

**Plan de Empresa para la creación de un negocio de Tote Bags personalizadas en la
ciudad de Bogotá**

David Alberto Martínez Ramírez

Nicoll Yulieth Rodríguez Hernández



Universidad Santo Tomás

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Administración de Empresas

Proyecto de Grado-Business Plan

Bogotá D.C, Colombia

Junio de 2024

Tabla de Contenidos

Resumen Ejecutivo	8
Justificación	9
Problema	9
Objetivos del plan	10
Descripción preliminar básica del producto o servicio	11
Metodología	11
Futuro general del sector al cual pertenece la empresa del plan propuesto	12
Planeación Estratégica	13
Misión	13
Visión	13
Análisis del sector económico	14
Objetivos estratégicos, tácticos y operacionales	15
Filosofía del negocio	16
Know How	17
Concepto del Producto o Servicio	17
Identificación detallada de necesidades	17
a. Presentación muy detallada de las especificaciones del producto o servicio	19
b. Usos y manejo del producto o servicio	21
c. Marca, logo y slogan del producto o servicio	22
d. Resumen del modelo de negocio	23
Estudio de Mercado	24
Investigación del mercado – Presentación de resultados de la metodología aplicada	24
Análisis de la demanda – Social, Demográfica, Económica y Cultural	37
Nicho de mercado	37
Determinación del precio	38
Pronóstico de Ventas	39
Plan de Mercadeo	39
Estrategias de distribución	39

Plan de Empresa Tote Bags Personalizadas	3
Estrategias de promoción	41
Publicidad – Marketing mix	41
Fidelización	43
Postventa - servicio al cliente. Política de crédito	43
Estudio de Operaciones	44
Descripción y formalización del proceso - Diagrama de flujo	45
Distribución de planta	50
Costos de producción	51
Inversiones en infraestructura	52
Capital de trabajo	54
Estudio Organizacional	55
Estructura organizacional explicada – Organigrama	56
Perfiles de cargo	57
Manual de funciones	58
Requisitos legales del proyecto	63
Gastos administrativos	64
Metodologías de Motivación	65
Mecanismos de Liderazgo	66
Indicadores de Gestión	67
Estudio Financiero	68
Presupuestos	68
Flujo de caja explicado a 5 años como mínimo	71
Estados Financieros Preliminares con proyección de indicadores financieros por escenarios	72
Indicadores de Evaluación Financiera	73
Conclusiones	75
Bibliografía	76
Anexos: Publicidad, Fotos, Imágenes, Planos, Instrumentos de levantamiento de información, modelos de estimación (precios, ventas, costos, gastos)	77

Lista de Tablas

Tabla 1.	19
<i>Tote bag personalizada prototipo #1</i>	19
Tabla 2.	19
<i>Tote bag personalizada prototipo #2</i>	19
Tabla 3.	20
<i>Tote bag personalizada prototipo #3</i>	20
Tabla 4.	20
<i>Tote bag personalizada prototipo #4</i>	20
Tabla 5.	21
<i>Tote bag personalizada prototipo #5</i>	21
Tabla 6.	38
<i>Determinación del precio</i>	38
Tabla 7.	39
<i>Pronóstico de Ventas</i>	39
Tabla 8.	45
<i>Diagrama de Proceso</i>	45
Tabla 9.	51
<i>Costos de Producción</i>	51
Tabla 10.	52
<i>Costo Unitario del Producto</i>	52
Tabla 11.	53
<i>Inversión en Infraestructura</i>	53
Tabla 12.	54
<i>Inversión en Capital de Trabajo</i>	56

Plan de Empresa Tote Bags Personalizadas	5
Tabla 13.	57
<i>Perfil de Cargo</i>	57
Tabla 14.	64
<i>Gastos Administrativos</i>	64
Tabla 15.	68
<i>Amortización</i>	68
Tabla 16.	69
<i>Balance Inicial</i>	69
Tabla 17.	70
<i>Amortización</i>	70
Tabla 18.	71
<i>Flujo de Caja</i>	71
Tabla 19.	72
<i>Estados Financieros</i>	72
Tabla 20.	73
<i>Indicadores de Evaluación Financiera</i>	73
Índice de Figuras	
Figura 1.	22
<i>Imagotipo</i>	22
Figura 2.	23
<i>Modelo Canvas</i>	23
Figura 3.	25
<i>Encuesta Pregunta 1</i>	25
Figura 4.	25
<i>Encuesta Pregunta 2</i>	25

Figura 5.	26
<i>Encuesta Pregunta 3</i>	26
Figura 6.	26
<i>Encuesta Pregunta 4</i>	26
Figura 7.	27
<i>Encuesta Pregunta 5</i>	27
Figura 8.	27
<i>Encuesta Pregunta 6</i>	27
Figura 9.	28
<i>Encuesta Pregunta 7</i>	28
Figura 10.	28
Encuesta Pregunta 8	28
Figura 11.	29
<i>Encuesta Pregunta 9</i>	29
Figura 12.	29
<i>Encuesta Pregunta 10</i>	29
Figura 13.	30
<i>Encuesta Pregunta 11</i>	30
Figura 14.	30
<i>Encuesta Pregunta 12</i>	30
Figura 15.	31
<i>Encuesta Pregunta 13</i>	31
Figura 16.	32
<i>Encuesta Pregunta 14</i>	32
Figura 17.	32

Plan de Empresa Tote Bags Personalizadas	7
<i>Encuesta Pregunta 15</i>	32
Figura 18.	33
<i>Encuesta Pregunta 16</i>	33
Figura 19.	33
<i>Encuesta Pregunta 17</i>	33
Figura 20.	34
Encuesta Pregunta 18	34
Figura 21.	34
Encuesta pregunta 19	34
Figura 22.	35
<i>Encuesta Pregunta 20</i>	35
Figura 23.	35
<i>Encuesta Pregunta 21</i>	35
Figura 24.	36
<i>Encuesta Pregunta 22</i>	36
Figura 25.	36
<i>Encuesta Pregunta 23</i>	36
Figura 26.	47
<i>Diagrama de Flujo</i>	47
Figura 27.	50
<i>Distribución de Planta</i>	50
Figura 28.	56
<i>Organigrama</i>	56
Figura 29.	77
<i>Publicidad</i>	77

Resumen Ejecutivo

El plan de empresa pretende plantear la futura creación de una empresa dedicada a la venta de tote bags personalizadas, en el recorrido del proyecto se podrá evidenciar un paso a paso de la construcción; la finalidad de este es evaluar la posibilidad de hacer de la empresa un negocio real, el proyecto habla de las metas que la empresa se propone para ser una realidad y así como crear tote bags personalizadas nace de la responsabilidad social y buscar generar consciencia sobre el cuidado al medio ambiente, donde más adelante se hablará de este deseo como la problemática a solucionar con la idea de negocio, y el impacto que se quiere generar a nivel social con la misma como inicio del recorrido por el proyecto; el cual constara de un estudio de mercado, un plan de mercadeo, un estudio de operaciones, organizacional y financiero; donde se desarrolla el proyecto en cada una de estas áreas obteniendo como resultado la viabilidad de llevarlo a cabo.

Este plan de proyecto pretende visualizar un prototipo de la empresa y mostrar lo que hace realidad, mediante diversos instrumentos se obtuvieron resultados sobre la demanda y de cómo sería una aceptación general de la empresa, lo que permitió desarrollar estrategias para demostrarla como rentable; siendo este enfoque donde en todos los contenidos abordados se busca revelar las causas del porque valdría la pena invertir en la creación de esta empresa y, por otro lado, tener claro los factores negativos del mercado y analizar qué medidas se pueden tomar para contrarrestarlo. Este será el contenido que se podrá obtener a lo largo del recorrido por este documento y evidenciar la construcción progresiva y detallada de una empresa ecológica, inclusiva y sostenible.

Justificación

La viabilidad de realizar un proyecto de inversión en una empresa de Tote Bags personalizadas se fundamenta para abordar necesidades específicas de la población colombiana, con un enfoque inicial en las personas residentes en Bogotá. Este proyecto no solo tiene el potencial de generar beneficios económicos, sino también de impactar positivamente en el bienestar de la comunidad y fortalecer los valores de igualdad, inclusión y respeto en la sociedad. Igualmente, impacta positivamente con la responsabilidad ambiental, ya que los productos ofertados se harán con un material amigable con el medio ambiente, que es la lona de madreSelva, acorde a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS). Este proyecto se enfocará en la construcción de la empresa, su reconocimiento en el mercado de bienes personalizados y accesorios y su presencia en los almacenes de cadena más reconocidos de Colombia, distribuida inicialmente en Bogotá y posteriormente en todo el país, la empresa buscará ser exclusiva pero accesible.

La idea de la construcción de esta empresa surge de crear una alternativa ecológica y estética a las maletas tradicionales, se busca llevar la innovación de un producto ya existente como una Tote Bag y llevarlo más allá, fortaleciendo la presencia de este producto en el mercado.

Este proyecto busca aplicar lo aprendido en la carrera de Administración de Empresas, fortaleciendo los conocimientos adquiridos en los semestres y construyendo una vida profesional óptima creando este plan de empresa, buscando para el futuro aprendizajes.

Es así como nace Rainbow Bags.

Problema

Uno de los productos más contaminantes para el medio ambiente y lastimosamente de los más usados son las bolsas de plástico, y esto ha generado una crisis ambiental no solo en el país, sino que se ha convertido en una problemática global.

En 2023, según cifras oficiales, se consumieron alrededor de 5.000 billones de bolsas plásticas anualmente en el mundo. De este total, un 70% termina en océanos y basureros y un 12% incineradas, con la consecuente generación de gases de efecto invernadero. La vida útil de cada bolsa varía entre los 15 y 30 minutos, sin embargo, el tiempo de degradación asciende desde los 100 a 1.000 años.” (El Auditor, 2023).

Esta crisis sigue afectando a día de hoy en la sociedad y aunque actualmente en el país existen muchas medidas que regulan el uso de bolsas plásticas es un problema creciente, por esto se plantea una alternativa a las bolsas plásticas y bolsos tradicionales como son las tote bags ya que tienen las mismas funciones, sin embargo estas tienen un mayor grado de reutilización y en caso de ser desechadas al ser biodegradables no contaminan de la misma manera en que lo hace un bolso o maleta tradicional al ser desechado por ejemplo.

Así surge la incógnita por abordar la cual es ¿Cómo una empresa que ofrece Tote Bags personalizadas en Bogotá impactará positivamente en la sociedad y tiendas de cadena, y se convertirá en una marca sostenible, inclusiva y comprometida con el medio ambiente?

Objetivos del plan

General:

Desarrollar un plan integral para identificar la viabilidad de crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de tote bags personalizadas en la ciudad de Bogotá.

Específicos:

- Realizar un estudio de mercado completo que analice las tendencias, preferencias del consumidor y comportamiento de compra en el mercado de tote bags personalizadas en Colombia, con un enfoque inicial en la ciudad de Bogotá.
- Plantear los procesos técnicos necesarios para la producción de tote bags personalizadas.
- Diseñar una estructura administrativa eficiente y funcional, definiendo claramente roles y responsabilidades dentro del equipo.
- Evaluar la viabilidad financiera que permita realizar una proyección futura de la empresa en el mercado, considerando factores económicos y comerciales.

Descripción preliminar básica del producto o servicio

El producto con el cual se va a trabajar durante todo el recorrido de Rainbow bags son: Tote Bags personalizadas, las aquellas llamadas bolsas de tela. Los autores consideran que son un producto versátil y en tendencia, el cual tiene mucho por ofrecer y una necesidad clara que suplir dentro del mercado colombiano, la cual es la del transporte de objetos personales necesarios para el día a día. Estas Tote Bags, son hechas de tela de madreSelva, un material de alta calidad, sostenible y amigable con el medio ambiente. La diferenciación serán los múltiples diseños que en ella se estampen, ya que es un material flexible en el que se pueden plasmar imágenes fácilmente con la técnica DTF; “El DTF es un método de impresión por transferencia que consiste en imprimir por medio de una impresora o plotter de inyección de tinta sobre una película semi transparente, para luego ser transferida por medio de calor a textiles y materiales rígidos., esto permitirá que los consumidores participen y tengan un diseño a su gusto, único y completamente personalizado” (Estampadía, 2022)

Metodología

Para este proyecto, se empleó un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo sustentado en una encuesta. A través de este método, se pretendió recopilar datos que suministren información sobre las preferencias y necesidades del mercado en relación con Rainbow Bags. La encuesta se diseñó de manera exhaustiva para abordar aspectos clave como las condiciones sociodemográficas y económicas, los gustos y preferencias, la percepción de la experiencia de compra del cliente, necesidades específicas en el producto, la satisfacción del cliente, el precio que estaría dispuesto a pagar por el producto y oportunidades de mejora. Tras recopilar los datos, se hicieron los estudios empezando por el estudio de mercados, para identificar patrones y tendencias significativas que permitan formular recomendaciones concretas para su viabilidad y mejorar la propuesta de valor de la empresa y su posición competitiva.

Futuro general del sector al cual pertenece la empresa del plan propuesto

El sector al cual pertenece el plan de empresa es la industria manufacturera, en el sector textil específicamente al de los accesorios.

Según información del Observatorio de Moda Raddar y en colaboración con Inexmoda, el consumo de moda en el país alcanzó los \$30 billones en 2022, lo que representa un incremento del 9% en comparación con el año 2021. (Portafolio, 2023)

“El avance de la industria textil y de la confección en Colombia lo impulsan diversos factores como la innovación, la calidad en la mano de obra y en los materiales utilizados, la creatividad y la diversificación. Este impulso ha fortalecido la competitividad de la industria a nivel global.” (Procolombia, 2023)

Los autores consideran importante mencionar estos elementos subrayando la capacidad del sector para adaptarse y destacarse en un mercado global exigente, consolidándose como un actor importante a nivel internacional.

“La industria, que contribuye con el 9,4% del PIB industrial y proporciona empleo a casi 600 mil personas en el país, ha experimentado un crecimiento significativo en términos de cifras. Además, las empresas y diseñadores locales están a la vanguardia de las tendencias globales, llevando una oferta diversa y de alta calidad a nuevos mercados internacionales y audiencias, consolidando así su presencia a nivel internacional.” (Procolombia, 2023)

Este crecimiento y fortalecimiento de la industria textil en Colombia beneficia a Rainbow Bags al proporcionar un entorno favorable para la innovación y la calidad. Además, la posición de las empresas locales y nuevos emprendimientos en las tendencias globales permite a Rainbow Bags ofrecer productos competitivos y atractivos a nivel nacional, consolidando su presencia en nuevos mercados.

