



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

Unidad Académica de Formación Técnica y Tecnológica – PUCE TEC

PLAN DE NEGOCIOS PARA EL EMPRENDIMIENTO DE ELABORACIÓN DE
BOLSOS TOTE BAG ARTESANALES CON DETALLES BORDADOS EN
MATERIALES SOSTENIBLES EN LA CIUDAD DE QUITO, 2026

Proyecto de titulación previo a la obtención del título de: Tecnólogo en
Administración de Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria

Autor: Lorena Maelin Araque Orbes

Tutor: Mgr. Jacqueline Estefanía Paucar Arévalo

Quito, Ecuador

2025

Dedicatoria

El trabajo de titulación está dedicado a mi yo de hace nueve años, a esa chica llena de ilusiones, que salió del bachillerato pensando que el camino era fácil, donde decía que encontraría un buen trabajo, y que con el tiempo iba a poder ahorrar para continuar con sus estudios.

Hoy te agradezco, porque a pesar de los obstáculos nunca dejaste de soñar, seguiste luchando, formándote y creyendo que el día llegaría. Esta meta es tuya, por tu firmeza, tu valentía y fe. Hoy te dedico el logro que acabas de obtener, como un recordativo de que valió la pena y también a no rendirse nunca.

Tabla de contenidos

<i>Dedicatoria</i>	2
<i>Declaración y autorización</i>	4
<i>Agradecimiento</i>	5
<i>Resumen</i>	6
<i>Palabras claves</i>	6
<i>Abstract</i>	7
<i>Introducción</i>	8
<i>Metodología</i>	11
<i>Capítulo I:</i>	17
<i>Capítulo II:</i>	31
<i>Conclusiones</i>	60
<i>Recomendaciones</i>	61
<i>Referencias bibliográficas</i>	62
<i>Lista de tablas</i>	66
<i>Lista de figuras</i>	66
<i>Anexos</i>	67

Declaración y autorización

Yo, **Lorena Maelin Araque Orbes** con C.I. 1004968416 autor(a) del trabajo de integración intitulado: **“Plan de negocios para el emprendimiento de elaboración de bolsos tote bag artesanales con detalles bordados en materiales sostenibles en la ciudad de Quito. 2026”**, previa a la obtención del título de **Administración en Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria** en la Unidad Académica de Formación Técnica y Tecnológica PUCE TEC:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de titulación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 09/08/2025

C.I. 1004968416

Agradecimiento

Ante todo, agradezco a Dios, por darme salud, por la oportunidad, por la fuerza para alcanzar mis metas.

A mi familia, y seres queridos, que, con un abrazo, una palabra de aliento me ayudó a seguir adelante, recordándome que los sueños sí se cumplen.

A la universidad, por brindarme herramientas académicas para mi formación.

A mi tutora, Mgtr. Jacqueline Estefanía Paucar Arévalo, que, gracias a sus conocimientos, su manera de trabajar, su paciencia ha sido fundamentales durante el desarrollo del proyecto.

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad de realizar un plan de negocios para el emprendimiento de bolsas Tote Bag, elaboradas con materiales reciclables y amigables con el medio ambiente. Este proyecto se enfoca en promover los principios de la Economía Popular y Solidario (EPS), buscando fortalecer la economía de productores locales de telas o insumos, quienes serán los principales proveedores de materia prima. Por ello, la propuesta se ubicará en la parroquia La Mariscal, Quito, considerada por expertos como una urbe con un alto índice de emprendimientos sostenibles y con espacios dedicados a estas iniciativas, como el Mercado Artesanal. El emprendimiento aborda el problema del uso indiscriminado de bolsas de plástico en las actividades diarias en los quiteños, que ha generado un impacto ambiental negativo, buscando impulsar el consumo responsable y circular. El tipo de investigación aplicado es de carácter mixto, combinando tanto el método cualitativo al momento de conocer las percepciones y motivaciones de los diferentes consumidores, mientras que con el método cuantitativo se recopiló información acerca de los gustos y preferencias de los potenciales consumidores, información que procesada y analizada. La muestra determinada para el estudio es no probabilística intencionada y está compuesta por 96 individuos que cumplen con las condiciones y criterios definidos, con la finalidad de aportar información relevante. Como técnicas de recolección de datos se utilizó para el método cualitativo dos entrevistas semiestructuradas a expertas en el área textil y de venta de artesanías, mientras que para el método cuantitativo se empleó la encuesta. El negocio es importante porque contribuirá con la Economía Popular y Solidaria mediante el fortalecimiento de la economía de productores locales de telas e insumos los mismos que serán los principales proveedores de materia prima.

Palabras claves: Bolsas tote bag, emprendimiento, sostenibilidad, productos reciclables, cuidado ambiental.

Abstract

"The present research work aims to develop a business plan for a Tote Bag venture, with bags made from recyclable and environmentally friendly materials. This project focuses on promoting the principles of the Popular and Solidarity Economy (PSE), seeking to strengthen the economy of local fabric and input producers, who will be the main raw material suppliers. Therefore, the proposal will be located in the La Mariscal parish, Quito, considered by experts as an urban area with a high number and rate of sustainable ventures and with spaces dedicated to these initiatives, such as the Artisan Market. The venture addresses the problem of the indiscriminate use of plastic bags in the daily activities of Quito residents, which has generated a negative environmental impact, seeking to promote responsible and circular consumption." The type of research applied is mixed, combining both the qualitative method to understand the perceptions and motivations of different consumers, while the quantitative method was used to collect information about the tastes and preferences of potential consumers, which is then processed and analyzed. The sample selected for the study is intentionally non-probabilistic and consists of 96 individuals who meet the defined conditions and criteria, with the goal of providing relevant information. Data collection techniques were two semi-structured interviews with experts in the textile and craft sales sector, while a survey was used for the quantitative method. The business is important because it will contribute to the Popular and Solidarity Economy by strengthening the economy of local fabric and input producers, who will be the main suppliers of raw materials.

Keywords: Tote bags, entrepreneurship, sustainability, recyclable products, environmental care.

Introducción

En la actualidad, el agravamiento de la crisis medioambiental presenta una profunda alteración y transformación en los modelos de producción y de consumo a nivel global. Fenómenos tales como el cambio climático, la contaminación por plásticos, la pérdida de especies y el aumento de desechos sólidos han comenzado a repensar los sentidos económicos que sobrepasan al estado, las empresas y la sociedad en general. En particular, los plásticos de un solo uso son catalogados como unos de los principales causantes por problemas de su nula biodegradabilidad, su persistencia en los ecosistemas y, además, su impacto en los seres vivos y en la salud pública (Trejos, 2022).

En respuesta a esta realidad, ha surgido una variedad de estrategias de respuesta, incluyendo la promoción del consumo sostenible, la economía circular, la innovación ecológica y el fortalecimiento de iniciativas de productividad basadas en principios de sostenibilidad. A nivel regional, países como Colombia, Perú y México han adoptado leyes sobre la restricción del uso de plástico, y han promovido la fabricación de productos reutilizables y biodegradables como parte de sus políticas de desarrollo sostenible (Bohórquez & Herrera, 2019).

La gran cantidad de fundas plásticas de un solo uso en la ciudad de Quito sigue siendo una cuestión de preocupación ambiental urgente. Según el Municipio de Quito, en el año 2019, se generaron más de 112.000 toneladas de residuos plásticos, lo que supone alrededor de 308 toneladas diarias. Esto hace que el sistema de recolección de residuos sólidos se vea presionado y a la vez reverberado de problemas negativos en la ciudad, con ríos, quebradas y zonas verdes afectadas (Carbo, 2024). Si bien existen leyes que limitan el uso de plásticos y campañas de educación a favor del reciclaje, su aplicación ha sido desigual, mientras que el uso de fundas plásticas de un solo uso continúa en comercios, mercados y casas.

Sin embargo, ante esta situación crítica se ha detectado un cambio paulatino en los hábitos de consumo de la ciudadanía quiteña. Investigaciones como las de Noboa (2021) y Calero (2023) indican que está surgiendo un mayor interés por productos reutilizables, éticos y artesanales, como parte de una nueva consciencia medioambiental urbana, alternativa que puede ser explicada por la educación medioambiental y por la aparición de propuestas comerciales que conjugan sostenibilidad, diseño y producción responsables. De acuerdo con una encuesta llevada a cabo por la Universidad de Las

Américas (UDLA), el 55% de los quiteños optan por bolsas reutilizables frente a las desechables, y en el caso de los jóvenes de entre 20 y 30 años, un 87% afirman usar con regularidad bolsas ecológicas, lo que denota un avance hacia una tendencia de consumo responsable (Palacios, 2020).

En este contexto, esta investigación tiene como objetivo formular un plan de negocio para la producción y venta de bolsos tipo tote bags artesanales con detalles bordados, utilizando materiales sostenibles, como una alternativa concreta a las bolsas de plástico de un solo uso. La intención es fusionar diseño, funcionalidad, identidad cultural y prácticas sostenibles, atendiendo al mercado en desarrollo de consumidores éticos que buscan productos locales, artesanales y bienes hechos a mano, junto con una huella ambiental positiva de sus decisiones de compra.

Desde una perspectiva legal y estratégica, el proyecto se enmarca bajo la Ley de Economía Popular y Solidaria (“LOEPS”) así como dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025, que aboga por el desarrollo territorial inclusivo, la promoción del comercio justo y la creación de iniciativas productivas basadas en los principios de equidad, solidaridad y sostenibilidad (Presidencia de la República, 2011); (Secretaría Nacional de Planificación, 2024).

Además, Calero (2023) y Noboa (2021) indican que, en Quito, hay un ecosistema emprendedor emergente con una alta concentración de empresas lideradas por mujeres, jóvenes y grupos socialmente integrados que consideran factores ambientales, sociales y culturales en sus propuestas de productividad. Sin embargo, también advierten que la ausencia de articulación institucional, el acceso limitado a financiamiento, la débil infraestructura de mercado y las vías comerciales actúan como barreras para escalar estas iniciativas.

La necesidad de promover opciones más sostenibles para las bolsas de plástico va más allá del medio ambiente, ya que también hay factores sociales y económicos que deben ser considerados. La **creación de bolsos tote bag** artesanales a partir de materiales reciclables o naturales es una respuesta directa al problema de la contaminación urbana, el trabajo informal y la falta de aprecio por las habilidades tradicionales, como el bordado y la costura a mano.

De hecho, casos como el de la Asociación de producción Sumak Tex 2 de Julio “ASOPROTEXSIMAK” en Quito, reportado por Calero (2023) muestran que la

producción textil artesanal con un enfoque de solidaridad puede crear empleo, fortalecer la identidad social local y generar productos de alto valor y aceptación social.

Además, como cita Carbo (2024) una bolsa ecológica bien diseñada puede prevenir el uso de al menos 288 bolsas de plástico al año por individuo, lo que significa no solo ahorros económicos para el usuario, sino una disminución considerable de desechos para la ciudad. Estos datos ilustran que el cambio de un solo artículo cotidiano puede tener un impacto transformador serio en el medio ambiente si se integra con los enfoques educativos, estéticos y mercantiles adecuados.

Consecuentemente, esta investigación justifica su presencia por su relevancia social, ambiental, económica y cultural ya que ofrece una propuesta de emprendimiento que satisface una necesidad concreta, utiliza recursos disponibles, colabora con la sostenibilidad urbana y aporta a la consolidación de prácticas de comercio justo y producción solidaria.

Asimismo, esta investigación se alinea con los compromisos nacionales e internacionales, incluyendo aquellos relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en especial el objetivo 8 (trabajo decente), 12 (producción responsable) y 13 (acción climática), además de estar alineada con los objetivos del “Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025” (Presidencia de la República, 2011).

A partir de este contexto, la investigación actual se presenta como una alternativa que da respuesta a una concreta problemática que plantea una solución viable, desde el campo del emprendimiento sostenible. El objetivo central es articular con el proyecto de gestión de residuos sólidos y economía circular que permita la reducción del uso de fundas plásticas y el consumo responsable, promoviendo un modelo de negocio sostenible, con el que se espera incentivar la sostenibilidad ecológica, la economía local y el comercio justo. Esta propuesta se fundamenta no solo en el análisis del entorno, sino también en el análisis de las condiciones técnicas y económicas para su desarrollo e implementación en la ciudad de Quito.

En el inicio de la investigación se describe la metodología utilizada, la cual incluye el tipo de investigación, la población objetivo, la muestra escogida y los instrumentos para la recolección de datos.

El desarrollo del plan de negocios se aborda de manera ordenada y sistemática en dos capítulos. El diagnóstico del problema en el capítulo 1 expone la importancia del tema y su situación en la actualidad. Además, se exponen los objetivos que orientan el estudio.

El capítulo dos trata sobre el tratamiento y la interpretación de datos, lo cual permite evaluar las percepciones, actitudes y hábitos de los consumidores en relación a la oferta de bolsos tote bag sostenibles. En base a los resultados, se elabora la propuesta del plan de negocios. Este capítulo es el eje práctico del estudio, puesto que convierte los hallazgos en una respuesta empresarial concreta, que fomente el consumo responsable y el desarrollo endógeno.

Por último, se recoge las principales conclusiones que surgen del análisis realizado y propone ajustes al modelo de negocio diseñado, con el objetivo de facilitar su implementación y asegurar su sostenibilidad en el tiempo. Se analiza también el impacto del proyecto en la economía popular y solidaria.

Metodología

Tipo de investigación

El estudio actual surge de una investigación que utiliza un enfoque mixto, ya que integra métodos cualitativos y cuantitativos, buscando obtener una mejor comprensión del problema en cuestión. El enfoque cuantitativo ayudará a recopilar y analizar datos numéricos sobre la aceptación, percepción y uso de bolsas de tela artesanales en la ciudad de Quito, y establecer relaciones entre variables como sostenibilidad, precio, diseño y funcionalidad. Por otro lado, el enfoque cualitativo ayudará a capturar las percepciones, motivaciones y apreciaciones culturales de los consumidores, así como los significados sociales relacionados con la producción artesanal sostenible.

Esta combinación metodológica está justificada debido a la razón expuesta por Bonet y otros (2023) donde proclaman que la investigación mixta es adecuada cuando se pretende no solo medir, sino también interpretar fenómenos sociales complejos. Asimismo, Medina y otros (2023) enfatizan que el enfoque mixto interpone perspectivas contrastantes y refuerza los resultados al combinar el marco contextualizado con otras evidencias cuantificables y la subjetividad circundante.

Población y muestra

El ámbito geográfico de esta investigación se centra en la parroquia Mariscal Sucre, ubicada en la parte centro-norte del Distrito Metropolitano de Quito, Ecuador. Esta

área se caracteriza por un alto grado de actividad comercial y por la presencia de negocios artesanales, así como un gran número de residentes y turistas, lo que la convierte en un entorno favorable para analizar la aceptación de productos sostenibles, como las bolsas de mano hechas a mano.

