



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACION FINANZAS E INFORMATICA

ESCUELA DE ADMINISTRACION

Carrera de:

Contabilidad y Auditoría (Rediseñada)

Tema:

PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTIMIZAR LA FABRICACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO
COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI”

CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2023

Autor:

KEVYN DANIEL AQUINO MEDINA

Tutor:

Ing. HUGO FEDERICO CAMPOS ROCAFUERTE

BABAHOYO – LOS RÍOS

2023

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis amigos/as Gary Peralta, Brithany Murillo, Shirley Rivera, Shirley Salazar y entre otros, quienes fueron mi gran apoyo emocional durante todo tiempo que escribía para mi tesis.

A mis padres y hermanos que me apoyaron todo el tiempo sabiendo que ya me estaba rindiendo me mantuvieron con el ánimo de seguir avanzando.

A mis maestros que me brindaron el apoyo enseñándome, sin importar que muchas veces no ponía atención en las clases, en ellos que aun así continuaron depositando su esperanza en mí.

A los mis jurados quienes estudiaron mi tesis y la aprobaron.

A todos los que me apoyaron, me aconsejaron, me motivaron a seguir y seguir adelante para poder así escribir y concluir esta tesis.

Para ellos esta dedicatoria de mi tesis, son para quienes les debo y viviré agradecido por darme su confianza, de confiar en mí brindando ese apoyo emocional que tanto necesite, se las debo esto va por ustedes

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecido con Dios por guiarme en el camino de la sabiduría, he tenido muchos tropiezos, pero jamás me dejó rendir siempre estuvo presente apoyándome dándome señales de que jamás me tengo que rendir.

Gracias a mi universidad, por permitirme formarme y en ella, gracias a todas las personas que fueron partícipes de este proceso, todos ellos son responsables de realizar su pequeño aporte, brindándome ideas, conocimientos y estrategias.

Agradecido a mi mamá y hermanos, que me dieron los instrumentos necesarios y decisión para seguir adelante y jamás detenerme.

Agradecido con mi papá que me crió con sus consejos y me apoyó hasta esta etapa de mi vida.

Agradecido con mi tutor de proyecto de integración curricular CPA. Hugo Campos que me brindó su conocimiento, enseñanza y paciencia de poder seguir elaborando mi tesis de grado.

INFORME FINAL DEL SISTEMA ANTIPLAGIO

1. CAPITULO I.- Introducción.....	1
1.1.1. Contexto Internacional	3
1.1.2. Contexto Nacional	4
1.1.3. Contexto Local	4
1.2. Planteamiento del problema.....	5
1.3. Justificación	6
1.4. Objetivo de Investigacion	8
1.4.1. Objetivo General	8
1.4.2. Objetivo Específicos.....	8
1.5. Hipótesis	8
1.6. Articulación del tema.....	8
2. CAPITULO II.- MARCO TEORICO	10
2.1. Antecedentes.....	10
2.2. Bases Teóricas	11
2.2.1. Proceso de producción.....	11
2.2.2. Costo de producción	11
2.2.3. Costo de distribución.....	13
2.2.4. Costo de administración	14
2.2.5. Costo financiero	14
2.2.6. Estudio de mercado	14
2.2.7. Plan de negocios	17
.....	18

2.2.8. Resumen Ejecutivo.....	18
2.2.9. Descripción del modelo de negocio	19
2.2.10. Análisis FODA	20
2.2.11. Plan estratégico.....	20
2.2.12. Plan de marketing	21
2.2.13. Plan de Operaciones	22
3. CAPITULO III.- METODOLOGÍA	24
3.1. Tipo y diseño de la investigación	24
3.1.1. Método de investigación	24
3.2. Operacionalización de las variables	25
3.3. Población y Muestra de investigación.....	25
3.3.1. Población	25
3.3.2. Muestra.....	26
3.4. Técnicas e Instrumentos de medición	26
3.4.1. Técnicas.....	27
3.4.2. Instrumentos	27
3.5. Recursos	28
3.5.1. Recursos humanos	28
3.5.2. Recursos económicos	28
3.6. Plan de tabulación y análisis	29
3.6.1. Bases de datos	29
3.6.2. Procesamiento y análisis de datos	29

3.7. Aspectos Éticos	31
4. CAPITULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSION	32
4.1. Resultados obtenidos de la investigacion	32
4.1.1. Análisis de la interpretación de datos	40
4.2. Discusión.....	42
5. CAPITULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	46
5.1. Conclusiones.....	46
5.2. Recomendaciones	46

RESUMEN

Es importante evaluar el papel de los canales de comercialización porque su uso adecuado aumenta la eficiencia de las ventas. Este proyecto de integración curricular consiste en la creación de un plan de negocios para optimizar el negocio de la COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL DE LOS RÍOS “COOPROTEXRI” CANTON BABAHOYO, temporada 2022, producción y comercialización. Este trabajo curricular se divide en cinco capítulos, ya que el primer capítulo se basa en la planificación estratégica de la producción y comercialización textil como respuesta a la creciente demanda de prendas versátiles, el primer capítulo consta de una introducción, es decir una breve explicación. El segundo capítulo consta de antecedentes basados en tesis o planes de negocios a medio terminar, así como fundamentos teóricos, es decir, contextos que se enfocan en la creación de un plan de negocios para optimizar la comercialización y la producción. El tercer capítulo se centró en la recopilación de resultados de investigación y negocios, el uso de entrevistas y encuestas de investigación temáticas y la capacidad de recordar artículos existentes que abordará la investigación. En el cuarto capítulo se aplicaron a la cooperativa los instrumentos mencionados en el tercer capítulo, de manera que se analizan los resultados de la guía de observación y entrevista. El quinto capítulo analiza las conclusiones y recomendaciones que debe tener la cooperativa en su proyecto de elaboración del plan de negocios.

Palabras Clave: Comercialización, Plan de negocios, Producción, Diseñar, Optimizar, Cooperativa

ABSTRACT

It is important to evaluate the role of marketing channels because their proper use increases sales efficiency. This curricular integration project consists of the creation of a business plan to optimize the business of the LOS RÍOS TEXTILE PRODUCTION COOPERATIVE “COOPROTEXRI” CANTON BABAHOYO, 2022 season, production and marketing. This curricular work is divided into five chapters, since the first chapter is based on the strategic planning of textile production and marketing in response to the growing demand for versatile garments, the first chapter consists of an introduction, that is, a brief explanation. The second chapter consists of background information based on thesis or half-finished business plans, as well as theoretical foundations, that is, contexts that focus on the creation of a business plan to optimize marketing and production. The third chapter focused on the collection of research and business results, the use of thematic research interviews and surveys, and the ability to recall existing articles that the research will address. In the fourth chapter, the instruments mentioned in the third chapter were applied to the cooperative, so that the results of the observation and interview guide are analyzed. The fifth chapter analyzes the conclusions and recommendations that the cooperative should have in its business plan development project.

Keywords: Marketing, Business plan, Production, Design, Optimize, Cooperative

1. CAPITULO I.- Introducción

El presente Proyecto de Integración Curricular tiene como finalidad establecer, como un plan de negocios, puede contribuir a la optimización en la fabricación y comercialización de la producción textil de la cooperativa de "COOPROTEXRI", orientado al mercado nacional con proyección de llegar a mercados internacionales.

El plan de negocio estará enfocado en mejorar los procesos de producción, buscando la eficiencia que permita la reducción de los costos, además se analizará el mercado para evaluar el comportamiento del consumidor, la competencia, la oferta y la demanda con el fin de identificar los mercados potenciales existentes al momento. De esta manera se buscará desarrollar de un plan de negocios permita optimizar de los procesos de fabricación y comercialización de la producción textil de la cooperativa.

Este Proyecto de Integración Curricular se desarrolla en línea de investigación "Gestión Financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoría y Control". Mientras que la sublínea en la que se basa el proyecto es: "Gestión Financiera, Tributaria y Compromiso Social", que pertenece a la carrera de Contabilidad y Auditoría. Ambas la línea y sublínea de investigación ofrecen una base sólida y actualizada para mi proyecto también considero que son pertinentes y se alinean perfectamente con mi enfoque de estudio en el campo de la contabilidad y auditoría, brindándome una base sólida para obtener resultados relevantes.

Capítulo I.- Por ello, este plan de negocio se basa en una sólida planificación estratégica para la producción y comercialización de textiles como respuesta a la creciente demanda de prendas versátiles que se adapten al cambiante grupo de consumidores. Por eso nos preguntamos: ¿Cómo contribuye un plan de negocios a optimizar la fabricación y comercialización de la producción de "COOPROTEXRI"?

Capítulo II.- En este capítulo realizaremos tareas específicas planteadas en base a marketing y producción con un breve desglose del borrador del plan de negocio, excluyendo así la información o proyectos mencionados. Proyectos similares para comparar la implementación de este proyecto de plan de negocios para optimizar las actividades de marketing y producción. Sin embargo, la base teórica de la implementación se desglosará en conceptos relacionados con el título del proyecto, por lo que basaremos esta investigación en reseñas, sitios web, libros, proyectos, planes de negocios y estudios de empresas.