“La industria en Colombia está comprometida con la utilización responsable y eficiente de los recursos naturales, generando materias primas sostenibles para reducir el impacto ambiental asociado a los métodos de producción convencionales.” (Procolombia, 2023)

Se evidencia que el compromiso con la sostenibilidad es un factor competitivo importante dentro de la industria textil, por lo que refuerza la misión de Rainbow Bags de ofrecer productos ecológicos. Además, esta alineación con prácticas sostenibles ayuda a posicionar la marca positivamente en el mercado, atrayendo a consumidores conscientes y fortaleciendo su reputación.

Planeación Estratégica

Misión

Ofrecer Tote Bags personalizadas de alta calidad a través de plataformas digitales empezando por Instagram. Se busca proporcionar productos que no solo sean funcionales y estéticamente

atractivos, sino que también promuevan valores de sostenibilidad y responsabilidad social, asegurando la satisfacción total de los clientes y colaboradores.

Visión

Para el año 2027, Rainbow bags será una marca líder y reconocida en el mercado de las Tote Bags personalizadas, destacándose por la creatividad, innovación y compromiso con la calidad. Se espera poder expandir la empresa y su alcance nacional e internacional, distribuyendo el producto en almacenes de cadena reconocidos, tiendas D1, Carulla, y el éxito, generando valor para clientes, colaboradores, proveedores y la sociedad como ejemplo de empoderamiento, equidad y sostenibilidad.

Análisis del sector económico

El plan se inserta en un mercado de consumo de bienes personalizados y accesorios, específicamente en el segmento de bolsos y tote bags. A continuación, se presenta un análisis del tipo de mercado en el que se encuentra:

Bolsos, maletas y accesorios en Colombia

1. Competencia: El mercado de bolsos y tote bags personalizados puede ser altamente competitivo, con una amplia gama de empresas que ofrecen productos similares.
Tales como: Tutto, JanSport, The NorthFace, entre otras.
“El tamaño del mercado de bolsos en Colombia creció significativamente en 2023. Se prevé que el mercado aumentará a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 6,90% durante 2024-2032.” (EMR CLAIGHT, 2023)
2. Demanda: Existe una demanda creciente de productos personalizados y únicos entre los consumidores, especialmente entre los segmentos más jóvenes y aquellos interesados en la moda y la expresión personal.
3. Impacto en el mercado global: “El tamaño del mercado de bolsos se estima en 74,19 mil millones de dólares en 2023. Se proyecta que alcance los 106,50 mil millones de

dólares en 2028, registrando una tasa compuesta anual del 7,50% durante el período (2023-2028).” (MordorIntelligence, 2023). Con una visión a largo plazo se establece el mercado de bolsos como un sector que genera grandes ingresos a nivel global que van en aumento a lo largo de los años.

4. Potencial de crecimiento: A pesar de la competencia y las barreras de entrada, el mercado de bolsos personalizados aún ofrece un potencial considerable de crecimiento, especialmente con la creciente demanda de productos que ofrecen diferenciación, autenticidad y personalización.

Objetivos estratégicos, tácticos y operacionales

Objetivos estratégicos:

- Posicionar la marca mediante la atención al cliente de calidad, escuchando siempre las peticiones y recomendaciones en pro de mejorar la marca.
- Recuperar la inversión inicial y generar rentabilidad para la empresa.
- Mantener la calidad de los productos a largo plazo.
- Invertir en estrategias de publicidad que permitan pactar con tiendas de cadena.
- Aprovechar el factor personalización de las tote bags para darle popularidad a la empresa.

Objetivos tácticos:

- Desarrollar una amplia gama de prototipos de producto para mostrar a las tiendas de cadena.
- Transformar aquellas tiendas de cadena en comercios aliados (generación de alianzas).
- Tener una gran selección de clientes B2B (Empresas aliadas).

- Impulsar el crecimiento de la empresa en redes sociales, facilitando a las personas conocer la misma y tenerla como primera opción frente a la competencia, bien sea para realizar su compra digitalmente o en tiendas de cadena.

Objetivos operacionales:

- Optimizar los tiempos de operación para poder generar un mayor volumen de productos.
- Contratar colaboradores comprometidos con la responsabilidad social y cultura organizacional de la empresa.
- Generar constantemente una evaluación de la operación en busca de errores y si es el caso soluciones inmediatas.
- Optimizar los tiempos de entrega de los productos.
- Fortalecer el trabajo en equipo obteniendo una eficiencia mayor en la operación.
- Complementar la operación con automatización en sus procesos, reduciendo así tiempos y costos de personal.

Filosofía del negocio

Rainbow bags cuenta con una filosofía de negocio basada en tener como pilar principal la responsabilidad social, siendo pilar también de los valores de los autores, creando así una cultura organizacional enfocada en la utilización de procesos sostenibles de inicio a fin.

Para Rainbow bags como marca es fundamental que sus creadores crezcan y evolucionen a medida que el proyecto avanza y así mismo generan un desarrollo humano y profesional para los futuros colaboradores de la empresa y para aquellos stakeholders y clientes directos o terceros; todo esto en pro de aportar a las vidas de quienes trabajan por y para la marca y para todo aquel que adquiera sus productos.

Por otro lado, Rainbow bags busca generar alianzas estrechas con tiendas de cadena para que así el mensaje que la marca quiere dar sea visibilizado de la mejor manera posible.

Así mismo cada persona que trabaje en Rainbow Bags debe apropiarse de la cultura organizacional de la marca arraigada al cuidado del medio ambiente y a las soluciones que la marca brinda, por esto mismo deben contar con unos valores que permitan cumplir la filosofía de la empresa como:

- Respeto a la naturaleza y a la sociedad
- Respeto por la diversidad y las diferencias de las personas
- Creatividad e innovación
- Comunicación asertiva y trabajo en equipo

Know How

El know How de Rainbow bags va enfocado a la calidad de producto y la atención al detalle del mismo, desarrollando productos conscientes con el medio ambiente, entendiendo que este es quien nos proporciona los materiales necesarios para la creación de las tote bags; con esto más allá de los detalles que pueda tener cada tote bag personalizada se está ofreciendo un producto creado desde la responsabilidad ambiental, la inclusión y la diferenciación; esta última dada por la personalización del producto pero también por ser una alternativa a algo tradicionalmente usado como son las maletas o bolsos, siendo no solo una alternativa sino un producto sustituto y más versátil, esto es lo que Rainbow bags quiere demostrar, haciendo que cada cliente sienta que está mejorando la manera en que lleva sus objetos personales en el día a día, haciéndole entender que es una solución a muchos de los problemas ambientales que se generan por los materiales usados para un bolso tradicional.

Además, Rainbow bags busca generar más valores agregados al producto, como la experiencia post-venta y la fidelización del cliente mediante diferentes estrategias de marketing.

Concepto del Producto o Servicio

Identificación detallada de necesidades

1. **Practicidad y conveniencia:** Los consumidores buscan soluciones prácticas para llevar sus objetos personales. Es así como las Tote bags pueden adaptarse a esta necesidad por su variedad de tamaño y versatilidad que permiten transportar diferentes artículos.
2. **Sostenibilidad ambiental:** Un creciente número de consumidores quiere reducir su impacto ambiental y optar por productos eco-amigables. Es así como al usar estas tote bags de material amigable con el ambiente se genera esa conciencia ambiental porque se está contribuyendo a la reducción del uso de plásticos desechables.
3. **Estilo y personalización:** Los clientes desean productos que reflejen su estilo personal y que se puedan personalizar según sus preferencias. Es por esto por lo que se ofrecen opciones de personalización de diseños y colores, permitiendo a los clientes crear tote bags únicas y a su gusto.
4. **Calidad y durabilidad:** Los consumidores quieren productos que sean duraderos y de alta calidad para asegurar una buena relación calidad-precio. Por esta razón, se utilizarán materiales de alta calidad y procesos de producción rigurosos para garantizar que cada tote bag sea resistente y duradera.
5. **Responsabilidad social y empresarial:** Actualmente los consumidores valoran las marcas que muestran responsabilidad social y practican negocios éticos. Por eso la marca tiene compromiso con la responsabilidad social, apoyando iniciativas comunitarias y asegurando prácticas empresariales éticas y transparentes.

- 6. Accesibilidad y precio: Ofrecer productos accesibles que no comprometan la calidad ni la sostenibilidad. Será importante mantener precios competitivos mediante la optimización de procesos de producción y la creación de alianzas estratégicas con proveedores.
- 7. Innovación: Por último, generalmente las personas buscan productos innovadores que se adapten a sus necesidades cambiantes, la empresa debe estar constantemente agregando nuevas características y diseños, utilizando tecnologías avanzadas para mejorar la funcionalidad y el atractivo de las Tote Bags

a. Presentación muy detallada de las especificaciones del producto o servicio

Tabla 1.

Tote bag personalizada prototipo #1

Tote bag personalizada prototipo #1	
	Tote bag personalizada hecha en madreselva, con diseño sencillo y monocromático para los amantes de lo minimalista. Tamaño mediano para uso diario. Diseño Unisex.

Nota: Elaboración propia

Tabla 2.

Tote bag personalizada prototipo #2

Tote bag personalizada prototipo #2	
	Tote bag personalizada hecha en madreselva, con diseño en arte abstracto y líneas, ideal para quienes quieren lucir diseños únicos. Tamaño mediano para uso diario. Diseño Unisex.

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.

Tote bag personalizada prototipo #3

Tote bag personalizada prototipo #3	
	Tote bag personalizada hecha en madreselva, con un diseño inspirado en los signos zodiacales, para amantes de la astrología. Tamaño mediano para uso diario. Diseño Unisex.

Nota: Elaboración propia

Tabla 4.

Tote bag personalizada prototipo #4

Tote bag personalizada prototipo #4	
	Tote bag personalizada hecha en madreselva, con diseño de personaje de videojuegos con toque minimalista, para quienes disfrutan de este mundo. Tamaño mediano para uso diario. Diseño Unisex.

Nota: Elaboración propia

Tabla 5.

Tote bag personalizada prototipo #5

Tote bag personalizada prototipo #5	
	Tote bag personalizada hecha en madreselva, con diseño de serie LGBTIQ+, especialmente atractiva para quienes hacen parte de esta comunidad o quienes la apoyan. Tamaño mediano para uso diario. Diseño Unisex.

Nota: Elaboración propia

b. Usos y manejo del producto o servicio

- Uso diario: Este producto es ideal para el uso cotidiano, ya que permite llevar todo tipo de objetos personales necesarios, como productos de maquillaje, audífonos, termos, una sombrilla de mano, entre otros. Es práctico y no ocupa mucho espacio, por lo que se puede cargar cómodamente colgado en los hombros y colocar en cualquier lugar.
- Para llevar tus compras: Estas bolsas son muy versátiles y perfectas para hacer compras pequeñas en la tienda, permitiendo guardar lo que se compre. Así, se contribuye al medio ambiente evitando bolsas plásticas desechables.
- Bolsa para estudiar: Son ideales para transportar libros, cuadernos, cartucheras y otros materiales necesarios para la universidad o el colegio.

c. Marca, logo y slogan del producto o servicio

Marca: Se caracterizaría por su enfoque contemporáneo y fresco, dirigido a un público diverso y consciente. Con un estilo moderno y vibrante, busca reflejar la individualidad y la creatividad de sus clientes. Inspirada en la inclusión y la sostenibilidad, la marca irradia una energía positiva y un compromiso con valores sociales y ambientales. Se quiere posicionar como una marca joven, dinámica y comprometida con el cambio positivo en el mundo.

Logo:

Figura 1.

Imagotipo

Nota: Elaboración propia

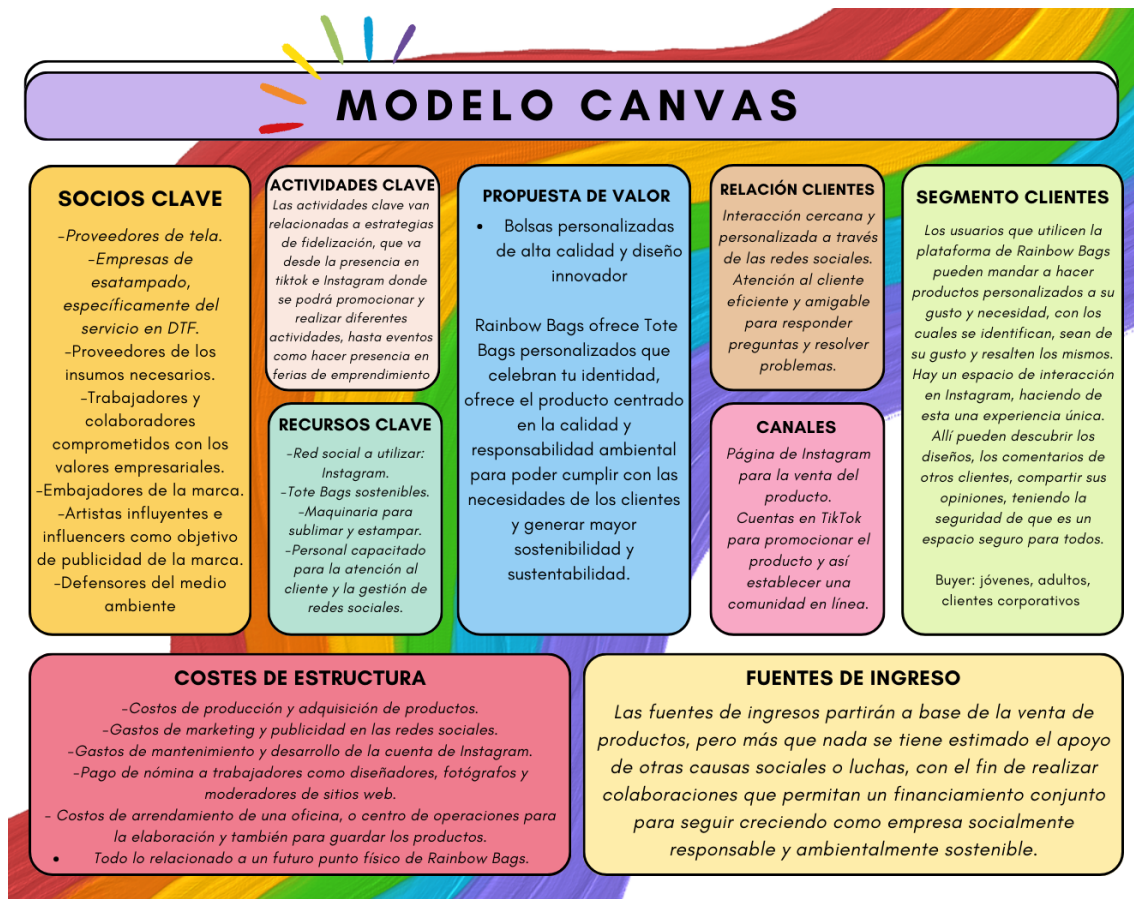
Logotipo: Es una imagen animada que representa una Tote Bag y dentro tiene un estampado de arcoíris y debajo tiene el nombre de la empresa, “Rainbow Bags” que significa bolsas arcoíris. La tipografía está en letras mayúsculas, fáciles de leer y la o es un corazón, demostrando el amor. Los autores consideran que el arcoíris va encaminado con la identidad visual de la empresa, con la personalidad, valores y mensaje que quiere transmitir al público, ya que tiene una paleta de colores vibrantes pero armoniosos, con tonos que evocan la naturaleza y la responsabilidad ambiental, como lo son el verde y azul, combinados con colores vivos como el rojo, el amarillo, el naranja y morado, para transmitir amor, energía, creatividad y positivismo.