Población

La población objetivo consiste en adultos de 18 a 50 años que viven o visitan frecuentemente la parroquia de Mariscal Sucre. Este segmento demuestra una mayor oportunidad de interactuar con información digital y una mayor receptividad hacia prácticas de consumo responsable, así como una inclinación a apreciar productos que sean ecológicos y funcionales, estéticamente agradables y que tengan atributos respetuosos con el medio ambiente. Este ámbito está delimitado por criterios sociodemográficos (edad, área urbana, hábitos de consumo) y criterios de comportamiento (preferencia por productos reutilizables, conciencia ambiental y aprecio por productos hechos a mano).

Muestra

Dado que el estudio tiene un enfoque mixto con predominio descriptivo, se seleccionará una muestra no probabilística intencionada compuesta por 96 individuos que cumplan con los criterios definidos y estén dispuestos a participar voluntariamente en el proceso de recolección de información. Bonet y otros (2023) señala que este tipo de muestreo es útil para investigar situaciones específicas dentro de contextos particulares que son limitados y no generalizables, lo que se alinea con los objetivos de la investigación.

Delimitación de la muestra

- **Espacial:** Parroquia Mariscal Sucre, centro-norte de Quito, Ecuador.
- **Temporal:** Recopilación de datos durante el periodo junio a agosto del año 2025.
- **Sociodemográfica:** Adultos con edad entre 18 a 50 años, de ambos sexos, que residan, trabajen o visiten de forma frecuente la zona.
- **Conductual:** Personas que ya utilizan productos reutilizables, o que estén dispuestos a adoptar conductas responsables, como el uso de bolsas reciclables, productos manuales o de bajo impacto ambiental.
- **Exclusión:** No se considerará el caso de menores de edad o personas que no residan o transiten de forma habitual en la zona delimitada.

Esta muestra ayudará a recopilar información pertinente sobre el nivel de aceptación del producto propuesto e identificar las barreras y motivadores que afectan la decisión de compra de las bolsas de mano artesanales y sostenibles. Además, la muestra incluye la posibilidad de realizar entrevistas semiestructuradas con algunos productores pequeños o consumidores clave, lo que enriquecerá el análisis desde una perspectiva cualitativa.

Grupo objetivo:

Por otro lado, la población objeto de este estudio son adultos de entre 18 y 50 años que residan, trabajen o visitan con frecuencia la parroquia Mariscal Sucre, en el centro-norte del Distrito Metropolitano de Quito. Dentro de esta población se incluyen dos subgrupos estratégicos:

- Consumidores y turistas a los que les interesan los productos reutilizables, ecológicos y hechos a mano y que visitan los espacios comerciales, culturales o turísticos de la parroquia.

- Artesanos y pequeños productores que producen, venden o promueven productos textiles artesanos o sostenibles y cuyas opiniones enriquecen el análisis desde el punto de vista de la oferta.

Se eligió este grupo objetivo porque se relacionaba con las variables más relevantes y aplicadas en la investigación, es decir, prácticas de consumo responsable, aprecio por la producción artesanal y sensibilidad frente a propuestas en torno a la sostenibilidad urbana. Por su parte, la parroquia Mariscal Sucre fue elegida por ser un punto comercial con alta densidad comercial, presencia de emprendimientos y tránsito tanto de la población flotante como de sus habitantes.

Con el fin de conocer la cantidad mínima de personas que encuestar, se utilizó la **fórmula para población infinita**, que se utiliza en el caso en que no se dispone de conocimiento exacto de la cantidad de personas que hay en la zona objeto de estudio o bien cuando ello va cambiando constantemente (como en el caso de los turistas o bien de aquellos que visitan la zona de forma eventual).

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

n = Tamaño de la muestra

Z=parámetro estadístico que depende el nivel de confianza

p = probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = probabilidad de que no ocurra el evento

e = error de estimación máximo aceptado

Donde:

- **Z** = 1,96 (correspondiente al 95% de nivel de confianza),
- **p** = 0,5 (probabilidad de éxito),
- **q** = 0,5 (probabilidad complementaria),
- **e** = 0,10 (margen de error máximo aceptado, equivalente al 10%).

Reemplazando:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,10)^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Total, personas entrevistar: 96

La selección de estas personas se llevará a cabo de manera específica, a través de un muestreo no probabilístico, en función de diferentes criterios:

- Que se correspondan a un rango de edad que vaya de los 18 a los 50 años.
- Que tengan voluntad para participar en la investigación.
- Que sean seleccionados y seleccionadas en función del perfil sociodemográfico y conductual que hemos definido en el apartado de la delimitación de la muestra.
- Que, en el caso de los artesanos, tengan experiencia o vinculación con la producción artesana sostenible o bien con la venta de productos reutilizables dentro del sector.

Procedimiento de recolección de la información

La recolección de la información en esta investigación se sistematiza de acuerdo a su enfoque mixto, el cual conjuga recursos propios del paradigma cuantitativo y cualitativo con el objetivo de lograr una comprensión integral del fenómeno en estudio: la aceptación de bolsas tote bag artesanales con materiales sostenibles en la parroquia Mariscal Sucre de Quito.

Métodos y técnicas

Para el componente cuantitativo, se adoptará el método de encuesta estructurada, ya que facilita la recolección de información medible, ordenada y sistematizada. Esta técnica es útil para capturar patrones descriptivos de aceptación y valoración de productos sostenibles dentro de una población muestra definida (Bonet y otros, 2023). Las encuestas se administrarán tanto en persona como de forma digital (según la disponibilidad del participante), lo que proporciona un mayor alcance dentro del grupo poblacional definido.

En el componente cualitativo, la técnica de entrevistas semi-estructuradas estará dirigida a pequeños grupos de consumidores y artesanos locales para capturar percepciones más profundas sobre su identidad cultural del producto, el significado simbólico del consumo sostenible y las barreras emocionales o prácticas que podrían influir en la adopción del producto. Este tipo de entrevista permite una mezcla de preguntas abiertas con marcos temáticos flexibles que posibilitan un diálogo rico pero enfocado (Medina y otros, 2023).

Además, se realizará un análisis documental como técnica complementaria para recuperar documentos secundarios relevantes, como regulaciones municipales, estudios de mercado, documentos de políticas públicas sobre sostenibilidad e información institucional sobre residuos sólidos y los emprendimientos de economía popular y solidaria en Quito.

Instrumentos

- Cuestionario Estructurado: instrumento confeccionado a partir de preguntas cerradas y escalas tipo Likert, agregando también periféricos tales como: hábitos de consumo, percepción ambiental, valoración estética del producto, disposición de compra, y factores de influencia. El instrumento será validado por juicio de expertos y prueba piloto, en virtud de los criterios de claridad, pertinencia y confiabilidad que (Medina, y otros, 2023) sugieren.

-
- Guía de entrevista semiestructurada: documento constituido por ejes temáticos que orientarán la charla con los artesanos y con los consumidores clave. Permite a esta investigación recoger testimonios, interpretaciones y expectativas sobre el producto (Tarrillo, y otros, 2024).
 - Matriz de análisis documental: estructura que permitirá sistematizar la información recopilada de bibliografía, documentos institucionales y normativos, permitiendo integrarlos con los datos empíricos recolectados en el campo.

Capítulo I:

1.1 Importancia y diagnóstico

La fabricación de tote bags artesanales con detalles de bordados en materiales sostenibles, de alguna forma, es un fenómeno global que vincula temas como sostenibilidad ambiental generalmente, identidad cultural y generación de valor socioeconómico. Este tipo de emprendimiento no es pertinente exclusivamente por sus expectativas económicas, sino por su capacidad para intercalar prácticas tradicionales con criterios que reflejan la innovación ecológica, la inclusión productiva y una concepción ampliada de la economía social. Como afirman Arroyave & Marulanda (2019) los eco emprendimientos ofrecen una alternativa válida para aportar a la sostenibilidad desde todos los eslabones de la cadena de valor al incluir procesos como el uso racional de los recursos, la reutilización de materiales y la producción responsable que experimentan las empresas con la denominada responsabilidad social, lo cual deviene un factor activo en mercados responsables.

Desde la normativa de Ecuador, el emprendimiento propuesto se encuentra en línea con el “Plan Nacional de Desarrollo 2021–2025”, que hace de la economía popular y solidaria (“EPS”) una herramienta para el desarrollo territorial y la cohesión social, lo que supone el fomento de las iniciativas que garanticen el trabajo digno, el respeto por el medio ambiente y la inclusión de las personas que tradicionalmente se ven excluidas. La LOEPS, en su art.- 1, plantea a la **EPS** como una forma organizativa donde los actores, de manera individual o colectiva, hacen crecer procesos productivos, comerciales y financieros con unos principios de solidaridad, autogestión y sostenibilidad (Presidencia de la República, 2011).

El proyecto también se apoya en lo que indica el Código Orgánico de la Producción, el Comercio y las Inversiones (COPCI), ya que dicho código prevé una serie de disposiciones con el objetivo de fortalecer a las unidades micro y pequeñas del país, en particular a las unidades que existen en el sistema productivo artesanal. Este cuerpo normativo permite establecer mecanismos para acceder a financiamiento, capacitación técnica y la participación en mercados públicos y privados. En una línea similar, la propuesta que se presenta aquí, que consiste en un emprendimiento de producción de bolsas de lona tipo tote bag que sean artesanales y sostenibles, se corresponde con los objetivos del COPCI ya que se dicta la creación de autoempleo, se origina el valor

agregado local y el fortalecimiento de cadenas muy cortas de comercialización, sin la necesidad de constituirse como una organización formal (Asamblea Nacional, 2010).

A nivel regional existen también diversas experiencias que avalan la pertinencia del tema. El estudio de Noboa (2021) sobre inversiones sostenibles en startups con criterios ASG (ambientales, sociales y de gobernanza), subraya la idea de que la ciudad de Quito, tiene las condiciones necesarias para volverse un centro de innovación ecológica urbana si se trabaja en la articulación de emprendedores, academia y políticas públicas. Por su parte, Juna (2017) al estudiar el ecosistema emprendedor de la ciudad de Quito, destaca la necesidad de impulsar los procesos asociativos a partir de la capacitación y de acceso a tecnologías apropiadas que permitan mejorar la calidad de productos y servicios ofrecidos desde la economía popular y solidaria.

En lo que respecta a experiencias específicas, se pueden encontrar antecedentes positivos. Por ejemplo, el caso del proyecto de “Hawaiian Bags” en Quito, a partir de fibras naturales de hoja de piña que demostró viabilidad económica, así como una buena aceptación para el público objetivo, el cual estaba conformado principalmente por mujeres jóvenes con una alta conciencia eco-socio ambiental (Palacios, 2020). En otro caso, CUERYTEX en la provincia del Azuay presentó una propuesta de configuración de mochilas y carteras fabricadas a partir de la distribución de la infraestructura manufacturera y de la maquinaria existente, además de evidenciar un importante interés del mercado por productos diferenciadores y con valor artesanal (González & Toledo, 2017). Otro caso, el de Bohórquez & Herrera (2019) respecto de “AMIBOLSAS S.A.S.”, da cuenta de los resultados que reportaron un 83% de las personas encuestadas en Bogotá dispuestas a sustituir el uso de bolsas plásticas por alternativas reutilizables, siempre que las mismas sean estéticamente atractivas y funcionales.

Diagnóstico de la situación actual

El diagnóstico del contexto en el que se encuentra proyectado el Plan de Negocios es fundamental para entender las oportunidades y los problemas que se encuentran previstos en el emprendimiento de la tienda de bolsos tote bag artesanales en la ciudad de Quito. Para esto se hace un diagnóstico del contexto en tres niveles, el externo, el local y el interno, al que le acompañamos un estudio de mercado ajustado a la oferta y la demanda de este tipo de productos.

Contexto externo (global y regional)

La preocupación internacional sobre la contaminación generada por plásticos de un solo uso ha impulsado el lanzamiento de políticas públicas, las regulaciones y los proyectos empresariales hacia soluciones sostenibles como las bolsas reutilizables y biodegradables. Esta forma de proceder se encuentra completamente enmarcada en la línea del ODS de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, en el **ODS 12: Producción y consumo responsables**, el **ODS 13: Acción por el clima** y el **ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles** dado que persigue una mayoría de prácticas más sostenibles, reducir la huella ambiental y favorecer la sostenibilidad urbana (ONU, 2016).

En el caso de Colombia, Cleves (2013) en el estudio de biocomercio menciona que el uso continuo de bolsas reutilizables permite que por cada persona y cada año se puedan sustituir varias miles de bolsas de plástico y que, aún más, contribuya a reducir significativamente la producción de residuos sólidos urbanos, favoreciendo también el cumplimiento de los compromisos adquiridos en materia de sostenibilidad internacional, de la misma manera que a su vez responde a los principios del **ODS 14: Vida submarina**, ya que quiere disminuir la producción de objetos desechables de plástico con destino a los océanos. Cleves (2013) también explica que muchas de esas bolsas son las que tienen un umbral de durabilidad muy superior, es decir, que éstas están pensadas para hacer un uso continuado y que con ello descende la cantidad de veces que se desechan y el uso de polímeros que procedan de petróleo.

Los datos más recientes validan estas prácticas como lo indica la Autoridad Nacional de Licencias Ambientales (ANLA) de Colombia, que de 2017 a 2019 se produjo una disminución del 53% en el consumo de bolsas plásticas, lo que hubiese representado 575 millones de unidades menos en el mercado (Bohórquez & Herrera, 2019). Por otro lado, las cadenas Éxito y Sodimac aumentaron el uso de las bolsas biodegradables en 134% y 38% respectivamente, lo que demuestra que el compromiso de las empresas puede influir de manera positiva en las elecciones del consumidor, en consonancia con el **ODS 17: Alianzas para alcanzar los objetivos**, que promueve las colaboraciones entre sectores en pro de la sostenibilidad.

En el caso ecuatoriano, y concretamente en Quito, también se aprecian cambios en las actitudes y comportamientos en lo que a consumo se refiere. En una encuesta,

llevada a cabo en 2020 por la Universidad de Las Américas (UDLA), se observó que el 55% de los quiteños afirmaba usar bolsas reutilizables como forma de consumo frente a bolsas desechables. El 87% de los encuestados de la franja de edad de 20 a 30 años manifestaba de forma habitual utilizar este tipo de bolsas, lo que claramente pone de relieve un consumo responsable (Palacios, 2020). Estos resultados indican que también el **ODS 12** y el **ODS 4: Educación de calidad** (que pone de relieve el aprendizaje de estilos de vida sostenibles a partir de la pertenencia a una ciudadanía) se van interiorizando poco a poco.

