INSTITUTO DE INVESTIGACION CIENTIFICA, CONTABLE Y FINANCIERA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, AUDITORIA SISTEMAS DE CONTROL Y GESTION Y FINANZAS
Universidad Autonoma Gabriel Rene Moreno

XVI FERIA FACULTATIVA

DE EMPRENDEDURISMO INNOVACION Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA

GRUPO N° 38

PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

NOMBRE DEL TEMA: _____

__Elaboracion de portacelulares personalizads de madera_____

_____

____ INTEGRANTES:

_Anahi Ramírez Torres

Sissibel Poiqui Rivero

Yenifer Rheichel Arteaga Rivero

Jhery Espinoza Tomicha

Pablo Ignacio Reche Ribera

DOCENTE GUÍA:

Rosa Lia Arandia Orellana

ORGANIZA:

APOYAN:

4. **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente plan de negocio describe la creación de una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de porta celulares personalizados elaborados con madera sustentable en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra. La empresa nace para responder a la creciente demanda de accesorios funcionales de escritorio y soporte digital, combinando la utilidad tecnológica con la estética orgánica y la personalización exclusiva.

Nuestra propuesta de valor radica en la transformación de madera de origen legal y residuos de carpintería local en soportes ergonómicos de alta calidad, grabados mediante tecnología láser con diseños, logotipos o nombres a solicitud del cliente. El mercado objetivo está compuesto por estudiantes universitarios, profesionales de oficina y empresas que buscan regalos corporativos ecológicos y diferenciados.

El impacto del negocio es triple: económico, al generar empleo e impulsar la manufactura local; social, al revalorizar el trabajo artesanal con un enfoque tecnológico; y ambiental, al utilizar insumos biodegradables y aplicar principios de economía circular. Financieramente, el proyecto requiere una inversión inicial moderada destinada principalmente a la adquisición de una máquina grabadora láser y herramientas de carpintería fina. Los análisis proyectan una rentabilidad esperada atractiva debido a los bajos costos de la materia prima y al alto valor percibido que otorga el componente de la personalización.

Nuestra propuesta de valor no solo resuelve la necesidad funcional de ergonomía y organización en espacios de estudio o trabajo (escritorios, oficinas), sino que transforma un objeto cotidiano en una pieza de diseño única mediante el mini torno y la caladora de banco (nombres, logotipos, frases o arte lineal). Al unir la calidez de la madera con la tecnología de personalización, ofrecemos un producto con alta carga estética, durabilidad y un fuerte propósito ecológico.

En resumen, nuestro emprendimiento consiste en fabricar y vender porta celulares y soportes de madera personalizados con el mini torno y la caladora de banco, utilizando como materia prima los retazos de madera que descartan las carpinterías de Santa Cruz. Con una inversión inicial de 7.000 Bs**,** el negocio es altamente viable porque tiene costos de materia prima bajísimos. Ofrece un margen de ganancia de más del 50% y atiende una demanda creciente de productos ecológicos y únicos, tanto para estudiantes y profesionales como para empresas.

5. INDICE

Contenido

6. INTRODUCCIÓN 1

7. PLAN DE NEGOCIO 2

7.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE NEGOCIO 2

7.1.1 Nombre del emprendimiento 2

7.1.2. Naturaleza del negocio 3

7.1.3 Misión 3

7.1.4 Visión 3

7.1.5 Objetivos Empresariales 3

7.2 ANÁLISIS DE MERCADO 4

7.2.1 Mercado Objetivo 4

7.2.2 Análisis de la demanda 4

7.2.3 Análisis de la competencia 5

7.2.4 Propuesta de valor 6

7.3 PLAN OPERATIVO 6

7.3.1 Producto o servicio 6

7.3.2 Procesos Operativos 7

7.3.3 Recursos Necesarios 7

7.3.4 Proveedores 8

7.3.5 Capacidad Operativa 8

7.4 PLAN DE MARKETING 8

7.4.1 Estrategia de Producto 8

7.4.2 Estrategia de Precio 9

7.4.3 Estrategia de Promoción 9

7.4.4 Estrategia de Distribución 10

7.5 PLAN ORGANIZACIONAL 10

7.5.1 Estructura Organizacional 10

7.5.2 Recursos Humanos 10

7.5.3 Cultura Organizacional 11

7.6 PLAN FINANCIERO 11

7.6.1 Inversión Inicial 11

7.6.2 Costos y Gastos 13

7.6.3 Proyección de Ingresos 15
7.6.4 Estados financieros básicos 17
7.6.5 Indicadores Financieros 21
7.7 ANÁLISIS FODA 21
7.8 ANÁLISIS DE RIESGOS 23
7.9 ESTUDIO JURÍDICO Y LEGAL 24
7.10 IMPACTO DEL NEGOCIO 25
8. CONCLUSIONES 26
9. RECOMENDACIONES 26
10. BIBLIOGRAFÍA 28
11. ANEXOS 29

6. INTRODUCCIÓN

Antecedentes del proyecto

El uso de los teléfonos se ha vuelto indispensable en el día a día, tanto para actividades educativas como laborales. Esto ha generado la necesidad de contar con accesorios que mejoren la ergonomía del usuario en escritorios y estaciones de trabajo. Históricamente, el mercado ha estado inundado de soportes plásticos de baja durabilidad y nulo valor estético. Este proyecto propone rescatar la calidez de la madera local para crear una alternativa elegante y duradera.