Capítulo III.- Este capítulo se centra en la recopilación de evidencia y hallazgos de encuestas de empresas, el uso de temas de entrevistas y cuestionarios de investigación y la capacidad de recordar artículos existentes completados por la investigación. Por otro lado, seguimos la tabla de variaciones de temas tratados durante el desarrollo del Capítulo II, revisando así los recursos humanos y económicos para el desarrollo de un plan de negocios.

Capítulo IV.- En este capítulo se realiza la aplicación de los instrumentos que se utilizarán en la Cooperativa de Producción Textil Los Ríos, teniendo en cuenta que se analizarán detalladamente los instrumentos utilizados para que se encuentren problemas y se obtengan resultados exitosos para las proyecciones. mercado nacional o internacional, posteriormente se realizará una discusión en base a los objetivos del trabajo de integración curricular planificados.

Capítulo V.- El último capítulo se enfoca más en brindar las recomendaciones necesarias para la cooperativa teniendo en cuenta que la misma cantidad de recomendaciones se deben tener a las conclusiones de acuerdo con la hipótesis y los objetivos ya verificados y comprobados.

1.1. Contextualización de la situación problemática

1.1.1. Contexto Internacional

La industria de la moda, conformada por industrias, empresas y cooperativas, es responsable de generar grandes cantidades de gases de efecto invernadero debido a la energía utilizada en la producción, fabricación y transporte de millones de prendas que se compran cada año. En este sentido, materiales como poliéster, acrílico, nylon, entre otros, son ampliamente utilizados en la mayoría de las prendas de vestir disponibles en el mercado.

Durante los últimos años, las marcas más grandes e importantes del mundo han tomado conciencia sobre el impacto ambiental de sus operaciones y se han unido en acuerdos y colaboraciones con organizaciones no gubernamentales (ONG) comprometidas con la reducción de emisiones y desechos de microfibras. En la Unión Europea, se ha establecido el ambicioso objetivo de alcanzar emisiones netas cero para el año 2050. Marcas destacadas como Adidas, Versace, Chanel, H&M, Gap, Gucci, Yves Saint Laurent, Nike, Prada y Stella McCartney, entre otras, han firmado acuerdos de moda con miras a un futuro más sostenible.

Este panorama internacional evidencia la larga y desafiante evolución que ha experimentado la industria de la moda, en la cual se busca equilibrar el éxito comercial con la responsabilidad medioambiental. Si bien los cambios necesarios para lograr un impacto significativo deben provenir principalmente de la propia industria, también es relevante reconocer la responsabilidad de los consumidores en la toma de decisiones que contribuyan a una industria de la moda más sostenible.

En este contexto, es esencial destacar la importancia de producir solo las prendas necesarias y fomentar la creación de prendas duraderas y altamente biodegradables, lo

cual evitaría el problema de la sobreproducción y resaltaría la excelencia artesanal en la elaboración de productos responsables con el medio ambiente (Franco & Gallego, 2021)

1.1.2. Contexto Nacional

Actualmente, en la industria de la moda, se observa una intensa competencia entre marcas, lo que ha llevado a algunas de ellas a establecer alianzas estratégicas para fortalecer su presencia en el mercado. Esta colaboración les permite presentar una oferta más sólida y diversificada. A su vez, la fabricación de ropa se ha enfocado cada vez más en nichos de mercado, con un enfoque en diseñar y producir prendas de alta gama y especializadas. Entre estas prendas se incluyen aquellas que requieren un mayor nivel de investigación y desarrollo, como la ropa deportiva y la ropa protectora de alto rendimiento. (mordor intelligence, 2020)

Aquí en Ecuador, en la provincia de Guaranda la asociación de producción textil ASOBOLIGOL, tuvieron el mismo problema de no poder diseñar un plan de negocios para optimización de comercialización y fabricación, entonces por falta de esto no se dieron una proyección a futuro para poder mejorar la producción textil y brindarles a los proveedores y consumidores una buena calidad de producto. Por ende, al diseñar este plan de negocios nos enfocaríamos en potenciar el negocio con las ideas y metas, brindando a los consumidores nuestros productos textiles o también ofreciendo la marca de la empresa. (SOLIDARIA, "Plan de Negocios Solidario "Asoboligol" , 2022)

1.1.3. Contexto Local

En el transcurso del tiempo, el emprendimiento de la cooperativa ha ido en aumento, pero también han surgido limitaciones que han dificultado su desarrollo. Entre estas limitaciones se encuentran la falta de conocimiento en nuevas técnicas de costura y el manejo de maquinaria moderna, así como la falta de comprensión del mercado y la

escasez de maquinaria adecuada. El problema persistente de vender sus productos a tiempo ha afectado sus ingresos, y la pandemia de covid-19 en los últimos dos años ha causado serios problemas, llegando casi a la desaparición de la organización.

A pesar de los desafíos, los miembros de la cooperativa han demostrado una gran voluntad para mantenerla a flote y han comenzado a generar nuevas órdenes de compra desde el sector público, así como contratos con empresas privadas y la comunidad local, lo que ha ayudado a mantenerla en funcionamiento. En esta etapa de reactivación, los miembros han trabajado arduamente para buscar líneas de crédito y capital de trabajo, además han buscado renovar y mantener su equipo para mejorar la capacidad productiva de la empresa asociativa. Sin embargo, resolver estos problemas ha resultado extremadamente complejo y ha tenido un impacto significativo en su capacidad de producción.

A medida que el emprendimiento ha crecido con el tiempo, la cooperativa ha ganado clientes y ha surgido la necesidad de adquirir nuevos equipos para satisfacer la creciente demanda. Por otra parte, han participado en ferias para promocionar sus productos y expandir su alcance en el mercado.

1.2. Planteamiento del problema

¿De qué manera un plan de negocios contribuye a la optimización en la fabricación y comercialización de la producción de textil a nivel nacional, internacional y global para la Cooperativa De Producción Textil Los Ríos?

1.3. Justificación

El presente Proyecto de Integración Curricular sobre el plan de negocios para optimizar la fabricación y comercialización de la producción del emprendimiento Cooperativa de Producción Textil Los Ríos “COOPROTEXRI” cantón Babahoyo, periodo 2023 abordará un problema relevante y urgente en el contexto actual. La cooperativa ha experimentado dificultades en los procesos productivos, así como en la comercialización de sus productos, lo cual ha afectado el crecimiento sostenible de la cooperativa, poniendo en peligro su permanencia en el mercado textil. Este estudio buscará proporcionar información clave que permita identificar las debilidades y oportunidades de mejora tanto en la producción como en la comercialización de sus productos y en la alineación de los recursos con las prioridades establecidas.

El plan de negocios para la fabricación y comercialización de productos textiles, responde a la creciente necesidad de prendas versátiles que se adapten a los cambios corporales de los consumidores. Además, el plan buscará abarcar diversas líneas de productos, incluyendo prendas de trabajo para empresas, y posicionarnos en el mercado a través de la participación en ferias y ruedas de negocios.

La cooperativa se distingue por ofrecer productos de alta calidad con diseños exclusivos que atienden a las necesidades de consumidores de diferentes edades. Sin embargo, el enfoque principal de este plan de negocios será aprovechar el creciente mercado textil, donde existe una gran demanda y oportunidades para el desarrollo de productos adaptados a las tendencias globales.

La relevancia teórica de este estudio radica en la identificación de estrategias innovadoras para el crecimiento sostenible de la industria textil. Se busca comprender las

dinámicas del mercado y las preferencias de los consumidores para ofrecer productos que se destaquen en un entorno competitivo y en constante evolución.

Desde la perspectiva práctica, este plan de negocios beneficiará directamente a la cooperativa de producción textil "COOPROTEXRI como también podría contribuir a las pequeñas y medianas empresas textiles, así como a emprendedores que busquen fortalecer su posición en el mercado. Del mismo modo se espera contribuir al desarrollo económico de la región, generando empleo y estimulando el crecimiento de la industria local.

1.4. Objetivo de Investigacion

1.4.1. Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para optimizar la fabricación y comercialización de la producción del emprendimiento Cooperativa de producción textil Los Ríos "COOPROTEXRI" cantón Babahoyo, periodo 2023.

1.4.2. Objetivo Específicos

- Establecer procesos de producción eficientes que permitan la reducción de los costos de producción, permitiendo ser más competitivos.
- Realizar un estudio de mercado para evaluar el comportamiento del consumidor, la competencia, la oferta y la demanda con el fin de identificar el mercado potencial.
- Desarrollar un plan de negocios que permita la optimización de los procesos de fabricación y comercialización de la producción realizada por la Cooperativa de producción textil Los Ríos "COOPROTEXRI"

1.5. Hipótesis

El desarrollo un plan de negocios para la Cooperativa de producción textil Los Ríos "COOPROTEXRI" permitirá la optimización de los procesos de fabricación y comercialización de la producción.

1.6. Articulación del tema

La temática abordada en el presente Proyecto de Integración Curricular se relaciona con las practicas preprofesionales en la Institución de Economía, Popular y Solidaria – Zona 5, presenta una estrecha conexión con mi proyecto de prácticas

preprofesionales titulado "Aplicación de Procesos Contables, Financieros y Tributarios en el Sector Público y Privado bajo Supervisión Docente". Durante las prácticas se busca acompañar a las organizaciones, así como a las unidades económicas populares en la elaboración de su documento de plan de negocio, a fin de que sirva como insumo para la aplicación de los usuarios en procesos de financiamiento y cofinanciamiento para sus emprendimientos en las cooperativas y asociaciones de empresas pequeñas que tiene como objetivo alcanzar una meta establecida.