Del mismo modo, el propio estudio concluye que hasta un 78% de los encuestados apoya las políticas del Ministerio del Ambiente con respecto a la normativa de las fundas plásticas, siendo que un 40% dice estar dispuesto a suprimirlas por completo de sus costumbres de comprar. Notablemente, un 53% sostuvo que le gustaría adquirir productos cuyos ingresos se destinen al respeto y al cuidado de causas sociales o ambientales, lo que demuestra la sensibilidad social y ambiental del consumidor urbano y la interrelación entre el mercado y el respeto hacia los objetivos del desarrollo sostenible (Palacios, 2020).

Por otro lado, ejemplos de emprendimientos exitosos como el de BioBags en el año 2020, una iniciativa ubicada en Quito que produce bolsas biodegradables a partir de almidón de yuca demuestra que el modelo de negocio sostenible no solo es posible financieramente, sino que resulta atractivo para la gente consciente del medioambiente. Este emprendimiento, de acuerdo con (Arrata, 2020), logró sostenibilidad financiera y posicionamiento utilizando canales digitales ayuda al cumplimiento del **ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico**, el cual tiene como finalidades generar condiciones dignas de trabajo y de responsabilidad con el entorno.

Para resumir, la situación internacional y regional ha puesto de manifiesto que el uso de alternativas a los plásticos, como son los productos sostenibles, pasa de ser una tendencia no dominante a una necesidad ineludible a través de marcos normativos y de compromisos internacionales. El modelo propuesto en esta investigación, basado en la producción y comercialización de bolsos tote bag de confección artesanal sostenible, se adapta perfectamente a la tendencia mundial demostrada y aportando, además, directamente el cumplimiento de los ODS, en tanto que se convierte en una opción pertinente, tanto desde el punto de vista ecológico como en el socioeconómico.

Contexto local (Quito)

En la ciudad de Quito, capital del Ecuador y punto neurálgico del comercio urbano, la situación contextual para la puesta en marcha de emprendimientos sostenibles ha dado importantes pasos, aunque los retos estructurales persisten. De acuerdo al análisis de Noboa (2021) la ciudad ofrece ciertas condiciones propicias para la consolidación de iniciativas productivas con enfoque medioambiental y social, gracias a factores como el acceso digital, el crecimiento de una población joven con conciencia ecológica, y la emergencia de un consumo por productos éticos y reutilizables. Aunque la articulación de los actores públicos, privados y comunitarios no haya dado lugar a coordinaciones perfectas, sí que hay experiencias locales que atestiguan el florecimiento de propuestas vinculadas a la sostenibilidad, la economía solidaria y la innovación social, en especial en las áreas de comercio justo, producción artesanal y consumo responsable (Arrata, 2020).

En este sentido, los estudios que han sido llevados a cabo por Calero (2023) tienen identificado, dentro de la ciudad de Quito, una serie de emprendimientos relacionados con el bordado artesanal, la reutilización de productos textiles y la comercialización de productos con un enfoque en lo ecológico. A pesar de que estos emprendimientos son distintos y variarán en tamaños y niveles de formalización, muchos de ellos presentan rasgos comunes, tales como: la recuperación de conocimientos tradicionales, la utilización de insumos naturales o de reciclados y la apuesta de estos emprendimientos por una producción de menor huella ecológica. Estas prácticas productivas responden tanto a un crecimiento en economías sostenibles de base local como a poder articular dimensiones económicas, sociales y culturales que dan respuesta, por un lado, a una demanda que tiene consciencia del mercado y, por otro lado, a la lógica de una inclusión productiva en el contexto urbano.

Por otro lado, Ordeñana y Vera-Gilces (2019), en el análisis del emprendimiento sostenible en Ecuador, enfatizan que Quito alberga una parte relevante de las pequeñas y medianas empresas que se dan en el país, muchas de ellas de carácter familiar o asociativo, que, si bien tienen una elevada mortalidad empresarial, tienen también un importante dinamismo innovador en nichos como la moda ecológica, el diseño artesanal o la manufactura verde. Por último, estos autores advierten que Quito requeriría de

políticas públicas más efectivas que asequible y accesible a las iniciativas para conseguir créditos, capacitación y redes de comercialización sostenibles.

Estas cifras se complementan con la experiencia de otras iniciativas como BIOBAGS, en el perfil de la actual empresa Hawaiian Bags, que aparecieron en Quito con propuestas de diseño ecológico basados en materiales como la resina de yuca o fibras de piña (Palacios, 2020). Ambas iniciativas lograron situarse en un mercado urbano muy competitivo mediante estrategias de comercio electrónico, marketing emocional y alianzas con colectivos ciudadanos orientados al consumo responsable.

En la ciudad de Quito se han elevado iniciativas productivas de la denominada Economía Popular y Solidaria (EPS), mediante distintos estudios que dan cuenta de su desarrollo en entornos urbanos como consecuencia de la precarización de las relaciones laborales más tradicionales y de una voluntad creciente dentro de las empresas por abordar la sostenibilidad del modelo de negocio (Calero, 2023). En este sentido, Noboa (2021) destaca que la capital tiene una alta concentración de actividades económicas juveniles ecológicas, cifra que viene de la mano con el acceso a la digitalización, la formación universitaria de los emprendedores y una conciencia ambiental creciente. Del mismo modo Calero (2023) destaca que las zonas periféricas de Quito tienen una elevada densidad de actividades económicas populares vinculadas a la producción artesanal y el comercio responsable que hacen vibrar la economía barrial mediante el autoempleo y el uso de materiales locales.

Adicionalmente, Delgado (2023) argumenta que ciudades como Quito, que cuentan con una proporción elevada de población joven y con desempleo estructural, proveen un contexto propicio para el emprendimiento sostenible bajo principios solidarios. Finalmente, Zabala (2018) enfatiza que las propuestas basadas en oficios artesanales y en materiales recuperados han cobrado protagonismo gracias a las iniciativas institucionales y los programas de capacitación, lo que conlleva un reforzamiento de la viabilidad de los modelos de negocio en torno a soluciones sostenibles e impactantes.

Así, se advierte que el contexto local quiteño provee un contexto favorable para el desarrollo de iniciativas que combinan innovación y producción artesanal con un compromiso medioambiental. Existe una población joven en el lugar, educada, y con un

reconocimiento del valor cultural de lo artesanal, y hay políticas municipales que están impulsando una actividad de consumo sostenible, todos ellos elementos que configuran un entorno que considera viable la implementación de este tipo de proyectos. Pero, como advierten varios estudios realizados al respecto, persisten limitaciones en relación con la articulación institucional, persisten limitaciones en cuanto a la capacidad de acceder a mecanismos de financiación y hay un cambio que se debe mejorar en la cultura emprendedora en zonas populares (Palomeque & Ruiz, 2017). En este contexto, introducir a las personas en oficios y negocios fortalecerá y fomentará la inclusión social y sostenibilidad urbana.

Contexto interno (emprendimiento propuesto)

La presente investigación se centra en la producción de bolsas tote bag, confeccionadas con materiales sostenibles y con bordados a mano; es una propuesta que forma parte de una expresión tanto de una identidad cultural como de una postura crítica con el medio ambiente. El emprendimiento no solo produce una alternativa a las fundas plásticas (una forma de dar el paso hacia el uso de productos amigables con el medio ambiente), sino que también tiene como objetivos dar un realce o valor a la forma artesanal de trabajo.

La unidad productiva propuesta **se basa en los principios rectores** establecidos en el artículo 4 **de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS)**; entre ellos: la solidaridad, la equidad, la prelación del trabajo sobre el capital, el comercio justo, consumo ético y responsable, la responsabilidad social y ambiental. Estos principios guían el accionar de las unidades económicas populares, aun si no se constituyen formalmente como asociación o cooperativa, puesto que la LOEPS también reconoce a las personas naturales que realizan actividades de producción o venta a escala pequeña (Calero, 2023). Se entiende así que la propuesta de emprendimiento basada en la elaboración de tote bag ecológicos con detalles bordados responde a esta lógica de economía social y solidaria, puesto que promueve un modelo productivo de baja huella ambiental, con anclaje territorial y de compromiso ético en sus procesos.

Adicionalmente, esta propuesta **mantiene coherencia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible** (en adelante ODS), de la Agenda 2030. Concretamente, se encuentra alineada con el **ODS 8**, Trabajo decente y crecimiento económico, que

establece entre sus objetivos promover la iniciativa empresarial y la formalización de microempresas; el **ODS 12**, Producción y consumo responsables, que promueve la reutilización de materiales y la disminución del uso de bolsas plásticas; y el **ODS 13**, Acción por el clima, que propone prácticas productivas para mitigar las consecuencias de la contaminación urbana a través de productos reutilizables y ecológicos.

Desde esta óptica, el modelo de negocio tiene como base una lógica de triple impacto: ambiental, a causa de la utilización de materiales reciclables y biodegradables; social, por la promoción del autoempleo en sectores urbanos mediante el trabajo artesanal; y económico, por su enfoque de rentabilidad sostenible y a través de un producto que tiene un valor agregado de respuesta a las exigencias de consumidores conscientes y responsables.

Ahora bien, la **unidad productiva** que se proyecta no es concebida como una asociación formal sino como un emprendimiento individual que se encuentra contemplando una forma de organización en la línea de la economía popular, distribuido en un precepto de consideración hacia el medioambiente y hacia ciertas habilidades artesanales preexistentes del entorno urbano de Quito. La propuesta se plantea como un negocio unipersonal que da respuesta a una problemática medioambiental concreta el uso excesivo de fundas plásticas a base de la producción y comercialización de bolsos tote bag sostenibles, elaborados con bordados específicos de la persona, con materiales ecológicos.

Respecto a la estructura de la operación, el modelo de producción será **artesanal semi-industrial**, lo que significa la combinación de técnicas tradicionales de bordado con procesos científicos de cortes, ensamble y acabado que permitan ser eficientes, sin perder el valor manual (Morales, Horta, Carmona, & Paternina, 2022). Cada bolso será producido en base a estándares de calidad, con materia prima de bajo impacto ambiental como lona de algodón reciclado, fibra de cabuya, botones de coco, entre otros insumos biodegradables, que son adquiridos a proveedores de la zona y con ello disminuir costos logísticos, a la par de fortalecer el encadenamiento productivo territorial.

Desde la perspectiva del modelo de negocio, se adopta una lógica de **diferenciación estética y de valor agregado artesanal**, donde cada bolso tote bag se transforma en una pieza funcional, pero a la vez, simbólica (es una alternativa ecológica,

una historia local, una estética propia). El segmento es el de las mujeres y personas jóvenes-adultas entre 18 y 50 años, que residen en una zona urbana con acceso a información digital, conductas de consumo consciente y sensibilidad estética. Este grupo de consumidores no solo considera la funcionalidad del producto, sino también su procedencia, proceso de elaboración y consideración con el entorno. Se contempla el interés también de turistas nacionales y extranjeros, consumidores de productos locales, productos de impacto positivo y que posean un diseño auténtico.

Inspirado en modelos como “BIOBAGS” y “CUERYTEX”, este proyecto integra un pensamiento de marca biótica contorneado alrededor del propósito. Cada bolsa no solo es funcional y estética, sino que también comunica una historia de impacto. Es una pieza hecha a mano con materiales nobles por manos ecuatorianas, producida en condiciones justas, transmitiendo un mensaje ambiental (Palacios, 2020). La estrategia promocional incluye el uso de canales digitales, integrando redes sociales, catálogos virtuales y ventas por pedido, abordando así la demanda inicial sin una inversión sustancial en infraestructura física. Asimismo, el enfoque del proyecto serán grupos de mujeres y jóvenes que ya han comenzado a adquirir capacidades textiles básicas, formándoles en bordado y en diseño y gestión. Este empoderamiento de los grupos y la creación de productos con un valor social y simbólico importante ha sido documentado por estudios como los de (Muñoz y otros, 2019).

Resumiendo, el emprendimiento que se sugiere tiene como objetivo convertirse en un modelo de sostenibilidad urbana, emparentando el arte textil con el activismo ecológico y la economía colaborativa. Su potencial de escalabilidad y diferenciación viene implicado no únicamente por la calidad del producto sino, por la historia ética y ambiental que acompaña al producto.

Situación del mercado (oferta y demanda)

La demanda por productos sostenibles en el Ecuador, en especial en Quito, está en una fase de expansión activa, motivada en parte por las tendencias en el consumo, políticas ambientales más exigentes y una mayor valorización de la producción local con impacto social. De esta manera, los tote bag bordados con materiales sostenibles no asumen solamente el papel de una solución ecológica frente a las fundas plásticas de un solo uso, sino que sucede una oportunidad de negocio con un sentido cultural y ético.

Desde el punto de vista de la oferta, uno de los espacios vacíos que se han evidenciado es la escasa existencia de productos artesanales ecológicos con una propuesta de valor integral. Mientras algunas empresas han centrado sus esfuerzos en bolsas reutilizables de base industrial, el mercado asoma una escasa diversidad de opciones que integren diseño artesanal, sostenibilidad y economía solidaria. Esta deficiencia es especialmente evidente en las zonas urbanas con una alta circulación turística y comercial, como La Mariscal en Quito, donde el consumidor busca productos que le sean útiles, pero que al mismo tiempo sean representativos de la cultura local (Arrata, 2020).

En este sentido, iniciativas como “Solís & Solís”, con sede en Guayaquil, han evidenciado la viabilidad de un mercado de bolsos ecológicos a través de la creación de líneas de producción que incorporan materiales sostenibles y técnicas de impresión hechas a medida orientadas a la promoción en nichos de mercado conscientes (Solís & Pontón, 2019). Esta empresa ha demostrado que puede ser una empresa emergente en el ámbito de los productos promocionales que combinan la sostenibilidad con el marketing institucional al aprovechar el interés de las marcas corporativas por incorporar productos promocionales respetuosos con el medioambiente.

Del mismo modo, la experiencia de la Asociación de Producción Textil “Sumak Tex 2 de Julio” en Quito, según evidencia Calero (2023) pone de manifiesto que se puede lograr una combinación en la que el bordado artesanal y la producción sostenible explicada en economía popular y solidaria no sólo es posible, sino que da muy buenos resultados. La asociación, no sólo vende ellos mismos sus productos, sino que refuerzan los lazos comunitarios, da trabajo digno a las mujeres artesanas, por lo que, de este modo, conjuga las dimensiones económica, social y cultural del desarrollo.

Respecto al comportamiento de la demanda, recientes investigaciones ponen de manifiesto que el consumidor urbano ecuatoriano, especialmente el joven adulto, empieza a valorizar otros atributos como que la propiedad, el impacto en el medio ambiente o el comercio justo; esto a la hora de realizar la compra. Muestra de este hecho radica en que los consumidores procuran las opciones de productos que lanzan una historia importante acerca de su proceso de elaboración, de los materiales constitutivos y de los beneficios que se asocia a la comunidad productora. Los consumidores más educados y con acceso a la tecnología digital, según Morales y otros (2022) son también los más exigentes en lo

que respecta a la trazabilidad y la información acerca de la transparencia de las marcas que seleccionan.

