



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

ABRIL – SEPTIEMBRE 2022

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

INGENIERÍA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMERCIO

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA FABRICA DE
CORTINAS MODERNAS EN LA CIUDAD DE BABAHOYO**

EGRESADO:

ESPINOZA CONTRERAS OLMEDO FERNANDO

TUTOR:

ING. LUIS ALBERTO LOZANO CHAGUAY, MAE

AÑO 2022

INDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	2
CAPITULO I. IDEA DE NEGOCIO	3
1.1 Descripción de la idea de negocio	3
1.2 Fundamentación teórica de la idea de negocio	3
1.3 Estudio de mercado	7
Fórmula de la muestra:	8
Cálculo de la muestra:	8
CAPITULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO	19
2.1 Descripción del emprendimiento	19
2.2 Fundamentación gerencial del emprendimiento	23
2.3 Estructura orgánica y funcional del emprendimiento	26
CAPITULO III. MODELO DE NEGOCIO	30
3.1 Segmento de clientes	31
3.2 Propuesta de valor	31
3.3 Canales	32
3.4 Relaciones con los clientes	32
3.5 Fuentes de ingreso	33
3.6 Recursos claves	33
3.7 Actividades claves	33
3.8 Alianzas claves	34
CAPITULO IV. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO	36
4.1 Factibilidad técnica	36
4.2 Factibilidad financiera	38
4.3 Factibilidad operativa	46
4.4 Factibilidad ambiental	49
4.5 Factibilidad social	50
CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES	52
BIBLIOGRAFÍA	53
ANEXOS	55

INTRODUCCIÓN

La presente idea de negocio tiene como propósito impulsar desde el ámbito local, la producción de cortinas de varios tipos y que están en tendencia. Esta idea de negocio se diseñó mediante un modelo de negocio basado en la filosofía Canvas, propuesta por Alexander Osterwalder, lo que permitió dar viabilidad a la elaboración del plan de negocio con sus respectivas factibilidades o estudios técnicos.

En el Capítulo I, se describe la idea de negocio y se hace énfasis en la investigación de mercado, obteniendo que el 93,5% de los hogares encuestados, este de acuerdo con la implementación de este proyecto local. En el Capítulo II, se abordó el diseño organizacional del emprendimiento, estableciendo la misión, visión, valores empresariales, imagen corporativa y la estructura organizativa – funcional.

En el Capítulo III, se estableció el modelo de negocio, donde se plantean una serie de estrategias operativas del emprendimiento. En el Capítulo IV, se estableció positivamente la factibilidad técnica, además, se determinó la viabilidad financiera conociendo que la tasa interna de retorno es del 40%, también se estableció operativamente los procesos de compra, producción y servicio al cliente. Social y ambientalmente se determinó que el emprendimiento genera espacios de trabajo digno y es amigable con el medio ambiente.

El presente proyecto de emprendimiento se enmarca dentro de la Carrera de Ingeniería Comercial, con su línea de investigación: Sistemas de información y comunicación, emprendimiento e innovación, y su respectiva sublínea de investigación: Desarrollo local y emprendimiento sostenible y sustentable.

CAPITULO I. IDEA DE NEGOCIO

1.1 Descripción de la idea de negocio

La idea de estructurar esta idea de negocio nace a partir de la alta demanda que tiene este producto dentro de los hogares e instituciones públicas y privadas, por tal razón se plantea la elaboración y comercialización de cortinas, buscando brindar confort, elegancia, tendencia y lo más relevante que es la privacidad en los espacios. Con esta idea se pretende incursionar en un mercado en el cual solo existen negocios dedicados a la comercialización, por lo que el objetivo es brindar precios accesibles al reducir costos debido a la producción local de cortinas dentro del Cantón Babahoyo.

1.2 Fundamentación teórica de la idea de negocio

Historia de las cortinas

Se cree que las cortinas nacieron en las antiguas Roma y Egipto, donde la confección de objetos como capas dio origen a las cortinas, según estas eran utilizadas por emperadores y faraones, para protegerse de los rayos solares. En la época Medieval las cortinas se las utilizaba como aislantes del frío, en ese entonces los monarcas vivían en exorbitantes castillos de piedra, es decir no eran la misma forma de residir como en la actualidad, por lo tanto, revestían las paredes con inmensas cortinas gruesas para evitar el frío de aquella época. (Gonzaga & Tomalà, 2020, pág. 1)

En el arte medieval las cortinas forman parte de la escenografía de la imagen mostrada en el altar de las iglesias. A finales del siglo XVI y XVII su empleo desaparece del ámbito religioso e irrumpen en obras de carácter privado 15. Pesadas cortinas de caros tejidos protegen los cuadros del exceso de luz o polvo. Rembrandt oculta a San José tras una cortina y hace de

esa tela el símbolo de una intimidad frágil en la pintura titulada Sagrada Familia con una cortina. (De Molina, 2019, pág. 78)

Definición de cortina

Las cortinas es un fragmento móvil normalmente de tela su función es el impedimento a observar, sentir y escuchar situaciones, camuflándolas de manera total o parcial, tradicionalmente se las utiliza para cubrir ventanas o puertas con el fin de evitar con ellos el paso el excesivo de la luz solar, con este elemento también se impide la observación externa, conservando la intimidad de sus ocupantes. (Gonzaga & Tomalà, 2020, pág. 1)

Características de las cortinas

La variedad de materiales y calidad es infinita para la elaboración de las cortinas, se encuentran en tela, aluminio, madera, fibra de vidrio, entre otras. Las cortinas más utilizadas son aquellas que crean un ambiente más natural y utilizan telas de lino por su tejido en la variedad de hilos gruesos, hilos finos o delgados, con diseños bordados, su demanda depende fundamentalmente del estilo práctico que se desea dar al cliente de acuerdo a la exigencia y necesidad del mismo. (Hidalgo, 2016, pág. 8)

Tendencia de cortinas y persianas

Actualmente, no existe habitación que carezca de una cortina o persiana, algunos la adquieren principalmente para satisfacer la necesidad principal que esta cumple, impedir total o parcialmente el paso de la luz y la visibilidad desde el exterior, otros le dan un valor importante tanto por su estética decorativa como por su funcionalidad. (Morocho, 2020)

El origen de la palabra “persiana” proviene de Persia, de hecho, las primeras importaciones fueron realizadas desde Europa en el siglo XVIII, provenientes desde Persia a través de Venecia, es por ello que el primer sistema de persianas se llamó persianas venecianas. (Morocho, 2020)



Ilustración 1. Persianas

Las cortinas son unas piezas móviles que cubren las ventanas por el interior de los edificios. Están hechas principalmente de telas de colores llamativos y algunos oscuros. Su función

principal es la de impedir total o parcialmente el paso de la luz y la visibilidad desde el exterior. (Morocho, 2020)



Ilustración 2. Cortinas clásicas

1.3 Estudio de mercado

El mercado al que está dirigida la oferta de cortinas en el cantón Babahoyo, considerando que es un mercado inicial y potencial. Dentro del mercado se establece necesario identificar los hogares que estadísticamente hay en el cantón Babahoyo.

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Urbano	Rural	Viviendas**	Razón niños mujeres **	Analfabetismo	Edad promedio
Baba	20.765	5,2%	18.916	5,0%	39.681	5.368	34.313	11.967	475,4	14,5%	28
Babahoyo	77.967	19,6%	75.809	19,9%	153.776	90.191	63.585	47.361	382,5	6,7%	28
Urdaneta	15.063	3,8%	14.200	3,7%	29.263	6.240	23.023	8.959	443,3	10,1%	29
Mocache	19.996	5,0%	18.396	4,8%	38.392	8.028	30.364	11.516	479,5	13,5%	28
Montalvo	12.298	3,1%	11.866	3,1%	24.164	12.734	11.430	7.990	377,1	6,2%	29
Palenque	11.841	3,0%	10.479	2,8%	22.320	6.348	15.972	7.172	522,8	18,1%	28
Pueblviejo	18.614	4,7%	17.863	4,7%	36.477	7.871	28.606	10.837	472,1	10,6%	26
Quevedo	86.821	21,8%	86.754	22,8%	173.575	150.827	22.748	50.583	394,0	6,3%	27
Quinsaloma	8.627	2,2%	7.849	2,1%	16.476	4.573	11.903	5.051	492,3	11,8%	27
San Jacinto de Buena Fe	32.649	8,2%	30.499	8,0%	63.148	38.263	24.885	17.461	474,0	10,8%	26
Valencia	22.592	5,7%	19.964	5,3%	42.556	16.983	25.573	12.056	497,4	12,5%	26
Ventanas	33.785	8,5%	32.766	8,6%	66.551	38.168	28.383	19.771	448,4	8,5%	27
Vinces	37.081	9,3%	34.655	9,1%	71.736	30.248	41.488	21.742	450,4	11,4%	29
Total	398.099	100%	380.016	100%	778.115	415.842	362.273	232.466			

** Particulares y colectivas *** Razón niños mujeres

Ilustración 3. Hogares por cantón

El cantón Babahoyo cuenta con 47.361 hogares, estadística que se convierte en la base para el cálculo de la muestra, que permita establecer la percepción de las familias respecto a la oferta de cortinas modernas en Babahoyo.

Fórmula de la muestra:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + z^2 * P * Q}$$

Donde:

N= Población (47.361 hogares)

n= Muestra

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

e= Error de muestra

z= Nivel de confianza

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 47.361}{0.05^2 (47.361 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{45.485}{119} = 382 \text{ hogares}$$

Resultados de la investigación

1. ¿Utiliza cortinas en su hogar?

Tabla 1. *¿Utiliza cortinas en su hogar?*

Opciones	Cantidad	%
SI	382	100%
NO	0	0%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Fernando Olmedo

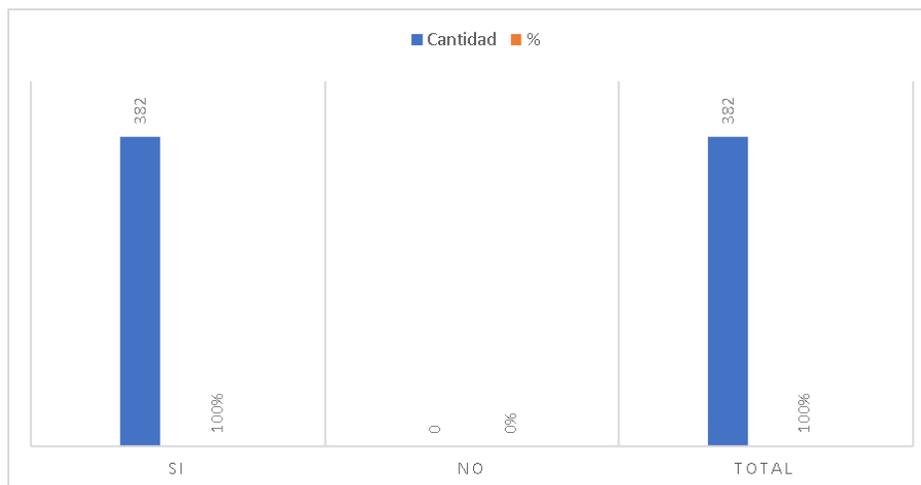


Ilustración 4. *¿Utiliza cortinas en su hogar?*

Análisis

Se pudo establecer que el 100% de los jefes de hogar consultados, emplean cortinas en sus viviendas, consolidando la necesidad que se tiene en los hogares sobre el uso de cortinas en sus diferentes áreas estructurales.