Slogan: “Tote It Up!” (¡Llévalo contigo!)

d. Resumen del modelo de negocio

Se eligió el modelo Business Model Canvas (BMC)

Figura 2.

Modelo Canvas

Nota: Elaboración propia

Estudio de Mercado

Esta segmentación de mercado se basó en aspectos clave que ayudaron a determinar las características de los clientes a quienes se les ofrecerá las Tote bags.

Muestra

Para la muestra, se determinó que la cantidad de personas serían hombres y mujeres de las diferentes localidades de Bogotá que se encontraran entre los 15 a los 35 años en el 2024, según los datos de las Proyecciones de Población de Bogotá por Upz, sexo y edad del DANE, son en total 2'608.712 personas.

n	2.608.712
z	1,96
p	50,00%
q	50,00%
e	5%
n	384

Población jóvenes y adultos DANE	2.608.712
----------------------------------	-----------

Se tendrá un tamaño de muestra de 384 personas, con un nivel de confianza (z) del 95 %, un porcentaje de probabilidad de que ocurra 50 %, un porcentaje de probabilidad de que no ocurra del 50 % y un margen de error del 2 %.

A pesar de que la muestra estimada fue de 384 personas, ya que no se logró encontrar a tantas personas que respondieran la encuesta, se pudo aplicar el formulario solo a 207 personas.

Investigación del mercado – Presentación de resultados de la metodología aplicada

El instrumento usado para realizar este estudio de mercado fue una encuesta de 23 preguntas, con el fin de medir la aceptación de las personas frente a la marca e identificar cuáles son aquellos aspectos que pueden impulsar a Rainbow bags a ser una empresa exitosa; la encuesta se realizó en la ciudad de Bogotá, y fue realizada a personas de diferentes edades, barrios y características para así tener unos resultados más reales frente a los ciudadanos bogotanos, el tamaño de la muestra fue de 207 encuestados y la encuesta se realizó mediante Microsoft Forms; a continuación se encuentran los resultados de la encuesta:

Figura 3.

Encuesta Pregunta 1

1. ¿En qué rango de edad te encuentras?

[Más detalles](#)

 Información

	Menos de 18 años	15
	Entre 18 a 22 años	97
	Entre 23 a 30 años	69
	Más de 30 años	26



Nota: Elaboración propia

- De los 207 encuestados se puede observar cómo 166 de ellos hacen parte de una población joven oscilando entre los 18 a 30 años representando el 80% de los encuestados, esto quiere decir que Rainbow bags debe enfocarse a una población joven que apunta a ser clientes potenciales de la marca, ya que mostraron más interés en responder la encuesta al saber de qué trataba la empresa.

Figura 4.
Encuesta Pregunta 2



Nota: Elaboración propia

- La mayoría de encuestados interesados en la encuesta son de la localidad de Chapinero por lo cual en un futuro al pactar con mercados de cadena sería importante comenzar por esta localidad.

Figura 5.

Encuesta Pregunta 3

3. Actualmente, ¿Cuál es tu ocupación?

[Más detalles](#) Información

	Estudiante	63
	Empleado	94
	Desempleado	11
	Independiente	39

*Nota: Elaboración propia*

- Sumando el 64 % de encuestados empleados y los independientes, lo que significa que ganan un salario, lo que les permite poder adquisitivo para adquirir productos de la marca y sin contar con los estudiantes que pueden trabajar al tiempo.

Figura 6.

Encuesta Pregunta 4

4. ¿Cuál es tu rango salarial?

[Más detalles](#) Información

	Menos de un salario mínimo	43
	Un salario mínimo	49
	Entre dos a tres salarios mínimos	83
	Más de cuatro salarios mínimos	32

*Nota: Elaboración propia*

- En cuanto a rango salarial un 55% de los encuestados ganan más de un salario mínimo, lo cual refleja que son personas que pueden adquirir otro tipo de bienes o productos así no sean de primera necesidad, como lo sería una tote bag.

Figura 7.

Encuesta Pregunta 5

5. ¿Con qué género te identificas?

[Más detalles](#)[Información](#)

● Hombre	75
● Mujer	127
● No binario	5
● Otro	0

*Nota: Elaboración propia*

- De los 207 encuestados el 61% son mujeres, esto indica que las tote bags pueden guiarse más hacia esta población en específico, sin dejar de lado la población de hombres y personas de otros géneros, ya que las tote bags son un producto para todo tipo de persona.

Figura 8.

Encuesta Pregunta 6

6. ¿Cuáles son tus hobbies?

[Más detalles](#)

● Leer libros	64
● Practicar algún deporte	75
● Los videojuegos	64
● Ver películas o series	105
● Crear o escuchar música	63

*Nota: Elaboración propia*

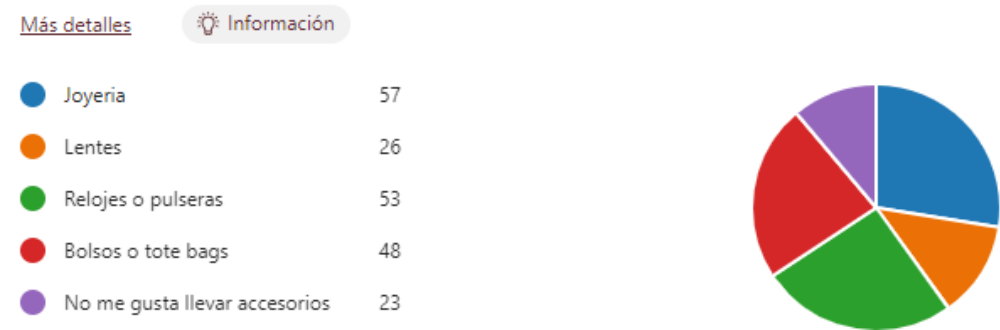
- Esta pregunta se realizó con el fin de determinar los gustos de los encuestados y saber qué diseños podrían tener las tote bags predeterminadas para llamar la atención de las

personas, por lo cual según los resultados la mejor opción para estos diseños estándar serían las películas y series con un 28% de los encuestados que optó por esta opción.

Figura 9.

Encuesta Pregunta 7

7. ¿Con que tipo de accesorios te gusta complementar tus outfits?



Nota: Elaboración propia

- Está pregunta señala que los accesorios que más prefieren llevar los encuestados con un 28% son las joyeras y aun así se observó que los bolsos o tote bags no tuvieron un porcentaje bajo ya que fue del 23%, se analiza que también existe la posibilidad de manejar productos complementarios a las tote bags para aumentar la demanda.

Figura 10.

Encuesta Pregunta 8

8. ¿Utiliza maletas o bolsos para llevar sus objetos personales?



Nota: Elaboración propia

- Un total del 97% de los encuestados usan maletas o bolsos para llevar sus objetos y aunque fue una respuesta esperable, reafirma que el mercado de las maletas y bolsos es bastante relevante en la vida cotidiana de la población; lo cual refleja que si es buena idea entrar en este mercado.

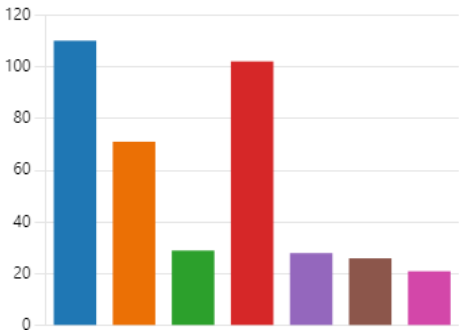
Figura 11.

Encuesta Pregunta 9

9. Al momento de comprar una maleta o un bolso, ¿Qué es lo más importante para usted?

[Más detalles](#)

Relación Precio-Calidad	110
Material	71
Marca	29
Tamaño o diseño	102
Color	28
Que este de moda	26
Que sea amigable con el medio ...	21



Nota: Elaboración propia

- Para esta pregunta se podían seleccionar máximo dos factores que el encuestado considera más importante al momento de comprar una maleta o bolso, y en este caso los factores fueron relación precio-calidad y tamaño o diseño, tomando en cuenta esto, Rainbow bags debe garantizar productos de buena calidad a un precio accesible y realizar diseños personalizados manteniendo la calidad.

Figura 12.

Encuesta Pregunta 10

10. ¿Ha comprado Tote Bags anteriormente?

[Más detalles](#)

[Información](#)

Sí	103
No	104



Nota: Elaboración propia

- Sorpresivamente un 50% de los encuestados ha comprado una tote bag alguna vez, lo cual refleja cómo esta tendencia va en crecimiento y se hace más conocida y usada cada vez más, por lo cual se intuye una buena aceptación del producto y que el otro 50% que no ha comprado una tote bag se anime a hacerlo.

Figura 13.

Encuesta Pregunta 11

11. ¿Dónde preferiría comprar una Tote Bag?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● Tienda en línea	73
● Ferias o eventos	64
● Almacenes de cadena	70



Nota: Elaboración propia

- De los 207 encuestados un 35% preferiría comprar en línea, mientras que un 34% le gustaría hacerlo en tiendas de cadena; esto fortalece la meta a largo plazo de Rainbow bags de estar presente en tiendas de cadena y así mismo manejar canales de distribución digital, siendo preferencia de la población más joven.

Figura 14.

Encuesta Pregunta 12

12. ¿Qué tamaño le gustaría para una Tote Bag?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● Pequeña (para artículos pequeñ...	46
● Mediana (para artículos esencial...	139
● Grande (para llevar varias cosas)	22



Nota: Elaboración propia

- Un 67% de los encuestados prefieren comprar una tote bag de tamaño mediano para uso cotidiano, esto permite determinar el tamaño general de las tote bags que venderá Rainbow bags y optar por el tamaño que más le gusta a los encuestados; pero de igual manera manejando otros tamaños en menor volumen para otro tipo de gustos.

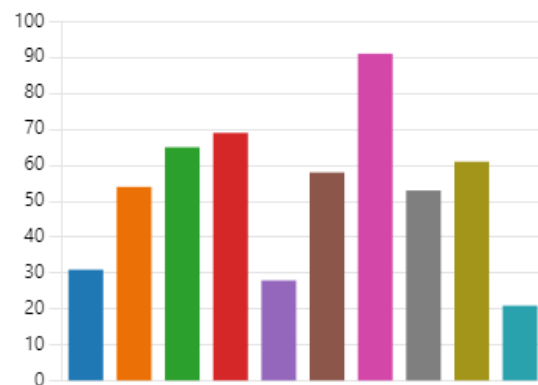
Figura 15.

Encuesta Pregunta 13

13. ¿En que tiendas suele comprar souvenirs o ropa?

[Más detalles](#)

Éxito	31
Falabella	54
Ara	65
D1	69
Carulla	28
Bershka	58
H&M	91
Pull&Bear	53
Koaj	61
Otras	21



Nota: Elaboración propia

- En esta pregunta los encuestados también podían elegir entre máximo dos opciones y de acuerdo con los resultados, las tiendas de cadena que Rainbow bags debe buscar para generar alianzas son H&M, Ara y D1; H&M para vender tote bags en conjunto con prendas de vestir y Ara y D1 para ser una opción amigable con el medio ambiente para mercar.

Figura 16.

Encuesta Pregunta 14

14. ¿Tiene alguna importancia para usted la compra de productos ecológicos y fabricados con materiales sostenibles?

[Más detalles](#)

[Información](#)



Nota: Elaboración propia

- Para un 83% de los encuestados tiene importancia que el producto que adquieren sea ecológico, por lo cual se deduce que tendrían un mayor interés en comprar en Rainbow bags por los productos hechos en lona madre selva.

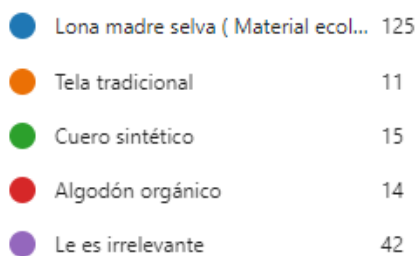
Figura 17.

Encuesta Pregunta 15

15. ¿De cuales de estos materiales le interesaría comprar una Tote bag?

[Más detalles](#)

[Información](#)



Nota: Elaboración propia

- En concordancia con la anterior pregunta un 60% de los encuestados prefieren tote bags hechas en madre selva al ser mostrado como un material ecológico, esto quiere decir que el material de las tote bags de Rainbow bags es de agrado para las personas.

Figura 18.

Encuesta Pregunta 16

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir por una Tote Bag personalizada?

[Más detalles](#)

[Información](#)

Entre 20.000 a 25.000 pesos	23
Entre 25.000 a 30.000 pesos	51
Entre 30.000 a 35.000 pesos	57
Más de 35.000 pesos	76



Nota: Elaboración propia

- Esta pregunta es determinante para establecer un precio a los productos, se puede observar que un 28% de los encuestados pagarían entre \$30.000 a \$35.000 pesos por una tote bag y un 37% estarían dispuestos a pagar más de esta cantidad; esto indica que Rainbow bags podría manejar este tipo de precios por el poder adquisitivo de la mayoría de los interesados en la marca.

Figura 19.

Encuesta Pregunta 17

17. ¿Estaría dispuesto a pagar un precio más alto, si las tote bags tienen un diseño personalizado?

[Más detalles](#)

[Información](#)

Sí	180
No	27



Nota: Elaboración propia

- De los 207 encuestados un 87% estaría dispuesto a pagar un precio más alto por la personalización del producto, esto indica una oportunidad de generar mayor

rentabilidad a la marca con precios ligeramente más altos en este caso el valor de la unidad pasaría a ser de \$40.000 pesos por la exclusividad que representa una tote bag personalizada y la aceptación de los encuestados.

Figura 20.

Encuesta Pregunta 18

18. ¿Comprarías este diseño de tote bag personalizada?