Asimismo, los canales de comercialización han cambiado sustancialmente hacia lo digital, permitiendo que pequeños emprendimientos ganen visibilidad y no dependan en exclusiva de espacios físicos. Las redes sociales, las ferias de economía solidaria y las plataformas colaborativas han posibilitado comunidades de consumo en torno a valores, lo que representa una oportunidad esencial para posicionar productos como los tote bags bordados, que aumenta la funcionalidad que deviene de su propuesta.

En resumen, el mercado quiteño puede proporcionar condiciones favorables al desarrollo de un emprendimiento que una diseño artesanal, responsabilidad ambiental y producción responsable; existen consumidores sensibilizados, nuevas experiencias exitosas que emergen en otras partes del país, y aumentan las redes de comercialización alternativas, lo que hace prever buena receptividad del producto expuesto, siempre que se efectúe con enfoque cultural, ético y comunitario.

1.2 Problema

El uso masivo de bolsas plásticas desechables en la ciudad de Quito, es un problema ambiental que persistió a lo largo de los años y que afecta especialmente a la ciudad en sus zonas más tradicionalmente urbanas, sobre todo en las áreas de gran concentración comercial y turística como la parroquia Mariscal Sucre. Un problema que ha crecido en el tiempo sin que haya tenido lugar un proceso de retorno, y que ha terminado por acarrear impactos muy negativos sobre la imagen de la ciudad, sobre la calidad del espacio público, sobre la fauna urbana y sobre los sistemas de gestión de residuos sólidos.

Según la información del Ministerio del Ambiente, Ecuador consume aproximadamente 1.500 millones de bolsas plásticas de ‘camiseta’ cada año, de las cuales innumerables bolsas terminan en los ríos, calles y vertederos sin ningún intento de reciclaje o reutilización (Carbo, 2024). Este problema se manifiesta de manera crítica en Quito también, donde se emitieron más de 112,000 toneladas de desechos plásticos a la basura en 2019, lo que equivale a 308 toneladas cada día, además de perjudicar la infraestructura y el delicado equilibrio ambiental.

Entre las causas más destacadas se encuentran los fenómenos persistentes del consumo desechable; la falta de productos sostenibles atractivos y asequibles para el consumidor; y la inadecuada integración de marcos de políticas públicas, educación ambiental y enfoques empresariales. En la práctica, a pesar de la existencia del “Código Orgánico del Ambiente” y ordenanzas municipales que prohíben progresivamente las bolsas de plástico, la implementación de estas medidas ha sido muy lenta y desigual en su avance (Arrata, 2020).

En la misma línea, la escasa diversidad de alternativas de productos que sumen funcionalidades, estética y valor cultural ha favorecido la escasa apropiación de las bolsas reutilizables por parte de la ciudadanía. La mayoría de los emprendimientos por ofrecer respuestas sostenibles chocan contra las dificultades de la informalidad, la escasa visibilidad, el escaso acceso a créditos o asesoría técnica, la falta de plataformas comerciales (Pérez & Bazurto, 2020).

El problema central identificado en esta investigación es, por lo tanto, la escasa disponibilidad y uso de productos que son reutilizables con un enfoque sostenible, artesanal y cultural en la parroquia Mariscal Sucre de Quito, lo que perpetúa la dependencia de fundas plásticas de un solo uso y hace difícil el avance hacia un consumo responsable y circular.

Esta investigación se delimita al entorno urbano de la parroquia Mariscal Sucre, ubicada en la parte noreste de Quito. Esta área, que es un centro de turismo y artesanía en auge, enfrenta una alta contaminación por desechos plásticos y alberga una población compuesta de comerciantes, artesanos, residentes y turistas tanto nacionales como internacionales. Esta iniciativa se enfoca en esta área particular por ser un idóneo espacio para medir la aceptación y el impacto de un modelo de emprendimiento sostenible diseñado para frenar el uso de bolsas de plástico, fomentar el consumo ético y estimular la economía solidaria urbana mediante la producción y venta de bolsas de tela con bordados artesanales.

1.3 Objetivos

Objetivo general:

- Elaborar un Plan de negocio, para el emprendimiento de elaboración de bolsos tote bag artesanales con detalles bordados, utilizando materiales sostenibles en la

ciudad de Quito, con el propósito de promocionar alternativas ecológicas al uso de fundas plásticas y contribuir a la reducción del impacto ambiental.

Objetivos específicos:

- Identificar los beneficios, necesidades y preferencias de los consumidores frente al uso de bolsos tote bag artesanales elaborados con materiales sostenibles, en comparación con bolsos tradicionales, considerando aspectos ambientales, económicos y culturales para analizar su aceptación local.
- Analizar la viabilidad técnica y económica de la elaboración de bolsos tote bag artesanales, considerando los costos de producción, mano de obra, tiempo de elaboración y disponibilidad de materia prima en la ciudad de Quito.

1.4 Marco Conceptual

En esta sección se describen las definiciones de las palabras más relevantes que se utilizan en el documento:

Tote bag: Es un tipo de bolsa espaciosa y rectangular, generalmente hecha de materiales duraderos como lona, algodón o fibras recicladas. Viene con dos asas paralelas que permiten llevarla al hombro. Su diseño simple, reutilizable y multifuncional la ha hecho popular comercialmente, así como en el activismo ecológico y las artesanías (Solís & Pontón, 2019). Es definida por su forma simple y funcional con materiales duraderos y reutilizables

Emprendimiento sostenible: Se refiere a aquel que combina sus objetivos económicos con responsabilidades sociales y ambientales. (Arroyave-Puerta & Marulanda-Valencia, 2019) señalaron que tales iniciativas buscan una triple cuenta de resultados: aliviar las externalidades negativas, lograr inclusión social y generar un retorno, mientras se sostiene un paradigma ético de hacer negocios e innovación sostenible. Triple dimensión, económica, social y ambiental que actúa con responsabilidad estuca.

Consumo responsable: Se refiere a una práctica en la que el consumidor toma decisiones de compra basadas en el impacto social, ambiental y económico del producto. Como señaló (Palacios, 2020), los consumidores en Quito están adoptando cada vez más el cambio en una tendencia cultivada hacia el uso y consumo de artículos reutilizables,

artesanales, éticos y trazables. Acción consciente del consumidor, quien evalúa el impacto del producto antes de comprar.

Producción artesanal sostenible: Es la elaboración de productos utilizando materiales locales, biodegradables y/o reciclados que son hechos a mano y de naturaleza tradicional. Fomenta la identidad cultural, proporciona trabajo digno y disminuye el impacto en el medio ambiente. Esta forma de práctica se conecta con redes de economías populares y ayuda a recuperar conocimientos ancestrales desde una perspectiva de equidad social y ambiental (Carbo, 2024). La importancia del uso de materiales locales y la preservación cultural.

Economía Popular y Solidaria (“EPS”): Un sistema socioeconómico que se centra en la autogestión, la acción colectiva, la autoayuda, la solidaridad y la participación democrática para lograr una inclusión productiva enmarcada en principios éticos y comunitarios. La “LOEPS” estipula que este modelo tiene como objetivo promover el comercio justo, el gasto responsable, así como el fortalecimiento de empresas comunitarias sostenibles (Presidencia de la República, 2011). Un modelo económico alternativo, centrado en la solidaridad, autogestión, y participación comunitaria.

Sostenibilidad ambiental: Se define como la posibilidad de llevar a cabo la actividad humana que deba hacerse en el presente sin poner en riesgo los recursos y las condiciones ecológicas que se necesitarán en el futuro. Precisamente sobre la sostenibilidad, (Ordeñana & Vera-Gilces, 2019) nos menciona que se refiere a la puesta en práctica de acciones productivas que disminuyan los procesos contaminantes, respeten los ciclos naturales y optimicen el consumo de los recursos con énfasis en el emprendimiento donde se hace indispensable integrar lo financiero, lo ecológico y el bienestar social. Uso racional de los recursos naturales y la necesidad de actuar en el presente sin comprometer el futuro.

Moda ética: Es un enfoque especial para diseñar, producir y consumir bienes que enfatiza la protección ambiental, las condiciones de trabajo adecuadas y la transparencia en la cadena de suministro. La moda, como señala (Gaona & Matabay, 2017), no solo comunica valores estéticos, sino que también transmite identidad cultural y posicionamiento ideológico, sirviendo, así como un reflejo contemporáneo de los valores sociales. Va con elementos de estética, valores culturales y responsabilidad social. También con la transparencia, condiciones labores y respeto ambiental.

Innovación social: Se trata del diseño de nuevas respuestas a las situaciones problemáticas de una sociedad mediante esfuerzos creativos, colaborativos y sostenibles. Noboa (2021) enfatiza que, en el caso de los emprendimientos, la innovación social permite incorporar criterios ASG (ambientales, sociales y de gobernanza) en el avance hacia cambios estructurales en las cadenas productivas para construir comunidades que sostengan economías regenerativas. Búsqueda creativa de soluciones sociales para crear un impacto positivo estructural.

Comercio justo: Este modelo de intercambio se sustenta en la reciprocidad, equilibrio y honestidad entre los grupos productores y consumidores. La “LOEPS” señala que el Estado ecuatoriano debe impulsar el comercio justo como un mecanismo de desarrollo inclusivo, priorizando el acceso de los pequeños productores, artesanos y emprendimientos solidarios (Presidencia de la República, 2011). Equidad en las relaciones comerciales.

Capítulo II:

Resultados de la investigación

En el presente capítulo se exponen y analizan los resultados obtenidos mediante los instrumentos de recolección de datos: la encuesta que fue realizada a 99 personas potencialmente consumidores de bolsas con materiales reciclables o “tote bag” y la entrevista ejecutada a 2 personas relacionadas con el comercio y emprendimiento, los resultados se presentarán en gráficas con sus respectivos porcentajes.

2.1 Procesamiento y análisis de datos

Una vez que ha finalizado la encuesta y se ha obtenido información relevante para la investigación, las respuestas de los encuestados serán analizadas para medir la frecuencia esta información será presentada en tablas y gráficos de elaboración propia. La herramienta digital Google Forms se utilizó para recopilar información y realizar la encuesta de manera digital, es necesario conocer que cada individuo tuvo un formulario o encuesta personal.

La encuesta abarcó temas de importancia como: datos informativos o socio culturales de los encuestados, frecuencia de compra de bolsas reciclables, precios y diseños con mejor acogida para los clientes, y segmentación de mercado de clientes

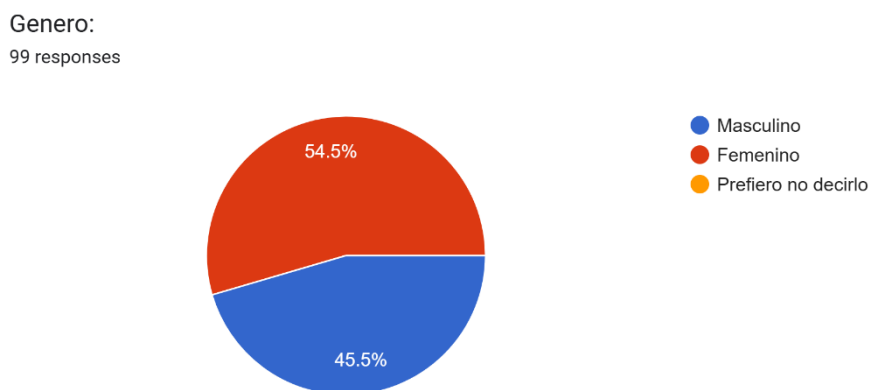
potenciales que realizaran compras en el establecimiento, estos datos son relevantes para conocer la factibilidad de llevar a cabo o ejecutar el proyecto de investigación presentado.

Es de suma importancia una vez obtenidos los datos que se procesen y analicen esta información, porque con ello se podrá definir de mejor manera la propuesta de negocio y enfocarla hacia las necesidades de los clientes, a partir de dicha información se pretende establecer modelos de negocios rentables, estrategias de ventas y sobre todo estructurar los costos para que el precio de venta al público sea óptimo y puedan realizar la compra, de un innovador producto poco antes visto en el mercado.

En la figura 1, se presenta datos informativos que, de 99 personas encuestadas el 54,5% es decir 54 individuos representa al género femenino, mientras que el 45,5% que son 45 personas son de género masculino, esto es un indicador que el emprendimiento es atractivo y funciona indistintamente del género.

Figura 1

Género de los encuestados



Fuente: Encuesta realizada por Google Forms

Nota. Elaboración propia

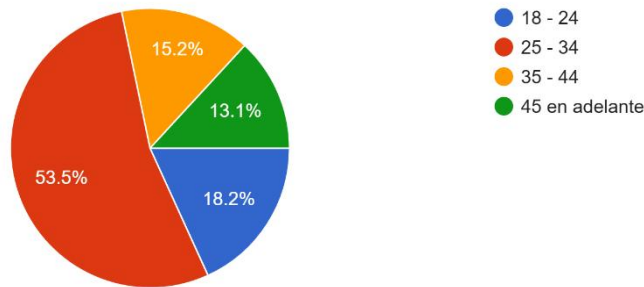
En relación a la edad de los encuestados, la figura 2 presenta los siguientes datos: el rango que predomina es el de 25 a 34 años con el 53,5%, esto es un buen indicador porque comprende el grupo de la población económicamente activa en el Ecuador, la población de 18 a 24 años son el 18,2% de los encuestados, mientras que el 15,2% de encuestados están entre los 35 a 44 años la mayoría de esta población también tiene ingresos económicos estables para adquirir el producto, para finalizar el restante 13,1% son individuos que están desde los 45 años en adelante, con ello también se puede

evidenciar que el presente proyecto atrae más a personas jóvenes que se preocupan por hacer un cambio ambiental

Figura 2

Edad de los encuestados

Edad:
99 responses



Fuente: Encuesta realizada por Google Forms

Nota. Elaboración propia

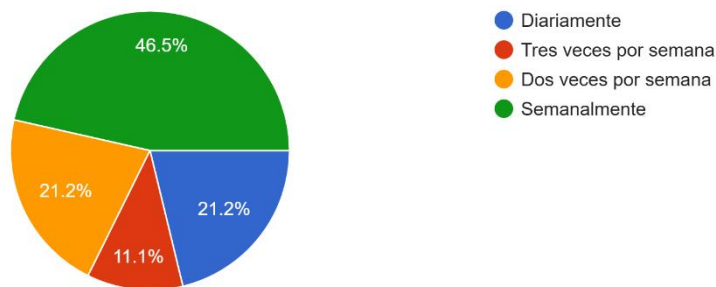
En lo que corresponde al cuestionario en la figura 3, se presenta la pregunta sobre la frecuencia de uso de bolsas al momento de realizar compras, en donde el porcentaje más relevante es el 46,5% que corresponden a las personas que hacen uso de bolsas semanalmente un elevado promedio de uso es decir el uso de bolsas todavía no es muy frecuente dentro de la población, seguido con el 21,2% están igualados los individuos que hacen uso diario y de dos veces por semana de bolsas, para finalizar solamente el 11,1% de encuestados da una frecuencia de uso de tres veces por semana.