2. ¿Por qué usted ha comprado cortinas?

Tabla 2. ¿Por qué usted ha comprado cortinas?

Opciones	Cantidad	%
Privacidad	254	66.5%
Evitar el sol	81	21.2%
Moda	47	12.3%
Otro	0	0%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Fernando Olmedo

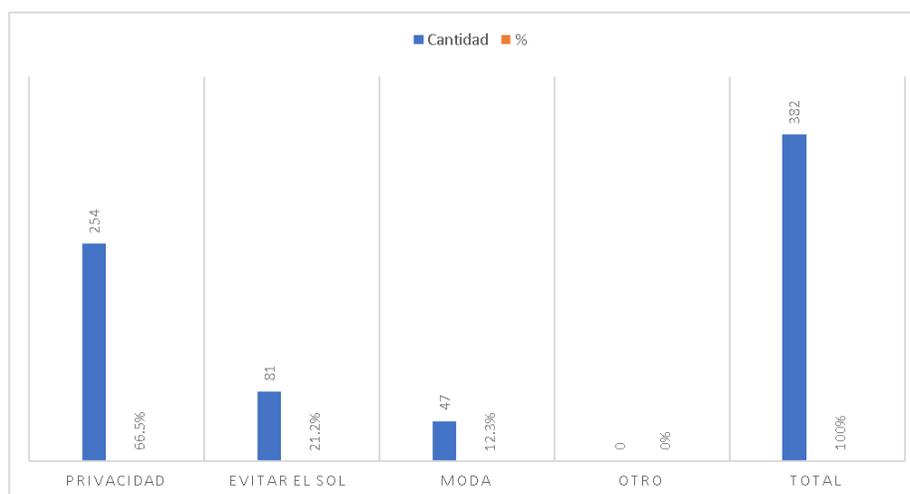


Ilustración 5. ¿Por qué usted ha comprado cortinas?

Análisis

Se logró establecer que el 66,5% de los hogares usa cortinas por privacidad, el 21,2% emplea cortinas para evitar el sol y un 12,3% emplea cortinas como elemento decorativo y de moda.

3. ¿Dónde adquiere las cortinas para el hogar?

Tabla 3. ¿Dónde adquiere las cortinas para el hogar?

Opciones	Cantidad	%
Almacén de cortinas	280	73.3%
Shopping	95	24.9%
Manda a elaborar	7	1.8%
Otro	0	0%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Fernando Olmedo

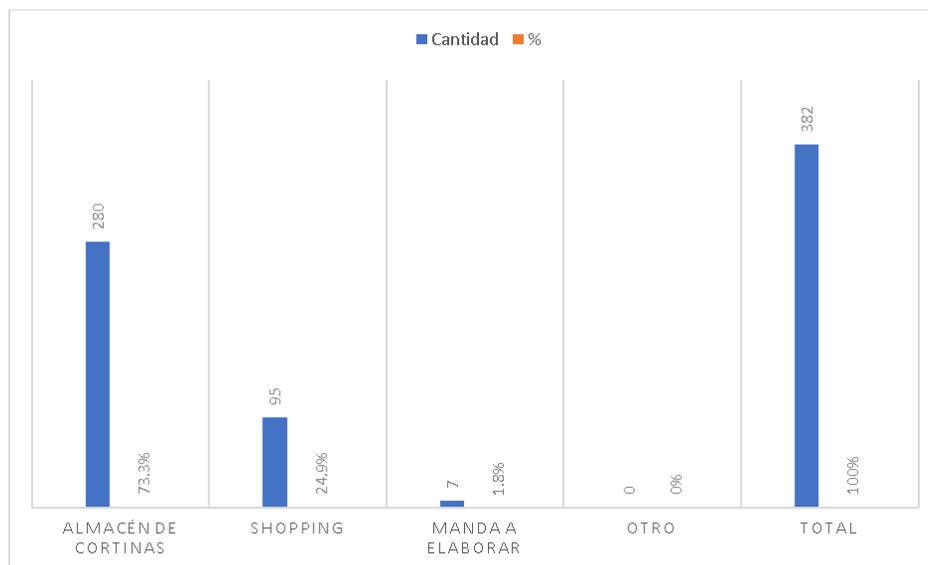


Ilustración 6. ¿Dónde adquiere las cortinas para el hogar?

Análisis

De los jefes de hogar encuestados, el 73,3% compra cortinas en almacenes, el 24,9% compra sus cortinas en el Shopping y 1,8% de ellos manda a elaborar sus cortinas.

4. ¿Cómo considera las cortinas elaboradas a base de telas nacionales?

Tabla 4. ¿Cómo considera las cortinas elaboradas a base de telas nacionales?

Opciones	Cantidad	%
Muy buenas	124	32.5%
Buenas	197	51.6%
Regulares	53	13.9%
Malas	8	2%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Fernando Olmedo

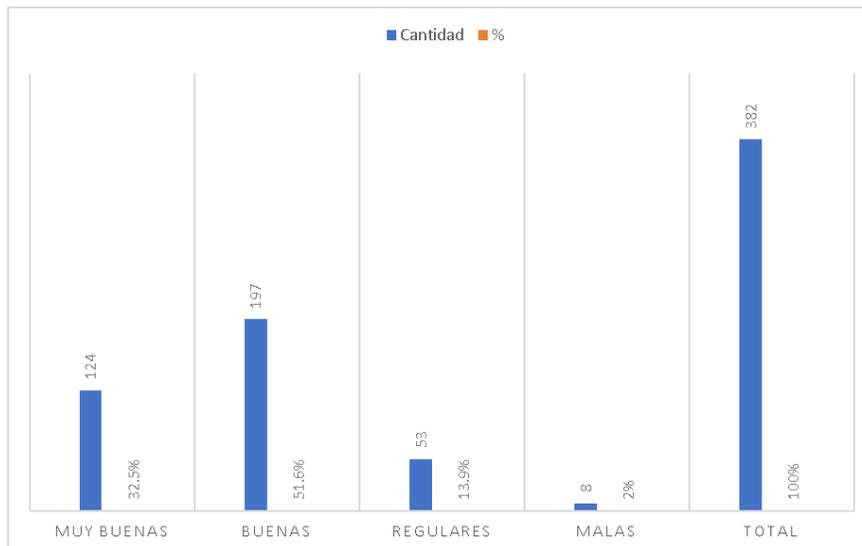


Ilustración 7. ¿Cómo considera las cortinas elaboradas a base de telas nacionales?

Análisis

Los jefes de hogar consultados, en un 32,5% manifestaron que las cortinas elaboradas con telas nacionales son muy buenas, mientras que un 51,6% expresa que son buenas, el 13,9% dice que son regulares y el 2% expresa que son malas.

5. ¿Cómo considera las cortinas elaboradas a base de tela extranjera?

Tabla 5. ¿Cómo considera las cortinas elaboradas a base de tela extranjera?

Opciones	Cantidad	%
Muy buenas	184	48.2%
Buenas	102	26.7%
Regulares	93	24.3%
Malas	3	1%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Fernando Olmedo

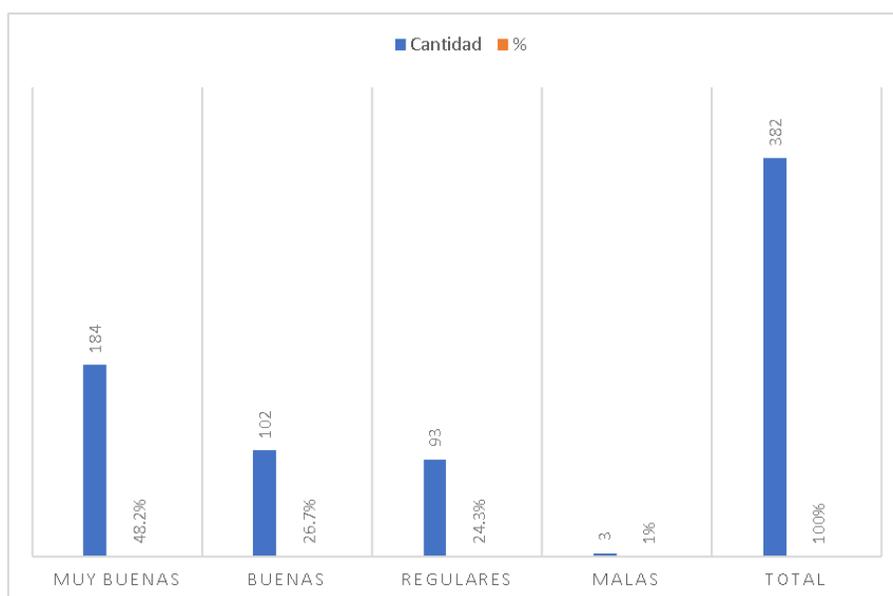


Ilustración 8. ¿Cómo considera las cortinas elaboradas a base de tela extranjera?

Análisis

Los jefes de hogar consultados, en un 48,2% manifestaron que las cortinas elaboradas con telas extranjeras son muy buenas, mientras que un 26,7% expresa que son buenas, el 24,3% dice que son regulares y el 1% expresa que son malas.

6. ¿Dónde le haría falta en su casa tener ahora una cortina?

Tabla 6. ¿Dónde le haría falta en su casa tener ahora una cortina?

Opciones	Cantidad	%
Sala	174	45.5%
Comedor	143	37.4%
Cocina	25	6.5%
Habitaciones	40	10%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Fernando Olmedo

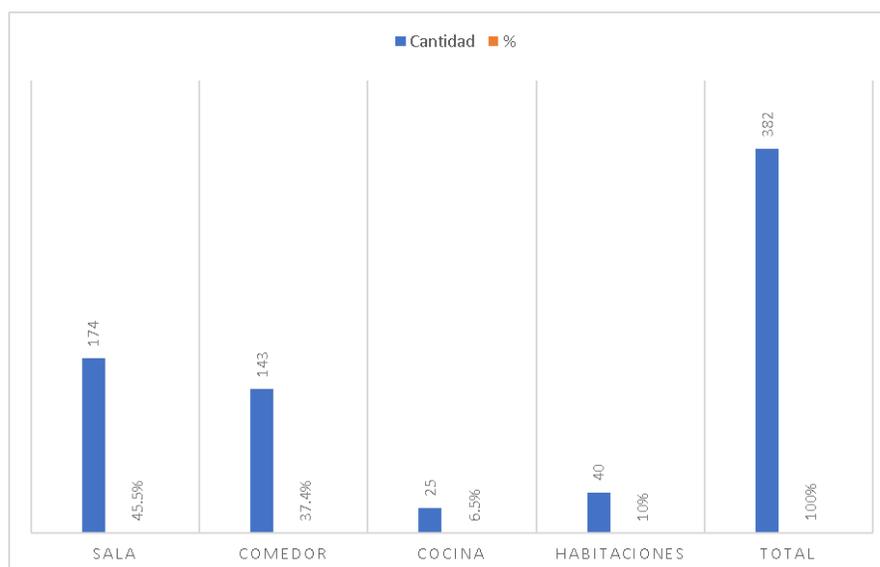


Ilustración 9. ¿Dónde le haría falta en su casa tener ahora una cortina?