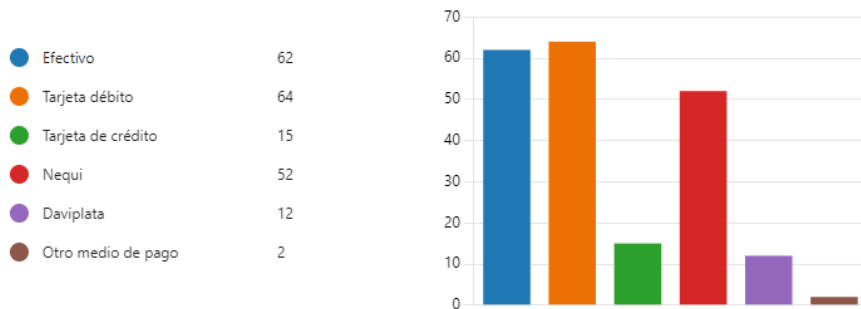
Nota: Elaboración propia

De los 207 encuestados, un 77 % compraría el diseño de la imagen; esto señala que les gustaría adquirir uno de los diseños de prototipo de tote bags realizados, lo que nuevamente supone una buena aceptación de la marca de parte de la población analizada.

Figura 21.

Encuesta pregunta 19

19. ¿Cuál de los siguientes métodos de pago usas para realizar una compra?

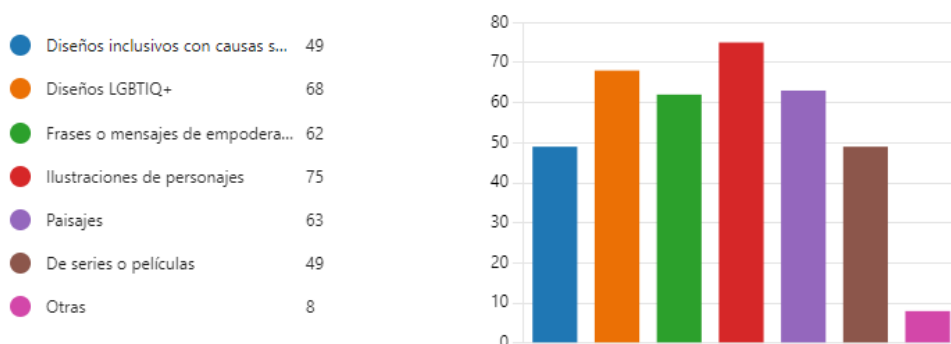
[Más detalles](#)[Información](#)*Nota: Elaboración propia*

- Del total de los encuestados 62 personas usan efectivo como método de pago, 64 usan tarjeta débito y 52 usan Nequi, siendo las opciones más seleccionadas; esto permite a Rainbow bags conocer qué métodos de pago ofrecer, donde se manejarían diversas maneras de realizar una compra, haciéndola más sencilla.

Figura 22.

Encuesta Pregunta 20

20. ¿Qué tipo de diseños te gustaría ver en una Tote Bag?

[Más detalles](#)*Nota: Elaboración propia*

- En esta pregunta los encuestados podían elegir dos opciones, y al analizar los resultados se ven los diseños que le gustaría ver a las personas, lo que refleja que el optar por hacer tote bags personalizadas fue la mejor opción.

Figura 23.

Encuesta Pregunta 21

21. ¿Por cual de los siguientes motivos compraría una Tote Bag personalizada y no una maleta tradicional?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● Por su versatilidad de uso	84
● Por la posibilidad de tener un pr...	39
● Porque es un producto estético	63
● Por la experiencia cercana entre ...	21



Nota: Elaboración propia

- Del total de encuestados un 41% prefieren una tote bag que una maleta tradicional por su versatilidad, reflejada en su estilo y funcionalidad; esto determina una guía para las estrategias de mercadeo de Rainbow bags, en donde se debe dar prioridad a demostrar la versatilidad y funcionalidad del producto.

Figura 24.

Encuesta Pregunta 22

22. ¿Cuáles de los siguientes adicionales te gustaría que tuviera una tote bag al momento de comprarla?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● Bolsillos adicionales	69
● Que la tote bag cuente con cre...	98
● Ilavero incorporado	15
● Pines de regalo	25



Nota: Elaboración propia

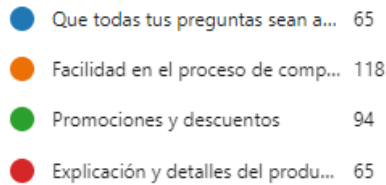
- Para un 47% de los encuestados sería un muy buen adicional que las tote bags tuvieran cremallera; esto facilita la construcción del producto acorde a las necesidades del cliente, y se deduce que esta característica es importante para los encuestados por la inseguridad que se presenta en la ciudad de Bogotá.

Figura 25.

Encuesta Pregunta 23

23. ¿Cuáles son aquellos aspectos que valoras más al momento de realizar una compra?

[Más detalles](#)



Nota: Elaboración propia

- En esta última pregunta los encuestados podían elegir entre máximo dos opciones cuáles aspectos son los que más valoran al momento de realizar una compra, y son la facilidad al momento de comprar y promociones o descuentos, por esta razón Rainbow bags debe plantear sistemas de compra ágiles con un alto nivel de atención al detalle y así mismo generar promociones y descuentos para fidelizar a los clientes.

Análisis de la demanda – Social, Demográfica, Económica y Cultural

De acuerdo a los resultados de la encuesta las tote bags son un producto que llevarían todas las personas sin importar su género, sin embargo las mujeres tienen una mayor aceptación del producto, por otro lado culturalmente los encuestados son muy similares, a pesar de esto varían muchos sus gustos, los cuales la personalización del producto puede abordar, “El concepto que ofrece la personalización de producto es muy potente. Es vender al cliente algo único y exclusivo. El mensaje es: nadie tiene otro igual y eso gusta a las personas porque queremos diferenciarnos de los demás”. (Interempresas,2021); en base a esto la personalización se muestra como el valor agregado más fuerte que tiene la marca.

Así mismo la demanda sería de personas cuyo salario mensual es mayor a un salario mínimo, ya que se considera que este segmento podría hallar en una tote bag una compra provechosa.

Nicho de mercado

Tomando en cuenta los resultados obtenidos del estudio de mercado, se determina que el nicho de mercado de Rainbow bags sería la población de la ciudad de Bogotá sin importar la localidad que oscila principalmente entre las edades de 18 a 30 años, dada la naturaleza juvenil del producto y la marca maneja una imagen muy eufórica, alegre y viva.

“Los millennials y la generación Z buscan funcionalidad y moda, ya que se embarcan en sus actividades diarias, eventos especiales y viajes, por lo que buscan productos que brinden facilidad y comodidad” (Insider, 2023); lo cual convierte al producto en un gran atractivo para este nicho de mercado, así mismo serán personas a las cuales les gusta cuidar el medio ambiente y les interesa que sus productos vayan alineados a lo que quieren y sean ecológicos.

Una de las razones por la que las tote bags están de moda fue para sustituir a las bolsas de plástico en los supermercados y tiendas. Son totalmente reutilizables, actúan como un accesorio más, por lo que son perfectas también para llevar compras y evitar contribuir a la contaminación por bolsas plásticas. (Rafasshop,2023)

Al manejar un producto unisex este nicho no toma en cuenta género, ya que es un producto para todos por el tono de inclusividad que maneja la empresa, sin embargo, se cierra a solo personas a partir de estrato 3 y con poder adquisitivo de más de un salario mínimo, para asegurar que puedan comprar una tote bag personalizada.

Determinación del precio

Tabla 6.

Determinación del precio

Determinación del precio por tote bag (Unitario)

Costos	Valor (\$)
Metro y medio de tela (Lona madre selva)	\$10.000 pesos
Corte y confección	\$3.330 pesos
Proceso de impresión del diseño en DTF	\$5.000 pesos
Empaque en papel craft	\$1.150 pesos
Tintas Kit	\$3.830 pesos
Stickers con logo (2 por unidad)	\$200 pesos
Cabuya de fique (30cm)	\$300 pesos
Costo Total	\$23.810 pesos
Precio unitario	\$40.000 pesos
Utilidad	\$16.190 pesos
Porcentaje de utilidad (%)	40,48%

Nota: Elaboración propia

El precio unitario se establece en \$40.000 pesos tomando en cuenta que la demanda estaría dispuesta a pagar más de \$35.000 pesos por una tote bag personalizada, este precio se determinó en base a los costos de realizar el producto los cuales son de \$23.810 pesos. contando tanto el proceso de producción como empaque, lo cual resulta en una utilidad del 40,48%.

Pronóstico de Ventas

Tabla 7.

Pronóstico de Ventas

Pronóstico de Ventas					
INFLACIÓN	5%	6%	4,5%	5%	6%
	2024	2025	2026	2027	2028
Unidades vendidas	2625	2783	2908	3053	3236
Costo Unitario	\$40.000	\$42.400	\$44.308	\$46.523	\$49.315
Utilidad Total	\$105.000.000	\$117.978.000	\$128.834.925	\$142.040.505	\$159.596712

Nota: Elaboración propia

Para el desarrollo de este pronóstico de ventas se tomó en cuenta que para el primer año de ejecución se busca vender 2.625 unidades a \$40.000 pesos cada una, se toma en cuenta un supuesto de crecimiento económico de la empresa donde se espera incrementar las ventas cada año en un 1% de acuerdo a cómo va creciendo el mercado, así mismo se tomó en cuenta la inflación, y su pronóstico para los siguientes 4 años lo cual genera que el precio del producto también aumente con el paso del tiempo para mantenerse rentable.

Plan de Mercadeo

Estrategias de distribución

Para Rainbow Bags, la estrategia de distribución más efectiva se centra en la presencia en línea, esto se debe a varias razones clave.

En primer lugar, el mercado objetivo incluye a jóvenes y adultos, una población altamente activa en las redes sociales. Estos clientes potenciales a menudo buscan productos que reflejen sus valores y gustos. Por lo tanto, una presencia sólida en las redes sociales y una plataforma de comercio electrónico bien desarrollada permitirán a la empresa conectarse directamente con su audiencia.

En segundo lugar, la personalización de las Tote Bags es una característica fundamental del producto. La distribución en línea ofrece la flexibilidad necesaria para que los clientes personalicen sus pedidos de acuerdo con sus preferencias. Además, la distribución en línea brinda la oportunidad de llegar a un mercado más amplio, nacional e internacional. La página de Instagram será el punto focal para mostrar los diseños, compartir la historia de la marca y mantener una comunidad fiel. La tienda en línea ofrecerá a los clientes una experiencia de compra sencilla, segura y con un proceso de pago fácil.

Finalmente, se implementará una estrategia de envío eficiente para garantizar que los productos lleguen a los clientes en buen estado y dentro de los plazos prometidos. Esto incluiría opciones de envío rápido y seguimiento de pedidos en línea.

→ **Estrategia de distribución indirecta:** Por el momento se planea que los productos se distribuyan a través de la empresa seleccionada de

envío: Servientrega. Haciendo llegar la mercancía directamente al cliente final, pero este tiene que pedir primero por Instagram.

→ **Distribución selectiva:** En este caso los clientes piden bajo pedido porque es un producto personalizado por esta razón, el equipo comercial se compromete a asegurar un tiempo de respuesta ágil en la recepción de las órdenes, con un límite máximo de una hora. Estará atento a las redes sociales, ventas y productos para garantizar este servicio eficiente. Además, ampliará la disponibilidad a través de una página web, proporcionando una experiencia completa de compra en línea.

Estrategias de promoción

Principalmente serán estrategias que se realizarán en Bogotá, por lo que es la principal ciudad en la que nace la empresa, con estas estrategias se quiere posicionar la marca para llegar cada día a más clientes potenciales y crecer en el mercado.

Se tiene claro que uno de los principales métodos de promoción son los eventos, que pueden ir desde festivales de música, hasta pequeñas ferias de emprendimientos, pero siempre con esta cercanía al cliente, trasladada desde el ecommerce a lo físico, es así como se buscará promocionar los productos por medio de esta participación.

Adicionalmente, se quiere implementar campañas publicitarias pagadas como anuncios de Google Ads visualmente atractivos y dirigidos a audiencias específicas basadas en intereses, comportamientos y datos demográficos.

Por último, se espera poder asociarse con influencers de moda y sostenibilidad para promocionar la marca a sus seguidores mediante publicaciones patrocinadas, historias o videos.

Publicidad – Marketing mix**a. Producto (Product):**

Se utilizarán estrategias de pull como el marketing de contenidos, en el cual las publicaciones atraen a los clientes potenciales por la creatividad en la que se realicen y su relevancia. También se darán cupones de descuento y descuentos por cantidad de productos comprados. Por último, se realizarán pautas promocionales tanto en línea como en persona, en diferentes lugares de la ciudad.

b. Precio (Price):

Se maneja un precio competitivo de acuerdo con la oferta y demanda de este, de acuerdo con la competencia y a los costos de fabricación, estampado y transporte. Se tiene pensado ofrecer las Tote Bags en tres tamaños (pequeño, mediano y grande) con diferentes rangos de precios para adaptarse a las preferencias del cliente. De igual forma, se establecerá unas estrategias de promociones especiales y descuentos durante eventos o celebraciones importantes de acuerdo con las diferentes temporadas del año.

c. Plaza (Place):

En primera instancia se manejará su comercialización mediante las ventas en línea. Los productos de Rainbow Bags se podrán adquirir a través de la página de Instagram, lo que brinda comodidad y facilidad a los clientes para realizar pedidos en línea.

- Punto de Venta en almacenes de cadena: Para una visión a largo plazo, la empresa planea hacer alianzas con diferentes almacenes de cadena reconocidos como punto de venta físico, lo que brindará a los clientes la oportunidad de tener una experiencia de los productos en persona.

d. Promoción (Promotion):

- Redes sociales (Instagram y TikTok): Rainbow Bags promociona sus productos y valores a través de sus plataformas de redes sociales. Publica regularmente contenido del producto, su impacto ambiental, entre otras.
- Alianzas estratégicas: La marca busca colaboraciones con organizaciones y personalidades influyentes promotoras del medio ambiente.
- Publicidad de boca a boca: La marca fomenta la recomendación de boca a boca a través de la experiencia de clientes satisfechos.

Fidelización

La estrategia de fidelización propuesta es la de brindar ofertas exclusivas a los clientes recurrentes de las Tote Bags personalizadas para motivarlos a regresar y comprar de nuevo. Se enviarán códigos con cupones de descuento del 5% y 10% por correo electrónico, según la base de datos recolectada con las compras registradas. Igualmente se darán acceso a ventas exclusivas a los clientes que ya han comprado antes como en forma de preventas de productos especiales, únicos y en descuento.