importancia del emprendimiento

La relevancia de "Eco-Stand Customs" reside en su capacidad para demostrar que la artesanía en madera y la tecnología de precisión pueden coexistir en un modelo de negocio rentable, escalable y respetuoso con el entorno. En el contexto macroeconómico regional, el proyecto impulsa la economía circular al dar un segundo uso a retazos de maderas nobles que las grandes barracas y mueblerías descartan por sus dimensiones reducidas, transformándolos en bienes de alto valor agregado a través del diseño estructurado. Asimismo, promueve la identidad local mediante la oferta de un producto hecho en Bolivia que puede ser personalizado con iconografías, nombres y elementos culturales propios de nuestra región.

Contexto del mercado

El consumidor contemporáneo ha dejado de priorizar los productos genéricos y masivos de plástico. Existe una fuerte tendencia orientada hacia la compra de artículos que aporten valor estético y calidez a los espacios personales. El diseño de interiores y la organización de escritorios bajo conceptos minimalistas han posicionado a la madera como el material preferido por su elegancia, durabilidad y exclusividad visual.

El mercado cruceño muestra una madurez significativa respecto al cuidado del medio ambiente. Los compradores, especialmente las generaciones más jóvenes, eligen activamente apoyar a emprendimientos locales que demuestren prácticas de economía circular y reducción de huella de

carbono. Un producto que utiliza maderas sustentables o residuos industriales de carpintería responde directamente a esta demanda de consumo ético y responsable.

Con la consolidación definitiva del teletrabajo, las clases híbridas y el consumo masivo de contenido multimedia en redes sociales (como TikTok e Instagram), el teléfono se ha convertido en la pantalla principal de uso diario. Esto genera una necesidad ergonómica insatisfecha: los usuarios requieren soportes estables, cómodos y funcionales que les permitan interactuar con sus dispositivos con las manos libres en sus estaciones de trabajo o estudio.

Justificación del negocio

Justificación Técnica: La madera es un material resistente, fácil de moldear y con excelentes propiedades estéticas. El proceso productivo no requiere infraestructuras industriales masivas.

Justificación Económica: Existe un amplio margen de ganancia entre el costo de la materia prima (madera/retazos) y el precio final de un artículo personalizado y de diseño exclusivo.

Justificación Ambiental: El proyecto disminuye la demanda de plásticos de un solo uso en las oficinas y genera fuentes de empleo directo e indirecto en los sectores de carpintería y diseño gráfico digital en la ciudad. Se mitiga el impacto ecológico al utilizar maderas de reforestación o saldos de barracas locales, reduciendo la huella de carbono.

Objetivo General del Plan

Desarrollar un plan de negocio técnica y financieramente viable para la producción y comercialización de porta celulares personalizados de madera, logrando un posicionamiento sólido en el mercado cruceño durante su primer año de ejecución.

7. PLAN DE NEGOCIO

7.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE NEGOCIO

7.1.1 Nombre del emprendimiento

El nombre comercial del proyecto es **Eco Stand Customs**.

7.1.2. Naturaleza del negocio

Qué hace la empresa: Es un emprendimiento de triple impacto dedicado al diseño, fabricación y comercialización de soportes y porta celulares ergonómicos de alta calidad utilizando madera recuperada.

Qué vende: Vende porta celulares ecológicos y personalizados mediante tecnología de grabado del mini torno, adaptados a las necesidades estéticas e identitarias de cada cliente.

Cómo genera ingresos: El modelo de generación de ingresos se basa en la venta directa al consumidor final a través de canales digitales y la venta corporativa por volumen a empresas e instituciones que buscan regalos empresariales con identidad sostenible.

Qué necesidad satisface: Satisface la necesidad de organización, comodidad y salud ocupacional (ergonomía) de estudiantes y profesionales que pasan largas jornadas frente a pantallas móviles, al mismo tiempo que atiende la creciente demanda de productos de consumo responsable que mitigan el uso de plásticos tradicionales.

7.1.3 Misión

Transformar residuos madereros locales en soluciones ergonómicas y tecnológicas de alto valor estético, ofreciendo productos personalizados de alta precisión mediante tecnologías limpias, promoviendo el consumo responsable y el desarrollo sostenible en la región de Santa Cruz.

7.1.4 Visión

Consolidarse para el año 2029 como la empresa líder en el mercado cruceño de accesorios de escritorio sostenibles y personalizados, reconocida por su innovación operativa, residuo cero y por ser un modelo referente de emprendimiento juvenil de triple impacto en Bolivia.

7.1.5 Objetivos Empresariales

Objetivo general: Diseñar e implementar un plan de negocio viable y sostenible para la producción y comercialización de porta celulares ecológicos y personalizados en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, alcanzando la rentabilidad operativa dentro del primer semestre de ejecución.

Objetivos específicos:

- Establecer alianzas estratégicas con al menos tres carpinterías o barracas locales para el suministro continuo de retazos de maderas finas recuperadas.
- Alcanzar un estándar operativo que permita fabricar y personalizar cada pieza en un tiempo menor a 24 horas desde la confirmación del pedido.
- Desarrollar una estrategia de marketing digital enfocada en formatos audiovisuales cortos que capte una base inicial de 500 clientes activos en los primeros tres meses.
- Recuperar la inversión inicial de 7,000 Bs. mediante una gestión eficiente de los costos variables y un flujo de caja optimizado.