Análisis

De los jefes de hogar encuestados, el 45,5% requiere en este momento cortinas para la sala, el 37,4% requiere en este momento cortinas para el comedor, el 1,8% de ellos requiere en este momento cortinas para la cocina y el 10% requiere en este momento cortinas para las habitaciones.

7. ¿Qué condiciones tomaría en cuenta para comprar sus cortinas?

Tabla 7. ¿Qué condiciones tomaría en cuenta para comprar sus cortinas?

Opciones	Cantidad	%
Precio	152	39.8%
Modelo	149	39.0%
Garantía	80	20.9%
Puntualidad en la entrega	1	0%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Fernando Olmedo

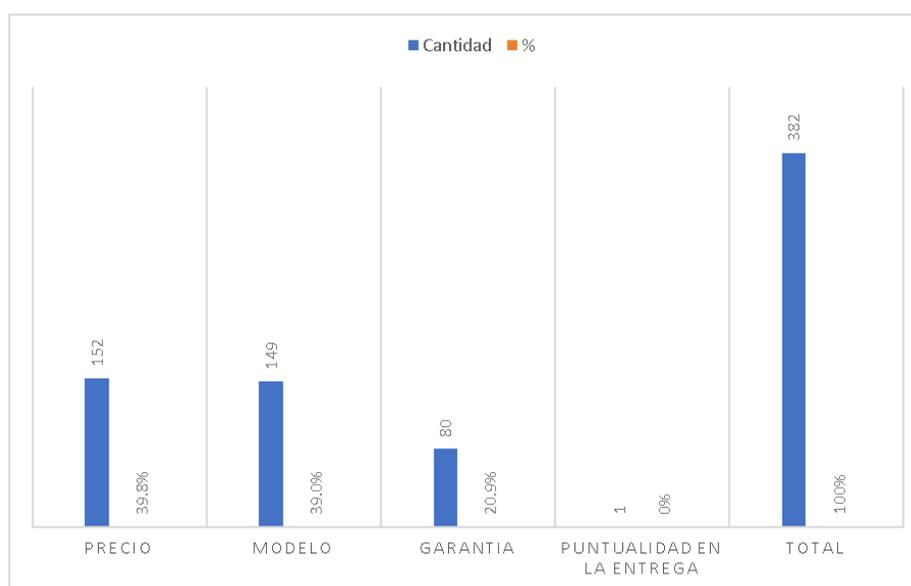


Ilustración 10. ¿Qué condiciones tomaría en cuenta para comprar sus cortinas?

Análisis

Los jefes de hogar consultados, en un 39,8% manifestaron que se fijan en el precio al momento de comprar las cortinas, mientras que un 39% manifestaron que se fijan en el modelo al momento de comprar las cortinas y el 20,9% manifestó que se fijan en la garantía al momento de comprar las cortinas.

8. ¿Si nuestras cortinas reúnen las condiciones señaladas por usted, las compraría hoy?

Tabla 8. ¿Qué condiciones tomaría en cuenta para comprar sus cortinas?

Opciones	Cantidad	%
SI	357	93%
NO	25	7%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Fernando Olmedo

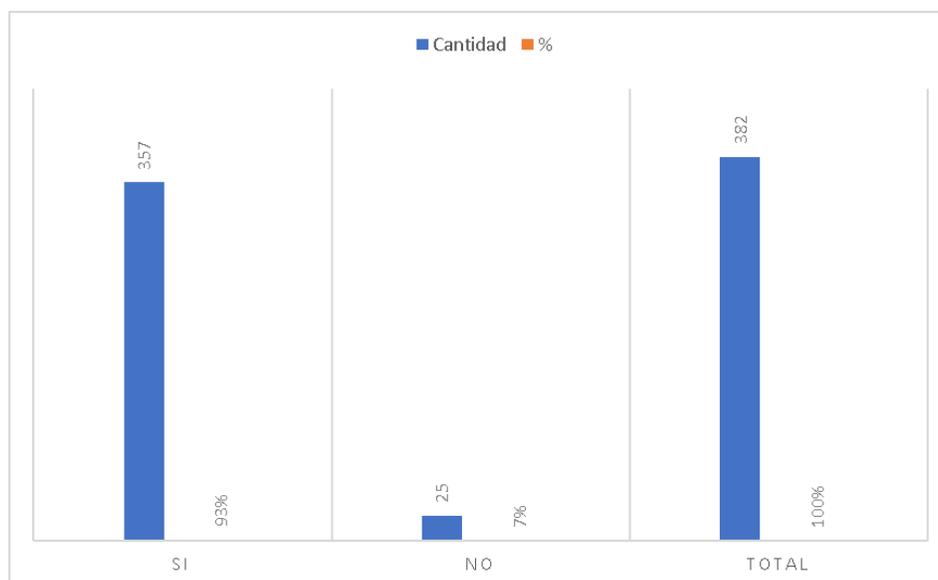


Ilustración 11. ¿Si nuestras cortinas reúnen las condiciones señaladas por usted, las compraría hoy?

Análisis

De los jefes de hogar encuestados, el 93% estaría dispuesto a comprar cortinas el día de hoy, mientras que el 7% no estaría dispuesto a comprar inmediatamente.

9. ¿Está usted de acuerdo que se implemente una fábrica de cortinas en la Ciudad de Babahoyo?

Tabla 9. *¿Está usted de acuerdo que se implemente una fábrica de cortinas en la Ciudad de Babahoyo?*

Opciones	Cantidad	%
Totalmente de acuerdo	215	56.3%
De acuerdo	142	37.2%
Indiferente	25	6.5%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Fernando Olmedo

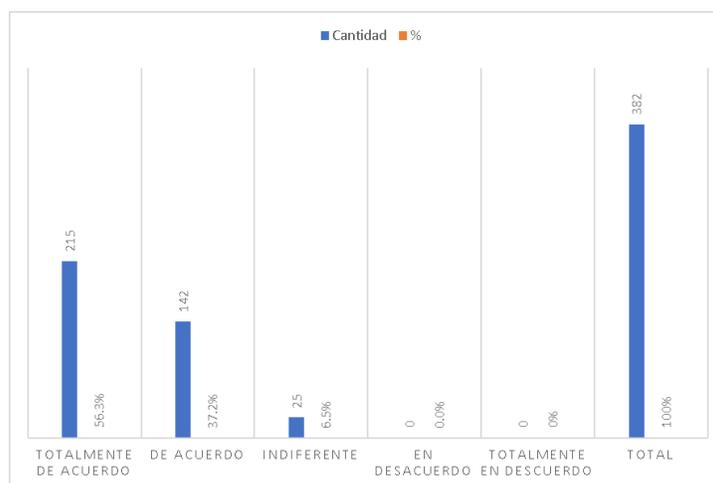


Ilustración 12. *¿Está usted de acuerdo que se implemente una fábrica de cortinas en la Ciudad de Babahoyo?*

Análisis

De los jefes de hogar encuestados, el 56,3% están totalmente de acuerdo en que se implemente en la ciudad de Babahoyo la fábrica de cortinas, el 37,2% están de acuerdo y el 6,5% se muestra indiferente.

10. ¿Por lo general en que medios acostumbra usted a informarse sobre productos o servicios?

Tabla 10. ¿Por lo general en que medios acostumbra usted a informarse sobre productos o servicios?

Opciones	Cantidad	%
Radio	4	1.0%
Televisión	41	10.7%
Volantes	25	6.5%
Redes sociales	238	62.3%
Página web	74	19%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Fernando Olmedo

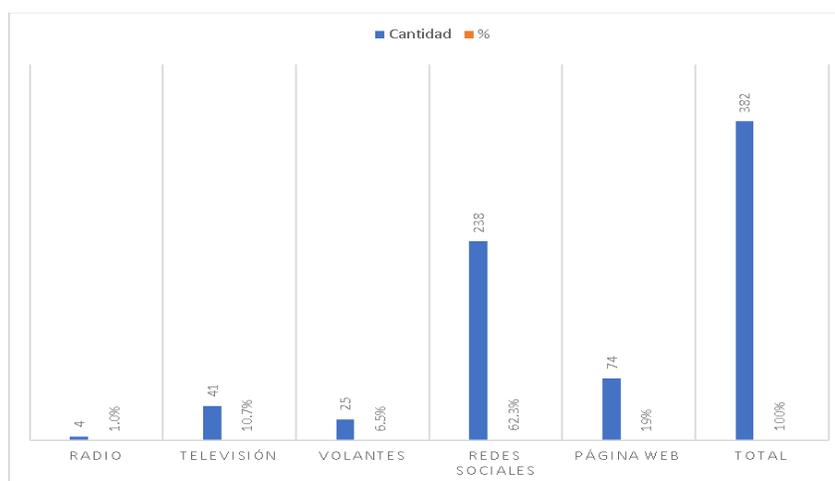


Ilustración 13. ¿Por lo general en que medios acostumbra usted a informarse sobre productos o servicios?

Análisis

De los jefes de hogar encuestados, el 62,3% acostumbra a informarse sobre bienes y servicios por medio de redes sociales, el 19% lo hace por páginas web, el 10,7% lo hace por televisión, el 6,5% prefiere por volantes y el 1% prefiere radio.

CAPITULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 Descripción del emprendimiento

Giro del negocio

El negocio se dedicará exclusivamente a la producción y comercialización de cortinas modernas en un local muy acogedor, donde los clientes tendrán la oportunidad de acceder a una variedad de diseños y modelos de cortinas, a precios accesibles al bolsillo de las familias.

Razón social

El nombre que identificara la empresa, se lo diseño pensando en dar identidad al tener nombre de su mentalizador.

CORTINAS OLMEDO

Imagen corporativa

Como imagen corporativa se diseñó un imagotipo el mismo que está compuesto de una imagen que representa los tipos de cortinas que se emplean en los hogares y en la base se encuentra el logotipo del emprendimiento, que representa la razón social. “Imagotipo es la fusión o trabajo juntos de logotipo más isotipo. Es la representación gráfica de una marca a través de una o varias palabras junto a un icono.” (Alcaraz, 2017)



Ilustración 14. Imagen corporativa

Eslogan

Se emplea la frase ELEGANCIA Y CONFORT como eslogan o promesa de venta del emprendimiento, resaltando atributos que comúnmente buscan los clientes al momento de comprar cortinas.

Productos

Los productos con los que incursionara la empresa son cortinas tipo tela y tipo persianas con sus respectivos accesorios. Se establece un detalle específico de los productos a ofertar.

Cortinas enrollables



Ilustración 15. Cortinas enrollables

Fuente: <http://dixxe.com/cortinas/103/0/ficha-tecnica-.html>

Cortinas onduladas



Característica Principal

Permite controlar la entrada de luz y el nivel de privacidad.

Ofrece variedad de telas con diferentes colores y texturas delicadas y elegantes.

Telas con alta resistencia al rasgado.

100% de oscuridad en los blackout Ofrece un novedoso y práctico sistema de control de bastón, en el que integra el movimiento de la cortina.

Modernos y exclusivos acabados. Funcionales, duraderas y prácticas. Ideales para ventanales de piso a techo. Fácil y suave manejo.

Nos brindan dos opciones de accionamiento manual y motorizado. Fácil mantenimiento y limpieza

Ilustración 16. Cortinas onduladas

Fuente: <https://www.hunterdouglas.com.ec/cortinas/productos/country-woods->



Característica Principal

La belleza de esta persiana de madera radica en sus hermosas láminas que imprimen un sello natural único que se suma a la versatilidad del control de luz.