Postventa - servicio al cliente. Política de crédito

El servicio postventa se centrará en brindar una experiencia positiva y satisfactoria a los clientes, promoviendo la confianza en la marca y construyendo relaciones sólidas a largo plazo, a continuación, se describirán los procesos para llevarlo a cabo:

- **Atención al cliente:** Se proporcionará un servicio de atención al cliente amigable y eficiente. Los clientes podrán comunicarse a través de diversos canales, como correo electrónico, redes sociales y una línea telefónica de atención, para resolver cualquier pregunta, inquietud o problema que puedan tener.

- **Política de devoluciones y cambios:** Se ofrecerá una política de devoluciones y cambios justa y transparente. Si un cliente no está satisfecho con su compra, podrá devolver o cambiar el producto dentro de un período determinado, siempre y cuando cumpla con las condiciones establecidas en la política.
- **Garantía de calidad:** Se garantizará la calidad de las Tote Bags. Si un producto presenta defectos de fabricación, Rainbow Bags se compromete a reemplazar o reembolsar el dinero del cliente de acuerdo con las políticas de garantía establecidas.
- **Seguimiento personalizado:** Se realizará un seguimiento personalizado de los pedidos y envíos para asegurarse de que los productos lleguen a los clientes en buenas condiciones y en el tiempo estimado. Se proporcionará información de seguimiento para que los clientes puedan rastrear sus paquetes.
- **Ofertas y promociones exclusivas:** Los clientes que hayan realizado compras anteriores recibirán ofertas y promociones exclusivas como muestra de agradecimiento por su lealtad.
- **Solicitar comentarios:** Se alentará a los clientes a dejar comentarios y reseñas sobre sus experiencias con Rainbow Bags. Estos comentarios se utilizarán para mejorar continuamente la calidad de los productos y el servicio.
- **Comunicación periódica:** La empresa mantendrá una comunicación periódica con sus clientes a través de post informativos por Instagram y publicaciones en redes sociales para mantenerlos informados sobre los diseños, eventos especiales y noticias de la marca.

- **Programa de fidelización:** Se implementará un programa de fidelización para recompensar a los clientes frecuentes con descuentos y beneficios exclusivos.

Estudio de Operaciones

El estudio operacional de Rainbow Bags se centra en la planificación, organización y gestión eficiente de los recursos necesarios para la producción y comercialización de tote bags personalizadas. Este análisis incluye aspectos como la infraestructura, planta de producción, los procesos de producción y los gastos operativos. A continuación, se presenta un resumen de los componentes clave del estudio operacional:

- **Localización:** La empresa operará desde una planta de producción ubicada en una zona industrial adecuada, equipada con maquinaria moderna y un espacio de oficina.
- **Instalaciones:** El espacio incluirá áreas para la producción, almacenamiento y oficinas administrativas.
- **Proceso de producción:** Está diseñado para ser eficiente y sostenible. Incluye desde la recepción de materiales, corte y confección de las tote bags, hasta el control de calidad y empaque final.
- **Estrategia enfocada a la calidad:** El enfoque en la dimensión competitiva de calidad se traduce en un compromiso absoluto con la excelencia en la producción de Tote Bags personalizadas. Esto implica la utilización de materiales de alta calidad, mano de obra capacitada y procesos de fabricación precisos que garanticen la durabilidad y estética de cada producto.

Descripción y formalización del proceso - Diagrama de flujo

Tabla 8.

Diagrama de Proceso

SÍMBOLOS DEL DIAGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO
-----------------------	-------------------------

○	Se compra la materia prima, la lona de madreseiva.
⇒	Se transporta el tejido de madreseiva a la zona de fábrica.
▽	Se almacena la lona de madreseiva para ser utilizada.
○	Se corta la tela con las medidas específicas.
□	Se necesita inspeccionar que las telas se hayan cortado a las medidas establecidas.
○	Se cosen las telas con la máquina para coser.
□	Se realiza la inspección de que se haya hecho el diseño de la Tote Bag.
○	Se realiza el proceso de sublimación para tener el diseño final.
▽	Se almacenan las Tote Bags que ya están hechas.
⇒	Se transporta a la bodega y a futuro a los almacenes de cadena donde serán vendidas a los clientes.

○ = Operación; ⇒ = Transporte; □ = Inspección; D = Demora; ▽ = Almacenamiento.

Nota: Elaboración propia

Actividades propias de la operación:

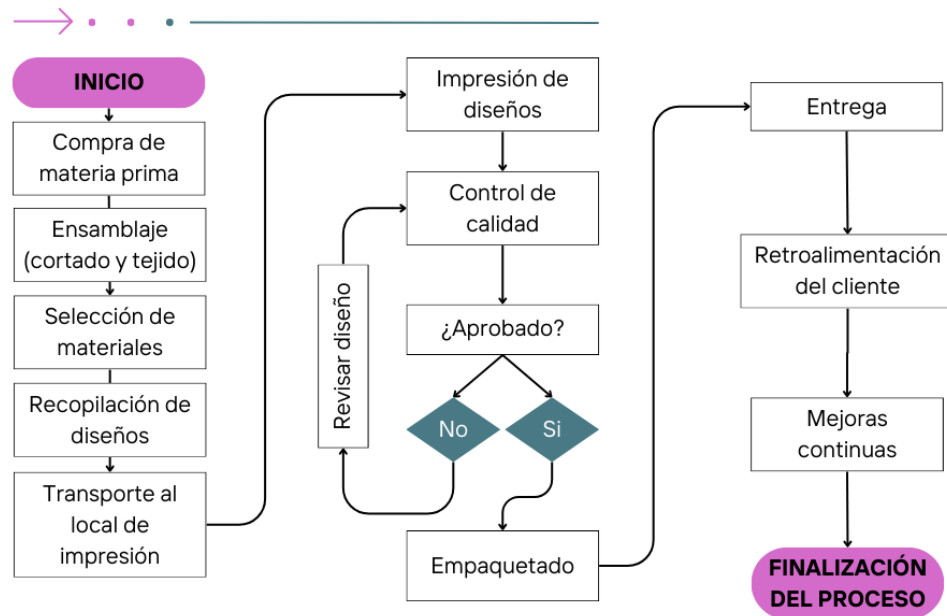
- Adquisición de la materia prima, entre 24 a 50 metros de lona de madreseiva.
- Se corta la lona con las especificaciones propias para cada tamaño. Se corta la tela en medidas de 22 cm de ancho x 27 cm de alto para tote bags pequeñas; medianas de 35 cm de ancho x 40 cm de alto y grandes de 50 cm de ancho x 55 cm de alto, adicionalmente se cortan otros pedazos de tela de manera vertical para crear los dos mangos con los que sujetar la tote bag. Para este proceso se necesita una máquina que realice los cortes, puesto que, basándose en la dimensión competitiva de calidad, los cortes deben ser perfectos y rectos, sin dejar hebras de por medio. Este proceso puede tardar entre 2 a 3 horas por la exactitud que hay que tener para que su ensamblaje quede perfecto y no haya piezas incompletas.

- Se cosen las partes de tela mencionadas, mediante una máquina para coser, el proceso es manual, ya lista para su uso inmediato, puede durar entre 5 y 10 minutos dependiendo de las habilidades de la persona que haga el proceso, por lo que el índice de procesamiento se estima para hacer de 10 a 12 tote bags por hora.
- Se imprime en DTF la imagen anteriormente seleccionada. Este proceso puede tardar menos de 10 minutos por cada diseño que se imprima en papel absorbente. Así, el papel logra ser resistente y funcional al pegarlo a la Tote Bag mediante la sublimación.
- Se sublima el diseño personalizado, este proceso consiste en pasar la imagen que está en el papel absorbente encima de la Tote bag, en donde una plancha los expone en calor para que queden pegadas y obtener el producto final. Este proceso tiene un tiempo de preparación de 5 minutos por cada bolsa que se fabrica.

Figura 26.

Diagrama de Flujo

Diagrama de proceso:

TOTE BAG PERSONALIZADA*Nota: Elaboración propia***PASOS:****INICIO**

1. Compra de materia prima: Se buscará proveedores estratégicos mayoristas de tela de madreselva, a los cuales se les comprará 50 metros de tela, necesarios para hacer 25 Tote Bags. Adicionalmente, se comprarán rollos de hilo blanco, para ensamblar las diferentes piezas.
2. Ensamblaje: Tras tener la materia prima necesaria, se requiere de un especialista en manufactura, que debe hacer bordado, cortado, tejido y lo referente a la costura de un bolso tejido.
3. Selección de materiales: Seleccionar la tote bag en crudo, proporcionada por la costurera de la empresa.
4. Recopilación de diseños: Obtención de los diseños proporcionados por el cliente o selección de diseños disponibles.

- 5. Transporte al local de impresión: Allí se realiza el ajuste y escalado de los diseños para que se adapten al tamaño de la bolsa.
- 6. Impresión de diseños: Proceso de sublimación de los diseños en la tela de cáñamo.
- 7. Control de calidad: Revisión minuciosa de cada Tote Bag para asegurar que cumpla con los estándares de calidad.
- 8. Empaquetado: Empaque de las Tote Bags en papel craft el cual es sostenibles y con la información de la marca.
- 9. Entrega: Preparación de las Tote Bags para el envío o la entrega al cliente.
- 10. Retroalimentación del cliente: Obtención de comentarios y retroalimentación del cliente sobre la Tote Bag personalizada.
- 11. Mejoras Continuas: Implementación de mejoras en el proceso de producción y diseño basadas en la retroalimentación del cliente.

FIN

Tabla 9.

Actividades de Producción

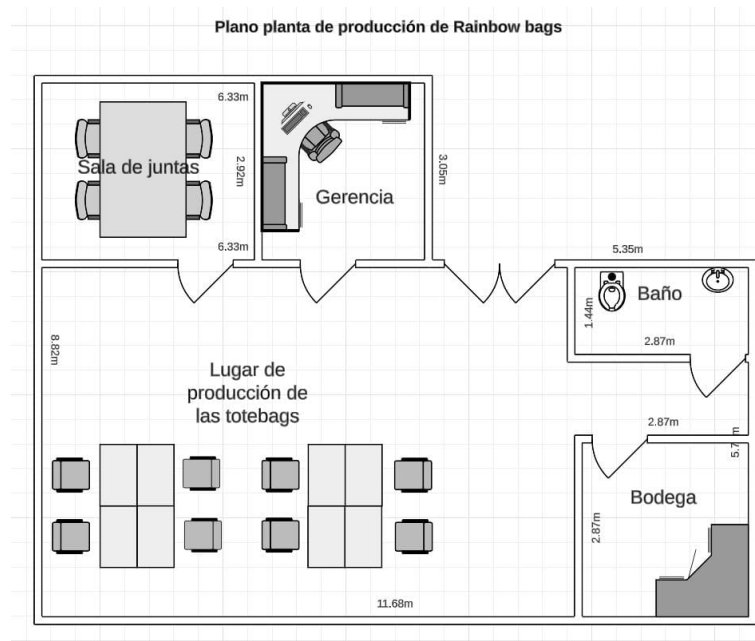
Actividades de Producción

Fase 1. Planeación	Definir los objetivos y establecer un plan para alcanzarlos. Esto incluye la identificación de los proveedores de tela madre selva, la determinación de las capacidades de producción y la planificación de los métodos de distribución. -Adquisición de materiales: Establecer relaciones con los proveedores de la tela y asegurarse de que puedan suministrar la cantidad y calidad que se necesite. -Producción: Implementar procesos eficientes para la producción de las tote bags. -Distribución: Planificar cómo se distribuirán las tote bags a los clientes.
Fase 2. Desarrollo	Los proveedores son de Bogotá, en concreto de la zona de la Alquería, por lo que, con un transporte dado por la empresa, se recogerán los materiales para llevarlos a la fábrica. Al tener un(a) confeccionista se debe capacitar a esta persona para que pueda realizar el diseño de la Tote Bag de manera que siga los parámetros correspondientes A medida que se vaya ejecutando el proceso de la elaboración del producto, los colaboradores podrán adquirir experiencia y conocimiento que les facilitará el trabajo para que este sea más rápido y seguro.
Fase 3. Ejecución	Se elaboran las Tote Bag para que ya puedan enviarse al cliente final.

Distribución de planta

Figura 27.

Distribución de Planta



Nota: Elaboración propia

Este prototipo de planta de producción fue realizado tomando en cuenta que Rainbow bags quiere ofrecer un espacio seguro y ameno a sus trabajadores por esto mismo los puestos de trabajo se encuentran juntos, para generar esta cercanía entre el equipo de trabajo lo cual hace parte de la cultura organizacional de la marca de trabajar en conjunto por las causas sociales de la empresa. El conjunto de mesas a la izquierda sería usado como punto de confección y corte de las tote bags, y el segundo grupo de mesas a la derecha sería el área de impresión en DTF, análisis de calidad y empaçado; se opta por este estilo de planta más abierto para facilitar la comunicación entre cada área y resulte en productos de la mejor calidad.

Costos de producción

Para la empresa, se fijaron unos costos de producción de \$4.127.900 de pesos en el mes para \$56.374.500 de pesos anuales, correspondientes a activos como maquinaria y equipos, al arriendo del local, materias primas básicas y servicios públicos del local. La empresa espera consolidar la marca, ampliar su mercado, aumentar sus ventas y generar utilidades.

Tabla 10.

Costos de Producción

Costos Operativos Anuales	1 MES	ANUAL
Alquiler del local	\$803.000	\$9.636.000
Servicios públicos	\$300.000	\$3.600.000
Nómina	\$18.863.351	\$226.360.216
Inventarios de materias primas	\$127.900	\$8.374.500
Cuentas por pagar a proveedores	\$3.000.000	\$36.000.000
Cuentas por cobrar	\$4.000.000	\$48.000.000
TOTAL CXC + I	\$4.127.900	\$56.374.500
CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$1.127.900	\$20.374.500

Nota: Creación propia

Costo Unitario del producto

El costo total para realizar una Tote Bag personalizada es de \$23.810, teniendo en cuenta toda la materia requerida para su ensamblaje, la maquinaria utilizada y los materiales implementados para entregar el producto final al cliente que realizó su compra.

Tabla 11.