Figura 3

Frecuencia de uso de bolsas para compras

1. ¿Con qué frecuencia utiliza bolsas para realizar compras?

99 responses



Fuente: Encuesta realizada por Google Forms

Nota. Elaboración propia

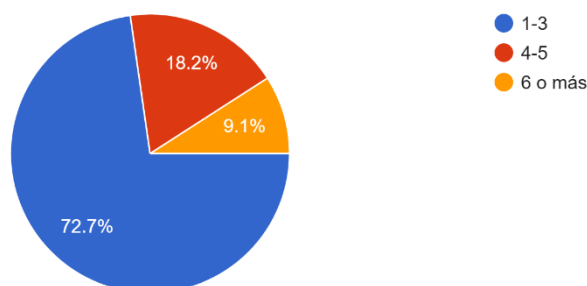
En la figura 4, se presentan los datos sobre la cantidad de bolsas utilizadas por los encuestados al momento de realizar sus compras, en donde el porcentaje relevante es del 72,7% que corresponde de 1 a 3 unidades empleadas, mientras que el 18,2% de los encuestados utilizan 4 a 5 bolsas, el porcentaje más bajo es de las personas que llevan 6 o más bolsas con el 9,1%, si bien se evidencia que la cantidad de uso y su empleo responsable de bolsas para promover el cuidado ambiental, todavía existen un porcentaje considerable que hace un uso desmedido.

Figura 4

Cantidad de bolsas utilizadas

2. ¿Qué cantidad de bolsas utiliza para realizar una compra?

99 responses



Fuente: Encuesta realizada por Google Forms

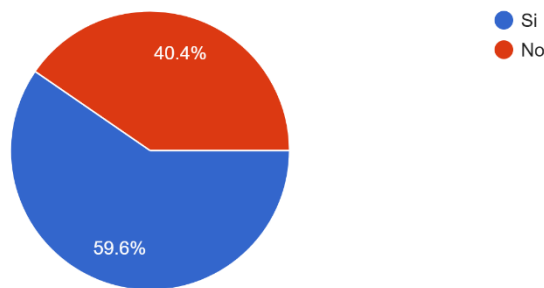
Nota. Elaboración propia

Para la pregunta sobre el uso de bolsas elaborados con materiales reciclables o sostenibles, los datos encontrados se plasman en la figura 5, en donde el 59,6% de encuestados ya emplea este tipo de bolsas como medida alternativa a las bolsas de plástico tradicionales con lo que se pretende que existe un mercado numeroso para el proyecto, pero el 40,4% no emplean este tipo de bolsas todavía por ello hay que conocer cuáles son los motivos o razones de que estas personas no optan por esta nueva alternativa ambiental.

Figura 5

Uso de bolsas con materiales reciclables

3. ¿Usted utiliza bolsas con materiales sostenibles para realizar sus compras?
99 responses



Fuente: Encuesta realizada por Google Forms

Nota. Elaboración propia

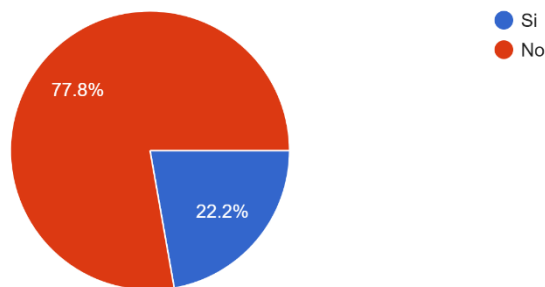
En la figura 6, se presentan los resultados sobre el conocimiento por parte de los encuestados sobre ofertas de establecimientos o emprendimientos en el mercado que realicen bolsas tote bag como las del presente proyecto, a su vez el 77,8% manifiesta que no ha escuchado sobre ofertas parecidas o similares este dato es de suma importancia porque con ello se puede asumir que es un mercado totalmente nuevo en donde se puede introducir la idea de negocio crean rentabilidad para el propietario, mientras que el 22,2% de personas dicen que si conocen un establecimiento sería interesante conocer que piensa el consumidor sobre este tipo de oferta.

Figura 6

Oferta de establecimientos

4. ¿Usted conoce algún establecimiento que oferte bolsas tote bag de materiales duraderos?

99 responses



Fuente: Encuesta realizada por Google Forms

Nota. Elaboración propia

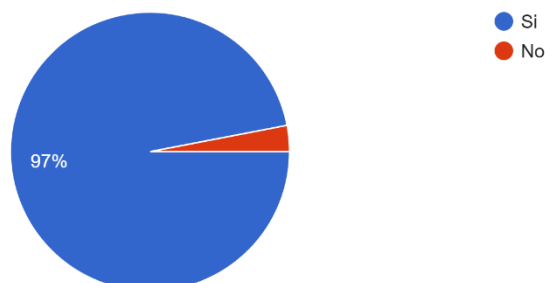
De acuerdo a la figura 7, en donde el investigador busca conocer las preferencias y la aceptación por parte de los clientes potenciales de un nuevo emprendimiento, que se dedique a la venta y comercialización de bolsas elaboradas con materiales responsables, en donde un rotundo porcentaje del 97% respondieron que si le gustaría esta nueva oferta en el mercado, mientras que solamente un reducido porcentaje de 3%, no estaría conforme con dicho establecimiento, es porque se evidencia que hay una apertura por parte de los compradores hacia este tipo de negocio.

Figura 7

Preferencias de establecimientos del cliente potencial

5. ¿Le gustaría que existiera un establecimiento que realice bolsas reciclables con la finalidad de proteger el medioambiente?

99 responses



Fuente: Encuesta realizada por Google Forms

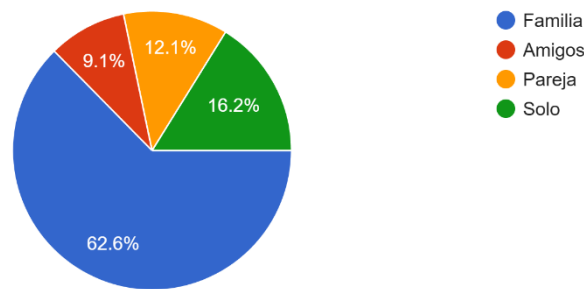
Nota. Elaboración propia

La siguiente pregunta para analizar es sobre el acompañamiento que tendrían los consumidores al momento de visitar el nuevo establecimiento, esto es un dato importante analizar con la finalidad de realizar o establecer estrategias de ventas hacia un determinado público, la familia es el porcentaje más elevado con el 62,6%, a su vez el 16,2% de encuestados tienen preferencia de realizar la visita solos, mientras que en compañía de su pareja tiene el 12,1%, para finalizar el menor porcentaje corresponde a que asistirían al establecimiento con amigos solamente el 9,1%, es por ello que en el modelo de negocio se debe enfocar en ofertas atractivas para todos los integrantes de la familia.

Figura 8

Acompañamiento en las visitas al establecimiento

6. ¿Con quién visitaría este nuevo emprendimiento?
99 respuestas



Fuente: Encuesta realizada por Google Forms

Nota. Elaboración propia

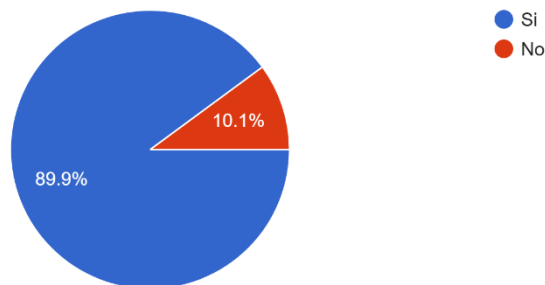
En la figura 9, se analizan los datos obtenidos de la pregunta sobre la personalización de diseños bordados en cada una de las bolsas tote bag que estarán a la venta, en donde un porcentaje alto de 89,9% de los encuestados es por ello que la idea de emprendimiento con diseños personalizados se prevé que tenga una gran acogida por el consumidor, solamente el 10,1% afirma que no está conforme con este tipo de diseños.

Figura 9

Preferencias de diseños del comprador

7. ¿Le gustaría encontrar diseños personalizados y bordados en bolsas con materiales sostenibles?

99 responses



Fuente: Encuesta realizada por Google Forms

Nota. Elaboración propia

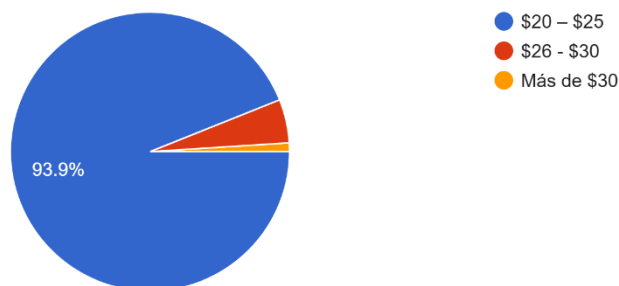
De acuerdo a la figura 10, en donde se exponen las respuestas obtenidas por parte de los encuestados acerca de la pregunta sobre el precio que estarían dispuestos a pagar por una bolsa grande con diseños personalizados, se obtuvo que el 93,9% pagarían entre 20 y 25 dólares este rango de precio sería el ideal para el emprendimiento con ello se podría atraer a la mayor cantidad de compradores, mientras que el 5,1% de encuestados optan por pagar de 26 a 30 dólares por unidad, y solamente un encuestado estaría en condiciones de cancelar más de 30 dólares.

Figura 10

Precio preferido del comprador

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bolsa tote bag tamaño grande con diseños personalizados?

99 responses



Fuente: Encuesta realizada por Google Forms

Nota. Elaboración propia

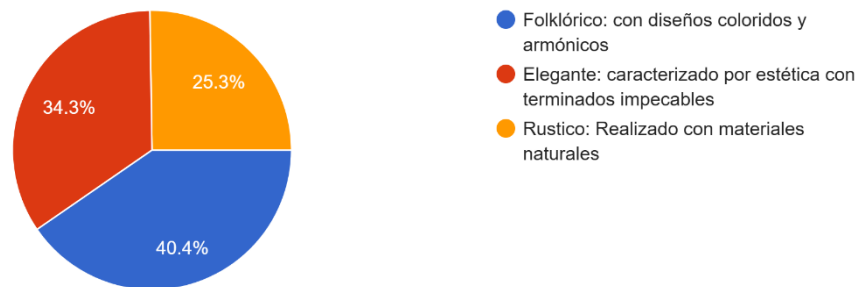
Las respuestas obtenidas sobre la interrogante de que tipo de diseño prefieren encontrar en las bolsas con materiales reciclables se grafican en la figura 11, en donde un 40,4% eligieron diseños folclóricos coloridos y armónicos relativos a tradiciones y cultura debido a ello se presume que sería el diseño más vendido dentro del emprendimiento, le sigue el 34,3% de encuestados con preferencia hacia los diseños elegantes y sofisticados que buscan estética, el menor porcentaje corresponde a los diseños rústicos fabricado con materiales naturales que solo obtuvo el 25,3% de aceptación.

Figura 11

Diseños de preferencia del comprador

9. ¿Qué tipos de diseños le gustaría encontrar en las bolsas tote bag?

99 responses



Fuente: Encuesta realizada por Google Forms

Nota. Elaboración propia

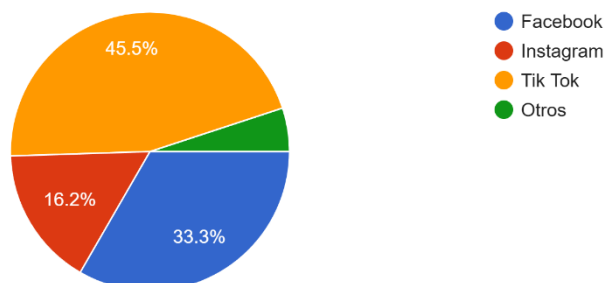
La última pregunta del cuestionario hace alusión al medio de difusión o plataformas digitales en donde le gustaría que se presenten ofertas de productos, descuentos o promociones, siendo la red social con mayor aceptación Tik Tok con el 45,5% este dato es importante porque las estrategias de venta en su mayoría deben estar orientadas al público que utiliza dicha red social, en donde se pretende atraer la mayor cantidad de clientes para el presente modelo de negocio, un porcentaje considerable también es del público que conoce nuevos emprendimientos por Facebook que es del 33,3%, le sigue las personas que utilizan Instagram para buscar establecimientos que satisfagan sus necesidades de compra con el 16,2% y el menor porcentaje con solamente el 5,1% prefiere que se haga publicidad por otras redes sociales diferentes a las ya mencionadas.

Figura 12

Medios de difusión o plataformas digitales

10. ¿Qué tipo de plataforma digital usted utiliza para encontrar nuevos emprendimientos?

99 responses



Fuente: Encuesta realizada por Google Forms

Nota. Elaboración propia

En lo que respecta a las entrevistas, se eligió a dos personas con experiencia en comercialización, fabricación y venta de productos artesanales, dichas comerciantes tienen negocios o establecimientos ubicados en el Mercado Artesanal de Quito. En la entrevista se trató temas como emprendimientos sostenibles, el uso de materiales reciclables en productos| y sobre todo si tiene conocimiento de las bolsas tote bag, para conocer estos aspectos se establecieron 8 preguntas con respuestas abiertas.

La primera persona entrevistada se trató de la comerciante Cristina Araque de 30 años de edad, y con amplia experiencia en la venta de productos artesanales como camisetas tipo polo y pulseras, la misma que supo manifestar que dentro de su negocio solo las pulseras se consideran como producto elaborado con materiales reciclables que busquen la sostenibilidad y que los clientes extranjeros son lo que más valoran este tipo de productos. A su vez expuso que estaría dispuesta a implementar las bolsas tote bag dentro de la oferta de productos que ofrece su negocio, debido a que son elaboradas artesanalmente con diseños bordados espectaculares, promoviendo el reciclaje y dejando de lado el uso de fundas plásticas. Factores como el precio y tamaño de las bolsas son esenciales para la aceptación del producto, debido a que debe satisfacer las necesidades de transportar ropa, accesorios o incluso alimentos que tiene el consumidor.