Las láminas de éstas persianas horizontales, relatan la historia de su crecimiento, el clima y las condiciones medioambientales que debió soportar; radicando su belleza en el diseño de granos, nudos, vetas y depósitos minerales que resaltan la nobleza y autenticidad de la madera.

Ilustración 17. Cortinas persianas

Fuente: <https://www.hunterdouglas.com.ec/cortinas/productos/country-woods->

2.2 Fundamentación gerencial del emprendimiento

Misión del negocio

La misión de una empresa como la ideología central que determina el carácter duradero de una organización, proporcionando una identidad coherente que trasciende la vida del producto o ciclos de comercialización, los avances tecnológicos, las modas de gestión y los líderes individuales. (Contreras et al, 2021)

La misión que se ha diseñado de forma estratégica para el emprendimiento es la siguiente:

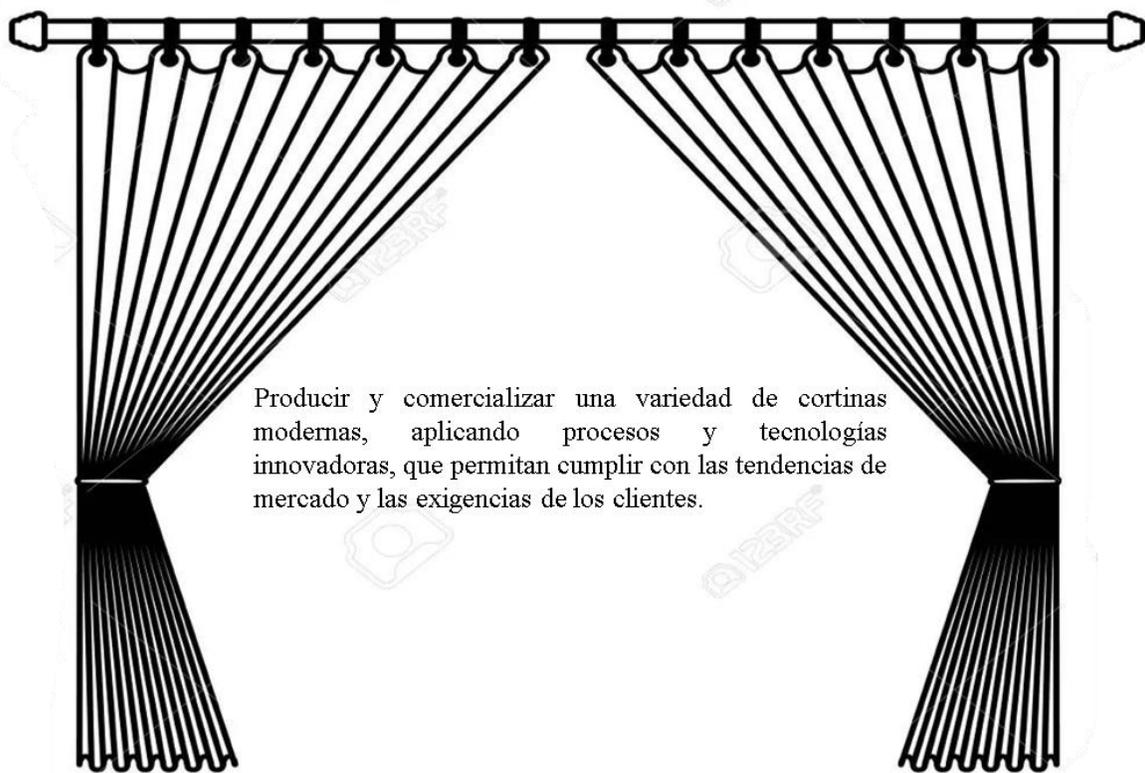


Ilustración 18. Misión

Visión del negocio

La visión es la meta al largo plazo que la organización espera alcanzar y además también es la filosofía, es decir el conjunto de valores humanos sobre las cuales funciona la empresa, es decir, comunicación, espíritu de grupo y participación. (Borja et al, 2020)

La visión que se ha diseñado de forma estratégica para el emprendimiento es la siguiente:

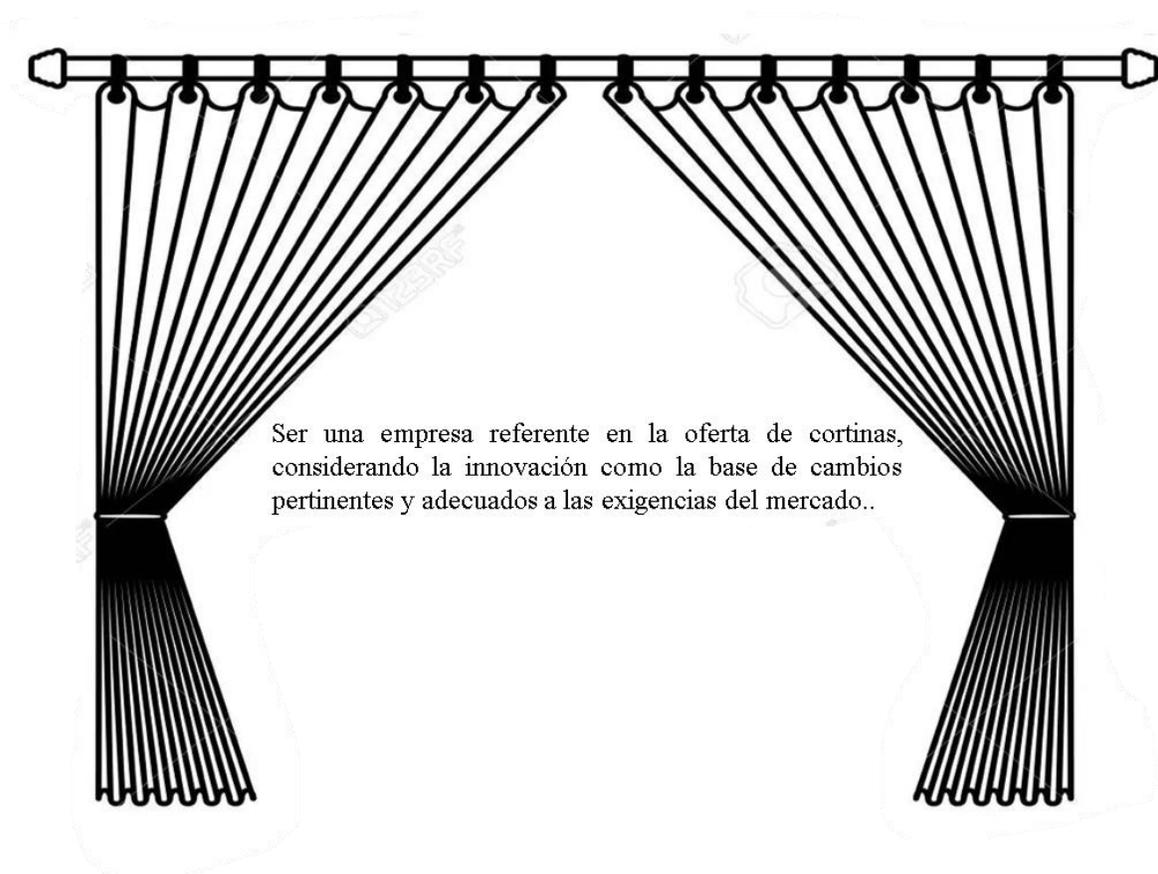


Ilustración 18. Visión

Valores empresariales

Los valores son la base que establece la conducta de una empresa para el cumplimiento adecuado de su misión y visión. Se establecen los siguientes valores empresariales para el presente emprendimiento:

Trabajo en equipo: Que permita reducir los esfuerzos en el logro de los objetivos propuestos.

Innovación: Que permita incorporar nuevas tecnologías en los procesos de producción y comercialización.

Calidad: Que permita cumplir estrictamente con las exigencias del mercado.

Política de calidad

Ofertar cortinas modernas y elegantes en base a la tendencia del mercado y con precios accesibles.

Objetivos empresariales

- ❖ Establecer un diagnóstico de mercado constante para cumplir con las tendencias y exigencias de los clientes.
- ❖ Producir y ofertar cortinas mediante procesos innovadores que incluyan tecnologías emergentes.

Análisis FODA

Un análisis situacional es fundamental, ya que permite tener una radiografía de como se encuentra el emprendimiento ante varios factores internos y externos de mercado. Esto permitirá afianzar los objetivos y metas de la empresa. “La matriz FODA facilita la

comparación entre las amenazas y oportunidades externas, y las fortalezas y debilidades internas de la organización.” (Torres, 2019)

Tabla 11. *FODA*

Fortalezas	Debilidades
Empresa de tipo local	Empresa nueva y sin posicionamiento
Personal capacitado	
Conocimiento especializado en el área	
Amenazas	Oportunidades
Surgimiento de empresas similares	Crecer en el mercado a nivel provincial y
Inestabilidad social y económica	nacional

Elaborado por: Fernando Olmedo

2.3 Estructura orgánica y funcional del emprendimiento

CORTINAS OLMEDO, al igual que todo tipo de organización debe contar con una estructura organizacional que le permita identificar los niveles de autoridad y responsabilidad en la empresa. “La estructura organizacional ayuda a tener definidas las responsabilidades que tiene cada persona dentro de la empresa, asimismo es de mucha ayuda para el personal gerencial para poder manejar mejor la entidad.” (Tonguino, 2020, p. 14)

Organigrama

El organigrama es la representación gráfica de la empresa. “Se puede decir que el organigrama es la estructura de empresa y es muy importante porque facilita la comunicación entre departamentos para llevar la misma hacia en mando superior de la organización agilizando así sus procesos.” (Tonguino, 2020, p. 14)

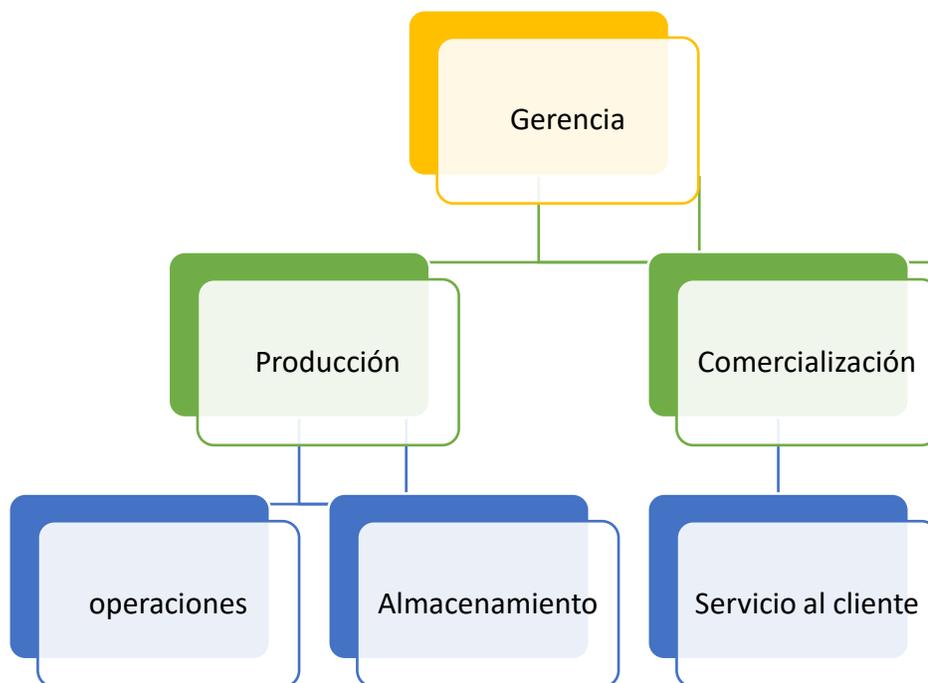


Ilustración 19. Estructura orgánica

La estructura base está compuesta de tres áreas principales: Gerencia, Producción y Comercialización. Esto permite definir la cantidad de personal que se requiere para dichas áreas, centrándose la mayor parte en el área de Producción, tal como se detalla a continuación:

- ❖ 1 Gerente
- ❖ 1 Jefe de producción
- ❖ 2 Operadores de producción
- ❖ 1 Vendedor
- ❖ 1 Cajero/a - Recepcionista

Estructura funcional

Mediante la estructura funcional se establece la planificación de los cargos en CORTINAS OLMEDO.