Costo Unitario del Producto

Materias primas	Cantidad	Costo
Tela madreseiva	1 metro y medio	\$10.000
Hilo	1 ovillo	\$330
Tintas kit	1	\$3.830
Logística		
Decoración (empaquetado)		\$1.650
Uso máquinas		
Impresión DTF estampado	1	\$5.000
Coser	1	\$2.000
Cortar	1	\$1.000
TOTAL		\$23.810

Nota: Creación propia

Inversiones en infraestructura

Se toma en cuenta un periodo de largo plazo, en el cual se estima que dentro de los próximos 2 a 5 años Rainbow Bags tendrá un local presencial, puesto que actualmente la empresa existe netamente en el Marketplace de Instagram. Por este motivo, se realizó un análisis de todo lo que conlleva la localización de un punto físico para Rainbow Bags. Un punto físico que se establecería inicialmente en la ciudad de Bogotá, en la localidad de Chapinero, al ser un sector con grandes oportunidades de crecimiento por sus múltiples locales y diversificación de mercado. Teniendo estos aspectos en cuenta se optó por mirar un local en arriendo en la página de metro cuadrado, uno que estuviera ubicado estratégicamente pero que a su vez fuera pequeño. Primero no se desea un arriendo mayor a un millón de pesos por temas de costos, y además inicialmente para el primer año de vida presencial de Rainbow Bags el local simplemente vendería tote bags por lo cual un local pequeño, pero bien

distribuido y decorado es la opción ideal, en la búsqueda se dio con la opción ideal, el siguiente anuncio:

<https://www.metrocuadrado.com/inmueble/arriendo-local-comercial-bogota-chapinero-central/10278-M3051834>

Este local de 6,25 mts² con mezzanina ideal para vender un solo tipo de producto, además de esto el arrendamiento mensual incluye el valor de la administración del Centro Comercial. El local está ubicado en un centro comercial llamado "Centro Comercial Plaza Shopping 59", sobre la carrera 13; esta zona comercial es de fácil acceso y se encuentra a dos cuadras de la estación Calle 63 de Transmilenio, lo cual permitiría la llegada sencilla al lugar tanto para trabajadores como para clientes, las zonas cercanas cuentan con restaurantes, bancos, y paradas de sitp, además de que tiene cercanía a las tiendas de ropa.

Tabla 12.

Inversión en Infraestructura

Inversión en Infraestructura	Mes	Año 1
Maquinaria		
Máquina De Coser Grande Multifuncional Portátil Doméstica: La máquina de coser portátil admite funciones de costura hacia adelante y hacia atrás, rebobinado automático de hilo, mangas de costura, luz LED, cortador de hilo, cajón oculto, etc.	\$136.150	\$136.150
Cortadora de tela 220v Material: metal y plástico. Batería: 1 batería de 4 V 2000 mAh Velocidad de rotación: 240 r/min	\$188.872	\$188.872
Impresora Dtf “Tipo de impresión para telas biodegradables” Epson Ecotank L805 Con Accesorios+mini Plancha	\$5'800.000	\$5'800.000
Arriendo	\$803.000	\$9'636.000
TOTAL	\$ 6.928.022	\$ 15.761.022

Nota: Creación propia

Capital de trabajo

Este cálculo indica que, según los supuestos y valores proporcionados, el capital de trabajo neto necesario sería de **\$20,798,373** millones de pesos. Este monto estaría disponible para cubrir los costos operativos anuales y garantizar la continuidad de las operaciones. Dentro del capital se encuentran los activos como la maquinaria y equipos, la materia prima, arrendamiento, nómina y servicios públicos. De activos fijos el valor total es de **\$9.257.522** para un valor total de **\$18.682.222**

Tabla 13.

Activos Fijos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Máquina De Coser Grande Multifuncional Portátil Doméstica: La máquina de coser portátil admite funciones de costura hacia adelante y hacia atrás, rebobinado automático de hilo, mangas de costura, luz LED, cortador de hilo, cajón oculto, etc.	1	\$136.150	\$136.150
Cortadora de tela 220v Material: metal y plástico. Batería: 1 batería de 4 V 2000 mAh Velocidad de rotación: 240 r/min	1	\$188.872	\$188.872
Impresora Dtf "Tipo de impresión para telas biodegradables" Epson Ecotank L805 Con Accesorios+mini Plancha	1	\$5'800.000	\$5'800.000
Tela de madre selva: Textil fuerte, grueso, difícil de romper, de color crudo, aprestada. Peso:210 g/m2. Tejido:Plano. Sublimable: Si	Metro (600)	\$13.000	\$7.800.000
Portátil Asus Vivobook X1502za I5 12gen 16gb 512ssd 15,6 Fhd: Su pantalla LED de 15.6" y 1920x1080 px de resolución te brindará colores más vivos y definidos.	1	\$2.699.900	\$2.699.900
Escritorio Astana 120x50x73.5cm Rta Ceniza: Escritorio con diseño minimalista y moderno, pasa cables para artículos electrónicos, gran espacio para almacenamiento y de fácil armado	1	\$179.900	\$179.900
Silla PC Escritorio Avignon Negro	1	\$114.900	\$114.900
Kit X6 Tintas Epson 544 L3210, L3250, L5290,	5	\$114.900	\$574.500
Hilo blanco	60 meses (2)	\$9.900	\$1.188.000
TOTAL		\$9.257.522	\$18.682.222

Nota: Elaboración propia

Capital de Trabajo = Activos Corrientes - Pasivos Corrientes

Capital de Trabajo = \$35,798,373 - \$15,000,000 = \$20,798,373

Activos Corrientes:

1. **Bancos:** \$23,423,873
2. **Inventarios de materias primas (anualizado):** \$8,374,500
3. **Cuentas por cobrar (anualizado):** \$4,000,000

Total Activos Corrientes = \$23,423,873 + \$8,374,500 + \$4,000,000 = \$35,798,373

Pasivos Corrientes:

1. **Obligaciones:** \$15,000,000

Total Pasivos Corrientes = \$15,000,000

Estudio Organizacional

Este estudio organizacional busca establecer los cargos y roles para la empresa para asignar tareas y facilitar la operación de la empresa, con un proceso establecido en el que cada colaborador pueda desempeñar sus tareas. También se definió la estructura de la empresa en un nivel jerárquico, donde se elaboró un manual de funciones para cada integrante inicial de la empresa, donde se explican las actividades que cada uno elaborará diariamente.

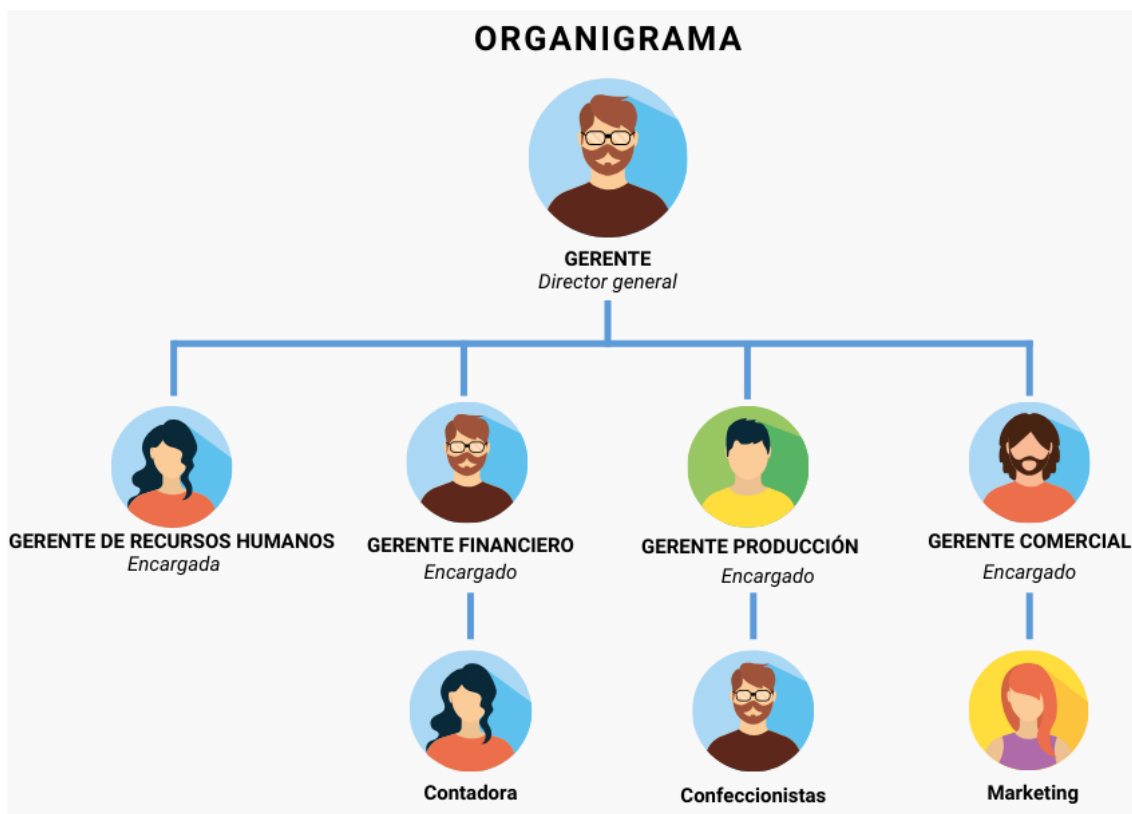
Este estudio también desarrolla estrategias para mantener el bienestar de los colaboradores de la empresa y estrategias de motivación que resulten en un empoderamiento del colaborador y sus ganas de contribuir a la empresa; y así mismo se plantearon unos indicadores de gestión que permitan evaluar el desarrollo y proceso tanto de la empresa como de sus colaboradores, pudiendo llevar así un control mensual y proponer estrategias de mejor.

También se realizó un análisis a los costos administrativos para así evaluar el funcionamiento y mantenimiento día a día de la empresa.

Estructura organizacional explicada – Organigrama

Figura 28.

Organigrama



Nota: Creación propia

Para inicios de la operación Rainbow Bags contará con 10 colaboradores comprometidos con los objetivos y alineados con las políticas empresariales establecidas. La empresa se posicionará como una Pyme en Colombia debido a su tamaño inicial y enfoque en la fabricación y comercialización de Tote Bags personalizadas.

Con un equipo compacto pero eficiente, la empresa se centrará en la innovación, la sostenibilidad y la calidad como pilares fundamentales de su operación. Su forma de trabajo se caracterizará por una estructura organizativa ágil, donde la comunicación fluida y la toma de decisiones rápida permitirían adaptarse rápidamente a las demandas del mercado. Se quiere destacar su compromiso con el talento humano, brindando oportunidades de desarrollo y un ambiente laboral positivo.

Además, el liderazgo del Gerente General será clave para la toma de decisiones estratégicas, mientras que la gestión de recursos humanos se centrará en el desarrollo profesional y el bienestar de los empleados. En términos financieros, la transparencia y la planificación cuidadosa garantizarán la estabilidad y el crecimiento continuo de la empresa. Por último, la cultura organizacional promoverá valores de responsabilidad social y ambiental, buscando generar un impacto positivo en la comunidad y el ambiente.

Perfiles de cargo

Tabla 14.

Perfil de Cargo

ROL	EDAD	APTITUDES	CONOCIMIENTOS EN	DEDICACIÓN	SALARIO
Fundador o gerente general	Entre 21 a 33 años	-Liderazgo -Comunicación asertiva -Proactivo -Dinámico -Enfoque en el logro de objetivos -Toma de decisiones asertivas -Negociación	-Planificación empresarial -Sector textil manufacturero -Desarrollo sostenible -Administración -Manejo de tiempos -Gestión de los recursos -Manejo del personal	Tiempo completo	Estimado de \$3'000.000
Gerente de Recursos Humanos	Entre 23 a 33 años	-Empatía -Respeto -Generar un ambiente positivo y óptimo -Trabajo en equipo	-Contratación -Capacitación -Desarrollo profesional -Bienestar -Seguridad y salud en el trabajo	Tiempo completo	Estimado de \$2'000.000
Gerente Financiero	Entre 29 a 40 años	-Resolución de conflictos -Proactivo -Toma de decisiones	-Administración financiera -Finanzas -Contabilidad -Manejo de los recursos	Tiempo completo	Estimado de \$2'000.000
Gerente de Producción	Entre 27 a 38 años	-Trabaja bajo presión -Planificación -Adaptabilidad -Capacidad rápida de	-Producción -Estándares de calidad -Inventarios	Tiempo completo	Estimado de \$2'000.000

		respuesta			
Gerente Comercial	Entre 27 a 38 años	-Planificación -Organización -Disciplina	-Estrategias comerciales -Ventas	Tiempo completo	Estimado de \$2'000.000
Contadora	Entre 27 a 40 años	-Responsabilidad -Organización -Honestidad	-Contabilidad -Razonamiento numérico -Manejo de caja	Tiempo completo	Estimado de \$1'800.000
Confeccionistas	Entre 23 a 50 años	-Facilidad para seguir instrucciones. -Trabajo autónomo. -Orientación al servicio -Aprendizaje	-Manejo de máquinas de coser, cortar y bordar -La industria de la moda y textil -Diseño y realización de bolsos tejidos	Tiempo parcial	Estimado de \$1'500.000
Marketing	Entre 25 a 30 años	-Creatividad -Dinamismo -Extrovertido	-Manejo en redes sociales -E-commerce -Publicidad	Tiempo completo	Estimado de \$1'600.000

Nota: Creación propia

Manual de funciones

1. Gerente

- Establecer un plan de empresa, la estructura organizacional y los cargos de la empresa.
- Desarrollar y liderar la estrategia general de la empresa.
- Tomar decisiones estratégicas para el crecimiento y desarrollo de la empresa.
- Realizar un control de calidad durante el proceso de producción para garantizar que las bolsas cumplan con los estándares de Rainbow Bags.
- Trabajar en colaboración con el diseñador para verificar los diseños y garantizar que se cumpla con las necesidades del cliente.
- Realizar un seguimiento en las diferentes áreas para que estas estén ordenadas y sean seguras, siguiendo las normas de seguridad y protocolos establecidos.
- Evaluar el progreso de la empresa y control de calidad.

2. Gerente de Recursos Humanos

- Elaborar y difundir las políticas, normas y procedimientos de recursos humanos de la empresa.
- Planificar y ejecutar los procesos de reclutamiento, selección, contratación, inducción, evaluación y capacitación del personal.
- Administrar y supervisar la nómina, las prestaciones, los incentivos, los reconocimientos y los beneficios de los empleados.
- Implementar y coordinar programas de salud ocupacional, seguridad industrial, prevención de riesgos y calidad de vida laboral.
- Gestionar y resolver los conflictos, quejas y sugerencias de los empleados, promoviendo el diálogo, la mediación y la conciliación.
- Fomentar y fortalecer el compromiso, la motivación, el desempeño, el liderazgo y el trabajo en equipo de los empleados.
- Asesorar y orientar a la gerencia y a los demás departamentos en temas de recursos humanos y gestión del cambio.