También supo manifestar que ha notado un leve incremento de productos artesanales y ecológicos, claro que se evidencia en mayor escala dependiendo del sector y temporada. La opinión de la encuestada sobre la implementación de esta nueva idea de

emprendimiento es positiva, porque ayudaría al cuidado y protección del medio ambiental, evitando un porcentaje de basura que produce las bolsas plásticas. La recomendación de Cristina para el proyecto fue elaborar las bolsas tote bag con materiales resistentes que soporten el peso, además que se incluya dentro de los diseños bolsillos y cierres para mayor comodidad del cliente.

La segunda persona encuestada se trata de Maribel Mendoza con 30 años de edad, y alrededor de 15 años de experiencia debido a que toda su familia tiene el legado de emprendimientos y producción de productos artesanales, cuenta con un establecimiento dentro del Mercado Artesanal de Quito, ubicado en el sector de La Mariscal. Dentro de su negocio se promueve la venta de productos elaborados con materiales reciclables como lana de oveja, algodón y lana de alpaca, además manifiesta que tanto los clientes extranjeros como nacionales aprecian las cosas eco amigables porque se evidencia que los consumidores llevan sus propios bolsos para realizar adquisiciones dentro del Mercado Artesanal. La entrevistada presentó una disposición de implementar las bolsas tote bag dentro de su negocio, porque se venderían debido a que sus clientes buscan nuevas alternativas artesanales y con bonitos diseños.

Para Maribel, las características principales que buscan los compradores en las bolsas tote bag son resistencia, tamaño y diseños personalizados elegantes. Además, expresó que ha evidenciado el aumento de locales que ofertan productos artesanales y reciclables elaboradas con materiales como carrizos, su opinión sobre el presente emprendimiento que combina lo tradicional con cuidado ambiental dijo que es una combinación ideal que atrae sobre todo clientes extranjeros. La recomendación final para el proyecto por parte de Maribel fue que se debe priorizar detalles como calidad, presentación, diseño y elaboración con materiales resistentes, estos puntos son los primordiales que buscan los clientes al momento de comprar bolsas reciclables.

2.2 Propuesta de emprendimiento

La presente propuesta está dirigida a la creación del emprendimiento “L&M” bordados, el mismo que tiene como objetivo erradicar la problemática de uso de bolsas de plásticos y sustituirlas por bolsas tote bag, las mismas que serán de gran utilidad al momento de realizar sus compras de alimentos, artesanías, ropa, entre otras, para los residentes de la zona de la Mariscal en la ciudad de Quito. El enfoque de la propuesta está determinado por el uso indiscriminado de productos con materiales no reciclables, es por

ello que se pretende aportar al cuidado del medio ambiente aplicando el presente proyecto.

Misión

Ofertar a los clientes una nueva alternativa de productos ecológicos y sostenibles, con materiales y diseños de calidad, generando valor agregado frente a la competencia del sector, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los compradores del producto.

Visión

Lograr ser una empresa reconocida a nivel de la ciudad de Quito por la oferta de bolsos ecológicos, innovadores y con diseños de calidad, fomentando el cuidado y protección medioambiental, para poder fidelizar a los clientes mediante planes, estrategias y calidad de los productos ofertados, con la finalidad de generar rentabilidad.

Valores corporativos

Innovación: Este valor está evidenciado en la fomentación de la creatividad para diseñar nuevos estilos de bordados en base a la preferencia y gusto de los clientes, buscando ser una nueva alternativa en el mercado, esto es un valor adicional o diferencial que presentará la organización para diferenciarse de su competencia, garantizando ofrecer a clientes modelos únicos de bolsas tote bag.

Responsabilidad: Valor fundamental y presente en todos los procesos y actividades que se realicen dentro del emprendimiento, cumpliendo en todo momento con las políticas y objetivos empresariales, se busca tener tanto responsabilidad social mediante la implementación de planes y estrategias para mejoras de los proveedores, así como también ambiental promoviendo el uso de productos reciclables.

Sostenibilidad: El presente emprendimiento de realización de bolsas con materiales reciclables está comprometido a que las prácticas y procesos que se desarrollan dentro de la organización promuevan la protección y cuidado ambiental, y a su vez generar desarrollo económico para proveedores y colaboradores que ayuden a la expansión de este negocio, esta medida será evidencia a largo plazo.

Empatía: El proyecto está comprometido para conocer las necesidades de los clientes, con la finalidad de mejorar su calidad de vida con la implementación o venta de productos que necesitan para su diario vivir, además se pretende escuchar las sugerencias o incomodidades que puedan surgir durante todo el proceso de compra con la finalidad de solucionarlo de manera eficaz.

Honestidad: Se promoverá en todo momento este valor. mediante el comportamiento integral por parte de los colaboradores hacia los clientes, como también entre colaboradores, con la finalidad de mejorar la imagen corporativa en la perspectiva de los compradores, para posteriormente desarrollar crecimiento empresarial en aumento y sostenido.

Resumen de la actividad

“L&M” es un emprendimiento creado con la finalidad de resolver la problemática evidente de la contaminación ambiental causada por el uso indiscriminado de bolsas de plástico de un solo uso, mediante la implementación en el mercado de bolsas tote bag con diseños bordados elegantes y personalizados. El nombre del emprendimiento hace alusión a las iniciales de los nombres de la creadora y propietaria del negocio, su finalidad es llegar a constituirse como una opción reconocida de compra dentro del mercado ecuatoriano.

Se pretende establecer un local de venta en la parroquia La Mariscal, ubicada en el centro norte de la ciudad de Quito, en donde se podrán encontrar principalmente bolsas tote bag elaboradas de forma artesanal, con valor agregado de un diseño de bordado único y diferente a las propuestas ya existentes en el mercado, es por ello que se pretende gran acogida por parte de los moradores o personas que visitan frecuentemente el sector. Las personas cada vez son más conscientes con el daño ambiental que se produce, por eso es una buena alternativa para utilizar estas bolsas en sus compras diarias.

Análisis FODA

Es una herramienta indispensable para saber cómo está el entorno de mercado en donde se desarrollará una nueva idea de negocio, sus siglas hacen alusión a: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que pueden ir surgiendo al momento de crear un emprendimiento. El análisis FODA consiste principalmente en evaluar las fortalezas y

debilidades determinados por los factores externos a la organización, además de las oportunidades y amenazas que repercuten directamente a los procesos o factores internos de un establecimiento (Sarli y otros, 2015).

Figura 13

Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
-Ayudar a la reducción de residuos contaminantes para el ambiente.	-Aumento de concientización y preservación ambiental.
- Son bolsas reutilizables y con alta duración.	-Atracción por los productos fabricados artesanalmente.
-Economía en la compra de estos productos.	-Aumento de políticas de regulación de bolsas plásticas.
-Personalizadas y nuevas alternativas en el mercado.	-Demanda creciente por adquirir productos sostenibles.
-Elaboradas con materiales reciclables en su totalidad.	-Promover la responsabilidad ambiental a través de los productos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
-Dificultad para eliminar residuos al finalizar el proceso de fabricación.	-Posible falta de infraestructura para eliminar residuos.
-Costos de producción más elevados frente a las bolsas de plástico.	-Costos iniciales reflejados en el precio final del producto.
-Dependencia de conseguir materias reciclables.	-No disponibilidad de material sostenible para producción.
-Precios de venta más elevados en comparación a bolsas de plásticos.	-Posible falta de demanda permanente del producto.
-Falta de compromiso o conciencia ambiental.	-Poca regularización y faltas de medidas de protección ambiental.

Nota. Elaboración propia

Propuesta de valor

La propuesta de valor del presente emprendimiento es ofrecer nuevas alternativas a las personas que buscan remplazar el uso de bolsas plásticas en sus actividades diarias,

por bolsas con materiales reciclables o tote bag, en donde aparte de cuidar el medio ambiente, puedan lucir diseños impresionantes, únicos y duraderos mediante la implementación de bordados en todas las bolsas. Es un proceso que se lo realizara de forma artesanal y que serán ofertados en un local de venta al público que visita el sector de La Mariscal, en la ciudad de Quito.

El producto final ofrece beneficios para el cliente como contar con una bolsa totalmente elaborada con productos reciclables, de diseño único en el mercado y sobre todo realizada por artesanos ecuatorianos, promoviendo así la economía local, y a su vez con la compra de este producto beneficia al medio ambiente, por erradicar el uso indiscriminado de materiales y bolsas plásticas que por su naturalidad son de un solo uso, siendo desechadas de manera continua por la población provocando contaminación ambiental.

Segmentos de clientes

Los clientes potenciales que se esperan para este tipo de negocio, son personas de 18 a 50 años sobre todo de género femenino, es decir individuos que constituyen la población económicamente activa, tanto de nacionalidad ecuatoriana como extranjera, que frecuentan visitas a la zona de La Mariscal, conocida por la venta de productos artesanales, que busquen diseños personalizados en las bolsas reciclables que utilizan para actividades cotidianas como; compra de alimentos, adquisición de presentes, reglaos o artesanías.

Canales

Los canales de distribución para ofertar la variedad de diseños bordados en bolsas tote bag principalmente son digitales, se realizarán menciones y publicaciones por redes sociales como: Facebook e Instagram, tratando de llegar a una mayor cantidad de clientes potenciales interesados en esta propuesta de negocio. Además, se contará con un servicio de entrega a domicilio a cualquier lugar del país con la finalidad de abarcar la mayor cantidad de clientes y compradores.

De igual manera se pretende crear una página web en donde se publiquen todos los diseños de bordados, y características en cuanto a materiales de fabricación, medidas del producto, así como recomendaciones de lavado, en donde el cliente pueda informarse

sobre las cualidades del producto. También podrán realizar compras en línea mediante esta herramienta tecnológica, facilitando así la movilidad del consumidor, el mismo que a veces no tiene tiempo para acudir a una tienda física.

Relación con los clientes

Se pretende realizar descuentos en productos, promociones y beneficios para los clientes que adquieran las bolsas tote bag con mayor frecuencia, logrando así obtener una mejor y sólida relación para que incluso ellos sean los encargados de recomendar o difundir este nuevo negocio. A su vez, también se contará con un plan de fidelización para todos los consumidores, en donde se desarrollarán estrategias para incentivar la adquisición, como bonos de regalo o descuentos exclusivos de acuerdo a su fidelidad o monto de compra.

Vías de ingreso

La idea de negocio nace de resolver la problemática de no encontrar diseños personalizados de bordados en bolsas tote bag, es por ello que se ofrece como beneficio estos productos para los clientes, a cambio se recibirá un importe económico que ayude al crecimiento empresarial. Los pagos para los productos se recibirán de manera digital a través de aplicaciones de compra y transferencias bancarias, como también en efectivo, los precios serán accesibles para todas las personas interesadas en adquirir, priorizando su economía.

Recursos clave

Dentro de los recursos claves para implementar la idea de negocio, se encuentran: contar con materia prima e insumos de la más alta calidad para garantizar el diseño y que se no se deteriore en un tiempo corto. También se necesitará personal adecuado y capacitado para elaborar o fabricar los productos que cuente con la experiencia en bordados fabricados a mano y sobre todo en ventas para que puedan dar a conocer todas las características y beneficios de las bolsas tote bag.

A su vez se contará con una infraestructura adecuada, la misma que permita garantizar y controlar el proceso de elaboración o fabricación de productos, con maquinarias necesarias para dar un acabado espectacular y generar satisfacción por parte

del cliente. Otro recurso indispensable es contar con un capital inicial que ayude a iniciar esta idea de negocio y con el pasar del tiempo se puede recuperar la inversión mediante el ingreso por ventas del producto.

Actividades clave

Como principales actividades clave para el crecimiento empresarial son: ofrecer diseños que se adapten a las necesidades del cliente, mediante un servicio personalizado y seguimiento de compra para dar a conocer los nuevos productos elaborados. Tener control y optimizar recursos en todos los procesos productivos del negocio. Asegurar la calidad de todos los diseños elaborados y que los mismos no afecten o dañen el ecosistema, que es la principal razón de crear un emprendimiento sostenible.

Asociados clave

En lo que respecta a asociados clave buscar proveedores acordes a las necesidades del negocio, que se encaminen por la misma idea de preservación ambiental y sobre todo que sean responsables al momento de entrega de materia prima, para así no comprometer el proceso productivo. También se prevé una vez consolidado el emprendimiento pertenecer a una asociación de productores artesanales en donde se prioricen beneficios sociales para todo el gremio, con ello se puede dinamizar la economía popular y solidaria.

Estructura de costos

En lo que se refiere a costos iniciales los principales son: mano de obra certificada y calificada, compra de insumo para la elaboración de productos, inmuebles para la exhibición o almacenamiento de productos. Los costos de producción corresponden a los de materia prima, personal contratado para la elaboración, y algún tipo de aranceles que se puede tener al momento de importar telas o insumos que no se encuentren con facilidad en Ecuador.

Los costos fijos contemplados para este emprendimiento están el pago de arriendo del local físico de ser necesario, pago de servicios básicos como agua, luz e internet indispensables para llevar con normalidad las actividades del negocio, pago de impuestos y permisos de funcionamiento, así como también la movilización. Para finalizar los costos

variables están determinados de acuerdo a la demanda que tenga el producto y su necesidad de adquirirlo.

Modelo Canvas

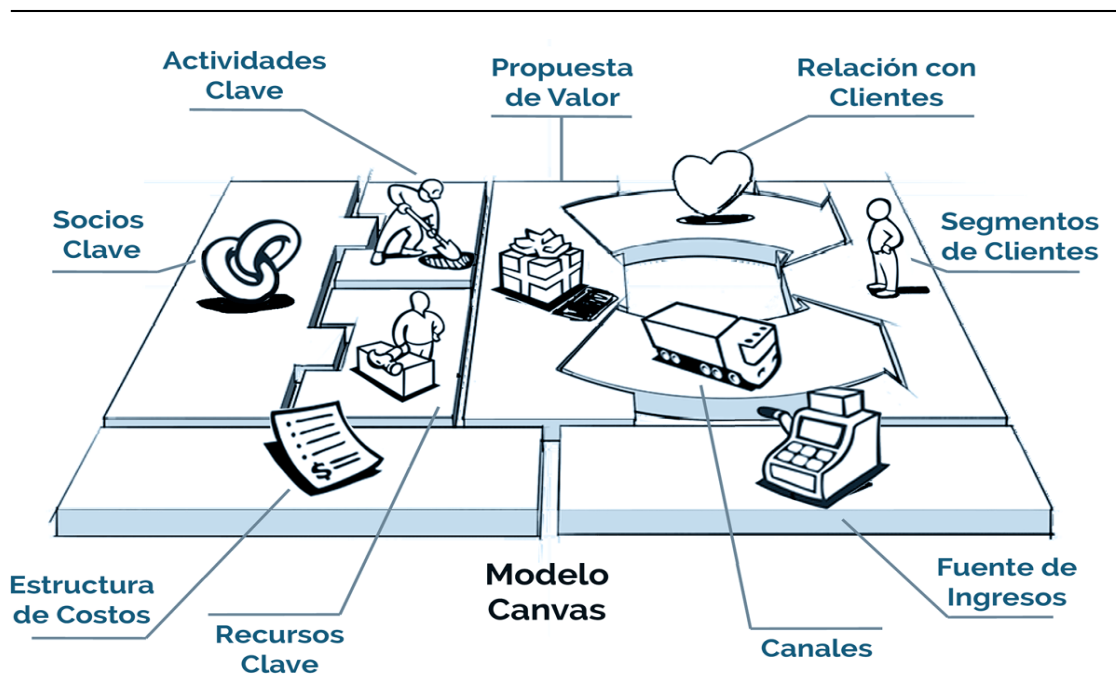
El modelo de Canvas es una herramienta utilizada para el análisis de ideas nuevas de negocios, propuesto por el consultor Alexander Osterwalder de origen suizo, en el año 2004, es un organigrama en donde se representa de manera lógica, estructura y formal como las nuevas organizaciones generaran valor para ser una propuesta con rentabilidad y aceptación del mercado, este modelo es aplicable a todas las ideas o giros de negocio e inclusive para la publicación de un libro (Ferreira, 2016).