Tabla 12. Estructura funcional

Cargo	Cantidad	Funciones	Requisitos
Gerente	1	<p>Gestionar el negocio.</p> <p>Tomar decisiones respecto a las compras de materiales y recursos.</p> <p>Establecer estrategias de mercadeo.</p> <p>Establecer presupuestos y toma de decisión financiera.</p> <p>Representar a la empresa ante terceros.</p>	<p>Título superior en administración de empresa o carrera afín.</p> <p>Actitud emprendedora.</p> <p>Conocimientos en el área comercial de la empresa.</p> <p>Conocimiento de gestión financiera.</p>
Jefe de producción	1	<p>Gestionar la producción de cortinas en los plazos establecidos.</p> <p>Emitir informes a la gerencia sobre el stock de materia prima y unidades producidas.</p> <p>Realizar los requerimientos de forma oportuna ante la gerencia.</p> <p>Supervisar el proceso de producción y tomar decisiones preventivas y/o correctivas.</p>	<p>Título superior en el área industrial o textil.</p> <p>Conocimiento en gestión de inventarios.</p> <p>Conocimiento de herramientas ofimáticas básicas.</p> <p>Experiencia de dos años en el campo.</p> <p>Predisposición para trabajar bajo presión.</p>
Operador de producción	4	Ejecutar procesos de producción establecidos	Estudios universitarios en carreras industriales (segundo año).

		<p>por la jefatura de producción.</p> <p>Reportar situaciones negativas durante el proceso de producción.</p> <p>Elaborar informe de materiales faltante en la producción.</p>	<p>Conocimiento de herramientas ofimáticas básicas.</p> <p>Predisposición para trabajar bajo presión.</p>
Vendedor	1	<p>Brindar un buen servicio al cliente.</p> <p>Reportar el stock de productos.</p> <p>Perchar los productos en lugares específicos para la venta.</p> <p>Articular con caja – recepción para cerrar el proceso de venta.</p>	<p>Estudios universitarios en carreras administrativas o comercial (segundo año).</p> <p>Conocimiento de herramientas ofimáticas básicas.</p> <p>Predisposición para trabajar bajo presión.</p>
Cajero/a - Recepcionista	1	<p>Organizar la información contable y financiera generadas por la venta de productos.</p> <p>Elaborar y entregar facturas de venta.</p> <p>Apoyar en el área de servicio al cliente en relación a ventas.</p> <p>Reportar diariamente los cierres de caja y ventas.</p>	<p>Estudios universitarios en contabilidad o auditoria (segundo año).</p> <p>Conocimiento de herramientas ofimáticas básicas.</p> <p>Predisposición para trabajar bajo presión.</p>

Elaborado por: Fernando Olmedo

CAPITULO III. MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio se diseñó bajo la metodología Canva, y se obtuvo el siguiente resultado:

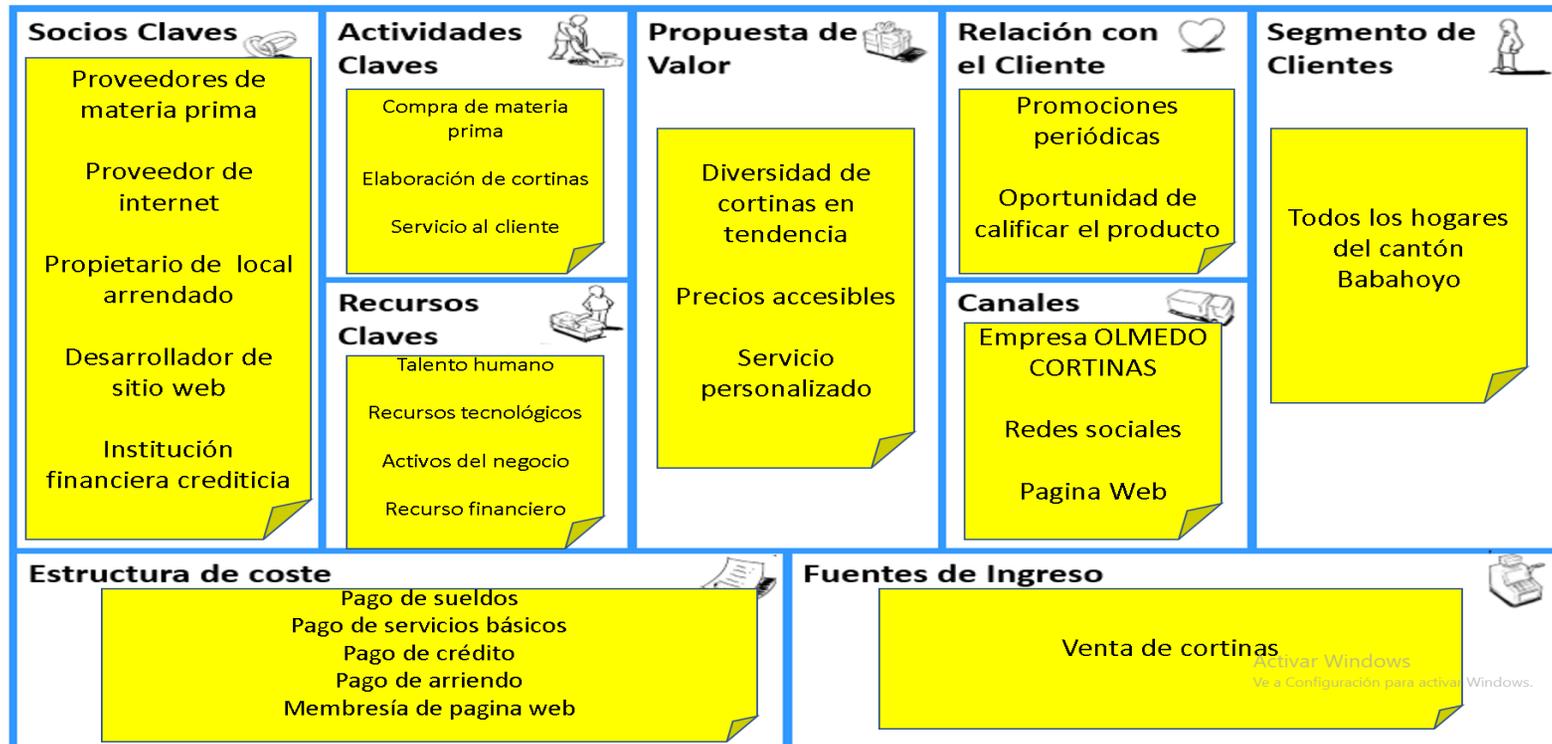


Ilustración 20. Modelo de negocio

3.1 Segmento de clientes

El modelo de negocio se diseñó bajo la metodología Canva, y se consideró pertinente orientar la oferta de cortinas exclusivamente a los hogares del cantón Babahoyo, los mismos que en su conjunto suman 47.361, según las estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

3.2 Propuesta de valor

Según Osterwalder, Pigneur, Smith, Greg y Papadakos (2014) la propuesta de valor describe los beneficios que un cliente espera de ciertos productos y servicios, en otras palabras, la propuesta de valor o los beneficios que se crean para atraer a clientes, se diseñan a partir del análisis de características del segmento al que se dirige la propuesta, características que se asumen, observan y verifican en el mercado. (Freire, 2022, p. 17)

La propuesta de valor del emprendimiento se basa en tres aspectos estratégicos:

Diversidad de cortinas en tendencia

Los clientes tendrán la oportunidad de acceder a una variedad de modelos de cortinas, tanto enrollables como clásicas tipo tela, todo esto en un ambiente agradable que los harán sentir como en casa.

Precios accesibles

Los clientes tendrán la oportunidad de adquirir las cortinas tomando en cuenta un factor muy importante como es el precio, el mismo que en base a la investigación realizada esta por debajo del precio promedio del mercado.

Servicio personalizado

Los clientes tendrán la oportunidad de acceder a un servicio personalizado por el personal administrativo y de ventas, despejando sus inquietudes como parte de un servicio de calidad.

3.3 Canales

Como canales de comunicación se plantea inicialmente emplear redes sociales como Facebook, Tik Tok, Instagram y WhatsApp.



Posteriormente se tiene en mente diseñar una página web, donde los clientes podrán acceder cómodamente a una interface amigable y conocer los productos antes de ir a la empresa.

Como canal directo se emplea la misma empresa CORTINAS OLMEDO, donde los clientes asisten y son atendidos de forma personalizada.

3.4 Relaciones con los clientes

Para poder fidelizar los clientes se busca implementar *promociones periódicas*, para que los clientes se motiven a adquirir cortinas, sintiendo que obtienen un beneficio adicional.

También se les dará la *oportunidad de calificar el servicio y productos* adquiridos, a través de las redes sociales y en un futuro a través de la página web, lo que hace posible que se sientan parte de las decisiones importantes de la empresa.

3.5 Fuentes de ingreso

La principal fuente de ingresos de la empresa es la venta de cortinas de dos tipos:

- Cortinas enrollables
- Cortinas clásicas tipo tela

3.6 Recursos claves

La importancia de los recursos que requiere la empresa, radica en la capacidad de gestión que esta tenga para obtenerlos, por lo que “se deben definir cuáles serán los recursos humanos materiales y tecnológicos que requerirá la institución para su funcionamiento.” (Chafra, 2019, p. 13)

3.7 Actividades claves

Las principales actividades como parte de los procesos estratégicos son:

Compra de materia prima

Este es un proceso clave y para efectos se debe contar con proveedores calificados, que posibiliten la logística de insumos en tiempos adecuados.

Elaboración de cortinas

Este proceso se lleva a efecto en el área de producción de la empresa, para lo cual se debe implementar la respectiva supervisión del mismo.

Servicio al cliente

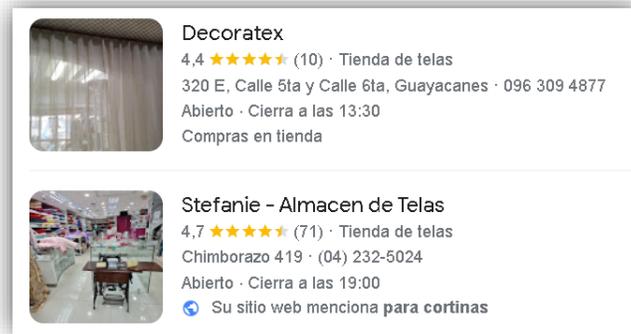
Este proceso se lleva a efecto en el área de ventas y tiene como objetivo la satisfacción final de los clientes, mediante un servicio personalizado y de calidad.