Por otro lado, los sectores asociativos son un conjunto de asociaciones formadas por personas que se dedican a actividades económicas productivas similares o complementarias y que tienen por objeto la producción, comercialización y consumo de bienes y servicios, legales y necesarios para la sociedad, ya sean o no materias primas, recursos y herramientas, ventas otros productos o vender sus productos de forma autosuficiente y autorregulada. El sector de Cooperativista se trata de un conjunto de organizaciones vinculadas por cuestiones territoriales, familiares, étnicas, culturales, de género, naturales, urbanas o rurales; o municipios, comunidades, ciudades y países, que, a través de la cooperación, persigan la producción, venta, distribución y consumo autosuficientes de bienes o servicios legal y socialmente necesarios, autosuficientes y sostenibles.

2. CAPITULO II.- MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes

En el presente trabajo de integración curricular que será realizado para optimizar la fabricación y comercialización del emprendimiento cooperativa de producción textil Los Ríos, obteniendo un presente diseño que sirva como potencia de impulsar el negocio con los socios.

Según en un plan de negocios encontrado obteniendo las bases del autor (LÓPEZ, 2020) que su plan de negocios titulado como “Plan de negocios: Pa’ comer en casa” de lo cual su principal objetivo es estructurar un plan de negocios utilizando el modelo canvas y el formato tradicional. El trabajo es principalmente de naturaleza científica, pero tiene muchas implicaciones prácticas. Cualquier persona que quiera iniciar un negocio debe completar y actualizar estos trabajos para reducir el riesgo de inversión a través de la planificación. Creación de modelos de negocio y soluciones básicas para la creación de planes de negocio, estudio de mercado de clientes potenciales en base a una muestra no aleatoria selectivamente; Se entrevistó a varias personas: profesionales, empresarios e interesados; y al lado esta investigación puede entenderse como una especie de descripción cuantitativa, es decir, como una interrupción.

Por otro lado, el plan de negocios “ASOBOLIGOL” realizado por la Institución de Economía, Popular y Solidaria (SOLIDARIA, ”Plan de Negocios Solidario “Asoboligol” , 2022) el presente estudio realizó muchos estudios de mercados en lo que se basada a la necesidad y dar una proyección futura para mejorar la producción textil y brindarles a los proveedores y consumidores una buena calidad de producto, y de acuerdo ahora con los estudios se brindaron algunas competencias por ciertos sectores, el plan de este proyecto es potenciar el negocio y brindar a los consumidores nuestro producto textil y hacerlo llegar a muchas instituciones.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Proceso de producción

“La palabra proceso se refiere a una serie de actividades interrelacionadas y decisiones involucradas en la forma en que se puede completar un trabajo. A lo cual, la palabra producción se entiende como actividad de crear o agregar valor de los bienes o servicios.” (Castro, 2022)

El proceso de fabricación se rige por un conjunto de procesos diferentes apoyados en la materia prima para poder convertirla en un producto comercializable para lo cual la organización debe tener ideas, el conocimiento adecuado y la tecnología para asegurar un proceso exitoso. Sin embargo, el proceso del producto para su comercialización tiene como objetivo poder lograrlo de manera eficiente y conveniente para la empresa. (CETYS EDUCACIÓN CONTINUA, 2021)

2.2.2. Costo de producción

El costo de producción es la base para que la empresa determine el precio final de su solución, teniendo en cuenta métricas como la rentabilidad, el margen de beneficio marginal y el punto de equilibrio. Los costos de fabricación se refieren a todos los costos asociados con cualquier actividad de producción destinada a proporcionar un servicio o producir un producto. Estos costos pueden ser fijos y variables, según el nivel de demanda, es decir, la cantidad de bienes producidos o los servicios prestados. (LATAM, 2023)

Por otro lado, están relacionado con aquellos gastos necesarios, quedando fuera otros como los financieros, pero estamos hablando de los costos de materia primas, mano de obra, otros costos fijos y variables.

2.2.2.1. Materia prima

Se considera una importante fuente de riqueza en el país. Esto se debe a que esta minería es el resultado de la riqueza natural de recursos en un área determinada, y la extracción de recursos como principal fuente de ingresos se ha convertido en una expresión clara del lujo económicamente atrasado. Mientras tanto, los países desarrollados se han especializado en bienes manufacturados y luego en el sector de servicios. Son el primer eslabón de la cadena productiva y se transforman en diferentes etapas del proceso hasta convertirse en productos comestibles. En el mundo de las inversiones, también se le conoce como mercancía. (Ferrari, 2020)

2.2.2.2. Mano de obra

Son individuo o individuos que intercambian que son sus características o las condiciones físicas de salario o remuneración. Por tanto, se puede decir que un trabajo es un conjunto de personas que pueden utilizar sus conocimientos al servicio de la producción de bienes o servicios.

Por lo tanto, podemos diferenciar así que es aquella que está involucrada en áreas como la producción de un bien o la prestación de algún servicio evidentemente, esto aplicaría a un sueldo que cualquier operario u obrero puede prestar sus conocimientos y su fuerza física o mental.

2.2.2.3. Costos fijos y variables

Las principales diferencias son que los costos fijos no cambian cuando el nivel de producción de la empresa es mayor o menor. Los costos variables, a su vez, dependen únicamente de lo que se produce. Además, los costos fijos nos permiten satisfacer las necesidades y servicios que son esenciales para la operación de nuestro negocio. Los costos fijos no cambiarán en el corto plazo. (Ualá, 2023)

2.2.2.3.1. Costos fijos

Estos son los costes que tenemos que pagar sí o sí. Los costos fijos tienen la propiedad de permanecer estables durante un período de tiempo, sin importar cuánto produzcamos. En resumen, son costes que tendremos que afrontar sin excepción, ya sea un día, una semana, un mes o un año.

2.2.2.3.2. Costos variables

Los costos variables son costos que pueden aumentar o disminuir dependiendo del nivel de producción de nuestra empresa. Es decir, son proporcionales a nuestra actividad. A medida que aumenta la producción, los costos variables aumentarán y, a medida que disminuya la productividad, los costos también disminuirán.

2.2.3. Costo de distribución

En pocas palabras, el costo de distribución aquellos costos que son permitidos que un producto en su fase final llegue a dicho consumidor ya que esto se trata de un compuesto de diferentes elementos tales como el embalaje, el almacenamiento y el transporte, entre otros.

Por lo tanto, permite que el producto en cuestión llegue al cliente y eso radica en el hecho de que aumenta el precio final del producto en cuestión. Pero si el producto es ofrecido al público no basta tener en cuenta que el coste derivado de su fabricación, sino que será indispensable contar también con todos los gastos asociados a los procesos logísticos.

2.2.4. Costo de administración

Son necesarios para el control y la gestión de la organización, pero no pueden identificarse directamente con las actividades financieras, de marketing o de producción. Los costos administrativos se refieren a toda la organización y no a los costos departamentales individuales.

2.2.5. Costo financiero

Los costos de financiamiento son un tipo de tarifa que deben asumir las empresas o individuos para acceder a financiamiento y utilizar capital externo para llevar a cabo su negocio. Estos cargos pueden estar relacionados con préstamos bancarios, líneas de crédito o financiamiento de inversionistas. Buenos ejemplos de costes de financiación son los intereses, las comisiones y los gastos de gestión que se pagan por los fondos prestados. Aunque esta lista es mucho más amplia y depende de la organización que reciba la financiación. (Blum, 2023)

2.2.5.1. Plan financiero

Se deberá realizar un plan financiero proyectado a 5 años. El plan deberá incluir un análisis de costos, ingresos y gastos, estados financieros proyectados, la identificación de los indicadores de rentabilidad VAN y TIR, entre otros componentes.

2.2.6. Estudio de mercado

Es un conjunto de actividades que una empresa utiliza a nivel empresarial para mantenerse al día con la demanda del consumidor. Posee una metodología idónea de desarrollo de productos y conocimiento de los hábitos del público objetivo. Luego, la investigación de mercados juega un papel importante, proporcionando información sobre los cambios en el comportamiento del cliente, con el objetivo de reorientar las estrategias

de marketing para transmitir aún más el mensaje completo a través del producto o servicio ideal en un momento dado. lo que los consumidores esperan.

La investigación de mercado se utiliza para responder preguntas clave sobre la comercialización o la mejora de los productos o servicios de una empresa. Por ejemplo, si está a punto de lanzar un producto que cree que satisface las necesidades de un pequeño grupo de consumidores pero que está infrutilizado, la investigación de mercado le mostrará si el producto es adecuado para lo que están buscando, en términos de cómo cuánto, y cuánto pueden comprar. Es fácil que te descubran y se fidelicen a tu marca. (Pursell, blog.hubspot, 2023)

2.2.6.1. Consumidor

“El consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad”. (Galán, Economipedia, 2020)

Es considerado la última etapa de un proceso productivo que es convertido en un elemento clave dentro de la cadena de producción mirando así como un actor vital para el desarrollo económicos. No obstante, ofrece sus recursos, generalmente dinero, a cambio de dichos bienes o servicios eso quiere decir que el consumidor busca obtener una determinada satisfacción por medio de transacciones.