Este modelo de negocios está basado en cuatro ejes fundamentales: la propuesta de valor, la manera o forma en que se relacionada la organización con su entorno, actividades indispensables para el correcto funcionamiento de la misma, así como aspectos financieros o los ingresos que percibirá el negocio. La propuesta de valor es el factor más determinante dentro del negocio a través de ella se puede medir la efectividad de la propuesta, si bien su rol fundamental es ser atractiva para el cliente, también debe existir una propuesta de valor para los colaboradores, proveedores y socios del negocio (García, 2022) (García, 2013).

El modelo Canvas es una herramienta estratégica que permite plasmar un modelo de negocio de forma práctica y visual en un lienzo de fácil comprensión o entendimiento. Está dividido en dos lados en la parte izquierda del modelo se redacta todos los aspectos internos de la empresa para ser desarrollados en su operación diaria, mientras que el lado derecho está compuesto por factores externos que pueden intervenir o influenciar de manera directa la operacionalización de la organización (Viciano, 2021).

Figura 14

Explicación del modelo de Canvas



Fuente: Key And Cloud

Figura 15

Modelo de Canvas

8. Asociados clave	7. Actividades clave	1. Propuesta de valor	4. Relación con clientes	2. Segmento de clientes
-Vínculos con proveedores de materia prima.	-Proceso productivo con altos estándares de calidad.	-Diseños bordados espectaculares.	-Para los clientes potenciales se realizará campañas publicitarias y descuentos para los que sigan las cuentas de redes sociales.	-Los clientes potenciales se consisten de personas consistentes de la prevención medioambiental entre los 18 a 50 años.
-Exponer la idea del emprendimiento con los proveedores para que exista responsabilidad.	-Productos y diseños únicos.	-Reducir la contaminación ambiental.	-Programas de fidelización y descuentos para clientes frecuentes.	-Hábitos de consumo de productos artesanales.
-Buscar la asociación con gremios de artesanos para	-Fidelizar a los clientes frecuentes	-Nueva alternativa de bolsas tote bag.		-Buscan alternativas de bolsas para
		-Ofrecer comodidad, estilo y durabilidad		

obtener beneficios.	6.Recursos clave -Materia prima de calidad. -Personal capacitado. -Infraestructura adecuada. -Capital inicial para comenzar el emprendimiento. - Documentación y permisos.	con los productos. -Elaboración de bolsas con materiales reciclados. -Promover la fabricación artesanal.	3.Canales -Ofertar bolsas con materiales reciclables a clientes. -Promoción y comunicación en redes sociales del emprendimiento. -Compras del producto en línea.	realizar compras
9.Estructura de costos -Costos iniciales -Costos de producción -Costos variables -Costos fijos -Costos indirectos de producción		5. Vías de ingreso -Ofrecer bolsas de materiales reciclables, con diseños personalizados y variados. -Precios asequibles y acordes a la competencia. -Medios de pago electrónicos o en efectivo.		

Nota. Elaboración propia

Análisis financiero

El análisis financiero es un punto importante para conocer la viabilidad y factibilidad de un proyecto, dentro de este análisis se determinan los principales gastos, inversiones, costos y proyección de ventas que se pretende obtener si se lleva a cabo el proyecto. Los productos que se ofertan para el emprendimiento de elaboración de bolsas

tote bag con diseños personalizados con bordado a mano, son tres: rustico, elegante y folclórico.

Tabla 1

Productos y precios del emprendimiento

Nº	Producto (bien/servicio)	Cantidad mensual	Precio unidad	Ingreso mensual
1	Bolsas tote bag diseño folclórico	17	\$30,00	\$510,00
2	Bolsas tote bag diseño elegante	17	\$38,00	\$646,00
3	Bolsas tote bag diseño rústico	26	\$28,00	\$728,00
TOTAL		60		\$1.884,00

Nota. Elaboración propia

Costos de inversión

Los costos de inversión son los gastos que se necesita para iniciar un proyecto o emprendimiento, la principal característica de estos costos es que solo se lo realizan una vez al comenzar, es por ello que es indispensable tomarlos en cuenta para medir la rentabilidad y viabilidad.

Tabla 2

Costos de operación

Listado de necesidades (maquinaria, equipos, muebles y enseres)	Cantidad requerida	Costo unitario	Costo total	Tiene
Máquina de coser	2	\$300,00	\$600,00	No
Maquina cortadora de tela	1	\$750,00	\$750,00	No
Plancha industrial	1	\$150,00	\$150,00	No
Total			\$1.500,00	

Nota. Elaboración propia

Costos de operación

Los costos operativos son aquellos costos que tiene una organización, empresa o emprendimiento para realizar sus actividades diarias de producción desde la puesta en

marcha del proyecto. Los costos de operación se dividen principalmente en dos clases: fijos y variables. Los costos fijos no están relacionados con las unidades producidas por la empresa, mientras que los costos variables si están ligados a la misma.

Costos fijos

Tabla 3

Costos Fijos

Costos fijos	Usd
Alquiler de instalaciones	\$100,00
Servicios públicos (agua, luz, gas)	\$30,00
Sueldos del personal administrativo	\$0,00
Sueldos del personal de producción	\$0,00
Seguro de las instalaciones	\$0,00
Mantenimiento de equipos	\$120,00
Publicidad y marketing	\$200,00
Gastos de oficina y suministros	\$50,00
Servicios externos (contabilidad, legales)	\$100,00
Comunicaciones (teléfono, internet)	\$30,00
Total	\$630,00

Nota. Elaboración propia

Costos variables

Tabla 4

Costos Variables para Bolsos folclórico

Costos variables	Cantidad	Usd
Materia prima (tela de algodón, hilos de máquina, tijeras, hilos para bordar, tambor, lapicero)	1	\$150,00
Empaques y embalajes	1	\$5,00
Transporte y logística	1	\$10,00
Insumos	1	\$30,00
Energía adicional para producción	1	\$5,00
Total		\$200,00

Nota. Elaboración propia

Tabla 5

Costos Variables para Bolsos elegantes

Costos variables	Cantidad	Usd
Materia prima (tela lino, forro para bolso, cierre, hilos de algodón, lana)	1	\$200,00
Empaques y embalajes	1	\$5,00
Transporte y logística	1	\$10,00
Insumos	1	\$30,00
Energía adicional para producción	1	\$5,00
Total		\$250,00

Nota. Elaboración propia

Tabla 6

Costos Variables para Bolsos rústico

Costos variables	Cantidad	Usd
Materia prima (arpillería, hilos para bordar, forro de tela)	1	\$150,00
Empaques y embalajes	1	\$ 5,00
Transporte y logística	1	\$10,00
Insumos	1	\$30,00
Energía adicional para producción	1	\$5,00
Total		\$200,00

Nota. Elaboración propia

Costos de mantenimiento

Los costos de mantenimiento se refieren a los gastos que necesita la empresa u organización para mantener su maquinaria o equipamiento y que el mismo sea apto para realizar y culminar las actividades productivas, sin necesidad de parar la producción por algún defecto o imprevisto.

Tabla 7

Costo de Mantenimiento Anual

Concepto	Usd anual
Mantenimiento de instalaciones	\$ 100,00
Mantenimiento de equipos y maquinaria	\$ 120,00
Actualización de software y tecnología	\$ -
Mantenimiento de vehículos	\$ -
Renovación de mobiliario	\$ 50,00
Servicios de limpieza	\$ -

Total	\$	270,00
--------------	-----------	---------------

Nota. Elaboración propia

Tabla 8

Cálculo de costos mensuales

Tipo de costo	Usd	Unidades producidas mensual	Costo unitario
Costo fijo	\$ 630,00	60	\$10,50
Costo variable	\$650,00	60	\$10,83
Costo de mantenimiento	\$22,50	60	\$0,38
Costo unitario con 17 producciones mensuales			\$21,71

Nota. Elaboración propia

Gastos de promoción

Existen otros gastos que necesita cubrir la empresa como los gastos de promoción que son indispensables para dar a conocer el proyecto o emprendimiento mediante la publicidad, los principales gastos de promoción se detallaran a continuación

Tabla 9

Gastos anuales de promoción

Material	Presupuesto mensual	Tiempo	Costo anual	total
Publicidad en redes sociales	\$100,00	12	\$1.200,00	
Folletos y volantes	\$10,00	12	\$120,00	
Descuentos y promociones especiales	\$60,00	12	\$720,00	
Campañas de email marketing	\$30,00	12	\$360,00	
Publicidad en medios locales (radio, televisión, prensa)	\$0,00	12	\$0,00	
Total	\$200,00		\$2.400,00	

Nota. Elaboración propia

Productos

La presente propuesta de emprendimiento busca concientizar el uso desmedido de bolsas plásticas en actividades de compra por parte de los consumidores de la ciudad de

Quito, es por ello que pone a disposición de tres variables de bolsos tote bag: rústico que es elaborado con materiales reciclables como el yute, elegante que busca unir tanto la parte estética como ecológica, y folclórico este tipo de bolso tendrá diseños bordados coloridos y personalizados. A continuación, se detalla las características de cada tipo de bolsos a través de imágenes seleccionadas.

Figura 16

Imagen de bolso folclórico



Fuente: Google Imágenes

Figura 17

Imagen de bolso elegante



Fuente: Google Imágenes

Figura 18

Imagen de bolso rústico



Fuente: Google Imágenes

Proceso

Uso de tela

Para iniciar el proceso de fabricación de bolsas tote bag, es necesario elegir la tela para los diferentes diseños que se pretende realizar, se recorta la tela y se procede a coser las uniones, este proceso de coser debe ser de calidad para garantizar la durabilidad de los bolsos, luego pasa por un proceso de lavado y planchado con la finalidad de cuidar los detalles y que sea atractivo para el cliente.

Bordado del bolso

Este proceso requiere de mayor cantidad de tiempo en comparación a un bordado tradicional, debido a que la presente propuesta pretender realizar a mano diseños bordados personalizados y únicos. El diseño es influyente también para medir el tiempo del proceso, el mismo que puede ser desde las 8 horas para diseños sencillos y de pequeño tamaño, mientras que los más elaborados y con mayor detalle el bordado puede durar hasta 16 horas de trabajo.

Insumos

Tabla 10

Insumos

Bolsas tote bag Folclórico

Cantidad	Unidad de Medida	de	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Rollo		Tela de algodón crudo color beige	\$80,00	\$80,00
5	Unidades		Ovillo de hilo de bordados	\$1,50	\$7,50

Bolsas tote bag elegante

Cantidad	Unidad de Medida	de	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Rollo		Tela lino color blanco hueso	\$65,00	\$65,00
5	Unidades		Hilos para bordar DMC	\$1,20	\$6,00

Bolsas tote bag rústico

Cantidad	Unidad de Medida	de	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Rollo		Yute natural	\$30,00	\$30,00
3	Unidades		Hilo de lana de oveja para el bordado	\$2,00	\$6,00

Nota. Elaboración propia

Flujo de ingresos y egresos

Para conocer la utilidad que se produce al finalizar un periodo fiscal que normalmente es un año, se debe realizar una tabla de medida en donde estén presentes todos los ingresos y egresos que pretende percibir el proyecto, es de suma importancia porque se evidencia de manera numérica los posibles datos los mismos que son necesarios para medir la rentabilidad.

Tabla 11

Flujo de ingresos y egresos

Ingresos:	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas (deducido iva)		\$19.216,80	\$21.138,48	\$23.252,33	\$25.577,56	\$28.135,32
Total, ingresos		\$19.216,80	\$21.138,48	\$23.252,33	\$25.577,56	\$28.135,32

Gastos:	Año o 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de operación						
Gastos variables		\$7.800,00	\$8.569,17	\$9.446,67	\$10.389,17	\$11.429,17
Gastos fijos		\$7.560,00	\$7.560,00	\$7.560,00	\$7.560,00	\$7.560,00
Gastos de mantenimiento		\$270,00	\$270,00	\$270,00	\$270,00	\$270,00
Subtotal gastos de operación		\$15.630,00	\$16.399,17	\$17.276,67	\$18.219,17	\$19.259,17
Gastos de promoción y publicidad		\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00
Gastos financieros		\$1.051,38	\$662,80	\$-	\$-	\$-
Total, gastos		\$19.081,38	\$19.461,96	\$19.676,67	\$20.619,17	\$21.659,17
Déficit o superavit operativo		\$135,42	\$1.676,52	\$3.575,66	\$4.958,39	\$6.476,15

Nota. Elaboración propia

Cálculo de indicadores financieros

Para medir el desempeño financiero o económico que tendrán los nuevos emprendimientos o negocios es indispensable realizar un análisis financiero mediante indicadores de rentabilidad como VAN (Valor Actual Neto) y TIR (Tasa de Retorno Interno), las mismas que son claves para la viabilidad.

Tabla 12

Cálculo de indicadores financieros

Tasa de descuento anual	12,0%
--------------------------------	-------

Indicador	Valor US\$	Rango	Estado
Año 0	1.500		
Año 1	135		
Año 2	1.677		
Año 3	3.576		
Año 4	4.958		
Año 5	6.476		

VA (año 1 a 5)	10.828		
Van	9.328	Positivo	Factible
Tir	98%	> tasa desc.	Factible
B/c	7,2	> 1	Factible

Nota. Elaboración propia

Conclusiones

Las personas encuestadas que residen o visitan con frecuencia el sector de la Mariscal en la ciudad de Quito, han tenido apertura a conocer esta nueva idea de negocio o emprendimiento de venta y elaboración de bolsas Tote Bag de manera artesanal y personalizada, porque afirman que será una medida alternativa a la contaminación ambiental producida por el uso desmedido de fundas plásticas y a su vez se transformarán en clientes potenciales por contribuir con la conservación del medio ambiente.