7.2 ANÁLISIS DE MERCADO

7.2.1 Mercado Objetivo

Segmento de clientes: Hombres y mujeres de 18 a 45 años, residentes en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, pertenecientes a los niveles socioeconómicos medio y medio-alto.

Perfil del consumidor: Estudiantes universitarios, profesionales independientes, freelancers y trabajadores de oficina (home office o presencial) que utilizan de manera intensiva sus dispositivos móviles y valoran el orden de su espacio de trabajo. Poseen una alta afinidad por productos personalizados, estéticos y ecológicos.

Hábitos de consumo y comportamiento: Son usuarios activos de redes sociales (principalmente TikTok e Instagram), realizan consultas y compras mediante plataformas digitales, prefieren transacciones rápidas (pagos por código QR) y buscan activamente marcas locales con propósito ambiental o historias auténticas de emprendimiento.

7.2.2 Análisis de la demanda

Tamaño del mercado y crecimiento esperado: La población de Santa Cruz de la Sierra cuenta con una de las densidades de estudiantes universitarios y jóvenes profesionales más altas de Bolivia. El crecimiento del trabajo remoto, la educación virtual y el uso de dispositivos móviles incrementan anualmente la demanda de accesorios ergonómicos de escritorio.

Necesidades del cliente: El mercado requiere soportes estables, duraderos y estéticos que eviten la fatiga cervical, que no dañen sus teléfonos con caídas accidentales y que sirvan como un elemento decorativo que refleje su personalidad o la identidad de su marca corporativa.

Tendencias del consumo: Existe una tendencia decreciente hacia el consumo de plásticos desechables e importados sin valor agregado, abriendo paso a la adquisición de productos hechos de materiales nobles (como la madera), de origen local, artesanales y que garanticen una baja huella de carbono.

7.2.3 Análisis de la competencia

Competidores directos: Talleres locales de grabado caladoras de banco y tiendas de regalos artesanales en Santa Cruz.

Debilidades: No están especializados en accesorios ergonómicos; sus diseños suelen ser rústicos o estándar sin un enfoque de marca ecológica, y sus tiempos de respuesta para pedidos minoristas suelen ser lentos.

Fortalezas: Cuentan con maquinaria propia instalada y un posicionamiento previo en el rubro de la publicidad o carpintería general.

Competidores indirectos: Importadoras de accesorios tecnológicos, tiendas de artículos de escritorio plásticos o metálicos chinos de bajo costo (como los distribuidos en los mercados populares o grandes cadenas comerciales).

Debilidades: Productos de plástico contaminantes, frágiles, idénticos (sin opción a personalización) y sin identidad local.

Fortalezas: Precios extremadamente bajos debido a la producción masiva internacional y disponibilidad inmediata en stock físico.

Estrategia de diferenciación de Eco Stand Customs: Especialización absoluta en el nicho de accesorios sostenibles, personalización masiva e individual al instante mediante el mini torno preciso,

velocidad de entrega y una narrativa sólida de triple impacto fundada en el aprovechamiento de materiales recuperados.

7.2.4 Propuesta de valor

Eco Stand Customs ofrece porta celulares ergonómicos de madera recuperada fina que combinan a la perfección la calidez de la naturaleza con la precisión del grabado tecnológico digital. Brindamos una solución estética y saludable para el espacio de trabajo que permite al cliente plasmar su identidad única (nombres, logotipos o frases personalizadas) mediante un proceso de compra digital, rápido y transparente, apoyando activamente a la reducción de residuos plásticos y al desarrollo de la economía circular cruceña.

7.3 PLAN OPERATIVO

7.3.1 Producto o servicio

Características y diseño: Porta celulares fabricados en madera fina seleccionada y recuperada, pulida con acabados de alta tersura y protegidos con barnices ecológicos no tóxicos. Tienen un ángulo de inclinación optimizado ergonómicamente para videollamadas, lectura de notificaciones y visualización de contenido multimedia sin forzar la postura del cuello. Cuenta con ranuras estratégicas para conectar el cable del cargador mientras el teléfono está en soporte.

Calidad y presentación: Acabado homogéneo sin astillas, con un ensamble sólido de alta definición que no se borra con el tiempo. Se entregan en un empaque minimalista de cartón reciclado que incluye un código QR con recomendaciones ergonómicas.

Líneas de productos:

Línea Esencial: Soporte monobloque estándar con grabado de nombre simple.

Línea Premium: Modelos multifuncionales fabricados en maderas nobles (como cedro o tajibo), con espacio adicional para bolígrafos, llaves o tarjetas de presentación.

Línea Corporativa: Lotes masivos personalizados con la identidad visual e institucional de empresas asociadas.

7.3.2 Procesos Operativos

El flujo de operaciones de la empresa está estandarizado para maximizar el uso de los recursos:

Abastecimiento: Recolección y selección de retazos de madera fina de las carpinterías aliadas.

Preparación de la materia prima: Dimensionado básico, cepillado y lijado inicial de los bloques de madera.

Diseño Digital: Recepción del pedido personalizado a través de los canales digitales y adaptación del vector gráfico en el software de diseño.