Por otro lado, los consumidores como individuos que actúan racionalmente y buscan maximizar su utilidad con las compras que son realizadas eso se enfoca a que buscan mayor satisfacción y placer posible en base a sus recursos. Por ende, ellos manejan un papel importante a lo que es la publicidad o el marketing.

2.2.6.2. Competencia

Se conoce como enfrentamiento o a la contienda que se lleva a cabo dos o más sujetos respecto a algo en este caso a la producción textil. También, se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo la mayoría de las empresas luchan para un determinado sector del mercado al vender o demandar uno mismo bien o servicio, en la competición que se llevaría a cabo al ámbito de la producción textil

” Se entiende por competencia aquella situación en la que existe un indefinido número de compradores y vendedores que intentan maximizar su beneficio o satisfacción. Así, los precios están determinados únicamente por las fuerzas de la oferta y la demanda”. (Gil, 2020)

En que consiste, que las empresas o cooperativas son competidoras eso quiere decir que, si no hay mercado, ni calidad, ni excelencia no habría competencia, pero si la competencia comercial puede permitir en pocas palabras lo mejor que le convenga conforme tanto con sus gustos o necesidades, eso quiere decir que el comprador tiene que informarse bien para así poder escoger productos o servicios de su mejor calidad o su mejor precio.

2.2.6.3. Oferta

“La cantidad ofrecida de un bien es lo que los vendedores quieren y pueden vender”. (mheducation, La Oferta , 2019)

Los incentivos están relacionados con las condiciones bajo las cuales las empresas quieren fabricar y vender sus productos. Al igual que la demanda, para distinguir entre pedir y comprar, ahora debemos distinguir entre oferta y venta. Una oferta es la intención o voluntad de vender, y una venta es la ejecución real. La oferta incluye la intención de venta del fabricante. Por otro lado, la ley de la oferta cuanto mayor es el precio de los

bienes y servicios, mayores son los deseos de venta de esto tiene una relación directa entre precio y cantidad ofrecida se fundamenta el objetivo de obtener beneficios que son o será su producción y mayor cantidad ofrecida.

2.2.6.4. Demanda

“Las cantidades demandadas de un bien que los consumidores desean y puede comprar es dominado demanda de bien dicho”. (mheducation, La demanda , 2019)

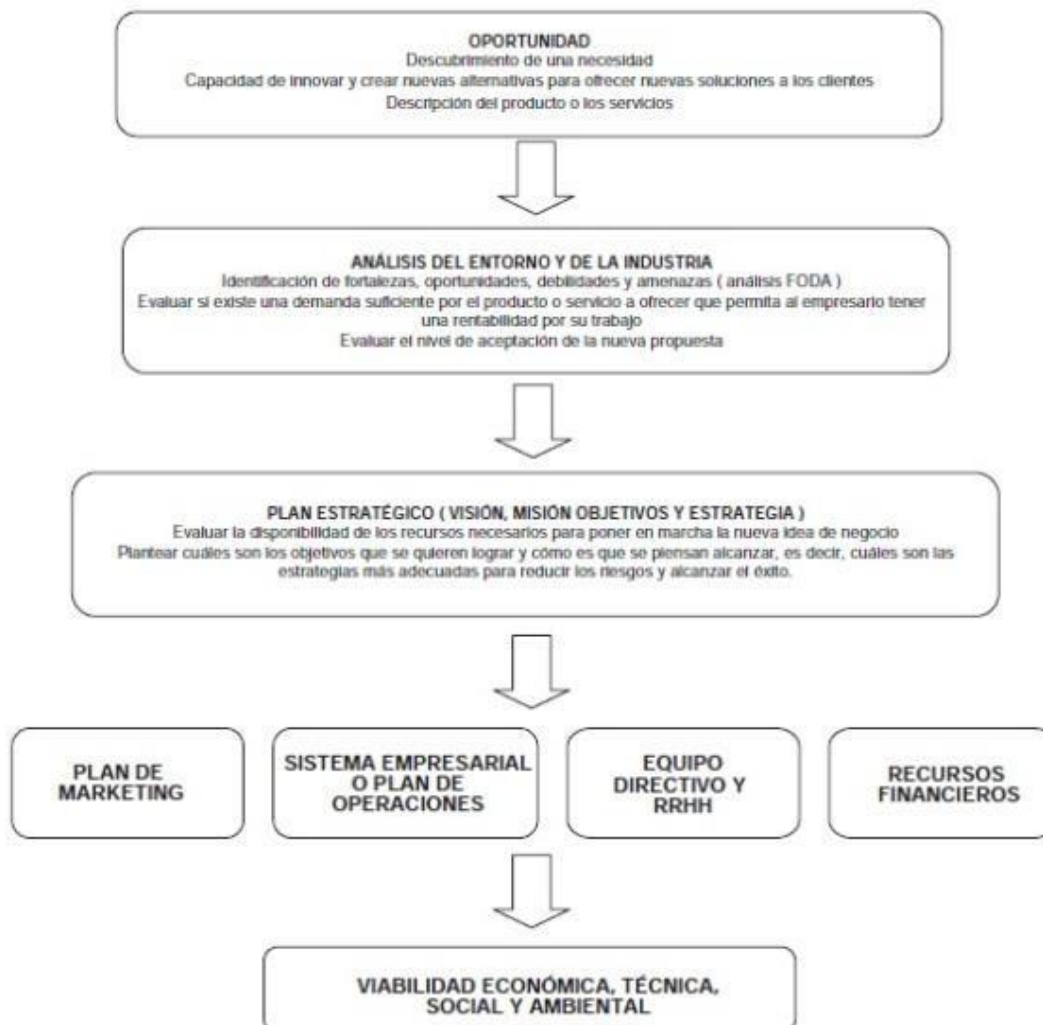
Como tal, la demanda se relaciona con lo que los consumidores quieren comprar. Sue significa lista para comprar y comprar significa hacerse cargo. La demanda refleja la intención, mientras que la compra representa la acción. Entonces, la ley de la demanda es que existe entre precio de un bien o servicio y la cantidad demandada, en un sentido que reduce el precio, aumenta la cantidad, mientras que, el precio sube y la cantidad de la demanda disminuye.

2.2.7. Plan de negocios

“La finalidad del plan de negocio es determinar la viabilidad económica, técnica, social y ambiental de un proyecto, tomando en consideración las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades de la empresa, así como también analizar el entorno en el cual se desarrollará la misma”. (Baque Villanueva L. K., 2019)

El plan de negocios es un desarrollo paso a paso, por lo que se irá desplegando de acuerdo al modelo de negocio, al momento de hacer un plan, es necesario probar con el modelo de la empresa para ver claramente que la adaptabilidad es un efecto concreto y efectivo que se desarrolla. su modelo de negocio después de haber alcanzado sus objetivos, por lo que puede tener alternativas, pero lo consigue. Finalmente, debes prestar especial atención al aspecto financiero de tu plan. Esto debe ser realista en términos de

estimaciones de ventas. Tenga en cuenta los costos y los ingresos que se generarán mensual, trimestral y anualmente, y establezca metas basadas en suposiciones realistas



Fuente: Karen Weinberger Villarán. “Plan de Negocios”.

2.2.8. Resumen Ejecutivo

La información más importante en el plan del proyecto. Piense en las cosas importantes que los miembros de su equipo de gestión deben saber a medida que aprenden sobre el proyecto antes de que puedan ver un plan de proyecto efectivo que brinde a los participantes una visión general del conjunto de proyectos y sus puntos sin necesidad de profundizar en ellos. Todos los detalles. De todos modos, si necesitan más información,

siempre pueden acceder al plan del proyecto o ver las tareas en la herramienta de gestión de tareas. (Martins, 2022)

2.2.9. Descripción del modelo de negocio

2.2.9.1. Lienzo de negocio

Es una plantilla de gestión estratégica para crear nuevos modelos de negocio o documentar los existentes. Es un diagrama visual con elementos que describen el producto o la propuesta de valor, la infraestructura, los clientes y el rendimiento financiero de una empresa. Esto ayuda a las empresas a alinear sus operaciones al ilustrar posibles compensaciones. (Sebastian, 2018)

Por otro lado, los emprendedores necesitan comunicar cómo funciona su modelo de negocio; Cuál es su propuesta de valor, a qué segmentos objetivo se dirige, qué canales y tipos de relaciones en términos de actividades clave, recursos y asociaciones necesita desarrollar. Entonces, como con todos los prototipos, debe probar su modelo de negocio en el campo siempre que sea posible para que pueda confiar en el modelo de lienzo. Puede ser un simulacro de prueba de su trabajo, en el que el empresario puede visualizar el transcurso del ciclo de vida de la empresa.

2.2.9.2. Proceso de creación

Proporcione un plan de negocios para que los lectores se unan desarrollo de modelos y su papel, tanto en la formación como en el lanzamiento de la empresa. Hay muchos métodos y herramientas que se pueden utilizar para el modelado. negocio lo que sea que se use, se recomienda exhibirlo como parte del proceso. Además, como se mencionó anteriormente, el plan de negocios debe informar partes interesadas sobre cómo desarrollar un modelo que aporte profesionalismo al trabajo. Algunos métodos

recomendados para construir modelos de negocios con Canvas: siguiente: aportes de los clientes, ideas, pensamiento visual, creación de prototipos, narración de historias argumento y guion. Por otro lado, algunas herramientas útiles se pueden mencionar a continuación: perspectivas, mapas de empatía, preguntas hipotéticas, visualizaciones de pegatinas y visualizaciones con departamento.