3. Gerente Financiero

- Elaborar y supervisar el presupuesto, el flujo de caja, los estados financieros y los informes contables de la empresa.
- Analizar la situación financiera de la empresa y proponer acciones de mejora, optimización y ahorro.
- Evaluar y gestionar los riesgos financieros y las oportunidades de inversión.
- Establecer y mantener relaciones con entidades bancarias, proveedores, clientes y socios estratégicos.
- Asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales, legales y regulatorias de la empresa.

- Liderar y capacitar al equipo de finanzas y contabilidad.

4. Contador

- Registrar y clasificar las transacciones financieras de la empresa, utilizando el sistema contable adecuado.
- Elaborar y presentar los estados financieros, los balances, las conciliaciones bancarias y los libros contables de la empresa.
- Preparar y pagar los impuestos, las nóminas, las facturas, los recibos y los comprobantes de pago de la empresa.
- Verificar y auditar la exactitud y veracidad de los documentos y registros contables de la empresa.
- Asesorar y orientar a la gerencia y a los demás departamentos en temas contables, financieros, fiscales y legales.
- Mantenerse actualizado sobre las normas, leyes y reglamentos vigentes que afecten a la actividad contable de la empresa.
- Archivar y resguardar la documentación contable de la empresa.

5. Gerente de Producción

- Desarrollar y supervisar los planes de producción para asegurar que se cumplan los objetivos de cantidad y calidad establecidos.
- Monitorear y controlar el inventario de materias primas y productos terminados, asegurando un balance adecuado entre producción y demanda.
- Implementar sistemas de control de calidad y realizar inspecciones regulares para identificar y corregir problemas de producción.
- Reclutar, entrenar y evaluar al personal de producción, asegurando que todos los empleados estén debidamente capacitados y motivados.

- Controlar los costos de producción y trabajar para reducir los gastos innecesarios sin comprometer la calidad del producto.
- Mantener relaciones efectivas con proveedores para asegurar la calidad y entrega oportuna de materiales y componentes necesarios para la producción.

6. Gerente Comercial

- Diseñar, implementar y supervisar estrategias comerciales efectivas que promuevan el crecimiento y la expansión de Rainbow Bags.
- Identificar nuevas oportunidades de mercado y diseñar estrategias para capturarlas.
- Analizar las cifras de ventas y otros indicadores clave de rendimiento para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.
- Gestionar y resolver cualquier problema o queja de los clientes de manera efectiva y oportuna.
- Preparar informes regulares sobre el desempeño comercial y presentar los resultados a la alta dirección.
- Controlar los costos relacionados con las actividades comerciales y trabajar para aumentar la rentabilidad.

7. Confeccionista

- Fabricar Tote Bags de alta calidad siguiendo los diseños y especificaciones proporcionados por el área comercial.
- Su función es asegurar que cada producto cumple con los estándares de calidad establecidos por la empresa.

- Controlar y utilizar eficientemente los materiales y recursos disponibles para minimizar el desperdicio.
- Informar sobre la necesidad de reabastecimiento de materiales y suministros.
- Realizar el mantenimiento básico de las máquinas de confección y asegurar que estén en buen estado de funcionamiento.
- Reportar cualquier problema técnico o de mantenimiento a la gerencia de producción.

8. Marketing

- Establecer un plan de Marketing para comercializar los productos por medio de la red social Instagram, el cual logre llamar la atención de los clientes potenciales.
- Desarrollar estrategias y tácticas para difundir la existencia de nuestra empresa, para que esta pueda ser reconocida en el mercado de las Tote Bags.
- Poner en práctica campañas de marketing que garanticen el éxito y poseer su implementación desde su concepción hasta su ejecución.
- Generar contenido valioso y atractivo para nuestro canal de comercialización y para TikTok, capaz de atraer al público objetivo y convertirlos en clientes potenciales.

Requisitos legales del proyecto

RAINBOW BAGS S.A.S

La estructura legal propuesta para la empresa es la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), ya que es una forma jurídica que permite crear y administrar un negocio de manera fácil, rápida y flexible. Según la ley 1258 de 2008, la S.A.S. es una sociedad de capital, de naturaleza comercial, que puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante documento privado, sin necesidad de escritura pública ni de revisoría fiscal.

1. **Registro de la empresa (Ley 1258 de 2008):** Se hará en la Cámara de Comercio, donde se cumplirán los requisitos legales para constituir la empresa en Bogotá, considerando el tipo de sociedad mercantil.
2. **Etiquetado y divulgación (Ley 1480 de 2011):** Cumpliendo las normativas de etiquetado y en la divulgación de la información respecto a los materiales utilizados en las Tote Bags para que el público pueda conocer cómo se fabrica el producto.
3. **Derechos del consumidor (Ley 1480 de 2011):** Se cumplirán las leyes de protección al consumidor donde se incluye las políticas de devolución, las garantías correspondientes del producto y las políticas de privacidad correspondientes.
4. **Derechos laborales (Código Sustantivo del Trabajo):** Se cumplirá la ley que cubra el derecho laboral implementado por la constitución política de Colombia en el artículo 25, implementando contratos laborales con los trabajadores, cumpliendo los requisitos que estos deben tener para que los empleados puedan trabajar en el horario correspondiente, puedan tener un buen ambiente laboral y una buena calidad de vida.

5. **Sello ambiental:** El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible creó el Sello Ambiental Colombiano (SAC) y reglamentó su uso mediante la Resolución 1555 de 2005. Consiste en un distintivo sello que puede portar un bien, en este caso nuestro producto para que se reconozca como ambientalmente sostenible.
6. **Normatividad ambiental:** Está regulada principalmente por la Ley 99 de 1993, que establece el Sistema Nacional Ambiental (SINA) y define las bases para la gestión del medio ambiente y los recursos naturales en el país.

Gastos administrativos

Estos gastos administrativos son esenciales para el funcionamiento diario de la empresa y deben ser gestionados de manera eficiente para mantener la rentabilidad y el control financiero de la organización.

Tabla 15.

Gastos Administrativos

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	MES
Arriendo	\$803.000
Nómina	\$18.863.351
Gastos de Administración	\$200.000
Gastos de Publicidad	\$200.000
Gastos de Mantenimiento	\$100.000
Gastos de Aseo	\$150.000
Gastos de Depreciación de Maquinaria	\$9.004.822
Gastos de Servicios Públicos	\$300.000
TOTAL	\$29.621.173

Nota: Creación propia

Metodologías de Motivación

La motivación es un factor clave para Rainbow bags ya que trabajar en pro de luchas sociales como lo es el reemplazo de productos contaminantes por productos eco amigables es un tema de compromiso y acción, quienes se identifican con estas causas están dispuestos a colaborar para mejorar la empresa y este es el tipo de colaboradores que una empresa como Rainbow bags necesita, donde su mayor motivación sea la satisfacción propia de estar ayudando a cuidar el medio ambiente desde su trabajo.

Adicionalmente se manejarán diferentes estrategias de motivación para mantenerla activa entre los colaboradores de Rainbow bags las cuales serán:

- **Incentivos y reconocimiento de logros:** Siempre que alguna persona del equipo realice muy bien su trabajo y aporte de manera positiva, se le reconocerá verbalmente su logro y se le incluirá en proyectos aún más importantes de la empresa, haciéndole saber que su trabajo bien hecho es su evolución como profesional; adicionalmente por este buen desempeño se incentivará a los colaboradores mediante comisiones, futuro aumento de salario y horarios más flexibles, esto con el fin de que cada colaborador se esfuerce siempre al máximo para obtener estos beneficios.
- **Fomentar la comunicación:** Se mantendrán abiertos canales de comunicación para que los colaboradores puedan expresar sus ideas, pensamientos, preocupaciones y hacer un feedback general de qué tan satisfechos se encuentran con su trabajo; también se realizarán reuniones regulares de equipo y sesiones de retroalimentación para discutir el progreso y abordar cualquier problema.
- **Empoderamiento y autonomía:** Bajo sus respectivos cargos a cada colaborador se le dará libertad creativa bajo los lineamientos de la empresa al realizar sus funciones, fomentando la autonomía y generando que cada colaborador disfrute realmente de su trabajo y de las razones por las cuales está en Rainbow bags.

- **Actividades extralaborales:** Para establecer relaciones cercanas y de confianza en el equipo de trabajo, se harán pausas activas y se dispondrá de los colaboradores diferentes objetos de entretenimiento como juegos de mesa o videojuegos para descansar en su turno de trabajo; y se realizarán actividades lúdicas para generar un ambiente laboral y un espacio de trabajo tranquilo y disfrutable para todos.

Mecanismos de Liderazgo

Rainbow bags optará por un liderazgo transformacional el cual se centra en la motivación de todo el equipo de trabajo impulsando a cada miembro de la empresa a aportar ideas y desarrollarlas, este tipo de liderazgo permite llevar a todos los colaboradores de la empresa a alcanzar su máximo potencial y esto los impulsa a contribuir al éxito e innovación en la empresa.

Como líderes de la empresa los fundadores y gerentes estarán encargados de ser participativos en los equipos de trabajo, ya que al estar de lleno en el proyecto esto les permite conocer cada área de Rainbow bags y motivarse a invertir este tiempo para el éxito de la empresa; cabe aclarar que quien toma las decisiones finales es el líder más sin embargo este trabajo colaborativo permite al líder tener una mayor visión sobre la toma de decisiones.

Ya que Rainbow bags tiene una meta tan clara encaminada a la sostenibilidad, la inclusión y la responsabilidad social es claro que el mecanismo de liderazgo usado facilitará el encontrar colaboradores comprometidos con estas causas.

Indicadores de Gestión

Los indicadores de gestión planteados para Rainbow bags son indicadores que van enfocados al producto, para medir la efectividad de la operación y poder en un futuro tomar decisiones de acuerdo con estos indicadores para identificar falencias en los procesos y poder mejorarlos.

Por esta razón se medirían los siguientes indicadores:

Indicador de eficiencia:
$$\frac{\text{Ventas realizadas}}{\text{Ventas presupuestadas}} \times 100$$

Indicador de productividad:
$$\frac{\text{Tote bags confeccionadas}}{\text{Horas laboradas}} \times 100$$

Indicador de servicio al cliente:
$$\frac{\text{Clientes satisfechos}}{\text{clientes mensuales}} \times 100$$

Estudio Financiero

En el estudio financiero se podrá evidenciar aquellos métodos de financiación del proyecto, ya que la mayor parte del capital inicial vendría de parte de un banco y se realizó un análisis a los métodos de financiación del banco para ver la viabilidad de crear el negocio y que se pueda pagar la deuda a largo plazo.

También se realizaron proyecciones financieras que ayudan a ver un poco de claridad en el futuro, permitiendo proceder de manera más segura de manera financiera, este estudio es de vital importancia ya que en base a esto Rainbow bags puede empezar su operación, y así mismo en las proyecciones se puede visualizar como la empresa puede generar grandes ingresos a futuro con altos niveles de rentabilidad y convertirse en un negocio estable económicamente.

Presupuestos

Tabla 16.

Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN		
Saldo Inicial	\$23.423.873	
Años	3	
Meses	48	
Tasa de Interés	17,46%	Bancolombia
Tasa de interés mensual	1,35%	

Nota: Creación propia

Tras consultas en varios bancos de Bogotá, se optó por escoger al banco Bancolombia para pedir un préstamo inicial, ya que al detallar la información presentada se determinó como la mejor opción, ya que Bancolombia maneja tasas de interés mensuales del 1,35%, considerada adecuada por el tiempo en que se pagaría el préstamo el cual sería de 3 años.

El préstamo solicitado sería de \$23.423,873 millones de pesos que ayuden a comenzar con la operación de la empresa y todos los factores que involucra.

Tabla 17.

Balance Inicial

Balance Inicial			
Total Activos		Pasivo+Patrimonio	
Bancos	\$23.423.873	Obligaciones	\$15.000.000
Activos fijos	\$18.000.000	Patrimonio	\$26.423.873
TOTAL ACTIVOS	\$41.423.873	TOTAL P+P	\$41.423.873

Creación propia

Tabla 18.

Amortización

MESES	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERESES	ABONO CAP.	SALDO FINAL
0					\$23.423.873
1	\$23.423.873	\$666.241	\$316.222	\$350.019	\$23.073.854
2	\$23.073.854	\$666.241	\$311.497	\$354.744	\$22.719.111
3	\$22.719.111	\$666.241	\$306.708	\$359.533	\$22.359.578
4	\$22.359.578	\$666.241	\$301.854	\$364.387	\$21.995.191
5	\$21.995.191	\$666.241	\$296.935	\$369.306	\$21.625.885
6	\$21.625.885	\$666.241	\$291.949	\$374.291	\$21.251.594
7	\$21.251.594	\$666.241	\$286.897	\$379.344	\$20.872.249
8	\$20.872.249	\$666.241	\$281.775	\$384.466	\$20.487.784
9	\$20.487.784	\$666.241	\$276.585	\$389.656	\$20.098.128
10	\$20.098.128	\$666.241	\$271.325	\$394.916	\$19.703.212
11	\$19.703.212	\$666.241	\$265.993	\$400.248	\$19.302.964
12	\$19.302.964	\$666.241	\$260.590	\$405.651	\$18.897.313
13	\$18.897.313	\$666.241	\$255.114	\$411.127	\$18.486.186
14	\$18.486.186	\$666.241	\$249.564	\$416.677	\$18.069.509
15	\$18.069.509	\$666.241	\$243.938	\$422.303	\$17.647.206
16	\$17.647.206	\$666.241	\$238.237	\$428.004	\$17.219.203
17	\$17.219.203	\$666.241	\$232.459	\$433.782	\$16.785.421
18	\$16.785.421	\$666.241	\$226.603	\$439.638	\$16.345.783
19	\$16.345.783	\$666.241	\$220.668	\$445.573	\$15.900.210
20	\$15.900.210	\$666.241	\$214.653	\$451.588	\$15.448.622
21	\$15.448.622	\$666.241	\$208.556	\$457.685	\$14.990.938
22	\$14.990.938	\$666.241	\$202.378	\$463.863	\$14.527.075
23	\$14.527.075	\$666.241	\$196.116	\$470.125	\$14.056.949
24	\$14.056.949	\$666.241	\$189.769	\$476.472	\$13.580.477
25	\$13.580.477	\$666.241	\$183.336	\$482.904	\$13.097.573
26	\$13.097.573	\$666.241	\$176.817	\$489.424	\$12.608.149
27	\$12.608.149	\$666.241	\$170.210	\$496.031	\$12.112.118
28	\$12.112.118	\$666.241	\$163.514	\$502.727	\$11.609.391
29	\$11.609.391	\$666.241	\$156.727	\$509.514	\$11.099.877
30	\$11.099.877	\$666.241	\$149.848	\$516.393	\$10.583.484
31	\$10.583.484	\$666.241	\$142.877	\$523.364	\$10.060.120
32	\$10.060.120	\$666.241	\$135.812	\$530.429	\$9.529.691
33	\$9.529.691	\$666.241	\$128.651	\$537.590	\$8.992.101
34	\$8.992.101	\$666.241	\$121.393	\$544.848	\$8.447.253
35	\$8.447.253	\$666.241	\$114.038	\$552.203	\$7.895.050
36	\$7.895.050	\$666.241	\$106.583	\$559.658	\$7.335.393
37	\$7.335.393	\$666.241	\$99.028	\$567.213	\$6.768.179
38	\$6.768.179	\$666.241	\$91.370	\$574.870	\$6.193.309
39	\$6.193.309	\$666.241	\$83.610	\$582.631	\$5.610.678
40	\$5.610.678	\$666.241	\$75.744	\$590.497	\$5.020.181
41	\$5.020.181	\$666.241	\$67.772	\$598.468	\$4.421.712
42	\$4.421.712	\$666.241	\$59.693	\$606.548	\$3.815.165
43	\$3.815.165	\$666.241	\$51.505	\$614.736	\$3.200.429
44	\$3.200.429	\$666.241	\$43.206	\$623.035	\$2.577.393
45	\$2.577.393	\$666.241	\$34.795	\$631.446	\$1.945.947
46	\$1.945.947	\$666.241	\$26.270	\$639.971	\$1.305.977
47	\$1.305.977	\$666.241	\$17.631	\$648.610	\$657.366
48	\$657.366	\$666.241	\$8.874	\$657.366	\$0