3.8 Alianzas claves

La gestión y operatividad de la empresa requiere el involucramiento de otros actores que, dentro de una cadena logística, hacen posible que se cuente con recursos y servicios para el cumplimiento estricto de las actividades y procesos claves.

Proveedor de telas

La idea principal de este emprendimiento es utilizar telas de tipo nacional para la elaboración de cortinas:



Proveedor de internet

Para efectos de conar con el servicio de internet se pretende contar con los servicios de INTERNAT, como proveedor de internet local:



Desarrollador de sitios web

Se gestionará con la empresa WEBCORP para el diseño futuro de la pagina web.



Institución financiera crediticia

La gestión crediticia para financiar la inversión inicial del emprendimiento se realizará a través del Banco público BANECUADOR, que mantiene tasas de interés que fluctúan entre el 9% al 12%.



CAPITULO IV. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO

4.1 Factibilidad técnica

Gestión de recursos

Los diferentes recursos, tecnológicos, financieros, equipos y herramienta, así como el personal que se requiere, se encuentran ampliamente disponibles en el mercado local.

Localización del emprendimiento

Macrolocalización

CORTINAS OLMEDO, se ubicará en la parte sur de la provincia de los Ríos, específicamente en el Cantón Babahoyo.



Ilustración 21. Macrolocalización

Microlocalización

CORTINAS OLMEDO, se ubicará en la parte sur de la provincia de los Ríos, específicamente en el Cantón Babahoyo, Ciudad de Babahoyo, específicamente en las siguientes coordenadas: Babahoyo -1.804977, -79.515266.

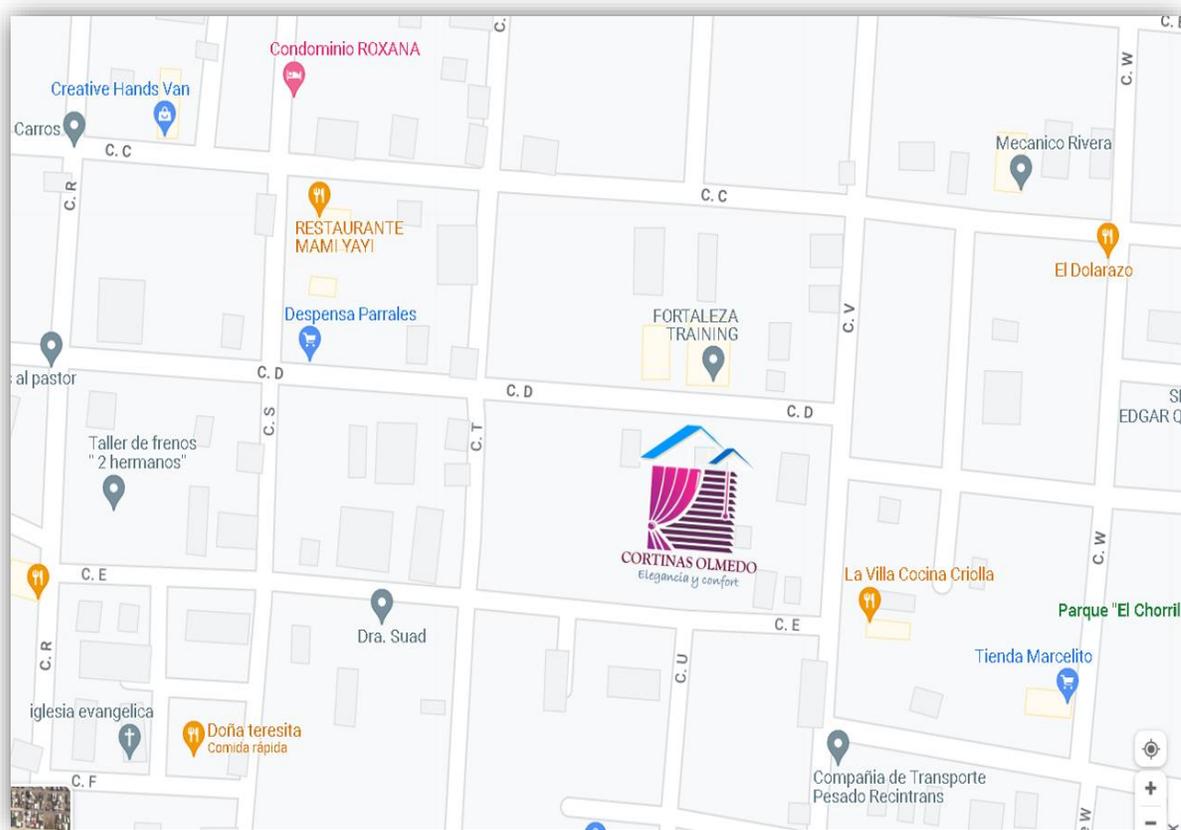


Ilustración 22. Microlocalización

Diseño estructural de la empresa

La empresa contara con dos áreas definidas: área de producción y área de servicio al cliente.



Ilustración 23. Distribución de espacios físicos

4.2 Factibilidad financiera

Para efectos del análisis financiero se empleó un Excel financiero, el mismo que permitió obtener los siguientes resultados:

INVERSION INICIAL CORTINAS OLMEDO

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
INFRAESTRUCTURA				
Alquiler de local	Unidad	1	350.00	350.00
Mano de obra adecuacion del local	Unidad	1	2,000.00	2,000.00
Subtotal				2,350.00
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ACTIVOS ÁREA DE PRODUCCION				
Máquina Recta	Unidad	2	\$650.00	1,300.00
Máquina Overlock	Unidad	2	\$460.00	920.00
Computador	Unidad	1	\$850.00	850.00
Impresora	Unidad	1	\$120.00	120.00
Teléfono	Unidad	1	\$56.00	56.00
Escritorio	Unidad	1	\$125.00	125.00
Silla ejecutiva	Unidad	1	\$52.00	52.00
Silla cliente	Unidad	1	\$45.00	45.00
Aire acondicionado de 24000 BTU	Unidad	1	\$420.00	420.00
Archivadores	Unidad	1	\$110.00	110.00
Mesa de corte	Unidad	1	\$450.00	450.00
Tijeras de corte	Unidad	5	\$15.00	75.00
Regla de costura	Unidad	3	\$7.00	21.00
Estanterías	Unidad	1	\$80.00	80.00
Subtotal				4,624.00
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ACTIVOS ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE				
Macetas con plantas artificiales	Unidad	3	\$20.00	60.00
Silla giratoria	Unidad	1	\$50.00	50.00
Archivador aéreo	Unidad	1	\$55.00	55.00
Escritorio	Unidad	1	\$98.00	98.00
Dispensador de agua	Unidad	1	\$90.00	90.00
Cuadro decorativo	Unidad	1	\$25.00	25.00
Silla de espera bipersonal	Unidad	2	\$80.00	160.00
Control de perímetro por cámaras	Unidad	1	\$98.00	98.00
Teléfono	Unidad	1	\$30.00	30.00
Impresora	Unidad	1	\$102.00	102.00
Caja registradora con computador	Unidad	1	\$980.00	980.00
Subtotal				1,748.00
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
DOCUMENTOS DE FUNCIONAMIENTO				
Permisos de Funcionamiento	Unidad	1	250.00	250.00
Subtotal				250.00
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CAPITAL DE TRABAJO				
Tela de cortina	m2	50	6.72	336.00
Forro	m2	50	1.10	55.00
Hilo	Carrete	2	1.65	3.30
Fundas	Unidad	50	0.25	12.50
Accesorios y complementos de cortinas	Kits	50	9.50	475.00
Subtotal				475.00
TOTAL INVERSION INICIAL				9,447.00

SUELDOS					
CARGO	CANTIDAD	SUELDO	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	500.00	195.33	695.33	8,344.00
Jefe producción	1	425.00	171.35	596.35	7,156.15
Operario de producción 1	1	200.00	99.38	299.38	3,592.60
Operario de producción 2	1	200.00	99.38	299.38	3,592.60
Vendedor	1	200.00	99.38	299.38	3,592.60
Cajero/Recepcionista	1	200.00	99.38	299.38	3,592.60
TOTAL	6			2,489.21	29,870.55

CARGO	SUELDO	BENEFICIOS MENSUALIZADOS					TOTAL
		DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	
Gerente	500	41.67	35.42	41.67	55.75	20.83	195.33
Jefe producción	425	35.42	35.42	35.42	47.39	17.71	171.35
Operario de producción 1	200	16.67	35.42	16.67	22.30	8.33	99.38
Operario de producción 2	200	16.67	35.42	16.67	22.30	8.33	99.38
Vendedor	200	16.67	35.42	16.67	22.30	8.33	99.38
Cajero/Recepcionista	200	16.67	35.42	16.67	22.30	8.33	99.38

La cantidad de personal con que contará inicialmente el emprendimiento es de seis personas, tal como se diseño en la estructura funcional del negocio.

CUOTA FIJA

MONTO INICIAL	9,447.00
PLAZO	5
INTERES NOMINAL	11%
PERIODO DE PAGO	Mensual

PERIODO	PRINCIPAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA
1	9,447.00	86.60	118.80	205.40
2	9,328.20	85.51	119.89	205.40
3	9,208.30	84.41	120.99	205.40
4	9,087.31	83.30	122.10	205.40
5	8,965.21	82.18	123.22	205.40
6	8,841.99	81.05	124.35	205.40
7	8,717.64	79.91	125.49	205.40
8	8,592.16	78.76	126.64	205.40
9	8,465.52	77.60	127.80	205.40
10	8,337.72	76.43	128.97	205.40
11	8,208.74	75.25	130.15	205.40
12	8,078.59	74.05	131.35	205.40
13	7,947.24	72.85	132.55	205.40
14	7,814.69	71.63	133.77	205.40
15	7,680.93	70.41	134.99	205.40
16	7,545.93	69.17	136.23	205.40
17	7,409.71	67.92	137.48	205.40
18	7,272.23	66.66	138.74	205.40
19	7,133.49	65.39	140.01	205.40
20	6,993.48	64.11	141.29	205.40
21	6,852.18	62.81	142.59	205.40
22	6,709.60	61.50	143.90	205.40
23	6,565.70	60.19	145.22	205.40
24	6,420.48	58.85	146.55	205.40
25	6,273.94	57.51	147.89	205.40
26	6,126.05	56.16	149.25	205.40
27	5,976.80	54.79	150.61	205.40
28	5,826.19	53.41	151.99	205.40
29	5,674.20	52.01	153.39	205.40
30	5,520.81	50.61	154.79	205.40
31	5,366.02	49.19	156.21	205.40
32	5,209.80	47.76	157.64	205.40
33	5,052.16	46.31	159.09	205.40
34	4,893.07	44.85	160.55	205.40
35	4,732.52	43.38	162.02	205.40
36	4,570.50	41.90	163.50	205.40
37	4,407.00	40.40	165.00	205.40
38	4,242.00	38.88	166.52	205.40
39	4,075.48	37.36	168.04	205.40
40	3,907.44	35.82	169.58	205.40
41	3,737.85	34.26	171.14	205.40
42	3,566.72	32.69	172.71	205.40
43	3,394.01	31.11	174.29	205.40
44	3,219.72	29.51	175.89	205.40
45	3,043.84	27.90	177.50	205.40
46	2,866.34	26.27	179.13	205.40
47	2,687.21	24.63	180.77	205.40
48	2,506.44	22.98	182.42	205.40
49	2,324.02	21.30	184.10	205.40
50	2,139.92	19.62	185.78	205.40
51	1,954.14	17.91	187.49	205.40
52	1,766.65	16.19	189.21	205.40
53	1,577.44	14.46	190.94	205.40
54	1,386.50	12.71	192.69	205.40
55	1,193.81	10.94	194.46	205.40
56	999.35	9.16	196.24	205.40
57	803.11	7.36	198.04	205.40
58	605.08	5.55	199.85	205.40
59	405.22	3.71	201.69	205.40
60	203.53	1.87	203.53	205.40
		2,877.04	9,447.00	12,324.04