2.2.10. Análisis FODA

Es una herramienta muy valiosa para todos y fundamental para la toma de decisiones actuales y futuras ya que ayuda a entender qué funciona bien y cuál es el problema actual o potencial oculto. le permite planificar su desarrollo. Al analizar las áreas clave en función de las oportunidades y amenazas, obtendrá la información que necesita para preparar a su equipo para el éxito. (Pursell, blog.hubspot, 2023)

¿Para qué sirve el análisis FODA?

El análisis FODA permite una visión más amplia de la empresa, crea un diagnóstico preciso y útil para identificar ventajas competitivas, problemas internos y externos, determinar el rumbo que debe tomar la empresa y los atributos de valor de la empresa tanto para los miembros del equipo como para los empleados. Comunicar mejor a los miembros del equipo; clientes y prospectos.

Analizar las fortalezas y debilidades de una empresa permite encontrar soluciones y estrategias para mejorar.

2.2.11. Plan estratégico

2.2.11.1. Misión del Negocio

Un emprendedor debe tener en cuenta el hecho de que, al prepararse para crear su misión empresarial, debe tener en cuenta los siguientes componentes: mercado

comprensible; el espacio territorial en el que se desarrollará el negocio; y el nivel de compromiso de los fundadores de la empresa con la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de la empresa también deja en claro que la idea de una misión tiene un propósito en sí mismo, no solo hará crecer el negocio, por lo que la misión.

2.2.11.2. Visión del Negocio

Se distingue de la misión porque responde al interrogante de: ¿qué queremos llegar a ser?; mientras que la primera, responde al interrogante de: ¿cuál es nuestra razón de ser? (junio, 2020)

Se debe saber “*que no es*” la visión, para poder darse una idea de “*que si es*” según (CreceNegocios, 2023). Debe ser clara y precisa las dudas para un esfuerzo significativo de todos los miembros de la organización ya que encienda la llama interna de cada uno de eso.

2.2.12. Plan de marketing

Un plan de marketing es un documento que describe estrategias y tácticas con las que la compañía alcanzará sus objetivos de marketing. (Moreno, 2023)

2.2.12.1. Estrategias de marketing

“Es un plan de utilización y de asignación de los recursos disponibles con el fin de modificar el equilibrio competitivo y devolver a estabilizarlo a favor de la empresa considerada”. (Molina Garrero, 2019)

2.2.12.1.1. Mercado objetivo

“Al ser el marketing una herramienta muy importante para todas las empresas, así lo manifiesta”. (Izquierdo Morán, Zambrano Olvera, Albarracín Matute, & Jalón Arias, 2018)

2.2.12.1.2. Mercado de valor

“Abarca todo aquello que se coloca en un mercado para su adquisición y que, de alguna forma, puede llegar a satisfacer el requerimiento del consumidor”. (García Cali, 2018).

2.2.12.2. Mezcla de marketing: las 4P, las 4C

Con el tiempo, el conocimiento se expande, el tiempo cambia, los conceptos adquieren nuevas formas y libros reformados. Muchos autores hablan de esto. Otro llamando a lo que realmente siempre será la mezcla de marketing. Sin embargo, no todo es igual redundantemente, cada vez que se amplía el concepto de cada elemento del mix, se añade un nuevo elemento una nueva mirada o un enfoque diferente. Cada elemento constituye una “mezcla de marketing” (tiene un nombre diferente).

El énfasis en un aspecto particular del proceso de marketing se repite una y otra vez para crear valor clientes, beneficiarse de ellos y establecer relaciones mutuamente beneficiosas. entonces la teoría la más antigua en esta pregunta es el uso de las 4P: Producto, Precio, Plaza y Promoción. A partir de ahí, se avanzó en el concepto 4C: consumidor, costo, conveniencia y comunicación. (LÓPEZ, 2020)

2.2.13. Plan de Operaciones

2.2.13.1. Estrategias y análisis del proceso productivo

En la fabricación de productos en términos de gestión de operaciones de procesos se pueden clasificar por nivel de volumen y grado de diferencia (flexibilidad del proceso); Significar producto final modificando varias etapas del proceso de fabricación tipo de enfoque en la producción de bienes: personalización por lotes, intermitente operaciones,

repetibilidad de tareas y continuidad sin parar el proceso productivo. Por esta razón, se describirá un enfoque de proceso, también conocido como "proceso por lotes". un enfoque eficiente basado en una amplia gama de productos y pequeños volúmenes de producción cada parte del proceso está diseñada para ser flexible y funcional.

Por otro lado, se tiene principalmente en cuenta a la hora de diseñar procesos de servicio interacciones entre los proveedores de servicios y los clientes trabajo, que sirve como una herramienta de clasificación que nos permite dividir los procesos de servicio en cuatro categorías: servicio masivo, servicio profesional, servicio de fábrica y servicio de taller funciona porque no es necesaria una solución posventa personalizada para el cliente, pero es posible obtenga ayuda ahora. Además, la oferta de servicios es muy personalizada, lo que eso significa que una persona puede elegir más de una opción en el sitio y eso es por palabra elección entre varias alternativas. Por ejemplo, los clientes pueden comprar en línea eligiendo entre dos productos distintos para colocarse en el carrito, pero a su vez cada producto tendrá varias alternativas. (LÓPEZ, 2020)

3. CAPITULO III.- METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

De acuerdo a este enfoque mixto, se ha combinado métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una comprensión completa en el diseño de plan de negocios para optimizar la fabricación y comercialización de la producción del emprendimiento cooperativa de producción textil Los Ríos “COOPROTEXRI”. Entonces, nos enfocamos en aprovechar las fortalezas de ambos métodos.

El tipo y diseño de investigación que se utilizará en el de plan de negocios para optimizar la fabricación y comercialización de la producción textil son:

- **Investigación aplicativa.** - Se considera la investigación aplicada al presente estudio porque permite la transformación de conceptos epistemológicos en la resolución de la problemática.
- **Investigación descriptiva.** – Porque analiza e investiga con profundidad las características del hecho ensayado, corrobora con la hipótesis planteada brindando información relevante.

3.1.1. Método de investigación

- Método Inductivo: permite analizar la información, llevándola desde lo particular a lo general, y así comprender el argumento investigado y forjar conclusiones
- Método descriptivo: describe y evalúa las características del objeto a analizar, para establecer una relación entre las variables proceso contable y rentabilidad.

- Método explicativo: Este método busca confirmar la hipótesis, enfocándose no solo en el problema, sino también en la causa del mismo.

3.2. Operacionalización de las variables

PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTIMIZAR LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI” CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2023				
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS/ INSTRUMENTO
Plan de negocios	Es proyectar una idea con el fin de instaurar los parámetros necesarios para llevar a cabo el emprendimiento o también se trata de un proceso para elaborar un plan al presentar ideas visionarias en un escrito	Modelo Canvas	Descripción del modelo de negocio	Planificación cuatrimestral de compromisos
Fabricación y comercialización	La comercialización es un conjunto de acciones que se realizan para facilitar las ventas y/o lograr que el producto final llegue al consumidor. La fabricación es el proceso de convertir materias primas o componentes en productos terminados.	Estudio de mercado Proceso de producción	Competencia Consumidor Oferta Costo de producción Costo financiero	Método para Evaluar el Cumplimiento Presupuestario Método para Evaluar el Cumplimiento Presupuestario

Realizado: Kevyn Aquino Medina

Fuente: La Cooperativa de Producción Textil Los Ríos “COOPROTEXRI”

3.3. Población y Muestra de investigación

3.3.1. Población

Según (Westreicher, 2020) son un conjunto de personas o animales de la misma especie que se encuentran en un momento y lugar determinado, países, localidades o

cualquier delimitación geográfica con autonomía política. Así, se podrían recopilar datos y realizando análisis para responder preguntas planteadas.

El presente trabajo de integración curricular se centra en el diseño de Plan De Negocios Para Optimizar La Fabricación Y Comercialización De La Producción Del Emprendimiento Cooperativa De Producción Textil Los Ríos “COOPROTEXRI” Cantón Babahoyo, Periodo 2023. La población objeto del estudio se conforma por tres miembros que desempeñan roles claves en la cooperativa de producción textil Los Ríos ya que los mismo serán los que podrán brindar los resultados para la muestra.

3.3.2. Muestra

De acuerdo con (López, 2021) la muestra es un subconjunto de datos pertenecientes a una población de datos, por ello debe estar constituido por un cierto número de observaciones que son representables adecuadamente, es considerado una herramienta muy importante para la investigación y el análisis estadístico para que así nos brinde la información representativa de la población en un tiempo y costo razonable.

Toda la población de estudio se convierte en la muestra, ya que se trata de una población pequeña por lo que no es necesario aplicar el muestreo estadístico.

N°	NOMBRE	CARGO
1	Rodríguez Chipe Olga Jessenia	Presidente
2	Cabrera Ortega Verónica Cecilia	Vicepresidente
3	Limonés Pulua Manuel Ángel	Contadora

3.4. Técnicas e Instrumentos de medición

La investigación hace uso a diferentes métodos y técnicas para recolectar información que nos hemos planteado conseguir. Por ende, la investigación son procedimientos o recursos fundamentales de recolección de información, de los que se

vale el investigador para acercarse a hechos y acceder a su conocimiento acercarse al hecho y acceder a su conocimiento.