Maquinado y caladora de banco: Envío del diseño a la máquina de caladora de banco de precisión para realizar el corte de la estructura y el grabado del diseño personalizado.

Acabado y Control de Calidad: Lijado fino de bordes, aplicación del barniz protector ecológico y verificación de estándares de calidad.

Empaque y Despacho: Colocación del producto en su caja de cartón reciclado y gestión de la entrega mediante el servicio de delivery.

7.3.3 Recursos Necesarios

Maquinaria y Tecnología: Software de diseño vectorial, computadora de procesamiento intermedio y acceso/uso de máquina cortadora y del mini torno de precisión (inicialmente tercerizada bajo convenio de prioridad operativa).

Herramientas e Infraestructura: Lijadora orbital manual, cepillos de carpintería, sargentos de sujeción, taller de ensamble/acabado y área de almacenamiento seco para maderas.

Materiales e Insumos: Retazos de madera fina recuperada, lijas de diferentes granos, barnices de base acuosa, pegamento industrial para madera y empaques de cartón reciclado.

7.3.4 Proveedores

Proveedores de materias primas: Talleres de carpintería artesanal y barracas de distribución maderera ubicadas en zonas estratégicas de Santa Cruz de la Sierra (como la zona del Parque Industrial o el Plan Tres Mil), quienes suministran los retazos que descartan de sus producciones mayores.

Proveedores de servicios tecnológicos: Talleres de coladora de banco locales con los que se establecen alianzas de tarifas preferenciales por volumen de producción constante.

Alianzas estratégicas: Convenios de colaboración con microempresas de distribución y delivery local para garantizar entregas rápidas a un costo fijo accesible en toda la ciudad.

7.3.5 Capacidad Operativa

Capacidad de producción: Con la estructura actual semi-industrial, la empresa tiene una capacidad instalada para procesar, grabar y dar acabado a un promedio de 15 a 20 porta celulares diarios operando a un solo turno.

Cantidad estimada de ventas y crecimiento esperado: Se proyecta iniciar con una venta promedio de 80 a 100 unidades mensuales durante el primer trimestre, estimando un incremento del 20% trimestral apalancado por las campañas corporativas y las épocas de alta demanda (como el día de la madre, del padre o fin de año).

7.4 PLAN DE MARKETING

7.4.1 Estrategia de Producto

El producto principal son soportes ergonómicos de madera, diseñados con un canal de soporte universal apto para cualquier modelo de smartphone (con o sin carcasa protegida) y una hendidura central para conectar el cable de carga.

Atributos y Calidad: Resistencia al vuelco gracias a un centro de gravedad calculado, maderas secas tratadas contra polillas, y bordes redondeados con suavidad táctil.

Marca: El logotipo de Eco Stan Customs se grabará de forma sutil e imperceptible en la base inferior del producto como sello de autenticidad.

Empaque: Se entregarán envueltos en papel de seda dentro de cajas de cartón, amarradas con un cordón de yute y una etiqueta colgante personalizable.

Valor Agregado: El cliente tiene total libertad de elegir el diseño, tipografía o vector que se grabará mediante láser en el frontal del soporte, convirtiendo cada compra en un objeto único e irrepetible.

7.4.2 Estrategia de Precio

La fijación de precios se basa en el método de costo más un margen de utilidad esperado, validado mediante un análisis comparativo con los precios del mercado local:

- **Línea Eco-MDF:** Bs 35 (Enfocado en volumen y estudiantes).
- **Línea Madera Pino:** Bs 60 (Precio estándar y accesible).
- **Línea Premium (Tajibo/Cedro):** Bs 120 (Dirigido al mercado corporativo y ejecutivos).

Se manejarán descuentos por volumen para el sector corporativo a partir de las 25 unidades (ej. 15% de descuento en el total de la orden) para incentivar compras corporativas masivas.

7.4.3 Estrategia de Promoción

Marketing Digital y Redes Sociales: La principal ventana serán las plataformas visuales de Instagram y TikTok. Se crearán videos en formato Reels y TikToks mostrando el proceso de grabado láser en tiempo real (contenido altamente viral y satisfactorio de ver).

Publicidad Pagada (Meta Ads): Campañas segmentadas geográficamente en Santa Cruz de la Sierra, dirigidas a personas con intereses en tecnología, diseño de interiores, organización y fechas especiales (Día del Padre, Navidad, etc.).

Alianzas Comerciales: Colaboración con influencers locales enfocados en productividad, organización de espacios y tecnología, enviándoles soportes personalizados a cambio de menciones en sus perfiles de redes sociales.

7.4.4 Estrategia de Distribución

Canales de Venta Directa: Tienda virtual en Instagram y catálogo automatizado en WhatsApp Business.