Los principales beneficios identificados para los consumidores que estén alineados a la presente propuesta es adquirir bolsos elaborados con materiales ecológicos, sostenibles y de poco impacto ambiental, con bordados elegantes, personalizados y únicos que no se encuentran con facilidad en el mercado, además de esta contribución ambiental, ayudan a promover los nuevos negocios y dinamizan la economía popular y solidaria dentro de la región

La factibilidad financiera de un proyecto se lo realiza mediante indicadores financieros como: VAN y TIR, los mismos que fueron positivos una vez que se desarrolló la proyección de ventas, que contó con los principales costos de producción, mantenimiento y fijo, así como el ingreso total y sobre todo la inversión inicial que es necesaria para iniciar el emprendimiento.

Para medir la viabilidad técnica de un proyecto es indispensable realizar un análisis de mercado, en este caso de investigación puntual se elaboraron un modelo de Canvas y un análisis FODA, con la intención de conocer los principales proveedores, competidores y también para desarrollar de mejor manera el modelo de negocio, con la finalidad de desarrollar un correcto análisis de mercado.

Recomendaciones

Como recomendación para próximos trabajos de investigación es desarrollar nuevas investigaciones o ideas de negocio sostenible, que promuevan las prácticas ambientales a fines de mitigar la contaminación, y en donde se desarrollen alternativas para el consumidor, el mismo que ha hecho una mejor concientización de que el uso o consumo de algunos productos ofertados en el mercado actual causan completamente un daño al medio ambiente y a la sociedad en general.

Además, también es necesario realizar investigaciones con metodología cuantitativa para conocer en estadísticas o números, el real impacto que ha promovido la implementación de medidas o productos alternativos a los tradicionales en el medio ambiente, con estos índices estadísticos también se puede conocer el nivel de consumo que tiene dicho producto dentro un determinado sector o población.

Todos los emprendimientos o negocios nuevos o ya conocidos en el mercado deben desarrollar análisis financieros y de mercado para conocer cómo se van incrementando su número de ventas, cuáles son las preferencias y sugerencias con respecto al servicio o producto ofertado, estas medidas ayudan posteriormente a ejecutar estrategias de ventas efectivas que llegan a impactar en el consumidor potencial.

La recomendación final es invitar a los productores artesanales que desarrollen nuevas ideas de negocio que ayuden de manera significativa a la problemática ambiental, que el mundo ha ido acarreado durante varios años, y que estos productos tengan un valor agregado al consumidor final, con lo cual se garantiza la diferenciación frente a sus principales competidores.

Referencias bibliográficas

- Arrata, E. (2020). *Plan de negocios para la producción y comercialización de línea de bolsas biodegradables a partir de resina de yuca en la ciudad de Quito [Tesis de Grado, Universidad de las Américas]*. Repositorio UDLA: <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/12941>
- Arroyave-Puerta, A., & Marulanda-Valencia, F. (2019). Ecoemprendimiento, sostenibilidad y generación de valor. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(87), 155-172. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2411>
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI*. Registro Oficial: <https://www.lexis.com.ec/biblioteca/copci>
- Bohórquez, L., & Herrera, D. (2019). *Amibolsas S.A.S [Tesis de Grado, Universidad Cooperativa de Colombia]*. Repositorio UCC: <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/78cd69c3-471a-4eca-b8e4-03b5a209b58d/content>
- Bonet-Collazo, O., Mazot-Rangel, A., Casanova-González, M., & Cruz-Pérez, N. (2023). Proyecto de investigación y tesis. Guía para su elaboración. *Medisur*, 21(1), 274-288. <http://scielo.sld.cu/pdf/ms/v21n1/1727-897X-ms-21-01-274.pdf>
- Calero, G. (2023). *La Economía Popular y Solidaria en el Ecuador, una alternativa de desarrollo. La teoría y las prácticas*. FLACSO Ecuador: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/19633/2/TFLACSO-2023GECM.pdf>
- Carbo, A. (2024). *Elaborar un plan de negocios sostenible, en base al principio del modelo de la Economía circular, para la confección de carteras elaboradas con fundas plásticas en la provincia de Santa Elena [Tesis de Maestría, Universidad Central del Ecuador]*. Repositorio UCE: <https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c6165b0e-8786-4a6c-ac5a-d7ca28865d98/content>
- Cleves, D. (2013). *El Biocomercio para el uso de bolsas reutilizables, como alternativa para la preservación y conservación del medio ambiente*. Universidad Pontificia Bolivariana: https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/6088/digital_26524.pdf?sequence=1
- Delgado, M. (2023). Desempleo en Ecuador: Análisis de la última década. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(2), 4707-4719. doi:<https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.931>
- Ferreira, D. (2016). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Revista Cooperativismo y Desarrollo*, 23(107), 112-126. doi:10.16925/co.v23i107.1252
- Gaona, S., & Matabay, R. (2017). *Impacto de las Compras Públicas en las Asociaciones de Producción Textil de la Economía Popular y Solidaria en la Ciudad de Quito, en el Periodo 2014-2016*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

<http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/10828/1/T-UCE-0005-100-2017.pdf>

- García, Y. (2013). El lienzo de modelo de neogicos o modelo Canvas: Herramienta para Emprendedores. *Revista Faeco Sapiens*, 6(1), 347-363. <https://orcid.org/0000-0002-9384-5197>
- González, J., & Toledo, N. (2017). “CUERYTEX” fabricación y comercialización de Bolsos, Mochilas y Carteras en la provincia del Azuay [Tesis de Grado, Universidad del Pacífico]. Repositorio Upacifico: <https://uprepositorio.upacifico.edu.ec/handle/123456789/694>
- Juna, V. (2017). *Cómo mejorar el ecosistema emprendedor en Quito*. Universidad Andina Simón Bolívar: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6071/1/SM212-Juna-Como%20mejorar.pdf>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. *Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú*, 1-60. doi:<https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Morales, J., Horta, K., Carmona, M., & Paternina, Y. (2022). *Proyecto de Emprendimiento Social, Producción y Comercialización de Bolsas Biodegradables Fabricadas a Base de Almidón de Tapioca*. Repositorio UNAD: <https://repository.unad.edu.co/jspui/bitstream/10596/49981/3/Klhortar.pdf>
- Muñoz, A., Sierra, L., Rojas, S., Medina, B., & Belalcázar, M. (2019). *Contaminación del Medio Ambiente con Bolsas Plásticas*. Repositorio UNAD: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/27207/srojasma.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Noboa, A. (2021). *Futuro de la inversión sostenible en los Startups con criterios de innovación ambiental, social y de gobernanza corporativa: D.M de Quito al 2030 [Tesis de Maestría, Instituto de Altos Estudios Nacionales Universidad de Posgrado del Estado]*. Repositorio IAEN: <https://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/6053/1/TRABAJO%20DE%20TULACI%C3%93N-ANDR%C3%89S%20EDUARDO%20NOBOA%20HEREDIA.pdf>
- ONU. (2016). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. CEPAL: <https://www.cedhnl.org.mx/bs/vih/secciones/planes-y-programas/Agenda-2030-y-los-ODS.pdf>
- Ordeñana, X., & Vera-Gilces, P. (2019). Emprendimiento sostenible: un análisis exploratorio del caso ecuatoriano. *Sostenibilidad en el emprendimiento y las MIPyME* (págs. 213-237). Corporación Editora Nacional. Corporación Editora Nacional.
- Palacios, U. (2020). *Plan de negocios para la fabricación y comercialización de bolsos ecológicos hechos con fibra de las hojas de piña para la ciudad de Quito [Tesis*

-
- de Pregrado, Universidad de las Américas]. Repositorio UDLA:
<https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/12526/1/UDLA-EC-TLCAM-2020-09.pdf>
- Palomeque, I., & Ruiz, J. (2017). *Estrategias de gestión para el emprendimiento de los sectores de economía popular y solidaria*. Universidad Técnica de Machala:
<https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12508/1/EstrategiasDeGestionParaElEmprendimiento.pdf>
- Pérez, P., & Bazurto, I. (2020). *Estudio de Factibilidad para la elaboración y comercialización de Bolsos Artesanales a base de Yute en la ciudad de Portoviejo*. Repositorio SanGregorio:
<http://repositorio.sangregorio.edu.ec/handle/123456789/1487>
- Presidencia de la República. (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de Registro Oficial: <https://www.lexis.com.ec/biblioteca/ley-organica-economia-popular-solidaria>
- Sarli, R., Gonzalez, S., & Ayres, N. (2015). Análisis FODA una herramienta necesaria. *Revista Uncuyo*, 9(1), 76-87.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/84474714/sarlirfo-912015-libre.pdf?1650380685=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAnalisis_FODA_Swot_analysis.pdf&Expires=1754669734&Signature=FC2O~1rDmgH8koDn1WMvO91yimE1RU2nmcslZGFKW8gCWN~o~0u9l60vW~R
- Secretaría Nacional de Planificación. (2024). *Plan de Desarrollo para el Nuevo Ecuador 2024-2025*. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2024/02/PND2024-2025.pdf>
- Solís, J., & Pontón, T. (2019). *Producción y comercialización de bolsos ecológicos en la ciudad de Guayaquil [Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica del litoral]*. Repositorio ESPOL:
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/54248/1/T-112073%20%20Sol%20%20C3%ADs%20-%20Pont%C3%B3n.pdf>
- Tarrillo, O., Mejía, J., Dávila, J., Pintado, C., Tapia, C., Chilón, W., & Velez, S. (2024). Metodología de la investigación una mirada global Ejemplos prácticos. *CID - Centro de Investigación y Desarrollo*, 1-177.
doi:https://doi.org/10.37811/cli_w1078
- Trejos, J. (2022). *Evaluación Técnica y Ambiental del uso de bolsas biodegradables como alternativa sostenible para Almácigos y siembra en el sistema de producción cafetero*. Universidad de Caldas:
<https://repositorio.ucaldas.edu.co/entities/publication/ecc27960-4f69-41b7-b48f-e3ef594c0683>
- Viciana, A. (2021). *Modelo Canvas para ABP y diseño de proyectos de innovación*. Andalucía: Alfar.

Zabala, J. (2018). *La industria del reciclaje en la ciudad de Quito, propuesta de modelo de negocio para la industria de reciclaje de plástico PET [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]*. Repositorio UASB: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6118/1/T2624-MBA-Zabala-La%20industria.pdf>

Lista de tablas

Tabla 1. Productos y precios del emprendimiento	51
Tabla 2. Costos de operación.....	51
Tabla 3. Costos fijos	52
Tabla 4. Costos Variables para Bolsos folclórico.....	52
Tabla 5. Costos Variables para Bolsos elegantes	52
Tabla 6. Costo Variables para Bolsos rústico	53
Tabla 7. Costo de mantenimiento Anual	53
Tabla 8. Cálculo de costos mensuales	54
Tabla 9. Gatos anuales de promoción.....	54
Tabla 10. Insumos.....	56
Tabla 11. Flujo de ingresos y egresos.....	57
Tabla 12. Cálculo de indicadores financieros	58

Lista de figuras

Figura 1. Género de los encuestados	32
Figura 2. Edad de los encuestados.....	33
Figura 3. Frecuencia de uso de bolsas para comprar.....	33
Figura 4. Cantidad de bolsas utilizadas	34
Figura 5. Uso de bolsas con material reciclado	35
Figura 6. Oferta de establecimientos	35
Figura 7. Preferencias de establecimientos del cliente potencial	36
Figura 8. Acompañamiento en las visitas al establecimiento.....	37
Figura 9. Preferencias de diseños del comprador	37
Figura 10. Precio preferido del comprador.....	38
Figura 11. Diseños de preferencia del comprador.....	39
Figura 12. Medios de difusión o plataformas digitales	39
Figura 13. Explicación del modelo Canvas.....	44
Figura 14. Modelo Canvas	48
Figura 15. Análisis FODA.....	49
Figura 16. Imagen de bolso folclórico.....	55
Figura 17. Imagen de bolsos elegante	55
Figura 18. Imagen de bolso rústico	55

Anexos

Anexo A

Encuesta

La presente encuesta se realiza con la finalidad de determinar los hábitos de consumos, percepción ambiental, preferencias de consumo y la factibilidad de implementar un plan de negocios orientada a la creación de bolsas tote bag, las mismas que son un tipo de bolsas espaciosas y rectangulares, generalmente hecho de materiales duraderos como lona, algodón o fibra reciclable, Por favor complete la encuesta cuidadosamente seleccionando la respuesta dentro del casillero.

Género: Masculino () Femenino () Prefiero no decirlo ()

Edad: 18-24 () 25-34 () 35-44 () 45 en adelante ()

Ocupación:

1. ¿Con qué frecuencia utiliza bolsas para realizar compras?

Diariamente () Tres veces por semana ()
Dos veces por semana () Semanalmente ()

2. ¿Qué cantidad de bolsas utiliza para realizar una compra?

1-3 () 4-5 () 6 o más ()

3. ¿Usted utiliza bolsas con materiales sostenibles para realizar sus compras?

Si () No ()

4. ¿Usted conoce algún establecimiento que oferte bolsas tote bag de materiales duraderos?

Si () No ()

5. ¿Le gustaría que existiera un establecimiento que realice bolsas reciclables con la finalidad de proteger el medioambiente?

Si () No ()

6. ¿Con quién visitaría este nuevo emprendimiento?

Familia () Amigos () Pareja () Solo ()

7. ¿Le gustaría encontrar diseños personalizados y bordados en bolsas con materiales sostenibles?

Si () No ()

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bolsa tote bag tamaño grande con diseños personalizados?

\$20-\$25 () \$26-\$30 () Mas de \$30 ()

9. ¿Qué tipos de diseños le gustaría encontrar en las bolsas tote bag?

Folklórico: con diseños coloridos y armónicos ()

Elegante: caracterizado por estética con terminados impecables ()

Rustico: Realizado con materiales naturales ()

10. ¿Qué tipo de plataforma digital usted utiliza para encontrar nuevos emprendimientos?

Facebook () Instagram () Tik tok () Otros ()

Anexo B

Entrevista

1. ¿Venden productos artesanales con materiales reciclables o sostenibles?
.....
2. ¿Qué tipo de clientes valoran los productos eco amigables?
.....
3. ¿Cree usted que los bolsos con diseños bordados y materiales sostenibles tengan una buena acogida en su local?
.....
4. ¿Según su observación que características buscan los clientes en este tipo de bolsos?
.....
5. ¿Qué tan dispuesto estaría en agregar productos como tote bag artesanales en su negocio?
.....
6. ¿Ha notado un aumento de productos artesanales ecológicos en los últimos años?
.....
7. ¿Qué opina sobre los emprendimientos que combinan tradición artesanal con cuidado ambiental?
.....
8. ¿Qué error cree que se debería evitar para introducir este producto en el mercado?
.....
.....