3.4.1. Técnicas

En el presente de proyecto de integración curricular se aplicarán las siguientes técnicas:

Observación estructurada: En esta técnica de investigación curricular se realiza con la ayuda de elementos técnicos apropiados, tales como: fichas, cuadros, tablas etc., por lo cual se los denomina observación sistemática.

La entrevista: Es una técnica de investigación que se basa en el diálogo o conversación entre el entrevistador y el entrevistado acerca del tema en estudio, de lo cual es estructurada ya que se emplea como instrumento la guía de entrevista y el grabador.

3.4.2. Instrumentos

Guía de observación: : Es una herramienta que permite al observador posicionarse sistemáticamente en lo que realmente se está estudiando; También es un medio para recopilar y recibir datos e información sobre un evento o fenómeno.

Cuestionario: Es un instrumento que consta de una serie de preguntas escritas para ser resueltas sin intervención del investigador. Por ello, usamos este instrumento para la formulación de preguntas adecuadas, y que las respuestas suministren datos necesarios para cumplir con objetivos de la investigación curricular.

3.5. Recursos

3.5.1. Recursos humanos

Dentro del presente trabajo investigativo se considera como recurso humano, las personas que intervienen en la realización, estudio y análisis de las variables, por lo cual nuestro recurso humano por parte de “COOPROTEXRI” se ve representado por la presidenta, vicepresidenta y contador quienes me ayudaron con la información necesaria sobre la elaboración de este estudio, también me ayudo y me oriento durante todo el proceso el docente tutor de trabajo de investigación curricular.

3.5.2. Recursos económicos

Los recursos económicos se ven reflejados a continuación mediante a su debida proyección de gastos:

PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTIMIZAR LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI” CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2022				
RUBRO	U. MEDIDA	CANTIDA D	P. UNITARIO	P. TOTAL
Costos Fijos				
Impresora	Unidad	1	198.99	198.99
Computador	Unidad	1	450.00	450.00
Internet	Mes	3	24.50	73.50
TOTAL				722.49
Costos Indirectos				
Papelería	Unidad	10	1.50	15.00
Anillado	Unidad	1	0.75	0.75
Pasajes	Días	5	0.35	1.75
Comidas	Unidad	5	2.00	10
Reserva	10%		27.50	
TOTAL				27.50
Inversión Inicial				800.00
Reserva			10%	27.50
Total de inversión Inicial				749.99

3.6. Plan de tabulación y análisis

La tabulación y análisis de datos es representada mediante un Análisis Correlacional como parte de la técnica utilizada dentro del procesamiento de datos recopilados la cual a través de los respectivos instrumentos de investigación tales como la guía de observación y entrevista, esto facilitará la obtención de los resultados y análisis necesario.

3.6.1. Bases de datos

En la recopilación de datos de esta presente investigación se llevó a cabo en la Cooperativa De Producción Textil Los Ríos “COOPROTEXRI” usando la combinación de observación estructurada y la entrevista en persona. Durante todo este proceso la investigación se debe a que se registraron conversaciones, procediendo así la digitalización de datos proporcionando la veracidad necesaria.

Para analizar los datos recopilados, se aplicó la técnica estadística de análisis de correlación, que consiste en identificar los instrumentos que recopilan datos facilitando la detección de los hallazgos, y también conexiones entre variables relevantes, teniendo en cuenta la relación de la entrevista y sus preguntas aleatorias enfocadas a puntos específicos, además en la guía de observación nos enfocamos en puntos específicos.

3.6.2. Procesamiento y análisis de datos

Dentro de las técnicas de análisis se realizó una serie de pasos que se aplicaron en el desarrollo de Proyecto de Integración Curricular:

➤ Definir el problema

Se diseñará un plan de negocios para que nos contribuya a la optimización en la fabricación y comercialización de la producción de textil, teniendo en cuenta que el

problema se enfoca en no tener un marketing que sea cómodo y sencillo para los consumidores o proveedores. Por otro lado, la producción tiene como principal problema las herramientas que se utilizan para realizar las prendas de vestir, parte de la maquinaria es de tecnología antigua.

➤ **Definir la muestra**

Como evidencia en la metodología de nuestro proyecto de estudio representa el análisis de las preguntas realizadas a los individuos seleccionado como parte de la muestra y que representan a los departamentos más importantes y que intervienen de manera directa en “COOPROTEXRI”.

➤ **Métodos para la recopilación de datos**

En este punto interviene la participación de los instrumentos de investigación (Guía de Observación y Cuestionario), ambos medios deben estar relacionados y proporcionar la relación necesaria dentro de nuestras variables, en el caso del primer instrumento, este presenta los aspectos, procesos, métodos y lineamientos a supervisar dentro del proceso de producción y comercialización y el segundo, busca entender el funcionamiento y detalles específicos de cómo se llevan los procesos de manera interna y que factores pueden afectar o no la producción y comercialización de los productos textiles.

➤ **Recopilación de datos**

La respectiva recopilación de datos, como ya se mencionó se la hace a través de los instrumentos de mediación, en el primer caso de los instrumentos se aplica la observación de campo la cual consiste en evaluar los aspectos dentro de la guía sin intervenir en los procesos de producción y de comercialización señalando las observaciones más significativas que pueden ser de utilidad al final para el análisis de

datos. En el caso de los cuestionarios, cada uno de ellos está direccionado de manera individual a cada individuo basándose en sus áreas de trabajo y conocimientos de campo.

➤ **Análisis e interpretación de datos**

De acuerdo cómo se utilizaron las respectivas entrevistas al personal de la empresa y verificando el cumplimiento de la guía de observación se pudo obtener las respuestas necesarias para corroborar nuestra hipótesis “El desarrollo un plan de negocios para la Cooperativa de producción textil Los Ríos "COOPROTEXRI" permitirá la optimización de los procesos de fabricación y comercialización de la producción, lo cual implicaría que la aplicación de un nuevo sistema facilitaría el desarrollo de las actividades de la empresa y a su vez mejoraría la rentabilidad de la misma, por ende, este proceso busca comprobar si la hipótesis se cumple o no de esta manera.

3.7. Aspectos Éticos

La presente investigación se fundamentará en sólidos valores éticos que guiarán el desarrollo del estudio, por otro lado, se dará prioridad al respeto, asegurando un trato considerado y valorando a cada participante como individuo. Se garantiza la privacidad y confidencialidad de los sujetos de estudio, protegiendo sus datos personales y sensibles de cualquier divulgación no autorizada.

De igual forma, se promueve la honestidad y transparencia en todo el proceso, manteniendo la integridad en la recopilación, análisis y presentación de los datos, sin permitir manipulaciones ni sesgos en los resultados.

Respaldar y reconocer adecuadamente la propiedad intelectual de los autores cuyas obras han sido consideradas en la parte teórica, mediante citas precisas y adecuadas, garantizando así el uso ético y responsable de las fuentes.

4. CAPITULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. Resultados obtenidos de la investigación

Del proceso investigativo en la Cooperativa de Producción Textil Los Ríos “COOPROTEXRI” en base a la guía de observación realiza en la fabricación y comercialización nos da los siguientes resultados:

Nombre de la Organización:	Cooperativa De Producción Textil Los Ríos “COOPROTEXRI”
RUC:	1291756162001
N. de Resolución SEPS y Fecha:	SEPS-ROEPS 2015-900982
Ubicación (Provincia/ Cantón / Parroquia):	Mamey- Babahoyo- Los Ríos- Ecuador
Dirección de la organización:	CDLA. El Mamey Calle Segunda Transversal #3906 y Tercera Longitudinal BABAHOYO – LOS RIOS – ECUADOR
Principal actividad productiva de la organización:	Confección de prendas de vestir y de prendas de protección
Objetivo de la Guía de Observación	Observar en la fabricación productivo.

Características del desempeño a evaluar	Moderna	Antigua	Observaciones
La maquinaria fusionadora de que tecnología es:	X		
Maquinaria de plancha industrial es:	X		
Las computadoras para los diseños o modelos de las prendas de vestir son:		X	El sistema operativo del computador es de W8 básico para los manejos de programas para los diseños de prendas de vestir
Las maquinas bordadora son:	X		
Las instalaciones para las máquinas de uso diario para la elaboración de prendas son:	X		
Maquinaria de hilvanadora es:	X		
Plancha Sublimadora es:	X		
El Programa para la sublimadora es:	X		
Maquina cortadora es:		X	Las maquina observada es modelo antiguo de lo cual tendría problemas al conseguir repuestos

El proceso de patronaje de diseños:		X	Aun usan el modelo antiguo esencial aplicando tiza y reglas para los cortes necesarios para la prenda de vestir
-------------------------------------	--	---	---

Realizado: Kevyn Aquino Medina

Fuente: La Cooperativa de Producción Textil Los Ríos "COOPROTEXRI"

Nombre de la Organización:	Cooperativa De Producción Textil Los Ríos "COOPROTEXRI"
RUC:	1291756162001
N. de Resolución SEPS y Fecha:	SEPS-ROEPS 2015-900982
Ubicación (Provincia/ Cantón / Parroquia):	Mamey- Babahoyo- Los Ríos- Ecuador
Dirección de la organización:	CDLA. El Mamey Calle Segunda Transversal #3906 y Tercera Longitudinal BABAHOYO – LOS RIOS – ECUADOR
Principal actividad productiva de la organización:	Confección de prendas de vestir y de prendas de protección
Objetivo de la Guía de Observación	Observar en la comercialización productivo.