DETALLE	COSTO	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Máquina Recta	1,300.00	130.00	10	117.00	117.00	117.00	117.00	117.00
Máquina Overlock	920.00	92.00	10	82.80	82.80	82.80	82.80	82.80
Computador	850.00	85.00	3	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00
Impresora	120.00	12.00	3	36.00	36.00	36.00	36.00	36.00
Teléfono	56.00	5.60	10	5.04	5.04	5.04	5.04	5.04
Escritorio	125.00	12.50	10	11.25	11.25	11.25	11.25	11.25
Silla ejecutiva	52.00	5.20	10	4.68	4.68	4.68	4.68	4.68
Silla cliente	45.00	4.50	10	4.05	4.05	4.05	4.05	4.05
Aire acondicionado de 24000 BTU	420.00	42.00	10	37.80	37.80	37.80	37.80	37.80
Archivadores	110.00	11.00	10	9.90	9.90	9.90	9.90	9.90
Mesa de corte	450.00	45.00	10	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50
Tijeras de corte	75.00	7.50	10	6.75	6.75	6.75	6.75	6.75
Regla de costura	21.00	2.10	10	1.89	1.89	1.89	1.89	1.89
Estanterías	80.00	8.00	10	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20
Macetas con plantas artificiales	60.00	6.00	10	5.40	5.40	5.40	5.40	5.40
Silla giratoria	50.00	5.00	10	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50
Archivador aéreo	55.00	5.50	10	4.95	4.95	4.95	4.95	4.95
Escritorio	98.00	9.80	10	8.82	8.82	8.82	8.82	8.82
Dispensador de agua	90.00	9.00	10	8.10	8.10	8.10	8.10	8.10
Cuadro decorativo	25.00	2.50	10	2.25	2.25	2.25	2.25	2.25
Silla de espera bipersonal	160.00	16.00	10	14.40	14.40	14.40	14.40	14.40
Control de perímetro por cámaras	98.00	32.34	3	21.89	21.89	21.89	21.89	21.89
Teléfono	30.00	3.00	10	2.70	2.70	2.70	2.70	2.70
Impresora	102.00	33.66	3	22.78	22.78	22.78	22.78	22.78
Caja registradora con computador	980.00	323.40	3	218.87	218.87	218.87	218.87	218.87
TOTAL		908.60		934.51	934.51	934.51	934.51	934.51

PRODUCCION MENSUAL UNIDADES	2022	2023	2024	2025	2026
Cortinas enrollables	70	133	186	223	246
Cortinas modernas tela	70	133	186	223	246

PRODUCCION ANUAL UNIDADES	2022	2023	2024	2025	2026
Cortinas enrollables	840	1,596	2,234	2,681	2,949
Cortinas modernas tela	840	1,596	2,234	2,681	2,949

COSTO DE PRODUCCION EN DOLARES	COSTO UNITARIO	2022	2023	2024	2025	2026
		COSTO DE COMPRA				
Cortinas enrollables	28.00	17,640	33,516	46,922	56,307	61,938
Cortinas modernas tela	21.00	17,640	33,516	46,922	56,307	61,938
TOTAL		17,640	33,516	46,922	56,307	61,938

VENTA MENSUAL UNIDADES	2022	2023	2024	2025	2026
Cortinas enrollables	70	133	186	223	246
Cortinas modernas tela	70	133	186	223	246

VENTA ANUAL UNIDADES	2022	2023	2024	2025	2026
Cortinas enrollables	840.00	1,596.00	2,234.40	2,681.28	2,949.41
Cortinas modernas tela	840.00	1,596.00	2,234.40	2,681.28	2,949.41

VENTAS ANUALES EN DOLARES	PRECIO DE VENTA UNITARIO	2022	2023	2024	2025	2026
		VENTA ANUAL	VENTA ANUAL	VENTA ANUAL	VENTA ANUAL	VENTA ANUAL
Cortinas enrollables	70.00	35,280	67,032	93,845	112,614	123,875
Cortinas modernas tela	42.00	35,280	67,032	93,845	112,614	123,875
TOTAL		35,280	67,032	93,845	112,614	123,875

PAPELERÍA				
INSUMO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL SEMESTRAL
Resma papel A4	Unidad	2	4.00	8.00
Rollo para caja	paquete 10 rollos	1	3.50	3.50
Bolígrafos	paquete 12 piezas	1	2.50	2.50
Perforadora	Unidad	1	3.50	3.50
Grapadora	Unidad	1	3.50	3.50
Grapas	caja 500 piezas	1	1.50	1.50
Archivador de documentos	Unidad	1	2.00	2.00
TOTAL				24.50

LIMPIEZA				
INSUMO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL ANUAL
Bolsas para basura	paquete	1	2.75	2.75
Trapos para limpiar	Unidad	1	1.50	1.50
Recogedor	Unidad	1	3.00	3.00
Escoba	Unidad	1	3.50	3.50
Cubeta	Unidad	1	1.50	1.50
Limpiador multiusos	botella	1	4.00	4.00
Limpiador vidrios	botella	1	4.25	4.25
TOTAL				20.5

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
DETALLE	Medida	VALOR	VALOR ANUAL
Remuneraciones	Mensual	2,489.21	29,870.55
Servicios básicos	Mensual	50.00	600.00
Internet	Mensual	35.00	420.00
Papelería	Semestral	24.50	49.00
Materiales de limpieza	Mensual	1.71	20.50
TOTAL			30,960.05

FLUJO DE CAJA						
DETALLE	AÑO 0	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos por venta		35,280.00	67,032.00	93,844.80	112,613.76	123,875.14
Costos de Producción		17,640.00	33,516.00	46,922.40	56,306.88	61,937.57
UTILIDAD BRUTA		17,640.00	33,516.00	46,922.40	56,306.88	61,937.57
Gastos administrativos y de ventas		30,960.05	30,960.05	30,960.05	30,960.05	30,960.05
Depreciación		934.51	934.51	934.51	934.51	934.51
UTILIDAD OPERATIVA		-14,254.56	1,621.44	15,027.84	24,412.32	30,043.00
Gastos de Intereses		965.05	791.50	597.87	381.83	140.79
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		-15,219.62	829.93	14,429.97	24,030.49	29,902.22
25% de impuesto		-3,804.90	207.48	3,607.49	6,007.62	7,475.55
UTILIDAD NETA		-11,414.71	622.45	10,822.48	18,022.87	22,426.66
Depreciación		934.51	934.51	934.51	934.51	934.51
INVERSION						
Infraestructura	-2,350.00					
Activos área de producción	-4,624.00			-970.00		
Activos área de atención al cliente	-1,748.00			-1,180.00		
Documentos de Funcionamiento	-250.00					
Capital de Trabajo	-475.00	-475.00	-475.00	-475.00	-475.00	
Recuperación del capital de trabajo						475.00
Amortización de la inversión		1,499.76	1,673.31	1,866.94	2,082.98	2,324.02
FLUJO DE CAJA	-9,447.00	-9,455.44	2,755.27	13,148.93	20,565.36	25,685.19

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} &= -I_0 + \frac{f_1}{(1+i)^1} + \frac{f_2}{(1+i)^2} + \frac{f_3}{(1+i)^3} + \frac{f_4}{(1+i)^4} + \frac{f_5+V_s}{(1+i)^5} \\
 \text{VAN} &= -9,447.00 + \frac{-9,455.44}{1.11} + \frac{2,755.27}{1.2321} + \frac{13,148.93}{1.367631} + \frac{20,565.36}{1.51807041} + \frac{26,593.79}{1.685058155} \\
 \text{VAN} &= -9,447.00 + -8,518.42 + 2,236.24 + 9,614.38 + 13,547.04 + 15,782.12 \\
 \text{VAN} &= \mathbf{23,214.37} \\
 \text{TIR} &= \mathbf{40\%}
 \end{aligned}$$

Tasa de Descuento= 11%

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

AÑOS	FLUJOS	FACTOR DE DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO	FLUJO ACUMULADO
AÑO 0	9,447.00			
2020	-9,455.44	1.11	-8,518.42	-8,518.42
2021	2,755.27	1.2321	2,236.24	-6,282.18
2022	13,148.93	1.367631	9,614.38	3,332.21
2023	20,565.36	1.51807041	13,547.04	16,879.25
2024	25,685.19	1.685058155	15,242.91	32,122.16

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION = 3 AÑOS 5 MESES 12 DIAS

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{Beneficios}}{\text{Costos}}$$

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{32,661.37}{9,447.00}$$

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \mathbf{3.46}$$

Por cada dólar invertido en el presente emprendimiento, se tiene un margen de beneficio de \$2.46 dólares adicionales.