Nota: Creación propia

Considerando el valor del préstamo con Bancolombia, el plazo para pagarlo a 3 años y la tasa de interés mensual del 1,45% se realizó la tabla de amortización, considerando los factores anteriores en 48 meses la tabla arroja que las cuotas a pagar mensualmente son de \$666.241

pesos, lo que puede cubrirse con los ingresos de la empresa, llevando un control cuidadoso de las finanzas para separar que parte de los ingresos irá a pagar esta deuda.

Flujo de caja explicado a 5 años como mínimo

Tabla 19.

Flujo de Caja

Ingresos	0	1	2	3	4	5
Capital	\$ 26.423.873					
Ventas		\$ 105.000.000	\$ 117.978.000	\$ 128.834.925	\$ 142.040.505	\$ 159.596.712
Total Ingresos	\$ 26.423.873	\$ 105.000.000	\$ 117.978.000	\$ 128.834.925	\$ 142.040.505	\$ 159.596.712
Egresos						
Activos fijos	\$ 18.000.000					
Costos de ventas	\$ 2.381.000	\$ 3.428.640	\$ 7.714.440	\$ 13.018.118	\$ 19.527.176	\$ 27.460.092
Gastos operacionales	\$ 13.109.612	\$ 14.985.248	\$ 19.653.248	\$ 24.382.088	\$ 28.279.710	\$ 33.154.986
Impuestos						
Total Egresos	\$ 17.900.000	\$ 18.413.888	\$ 27.367.688	\$ 37.400.205	\$ 47.806.887	\$ 60.615.078
Ingresos-Egresos	\$ 8.523.873	\$ 86.586.112	\$ 90.610.312	\$ 91.434.720	\$ 94.233.619	\$ 98.981.634
Flujo de caja neto	\$ 26.423.873	\$ 86.586.112	\$ 90.610.312	\$ 91.434.720	\$ 94.233.619	\$ 98.981.634

Nota: Creación propia

El flujo de caja se realizó a 5 años tomando en cuenta el capital inicial el cuál proviene del préstamo inicial con el banco Bancolombia para el año 0, para los siguientes años se tomó en cuenta la proyección realizada de vender 2.625 Tote Bags al año por \$40.000 pesos la cual generaría ingresos de \$105.000.000 para el año 1 y que aumentaría de uno a dos millones cada año, también se observan los costos, gastos e impuestos para finalmente obtener el flujo de caja mencionado.

Estados Financieros Preliminares con proyección de indicadores financieros por escenarios

Tabla 20.

Estados Financieros

Estado de Resultados				Mes	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingresos Operacionales (Ventas)				\$105.000.000	\$105.000.000	\$117.978.000	\$128.834.925	\$142.040.505	\$159.596.712
(-) Costo de Ventas				\$2.381.000	\$3.428.640	\$7.714.440	\$13.018.118	\$19.527.176	\$27.460.092
(=) Utilidad Bruta				\$102.619.000	\$101.571.360	\$110.263.560	\$115.816.808	\$122.513.329	\$132.136.620
(-) Gastos Operacionales				\$13.109.612	\$14.985.248	\$19.653.248	\$24.382.088	\$28.279.710	\$33.154.986
Gastos Administra									
	Gastos de Administración			\$200.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000
	Gastos Publicidad			\$200.000	\$2.400.000	\$4.800.000	\$7.200.000	\$9.600.000	\$12.000.000
	Gastos Mantenimiento			\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000
	Gastos de Aseo			\$150.000	\$1.800.000	\$3.600.000	\$5.400.000	\$7.200.000	\$9.000.000
	Gastos Depreciación de maquinaria			\$9.004.822	\$1.530.459	\$1.530.459	\$1.530.459	\$630.492	\$630.492
	Gastos Servicios Públicos			\$300.000	\$3.600.000	\$4.068.000	\$4.596.840	\$5.194.429	\$5.869.705
Gastos Laborales									
	Gastos Laborales-Vacaciones			\$518.453	\$518.453	\$518.453	\$518.453	\$518.453	\$518.453
	Gastos Laborales-Primas			\$1.043.168	\$1.043.168	\$1.043.168	\$1.043.168	\$1.043.168	\$1.043.168
	Gastos Laborales-Comisiones			\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000
	Gastos Laborales-Cesantías			\$1.043.168	\$1.043.168	\$1.043.168	\$1.043.168	\$1.043.168	\$1.043.168
(=) Utilidad Operacional				\$89.509.388	\$86.586.112	\$90.610.312	\$91.434.720	\$94.233.619	\$98.981.634
(+) Ingresos No Operacionales									
	Ingresos Financieros- Intereses			\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000
(-) Gastos No Operacionales									
	Gastos Financieros- Intereses			\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000
(=) Utilidad Antes de Impue				\$89.489.388	\$86.566.112	\$90.590.312	\$91.414.720	\$94.213.619	\$98.961.634
(-) Impuestos de Renta (25%)				\$22.372.347	\$21.641.528	\$22.647.578	\$22.853.680	\$23.553.405	\$24.740.408
(=) Utilidad Neta				\$67.117.041	\$64.924.584	\$67.942.734	\$68.561.040	\$70.660.214	\$74.221.225
(-) Reserva Legal (				\$6.711.704	\$6.492.458	\$6.794.273	\$6.856.104	\$7.066.021	\$7.422.123
Utilidad Líquida				\$60.405.337	\$58.432.126	\$61.148.461	\$61.704.936	\$63.594.193	\$66.799.103

Nota: Creación propia

Se deberían vender aproximadamente 2.625 Tote Bags medianas al año a \$40.000 pesos para tener Ingresos Operacionales de \$105.000.000 pesos.

El estado de resultados de Rainbow Bags indica una empresa con una sólida rentabilidad, gestionando eficientemente sus costos y generando un margen de utilidad bruta significativo.

La utilidad operativa positiva refleja una operación eficiente y rentable, lo que proporciona una base sólida para el crecimiento futuro. Estos resultados positivos pueden fortalecer la posición de la empresa ante inversores y prestamistas, facilitando la obtención de capital adicional para expandirse y mejorar sus operaciones.

Indicadores de Evaluación Financiera

Tabla 21.

Indicadores de Evaluación Financiera

Margen de Utilidad Bruta	Mide el porcentaje de ingresos que exceden el costo de los bienes vendidos	$= \frac{\text{Ingresos Netos} - \text{Costo B. vendidos}}{\text{Ingresos Netos}} \times 100$
Rentabilidad Neta sobre la inversión	Mide la eficiencia de una inversión	$ROI = \frac{\text{Ganancia Neta}}{\text{Inversión total}} \times 100$
Liquidez/Razón Corriente	Mide la capacidad de la empresa para pagar sus deudas a corto plazo	$\text{Razón corriente} = \frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$
Prueba Ácida	Es una medida más estricta de la liquidez, excluyendo inventarios	$= \frac{\text{Activos corrientes} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivos corrientes}}$
Endeudamiento	Mide el porcentaje de los activos financiados por deudas	$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Total pasivos}}{\text{Total Activos}} \times 100$

Nota: Creación propia

- Margen de Utilidad Bruta: $= \frac{105'000.000 - 37'430.673}{105'000.000} \times 100 \approx 64.35\%$

Este indicador muestra que el 64.35% de los ingresos de Rainbow Bags se mantiene como ganancia bruta después de cubrir el costo de producción. Es un buen margen que indica una fuerte eficiencia operativa.

- Rentabilidad Neta sobre la inversión: $= \frac{37'948.154}{41'423.873} \times 100 \approx 95.58\%$

Un ROI del 95.58% indica que Rainbow Bags obtiene una ganancia significativa en relación con su inversión total. Esto sugiere una gestión eficaz y una alta rentabilidad.

- Razón corriente: $= \frac{23'423.873}{15'000.000} = 1.56$

Con una razón corriente de 1.56, Rainbow Bags tiene suficiente capacidad para cubrir sus pasivos a corto plazo con sus activos corrientes. Un valor superior a 1 generalmente se considera saludable.

- Prueba Ácida: $= \frac{23'423.873 - 8'374.500}{15'000.000} = 1.00$

La prueba ácida de 1.00 indica que la empresa puede cubrir sus pasivos corrientes sin necesidad de vender inventarios, mostrando una liquidez adecuada.

- Endeudamiento: $= \frac{15'000.000}{41'423.873} \times 100 = 36.2\%$

Un índice de endeudamiento del 36.2% muestra que una parte moderada de los activos de la empresa está financiada con deuda. Esto sugiere un equilibrio saludable entre deuda y capital propio, permitiendo a la empresa tener una estructura financiera sólida.

Conclusiones

- La investigación de mercados permitió enfocar más el producto hacia la realidad del cliente, hacia las necesidades a satisfacer para así llegar a generar la compra de este y poder asegurar y alcanzar índices de demanda altos. Igualmente, ayudó a analizar el mercado donde el producto está ubicado para saber cómo posicionarse y generar ese reconocimiento de marca.
- Considerando las necesidades actuales del mercado, los clientes buscan productos que fortalezcan la economía nacional y contribuyan al cuidado del medio ambiente. Después de realizar los estudios pertinentes, es evidente que Rainbow Bags está alineado con estos criterios, ofreciendo tote bags personalizadas que destacan por su funcionalidad y diseño, mientras promueven buenas prácticas sociales y sostenibles.
- Es efectivo invertir tiempo y capital en Rainbow bags ya que al haber realizado este estudio se puede notar como es un negocio rentable y con altos índices de crecimiento en el mercado y de aceptación por parte de la demanda.
- En conclusión, Rainbow bags se muestra como una gran oportunidad de negocio no solo porque resultaría rentable sino también por su grado de innovación, donde una tote bag representa una alternativa a un problema ecológico que ha perdurado a lo largo de los años y contribuir a esta lucha; y esto genera la posibilidad de posicionar fuertemente la marca en tiendas de cadena y de manera digital y lograr un éxito llevando el proyecto a la realidad.

Bibliografía

BUSINESS INSIDER MEXICO. (2023). *La generación Z y millennials cambian los bolsos por cangureras y tote bags*. https://businessinsider.mx/gen-z-millennials-cangureras-tote-bags-bolsos-mercado_negocios/

DANE. (2018). *PROYECCIONES DE POBLACIÓN DE BOGOTÁ POR UPZ, SEXO Y EDAD*. anexo-proyecciones-poblacion-bogota-desagregacion-loc-2018-2035-UPZ-2018-2024.xlsx

EMR CLAIGHT. (2023). *Mercado de Bolsos en Colombia, Tamaño, Informe 2024-2032*. Informes de Expertos. <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-bolsos-en-colombia>

El Auditor. (2023, Julio 06). *La problemática de las bolsas de plástico: impacto ambiental y soluciones*. https://elauditor.info/actualidad/la-problematika-de-las-bolsas-de-plastico--impacto-ambiental-y-soluciones_a649f0921c3aef0b12ae45e32

ESTAMPADIA. (2022, Junio 24). *¿Qué es Impresión DTF?*. <https://estampadia.com/blog/impresion-transfer/que-es-impresion-dtf>

INTEREMPRESAS. (2021, Junio 04). *Diez ventajas de la personalización de productos mediante el grabado*. <https://www.interempresas.net/Graficas/Articulos/353094-Diez-ventajas-de-la-personalizacion-de-productos-mediante-el-grabado.html>

Metricool. (2023, diciembre 12). *Tutorial de Instagram: cómo hacer marketing desde cero*. Metricool. Retrieved March 29, 2024, from <https://metricool.com/es/marketing-en-instagram/>

MordorIntelligence. (2023). *Tamaño del mercado de bolsas y análisis de participación tendencias de crecimiento y pronósticos (2024-2029)* Source: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/handbags-market>.

MordorIntelligence. <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/handbags-market>

Portafolio. (2023, enero 25). *Consumo de moda en Colombia durante el 2022 fue de 30 billones de pesos | Tendencias*. Portafolio. <https://www.portafolio.co/tendencias/consumo-de-moda-en-colombia-dursnte-el-2022-fue-de-30-billones-de-pesos-577409>

Procolombia. (2023, febrero 9). *Industria textil colombiana y su crecimiento a través de la innovación y la competitividad*. Colombia Trade. <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/industria-textil-colombiana-y-su-crecimiento-traves-de-la-innovacion-y-la-competitividad>

RAFASSHOP. (S.F). *Tote Bags: ¿por qué son tendencia?*. <https://www.rafasshop.es/tote-bags-por-que-son-tendencia/>

Utilizar Instagram en tu estrategia de marketing digital | EUDE Business. (2018, Julio 24). Eude Business School. <https://www.eude.es/blog/instagram-estrategia-de-marketing-digital/>

Anexos: Publicidad, Fotos, Imágenes, Planos, Instrumentos de levantamiento de información, modelos de estimación (precios, ventas, costos, gastos)

Figura 29.

Publicidad



Nota: Creación propia