Características del desempeño a evaluar	Oportuna	No oportuna	Observaciones
La entrega sus productos es de forma:	X		
Las compras materia prima se realizan de forma:		X	
De forma se usa la tecnología para vender los productos		X	
Los modelos necesarios para la entrega del producto son de forma:		X	
La oferta con relación a la demanda resulta ser:		X	
Las innovaciones de los productos se las realiza de forma:		X	
Ser la mejor competencia en la producción textil llega de forma:	X		
La cooperativa distribuye la producción de forma:		X	Por lo tanto, el sistema operativo de computadora es de modelo antiguo, pero maquinarias modelos modernos.

Fuente: La Cooperativa de Producción Textil Los Ríos "COOPROTEXRI"

Entrevista

<p>TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTIMIZAR LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI” CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2023</p>

<p>ENTREVISTA DIRIGIDA A: PRESIDENTE DEL COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI”</p>

¿Qué importancia tienen las Ferias para la cooperativa de producción textil?

Lo hacen para conocer sus productos o servicios, observando su competencia probando o lanzando nuevos productos, aunque también enfocan en analizar el estudio de mercado visualizando por los clientes.

¿Cuánto es el tiempo que se tarda en realizar una prenda de vestir al ser producida y comercializada?

El tiempo para obtener el tejido se tarda de medio a un día entero por prenda, de lo cual plantear la costura y el tiempo para mimar y rematar los detalles.

¿Cuál es su opinión sobre la competitividad del sector textil a nivel interno?

Trabajan con eficacia enfocando que cada personal realice su actividad brindando su servicio usando las herramientas necesarias para realizar la prenda de vestir de la mejor calidad obtenida de la materia prima, aunque también tenga un útil desarrollo de estrategias que generen ventajas competitivas.

¿Cuáles serían los elementos más importantes que han influido en el crecimiento de la producción textil?

- Creciente número de entregas, siendo más pequeñas y más frecuentes
- Envío de productos desde lugares más remotos en la ciudad de Babahoyo

- Mayor atención sobre la gestión y control de proveedores en el tiempo real

¿Qué se está haciendo actualmente para mejorar la situación textil?

Usan la tecnología como el recurso para mejorar la cooperativa, utilizando las redes sociales y promocionando, a lo cual también utilizan lo que son casas abiertas para así ofrecer al cliente sus productos y conozcan de la cooperativa.

¿Cuáles han sido los avances en la producción textil en la “COOPROTEXRI”?

Los avances obtenidos es ofrecer ahora nuevos diseños y llamar la atención a nuevos socios que ayuden a potenciar la cooperativa brindándoles a las empresas privadas o públicas nuestra marca y así ser contactados.

¿Cómo se asegura de que los artículos textiles que fabrica cumplan con los estándares de calidad y seguridad necesarios?

El presidente de alguna empresa privada o pública revisa nuestros productos antes de comprarlos verificando la calidad de la tela y el diseño de la tela llamando así la atención del cliente, como uno de ellos las empresas de banano usan mandiles de lo cual fabricamos con la mejor calidad y duradero.

¿Cómo maneja los plazos de entrega y la coordinación con el equipo de ventas para cumplir con las demandas del cliente?

Dependiendo de cuanto es el pedido lo realizamos las entregas por vehículos personalmente o también acercándose a la cooperativa, aunque también se comunican por medio de número de la cooperativa o por algún socio.

¿Cómo maneja el control de costos para maximizar la comercialización y fabricación de la cooperativa?

Se planificaría un presupuesto llevando el control de las ordenes o pedidos realizados enfocando así que los recursos sean disponibles utilizando la mejor manera posible para lograr un rendimiento óptimo en el sistema de producción y comercialización.

¿Cómo se mantiene actualizado sobre las últimas tendencias y tecnologías en la fabricación de artículos textiles confeccionados?

Los socios se encargan de ofrecer nuestros productos a las empresas privadas, públicas e instituciones por ende también estamos usando el marketing digital para contactar proveedores.

<p>TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTIMIZAR LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI” CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2023</p>

<p>ENTREVISTA DIRIGIDA A: VICEPRESIDENTE DEL COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI”</p>

¿Qué se está haciendo actualmente para mejorar la cooperativa de producción textil?

Mejoramos la publicidad de la cooperativa llevando nuestras marcas al mejor mercado potencial de Babahoyo por ende el diseño y la calidad del producto textil sea muy cómodo para el comprador.

¿Por qué es importante la promoción y capacitación del sector textil?

Teniendo en cuenta que los conocimientos y la creatividad puede imaginar, diseñar y producir productos que cumplen dos fines ya que para esto la toma de decisiones en un análisis de datos profundos indica la economía.

¿Qué observaciones ha tenido usted sobre las casas abiertas con las competencias de producción textil?

La cooperativas, empresas y asociaciones pequeñas son las competencias que tenemos en Babahoyo, de lo cual analizando el mercado potencial y en lo que podemos mejorar y diseñar o también asociarnos

¿Cuál es la cantidad promedio que se invierte en realizar una prenda de vestir?

Pantalones: \$2.970,00

Camisas: \$2.376,00

Mandiles: \$5.346,00

Son las cantidades promedios que se invierte al realizad una prenda de vestir por mes.

¿Ha existido el apoyo por parte del Gobierno Central para el fortalecimiento del sector textil?

Si, por parte del OEPS (Organización de Economía, Popular y Solidaria) que nos brindó Contratación del coordinador y contador/compras públicas, Coordinador del PNS y Contador/compras públicas.

¿Qué cambio tecnológico ha tenido el sector textil?

Acaulemente, la tecnología ha ayudado mucho a la cooperativa en el proceso más rápido crear predas de vestir más cómodas y duraderas.

¿Cuál es su percepción sobre la situación actual de la confección textil en el Ecuador?

Que constituye una importante fuente generadora de empleo, demanda mano de obra no calificada, pero además las empresas pequeñas tienen que interactuar y solventar una considerablemente a una transformación a la tecnología.

¿Qué tan importante considera la innovación organizacional para la supervivencia en el mercado?

Ayudando la tecnología a obtener el mercado potencial a nivel competitivo ya que las industrias textiles actualmente usan las redes sociales o ferias para obtener la atención del cliente.

¿Cómo considera que las estrategias de los competidores influyen en la cooperativa?

Actualmente, al analizar las competencias una de las primeras estrategias que más son utilizadas es el marketing digital.

¿Sus estrategias responden tanto a las necesidades del consumidor como a la competencia del mercado?

Las estrategias aplicadas sobre la competencia de mercado textil utilizamos: hacer conocer a nuestros clientes los productos, innovar, sorprender, y utilizar marketing, publicidad y diseño.

<p>TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTIMIZAR LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI” CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2023</p>

<p>ENTREVISTA DIRIGIDA A: CONTADOR DE LA COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI”</p>

¿Cómo maneja la administración de los recursos financieros de acuerdo a las necesidades de su cooperativa?

La cooperativa maneja todo por un estado financiero manejando el presupuesto del proyecto, las actividades laborables, inversiones y cronograma valorado de actividad.

¿Su cooperativa está a favor de la inversión a diferentes niveles como estrategia que retorna como beneficio?

El presupuesto del proyecto tiene un aporte de OEPS (Organizaciones de Economía Popular Y Solidaria) que su objetivo es diseñar beneficios, fortalezas y consoliden al sector económico, popular y solidario teniendo como beneficio sus integrantes y la comunidad

¿Cuánto es el precio que compra la materia prima para confección?

El precio que se compra para la confección es de \$1,200.00

¿Cuál es costo de producción de una orden o pedido?

Pantalones: \$2.970,00

Camisas: \$2.376,00

Mandiles: \$5.346,00

¿Tiene algunos costos estimados de acuerdo a los pedidos anteriores?

De acuerdo a la elaboración de mandiles tiene un costo estimado de \$1,344.00

¿Es diferente el cálculo de costo de producción para cada pedido?

No, de hecho, por cada pedido se calcula de la misma forma que todos usando la cantidad + Val. Unitario * IVA 12% su resultado de Val. Total

¿Qué materia prima utiliza y cuanto es la inversión que se realiza?

La materia más utilizada es tela de algodón ya que su precio es de \$1,200.00 de lo cual la cantidad compramos 3 al mes que nos sale un valor estimado de \$3,600.00

¿Cuál es el procedimiento para llevar el control de la orden o pedido?

- Nombre impreso y dirección de la cooperativa
- Numero de orden de compra
- Lugar y fecha de emisión del pedido
- Nombre y dirección del proveedor o cliente
- Términos de entrega y de pago
- Cantidad de artículos solicitados
- Precio por unidad

¿Qué estado financiero se utiliza más en la cooperativa?

El balance general y las herramientas administrativas de los recursos financiero.

¿Qué tan importante puede ser la realización de un plan de financiamiento en la cooperativa de producción textil?

