante nuevas líneas de productos ecológicos, venta al por mayor y apertura futura de un local físico. Estas acciones aumentarán la capacidad de producción, fortalecerán la presencia de marca y diversificarán las fuentes de ingreso.

7.CONCLUSIÓN

EcoBag Design constituye un emprendimiento sostenible y rentable, enfocado en la producción y personalización de tote bags ecológicos de lona cruda de algodón. Su modelo de negocio combina confección tercerizada y personalización interna, garantizando eficiencia, flexibilidad y control de calidad en cada unidad.

El análisis financiero muestra que, con un costo de producción de 17 Bs y un precio de venta de 25 Bs, se obtiene una utilidad neta de 8 Bs por unidad y un margen de ganancia del 47%, alcanzando el punto de equilibrio con solo 44 unidades vendidas al mes.

La estrategia de marketing, basada en promoción digital, participación en ferias y diferenciación por diseño y sostenibilidad, permite posicionar la marca frente a consumidores conscientes y empresas interesadas en productos ecológicos. Además, el proyecto contempla perspectivas de crecimiento, incluyendo nuevas líneas de productos, ventas corporativas y la futura apertura de un local físico.

En conclusión, EcoBag Design es un emprendimiento viable, rentable y con potencial de expansión, que ofrece productos de calidad, personalizados y amigables con el medio ambiente, consolidándose como una alternativa confiable y atractiva en el mercado de Santa Cruz, Bolivia.

8. BIBLIOGRAFIA

- El Taller del Tote Bag. (s. f.). *¿Qué es el Tote Bag?* Taller del Tote Bag.
<https://tallerdeltotebag.es/blog/tote-bag/que-es-un-tote-bag/>
- Bou, G. (2025, 5 de noviembre). *El origen de la tote bag: de objeto práctico a icono de estilo y branding*. Moloon. https://www.moloon.es/blog/merchandising/origen-tote-bag/?srsltid=AfmBOor9pQboN6n2Y2SLh8aSv7vMfjqUMEfImbo0r3Ra_XFRb6tjSl
- CHARLES & KEITH. (s. f.). *La guía definitiva de los bolsos tote*.
<https://www.charleskeith.com/mx/guides/tote-bags.html>
- HT5 Store. (2025, 4 de junio). *Mejores telas para hacer Tote Bags y bolsas simples*.
<https://www.ht5.com.ar/blog/posts/mejores-telas-totebags-276b1827de67/> HT5 Store
- Sheedo Studio. (s. f.). *Tote Bag reciclada*. <https://sheedostudio.com/merchandising/regalos-ecologicos/tote-bag-reciclada/?srsltid=AfmBOooYglletVPIn5eYA-N9dEaacX897fq73RNKXFyCzdBkRg7zFFA>

9. ANEXOS