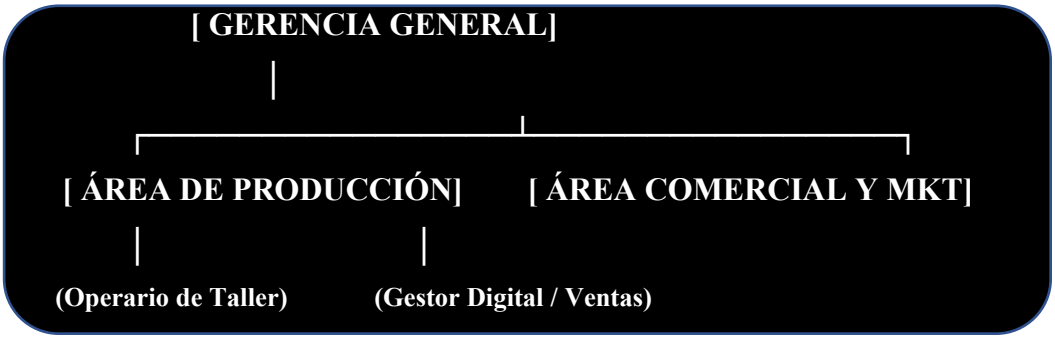
Distribución Física: Al no contar con una tienda física propia en el primer año para reducir costos fijos, se participará en ferias artesanales e innovadoras organizadas en la ciudad (como las ferias de la UAGRM o ferias de emprendedores locales).

Delivery y Envío: Entregas en toda el área metropolitana de Santa Cruz mediante servicios de mensajería express tercerizados (pedidos ya, contratistas independientes), con costos a cargo del comprador o gratis por compras mayores a dos unidades.

7.5 PLAN ORGANIZACIONAL

7.5.1 Estructura Organizacional

Para el arranque del negocio, se opta por una estructura lineal y funcional, sumamente ágil, diseñada para optimizar los recursos humanos iniciales y delimitar responsabilidades claras.



7.5.2 Recursos Humanos

El equipo inicial estará conformado por tres puestos clave, los cuales podrán ser cubiertos por los mismos socios fundadores del proyecto universitario:

Gerente General (1): Responsable de la planificación estratégica, control de finanzas, compras de materia prima mayorista y alianzas institucionales o corporativas.

Perfil requerido: Estudiante o profesional de Ciencias Contables, Administración o Finanzas.

Operario de Producción y Taller (1): Encargado del corte de madera, maquinado, operación del mini torno, lijado, acabados y empaquetado final.

Perfil requerido: Habilidad manual, atención al detalle y manejo básico de software informático (para enviar los diseños a la caladora de banco).

Encargado de Marketing y Ventas (1): responsable de la creación de contenido para redes sociales, atención al cliente por WhatsApp, gestión de pasarelas de pago y coordinación de despachos con los deliverys.

Perfil requerido: Creatividad, fluidez comunicativa y conocimiento de redes sociales.

7.5.3 Cultura Organizacional

Valores Empresariales: Sostenibilidad ambiental, puntualidad en las entregas, honestidad en los materiales y pasión por el detalle artesanal.

Ambiente Laboral: Fomento de la proactividad y la innovación constante. Al ser un equipo pequeño, se prioriza la comunicación abierta y horizontal para resolver problemas técnicos en el taller o retrasos comerciales de manera inmediata.

7.6 PLAN FINANCIRO

7.6.1 Inversión Inicial

Para cuantificar de manera exacta los recursos monetarios requeridos para iniciar las operaciones de Eco-Stand Customs, se ha estructurado el presupuesto de inversión inicial dividido en Activos Fijos (Tangibles), Activos Diferidos (Intangibles) y el Capital de Trabajo necesario para cubrir los primeros ciclos de caja.

Categoría	Ítem / Descripción	Cantidad	Costo (Bs.)	Subtotal (Bs.)
1. EQUIPOS Y HERRAMIENTAS				**2.200**
	Mini Torno / Mototool (Grabados)	1	700	
	Caladora de Banco (Cortes)	1	800	
	Kit de Herramientas (Lijas, prensas, brocas)	Global	400	
	Barnizadora / Pistola de pintar pequeña	1	300	
2. MARKETING Y DIFERIDOS				**800**
	Diseño de Logotipo y Branding	Global	300	
	Publicidad de Lanzamiento (Facebook/TikTok)	Global	500	
3. CAPITAL DE TRABAJO				**4.000**
	Materia Prima Inicial (Madera mara/cedro, pegamento)	Global	1.000	

Categoría	Ítem / Descripción	Cantidad	Costo (Bs.)	Subtotal (Bs.)
	Efectivo en Caja (Para cubrir alquiler/servicios Mes 1)	Global	3.000	
TOTAL INVERSIÓN INICIAL				**7.000 Bs.**

7.6.2 Costos y Gastos

Costos Fijos Mensuales (Gastos de Operativos + Administración)

TOTAL, COSTO FIJO MENSUAL: 1000.00 Bs.

Costos Variables Unitarios (Costo de Producción por un Porta celulares)

* Materia Prima Directa (Madera cubicada por pieza):	4.50 Bs
* Insumos de Lijado y Barniz Ecológico:	2.50 Bs
* Energía Eléctrica Consumida (Láser y Caladora por 15 min):	1.00 Bs
* Empaque Kraft Minimalista y Tarjeta de Cuidado:	3.00 Bs
* Comisión/Margen de Distribución o Delivery prorrateado:	4.00 Bs
Total, Costo Variable Unitario:	**15.00 Bs**

Gastos Administrativos

Son los gastos necesarios para que el emprendimiento funcione legal, estratégica y financieramente, sin importar si ese mes se lijó una madera o no.