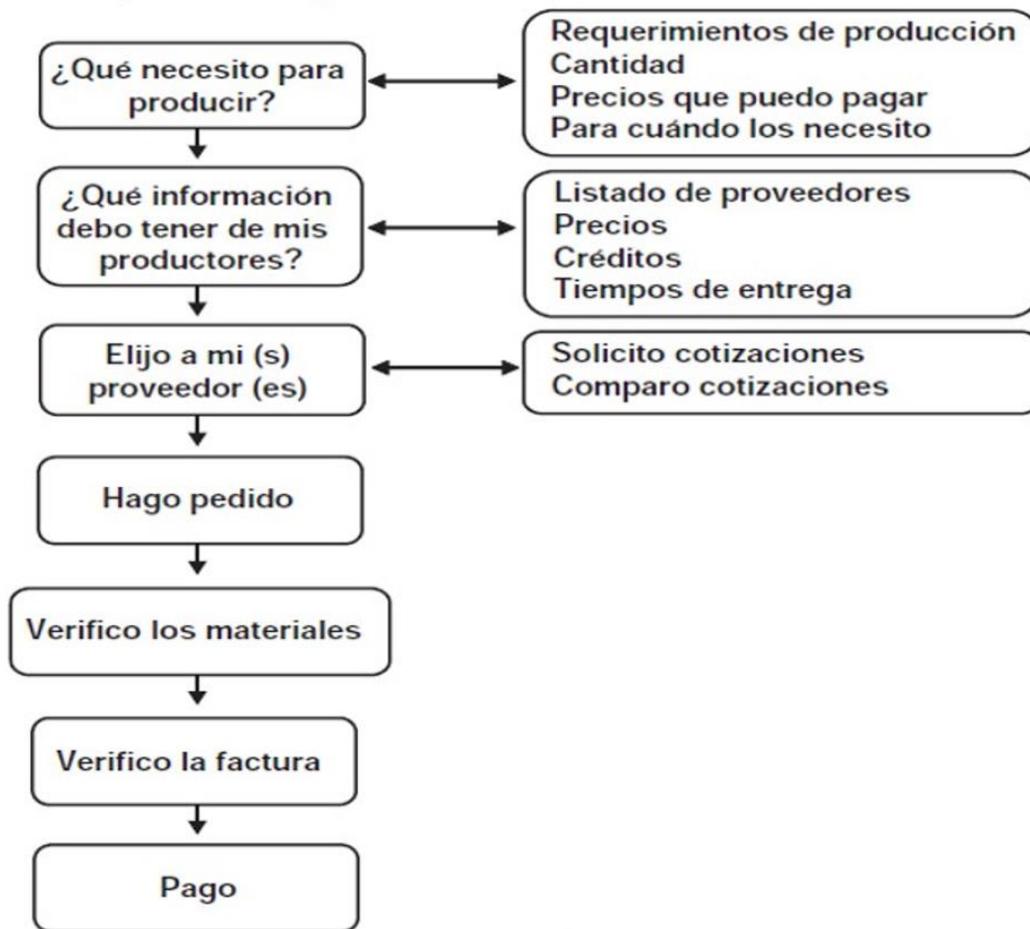
4.3 Factibilidad operativa

Se establecen los siguientes procesos estratégicos:

Proceso de producción de cortinas

PROCESO DE CORTINAS		MINUTOS	OPERACION	TRASLADO	DEMORA	VERIFICACION	ARCHIVO	CORRECCION
N° PASOS								
1	OBRAERO RECEPYA LAS TELAS PARA CONFECCION DE CORTINAS	3						
2	VERIFICA LA CALIDAD DE CORTINAS (TELA PESADA)	5						
3	TRANSPORTA TELAS PARA CONFECCION A TALLER	3						
4	VERIFICA EL MODELO DE CORTINA SALA /DORMITORIO SI LA CORTINA ES DE ALTURA 2,14M SE DEBE DEJAR 15 CM ARRIBA Y 15 CM ABAJO PARA EL DOBLADILLO.	5						
5	TOMA LAS MEDIDAS Y TRAZA CON TIZA SEGUN EL MODEL SALA / DORMITORIO	20						
6	LLEVA LAS CORTINAS AL ÁREA DE CORTE	2						
7	OBRAERO CORTA LA TELA DE CORTINAS SEGUN LAS MEDIDAS Y MODELO	30						
8	VERIFICA QUE LOS CORTES NO TENGAN FALLA	1						
9	TRASLADA LAS CORTINAS PARA EL ÁEA DE ENSAMBLAJE	1						
10	EL OBRERO PASA POR LA MAQUINA RECTA LAS CORTINAS	25						
11	REvisa LAS COSTURAS Y HACE COORRECCIONES DE HILOS SUELTOS Y/O RESIDUOS DE TELA	3						
12	EL OBRERO COSE EL DOBLADILLO DE LA PARTE SUPERIOR LOS 15 CM, Y CUBRE CON PLÁSTICO DE 15 CM Y LA PARTE INFERIOR 15 CM SOLO DOBLADILLO PARA QUE CORTINA TENGA BNA BUENA CAIDA.	15						
13	REvisa LAS COSTURAS Y HACE CORRECCIONES DE HILOS SUELTOS Y/O RESIDUOS DE TELA	2						
14	SEGUN EL MODELO DE LA CORTINA EL OBRERO COSE CADA 10 CM SE HACE LOS PLEGUES DE CORTINA (ENCARRUJIADO) EN LA PARTE SUPERIOR. DEPENDE DEL MODELO Y ACABADO DE LA CORTINA.	25						
15	SE REvisa LA CORTINA POSIBLES FALLAS	3						
16	SE VERIFICA QUE LA CORTINA ESTE LISTA PARA PLANCHADO	3						
17	SE PLANCHA LA CORTINA CON MUCHA PRECAUCION SIN AFECTAR A LA TELA	10						
18	SE DOBLA EL PRODUCTO PARA EMPAQUE Y ETIQUETADO	5						
19	TRANSPORTE DE PRODUCTO A ALMACEN	5						
20	ENTREGA DE PRODUCTO A CJIENTE	2						
	Total Minutos	168						
	Total Horas	2,8						

Proceso de compra



4.4 Factibilidad ambiental

Para efectos de ser un emprendimiento amigable con el medio ambiente, se articula con los objetivos de desarrollo sostenible, buscando contribuir con procesos que se orienten a la sostenibilidad del entorno.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) adoptados por las Naciones Unidas en 2015 contienen la agenda global más ambiciosa aprobada por la comunidad internacional para movilizar la acción colectiva en torno a objetivos comunes. Si bien se proponen luchar contra la pobreza extrema, integran y equilibran tres dimensiones esenciales del desarrollo sostenible como son la económica, la social y la ambiental, proporcionando una valiosa hoja de ruta para articular la formulación de políticas mundiales. Sin embargo, la arquitectura compleja bajo la que se han diseñado, sus limitaciones técnicas y las fundadas críticas de la comunidad internacional proyectan importantes limitaciones para que esta novedosa agenda pueda alcanzar los objetivos previstos de construir un planeta mejor para las generaciones venideras. (Gómez, 2018, p. 107)

Gestion de residuos no organicos

El proceso de producción de cortinas genera residuos de tipo no orgánico, tales como cartones de embalaje, plásticos, etc. Estos residuos son depositados en contenedores específicos para luego ser entregados al gestor ambiental del municipio local.



4.5 Factibilidad social

Existe una factibilidad social muy positiva, considerando que se generan espacios de trabajo digno para las personas, esto conlleva a que mejoren su calidad y condición de vida, contribuyendo directamente con el ODS 8.



También existe un impacto de tipo social, al brindar a las familias la oportunidad de cubrir ciertas necesidades con el uso de cortinas, tales como: protección del sol, privacidad, entre otras.

CONCLUSIONES

Una vez que se ha diseñado el respectivo plan de negocios para implementar una fábrica de cortinas en la ciudad de Babahoyo, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Que el mercado tiene una percepción altamente positiva sobre la oferta local de cortinas, ya que el 93,5% de los jefes de hogar manifestaron estar de acuerdo con el emprendimiento.

Técnicamente el emprendimiento es factible, considerando que todos los recursos y elementos que se requieren para operar el negocio se los puede obtener dentro del mercado local.

Financieramente también es factible ya que por cada dólar que se invierte en el proyecto se tiene un margen de beneficio de \$2,46 adicionales.

Socialmente es factible en virtud que se generan plazas de trabajo, lo que permite alinearse con los ODS respecto al trabajo digno, además aporta a la satisfacción de una necesidad imperante de los hogares en relación a la demanda de cortinas.

Ambientalmente es un proyecto amigable con el entorno ya que se establecen procesos que permitan la gestión de residuos no orgánicos.

RECOMENDACIONES

Al considerar que los diferentes estudios de factibilidad dan resultados adecuados para el emprendimiento, se recomienda continuar con la futura gestión para la implementación de dicho negocio, bajo los parámetros establecidos en este proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz, M. (13 de 02 de 2017). *Baética*. Obtenido de Logotipo, Isotipo, Imagotipo e Isologo... ¿Qué son y cómo se diferencian?: <https://baetica.com/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se-diferencian/>
- Borja et al, A. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista ESPACIOS*, 41(24), 183-196. Obtenido de <http://w.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Chafra, L. (2019). *Plan de negocios aplicando el Modelo Canvas a la Ferretería "Andina Comercial", 2019-2022 (Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo)*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/13530/1/12T01318.pdf>
- Contreras et al, O. (2021). ¿Son la Misión y Visión Verdaderos Promotores de Ventaja Competitiva e Innovación? In *Proceedings INNODOCT/20. International Conference on Innovation, Documentation and Education*, 403-411. doi:<http://dx.doi.org/10.4995/INN2020.2020.11828>
- De Molina, S. (2019). Intimidad perdida: paredes y cortinas en la reconstrucción de la privacidad contemporánea. *Rita: Revista Indexada de Textos Académicos*(12), 74-81. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7405909>
- Freire, N. (2022). *Estudio descriptivo e investigativo del merchandising de snacks tradicionales en tiendas de barrio de la ciudad de Quito para la elaboración de una propuesta de valor de mueblería de exhibición (Doctoral dissertation, QUITO/UIDE/2022)*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/5253/1/T-UIDE-0559.pdf>
- Gómez, C. (2018). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una revisión crítica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*(140), 107-118. Obtenido de https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/revista_papeles/140/ODS-revision-critica-C.Gomez.pdf
- Gonzaga, J., & Tomalà, D. (2020). *Proyecto de prefactibilidad para creación de una microempresa comercializadora de persianas y cortinas "PYC"*. Guayaquil: Universidad San Gregorio de Portoviejo. Obtenido de <http://repositorio.sangregorio.edu.ec:8080/bitstream/123456789/1462/1/GONZAGA%20Y%20TOMALA%2027-02-2020.pdf>
- Hidalgo, O. (2016). *Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de cortinas en la Ciudad de Quito, sector Guamaní*. Quito: Universidad Central del Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/10357/1/T-UCE-0003-AE046-2016.pdf>

- Morocho, K. (2020). *“Plan de negocio para la creación de una sucursal de la Empresa Inti Hogar en la Ciudad de Zamora”*. Loja: Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4321/1/T-UIDE-0091.pdf>
- Tonguino, Y. (2020). *Manual administrativo contable y financiero para la empresa la Imbabureña de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10623/2/02%20ICA%201664%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Torres, M. (06 de 2019). *UEDGVIRTUAL*. Obtenido de http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3016/1/An%C3%A1lisis_FODA.pdf

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

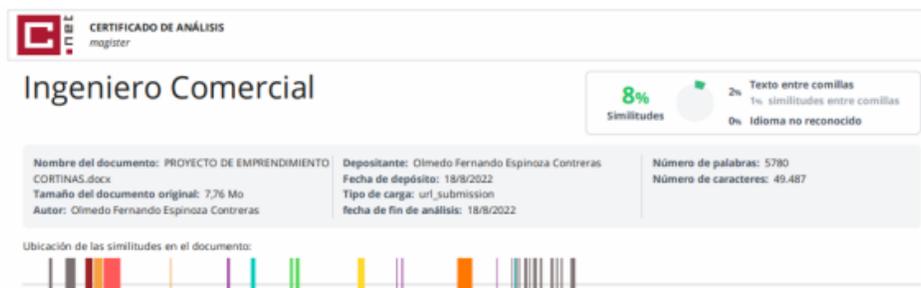


Babahoyo, 19 de agosto del 2022

**CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES
EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de la Investigación de: el/la, Sr./Sra./ Srta.: ESPINOZA CONTRERAS OLMEDO FERNANDO, cuyo tema es: PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA FABRICA DE CORTINAS MODERNAS EN LA CIUDAD DE BABAHOYO, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio, obteniendo como porcentaje de similitud de [8%], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución y Facultad.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.



Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

LUIS ALBERTO LOZANO CHAGUAY
DOCENTE DE LA FAFI.