Sueldo de Gestión / Administración:	400 Bs./mes
Servicios de Telecomunicaciones (Internet y Línea Corporativa):	100 Bs./mes
Papelería y Oficina:	50 Bs./mes
Total, Gastos Administrativos:	**550Bs. Al mes**

Gastos Operativos

Son los gastos vinculados directamente al mantenimiento del espacio de trabajo, el funcionamiento de la maquinaria y el esfuerzo constante por atraer clientes.

Energía Eléctrica y Agua (Servicios Básicos del Taller):	150 Bs./mes
Mantenimiento Preventivo de Maquinaria:	100 Bs./mes
Marketing y Publicidad (Gasto de Ventas):	150 Bs./mes
Transporte y Logística Interna:	50 Bs./mes
Total, Gastos Operativos/Comerciales:	**450Bs. Al mes.**

7.6.3 Proyección de Ingresos

Mes	Unidades Vendidas	Ingresos Totales (Bs.)	Costos Variables (Bs.)	Gastos Fijos (Bs.)	Utilidad Neta (Bs.)
Mes 1	60	2.700	900	1.000	**800**
Mes 2	45	2.025	675	1.000	**350**
Mes 3	47	2.115	705	1.000	**410**
Mes 4	50	2.250	750	1.000	**500**
Mes 5	52	2.340	780	1.000	**560**
Mes 6	55	2.475	825	1.000	**650**
Mes 7	57	2.565	871	1.000	**694**
Mes 8	60	2.700	900	1.000	**800**
Mes 9	63	2.835	945	1.000	**890**

Mes	Unidades Vendidas	Ingresos Totales (Bs.)	Costos Variables (Bs.)	Gastos Fijos (Bs.)	Utilidad Neta (Bs.)
Mes 10	66	2.970	990	1.000	**980**
Mes 11	70	3.150	1.050	1.000	**1.100**
Mes 12 (Fin de Año)	78	3.510	1.170	1.000	**1.340**

Resumen de la proyección Anual

Al consolidar los 12 meses de operación, el panorama anual de tu emprendimiento muestra números muy saludables para un proyecto a escala universitaria:

- Volumen Total Vendido: 703 porta celulares al año (un promedio de 2 unidades al día).
- Ingresos Brutos Anuales: 31.635 Bs.
- Costos Variables Totales: 10.566 Bs.
- Gastos Fijos Anuales: 12.000 Bs.
- UTILIDAD NETA ANUAL: 9.069 Bs.

7.6.4 Estados financieros básicos

BALANCE GENERAL.

ACTIVO	**Bs.**	**PASIVO Y PATRIMONIO**	**Bs.**
Activo Corriente		**Pasivo**	
Caja / Bancos	3.000	Pasivo Corto Plazo	0
Inventario Materia Prima	1.000	**Total, Pasivo**	**0**
Activo No Corriente			
Herramientas y Equipos	2.200	**Patrimonio**	
Activos Intangibles (Marketing/Marca)	800	Capital Social (Tu Inversión)	7.000
TOTAL, ACTIVO	**7.000**	**TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO**	**7.000**

ESTADO DE RESULTADO

Mantenemos la meta de 480 unidades anuales a 45 Bs. para ver la ganancia.

Cuenta Financiera	**Valor en Bolivianos (Bs.)**	**Cálculo / Notas**
Ingresos por Ventas	**21.600 Bs.**	(480 unidades × 45 Bs.)
(-) Costos de Producción (Variables)	(7.200 Bs.)	(480 unidades × 15 Bs.)
Margen de Contribución Bruto	**14.400 Bs.**	Ventas menos Costos Variables
(-) Gastos Operativos y Adm. (Fijos)	(12.000 Bs.)	(1.000 Bs. mensuales × 12 meses)
Utilidad Antes de Impuestos (UAI)	**2.400 Bs.**	Margen menos Gastos Fijos
(-) IUE (Impuesto a las Utlidades - 25%)	(600 Bs.)	*Normativa de Bolivia*

Cuenta Financiera	Valor en Bolivianos (Bs.)	Cálculo / Notas
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	**1.800 Bs.**	Tu ganancia limpia al año

FLUJO DE CAJA

Concepto / Cuenta	Año 0 (Inicio)	Año 1 (Proyectado)
INGRESOS DE EFECTIVO		
(+) Aporte de Capital (Inversión Inicial)	7.000	0
(+) Ingresos por Ventas	0	21.600
Total, Ingresos de Efectivo	**7.000**	**21.600**
EGRESOS DE EFECTIVO		
(-) Compra de Equipos y Herramientas	(2.200)	0

Concepto / Cuenta	**Año 0 (Inicio)**	**Año 1 (Proyectado)**
(-) Gastos de Marketing y Marca	(800)	0
(-) Compra de Materia Prima / Inventario Inicial	(1.000)	(7.200)
(-) Gastos Operativos y Administrativos	0	(12.000)
(-) Pago de Impuestos (IUE)	0	(600)
Total, Egresos de Efectivo	**(4.000)**	**(19.800)**
FLUJO NETO DEL PERIODO	**3.000**	**1.800**
(+) Saldo Inicial de Caja	0	3.000
SALDO FINAL DE CAJA (Efectivo Disponible)	**3.000**	**4.800**

7.6.5 Indicadores Financieros

 Punto de Equilibrio (34 unidades): Es nuestra meta operativa mensual. A partir de la venta número 35, cada porta celular contribuye a la utilidad neta. Es un objetivo alcanzable mediante las estrategias de marketing digital propuestas.

 Periodo de Recuperación (3,9 años): El proyecto recupera el capital invertido (7.000 Bs.) en casi 4 años. Nota estratégica: Este tiempo puede reducirse drásticamente si, a partir del segundo año Eco Stand Customs incrementa sus ventas un 20% anual o diversifica su catálogo de productos.

 VAN y TIR: El VAN ligeramente negativo (-966 Bs.) bajo una tasa de descuento alta del 15% nos indica que, con el escenario actual y conservador, el proyecto requiere un pequeño impulso de ventas o optimización de costos para ser altamente rentable.

La TIR del 9% es positiva. Esto demuestra que el proyecto es capaz de cubrir sus propios costos y generar un excedente, lo que valida su viabilidad técnica.

 Rentabilidad (ROI) del 25,7%: Este es el indicador más fuerte para la presentación. Significa que, por cada 100 Bs. invertidos en Eco Stand Customs, el negocio genera 25,70 Bs. de utilidad neta en el primer año. Es una rentabilidad superior a la de una cuenta de ahorro bancaria promedio en Bolivia, lo que justifica el riesgo del emprendimiento.

7.7 ANÁLISIS FODA

Fortalezas

Diseño único y personalizado: Capacidad de adaptar el producto al gusto del cliente (grabados, formas, etc.).

Material sostenible: La madera es atractiva, duradera y tiene un valor ecológico percibido muy alto.

Bajos costos de producción: Estructura financiera optimizada (especialmente ahora que ajustamos la inversión inicial).

Funcionalidad: Es un producto práctico que resuelve una necesidad real (organización, videollamadas, ver contenido).

Oportunidades

Tráfico cautivo y segmentado en Expociencia: Exposición directa ante miles de estudiantes y docentes que necesitan organizar su escritorio, ideal para validación rápida del producto y ventas en caliente.

Tendencia Eco-Stand Customs: Creciente interés del público cruceño por productos sustentables y artesanales locales.

Regalos corporativos/institucionales: Posibilidad de vender al por mayor a carreras o empresas que busquen merchandising original.

Uso de redes sociales: Facilidad para crear contenido visual atractivo (TikToks/Reels del proceso de fabricación) para captar pedidos.

Debilidades

Capacidad de producción limitada: Al ser un proceso artesanal, puede ser difícil masificar la producción rápidamente si hay un pico de demanda.

Falta de reconocimiento de marca: Al ser un emprendimiento nuevo, la gente aún no confía ni conoce el producto.

Dependencia de herramientas específicas: Si falla la maquinaria de corte o grabado, la producción se detiene.

Amenazas

Competencia de productos plásticos o importados: Alternativas chinas mucho más baratas (aunque de menor calidad).

Copia rápida del producto: Al ser un diseño en madera, otros expositores o competidores locales podrían replicarlo fácilmente.

Poder adquisitivo del público universitario: Los estudiantes a veces manejan presupuestos ajustados, lo que limita el precio máximo de venta.

7.8 ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgo financiero

Falta de liquidez (quedarse sin efectivo):

El riesgo: Que te pidan pedidos grandes, pero te paguen tarde, dejándote sin plata para comprar más madera.

Solución: Cobrar obligatoriamente el 50% por adelantado y 50% al entregar.

Subida de precios en la materia prima:

El riesgo: Que la madera o el barniz suban de precio en Santa Cruz y tu ganancia se reduzca.

Solución: Tener tres proveedores bajo la manga y un colchón del 10% en tus costos.

Dinero atrapado (Stock muerto):

El riesgo: Fabricar mucha porta celulares que no se vendan y tener la inversión congelada.

Solución: Llevar pocas unidades genéricas a la feria y trabajar los diseños locos bajo pedido.

Riesgo Operativo (Falla de maquinaria): Si la caladora de banco falla, la producción se detiene por completo.

Mitigación: Implementar un calendario estricto de mantenimiento preventivo quincenal y contar con un stock de repuestos críticos.

Riesgo Comercial (Falta de posicionamiento): Que el mercado digital no responda rápido a las campañas de publicidad.

Mitigación: Participar activamente en ferias presenciales universitarias y locales para generar ventas directas de forma paralela.

Riesgos Tecnológicos

Falla de la caladora de banco:

El riesgo: Que la máquina de corte/grabado se arruine y frene todo.

Solución: Tener un taller externo de respaldo ya contactado para emergencias.

Pérdida de los diseños digitales:

El riesgo: Que la computadora se dañe y se borren los vectores y logos personalizados.

Solución: Guardar absolutamente todo en Google Drive para descargarlo desde cualquier celular o PC.

7.9 ESTUDIO JURÍDICO Y LEGAL

Para operar formalmente en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, el emprendimiento se estructurará bajo las siguientes normativas legales:

Forma Jurídica: Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), lo que protege el patrimonio personal de los estudiantes socios, limitando la responsabilidad al capital aportado en la empresa.

Registros Necesarios: Inscripción en el SEPREC (Servicio Plurinacional de Registro de Comercio) para la obtención de la matrícula de comercio, trámite de la Licencia de Funcionamiento ante el Gobierno Autónomo Municipal de Santa Cruz de la Sierra, e inscripción en el Padrón Nacional de Contribuyentes (Impuestos Nacionales) para la obtención del NIT bajo el régimen correspondiente.

Certificaciones Ambientales: Coordinación con barracas que cuenten con los Certificados de Origen (CFO) emitidos por la ABT, garantizando que el taller no fomenta la deforestación ilegal.

7.10 IMPACTO DEL NEGOCIO

Impacto económico y generación de empleo

El impacto: Dinamiza la economía local al comprar insumos a proveedores de la región. Además, genera autoempleo inmediato para el equipo y empleo directo/indirecto en las áreas de producción (carpintería, lijado) y distribución a medida que el negocio escala.

Impacto ambiental y ecológico

El impacto: Sustituye el uso de plásticos contaminantes por madera (material biodegradable). Implementa la economía circular al utilizar madera recuperada de industrias locales, reduciendo los desechos y bajando la huella de carbono.

Impacto de Innovación y Tecnología

El impacto: Fusiona la artesanía tradicional con la tecnología de precisión (diseño digital y corte láser). Esto permite una personalización masiva eficiente, alta calidad constante y la digitalización de los procesos de venta mediante catálogos en la nube y pagos con QR.

Impacto Social y Salud Ocupacional

El impacto: Promueve la ergonomía y la productividad de los usuarios, previniendo malas posturas al usar dispositivos móviles. Funciona como un modelo real de emprendimiento juvenil viable, inspirando a la comunidad a crear negocios formales y sostenibles.

Impacto Operativo y Valor Agregado

El impacto: Transforma una materia prima básica en un producto tecnológico de alto valor percibido. Su estructura operativa ágil permite responder rápido a pedidos grandes (como regalos corporativos) manteniendo costos fijos muy bajos.

8. CONCLUSIONES

Este emprendimiento demuestra que la madera, el material más antiguo del mundo, puede unirse con la tecnología digital para crear soluciones modernas, sustentables y altamente rentables. No estamos presentando un producto terminado; estamos presentando un modelo de negocio escalable, consciente del medio ambiente y listo para competir en el mercado actual.

9. RECOMENDACIONES

Fortalecer el negocio

Crear alianzas estratégicas con barracas y mueblerías industriales locales para asegurar el suministro de retazos de maderas finas (como cedro o tajibo). Esto garantiza materia prima de alta calidad a bajo costo y consolida la identidad del negocio como un emprendimiento de triple impacto (ecológico, social y económico).

Mejorar Procesos

Diseñar plantillas estandarizadas en digital (vectores) para los grabados más solicitados y armar un manual de lijado y barnizado rápido. Esto reducirá los tiempos de fabricación por unidad, evitará fallas en el acabado de la madera y permitirá cumplir con pedidos grandes sin retrasos.

Optimizar Marketing

Enfocar los esfuerzos digitales en la creación de videos cortos (TikTok y Reels) mostrando el proceso "satisfactorio" de la caladora banco y la personalización con los nombres de los clientes. Asimismo, implementar códigos QR en los empaques que lleven directo al catálogo de WhatsApp Business para facilitar la recompra.

Aumentar Rentabilidad

Dividir el catálogo en tres niveles de precios: Esencial (madera estándar), Premium (diseño multifuncional con maderas nobles) y Corporativo (ventas al por mayor para empresas o instituciones). Esto permite atraer a diferentes tipos de clientes y maximizar el margen de ganancia neto aprovechando la inversión inicial de 7,000 Bs.

Reducir Riesgos

Aplicar de forma estricta la política de cobro del 50% de anticipo para pedidos personalizados para proteger el flujo de caja. Además, mantener un contrato de respaldo con un taller de corte láser externo y guardar todos los diseños digitales en la nube (Google Drive) para evitar paros en la producción ante cualquier falla técnica.

10. BIBLIOGRAFÍA

- **Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2019).** *Principios de administración financiera* (14ª ed.). Pearson Educación.
- **Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018).** *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- **Instituto Nacional de Estadística [INE]. (2025).** *Encuesta continua de empleo y dinámica del sector manufacturero en el departamento de Santa Cruz*. INE Bolivia.
- **Kotler, P., & Armstrong, G. (2019).** *Principios de marketing* (17ª ed.). Pearson Educación.
- **Porter, M. E. (2017).** *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Pirámide.
- **Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2018).** *Fundamentos de marketing* (14ª ed.). McGraw-Hill.
- **Kotler, P., & Armstrong, G. (2018).** *Principios de marketing* (17ª ed.). Pearson Educación.
- **Chiavenato, I. (2019).** *Introducción a la teoría general de la administración* (10ª ed.). McGraw-Hill.
- **Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., & Strickland, A. (2020).** *Administración Estratégica: Teoría y Casos* (22ª ed.). McGraw-Hill.
- **Meigs, R. F., Williams, J. R., Haka, S. F., & Bettner, M. S. (2018).** *Contabilidad: La base para decisiones gerenciales* (17ª ed.). McGraw-Hill.
- **Kotler, P., & Keller, K. L. (2016).** *Dirección de Marketing* (15ª ed.). Pearson Educación.

11. ANEXOS

Amiga preciosa
Love

Amiga preciosa

Love

NO SON
OJERAS,
SON IDEAS
ACUMULADAS
DEBAJO DE MIS
OJOS

Brilla y alaba
bonito