Muy importante ya que tenemos que mantener los ingresos invertidos o en prestaciones, aportes de organizaciones o instituciones de lo cual para la propuesta de este proyecto se tiene que visualizar todo a la empresa

4.1.1. Análisis de la interpretación de datos

- **Análisis de la Guía de Observación**

De acuerdo con la técnica aplicada, guía observación, se evaluaron los aspectos necesarios que involucran la fabricación y comercialización que tiene la Cooperativa de

Producción Textil Los Ríos “COOPROTEXRI”, se evidencia que la cooperativa cuenta con una tecnología antigua para los procesos de producción que los vuelve lentos. También se pudo observar que las computadoras para diseñar modelos de prendas innovadoras son antiguos y sin actualización, esto es un problema que no le permite al negocio crecer de forma potencial, ya que actualmente la tecnología computacional y las maquinarias utilizadas en la industria textil, está totalmente modernizada, lo que le da una ventaja competitiva a las empresas que posean estas nuevas tecnologías.

Poseer estas nuevas tecnologías tanto para los procesos productivos como de comercialización, permitirá diseñar un plan de negocios orientado a la eficiencia en la fabricación y comercialización de sus productos de la Cooperativa de Producción Textil Los Ríos “COOPROTEXRI

Por otro lado, la comercialización tuvo un resultado no oportuno en muchos aspectos como la oferta, la innovación, compras de materias primas, la tecnología y la distribución, son los principales enfoques en marketing que podemos mejorar, con el plan de negocios orientado a la comercialización.

➤ **Análisis de la entrevista a la presidenta de “COOPROTEXRI”**

Mediante la entrevista realizada a la presidente de La Cooperativa de Producción Textil Los Ríos se analizan sus respuestas que contribuyeron a los problemas que surgen en el periodo 2022 para la realización de un diseño de plan de negocios para el 2023. De acuerdo a las respuestas obtenidas, nos dio a conocer que las ferias son de suma importancia para la visualización de la competencia con los productos o servicios que ofrece la cooperativa. Asimismo, el tiempo de la producción de una prenda de vestir de la mejor calidad tarda de medio a un día entero, además de ofrecer nuevos diseños para llamar la atención de los nuevos socios.

Del mismo modo, para llevar el control de las órdenes o pedidos se planifica un presupuesto que ayude a mejorar el rendimiento óptimo en el sistema de producción y comercialización.

➤ **Análisis de la entrevista a la vicepresidenta de “COOPROTEXRI”**

La entrevista realizada a la vicepresidenta, nos indicó que el diseño debe ser cómodo y el producto de buena calidad, teniendo en cuenta los conocimientos y creatividad para lograr los fines que lleven a una buena toma de decisiones que ayuden mucho a la cooperativa en el proceso de crear prendas de vestir más cómodas y duraderas. Asimismo, se consideró el marketing digital como una de las estrategias aplicadas en el mercado textil haciendo conocer la innovación de los productos y así sorprender a nuestros clientes.

➤ **Análisis de la entrevista al contador de “COOPROTEXRI”**

En base a las respuestas obtenidas del contador se analiza que en “COOPROTEXRI” se maneja todo por medio de herramientas administrativas de recursos financieros con el objetivo de tener beneficios y fortalezas que consoliden al sector económico, popular y solidario. También nos indicó que es importante tener un plan de financiamiento que ayuden a mantener los ingresos invertidos para la visualización de toda la empresa para los proyectos futuros. Además, de que la cooperativa solo utiliza el balance general y las herramientas administrativas de los recursos financiero para obtener un total de toda la inversión que tenga la cooperativa

➤ **Análisis Global**

Enfatizando la obtención de las respuestas obtenidas por parte del personal de La Cooperativa de Producción Textil Los Ríos “COOPROTEXRI” y según lo analizado mediante la guía de observación se determina lo siguiente:

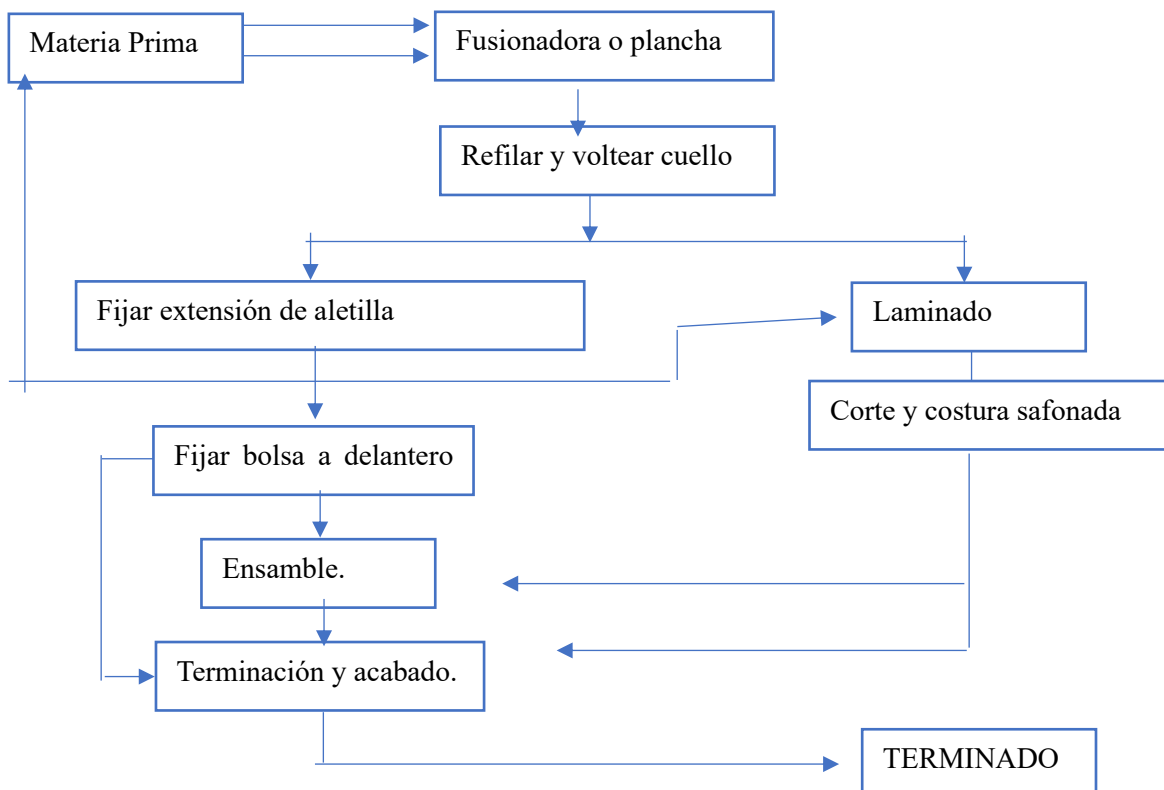
La cooperativa es deficiente por contar con maquinaria antigua la cual hace que los procesos de producción sean relativamente lentos, haciendo que los diseños de los modelos de prendas innovadoras sean antiguas y sin actualización. Asimismo, la comercialización al no contar con un plan de negocios que fortalezca la oferta no llega a captar mayormente la demanda existente.

Por lo tanto, la producción textil al hacer uso de maquinaria y tecnología antigua, sus tiempos de producción son altos, lo que ocasiona mayor costo de producción por prenda fabricada, así la calidad es inferior y prenda de vestir menos cómoda y moderna.

Sin embargo, para la realización de un diseño de plan de negocios para el 2023 es de suma importancia las ferias para dar a conocer los productos o servicios que ofrece la cooperativa “COOPROTEXRI” a los clientes y mercado potenciales.

4.2. Discusión

Establecer procesos de producción eficientes que permitan la reducción de los costos de producción, permitiendo ser más competitivos.



Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Val. Unitario	IVA	Val. Total	
Compra de materia prima para confección	\$/mes	3	\$ 1,200.00	\$ 432.00	\$ 4,032.00	\$3600
Inventario de máquinas y equipos	\$/mes	1	\$ 6,000.00	\$ 720.00	\$ 6,720.00	
Costo de mano de obra para elaboración de los mandiles	\$/mes	4	\$ 300.00	\$ 144.00	\$ 1,344.00	\$1200
Total					\$ 12,096.00	

Por lo consiguiente, se establece un proceso de la elaboración de una prenda de vestir, determinando las etapas de planificación, el diseño, la selección de materiales, el corte, la confección y el acabado. Que garantizan la calidad y funcionalidad de las prendas. Teniendo en cuenta que la creatividad es una principal característica, así teniendo un diseño original que puede ser ofrecido a los socios o clientes potenciales.

Realizar un estudio de mercado para evaluar el comportamiento del consumidor, la competencia, la oferta y la demanda con el fin de identificar el mercado potencial.

Podemos comenzar enfocándonos en el estudio del mercado realizado la observación de las empresas pequeñas que realizan la producción textil en Los Ríos, por lo consiguiente el consumidor ponen a su disposición en el mercado que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad buscando maximizar su utilidad con las compras que son realizadas enfocando en buscar mayor satisfacción y placer en bases a los recursos.

Teniendo en cuenta que la competencia se conoce como enfrentamiento, en la provincia de los Ríos la producción textil las empresas técnicamente luchan para determinar un sector de mercado al vender o demandar para un bien o servicio. Asimismo, es aquella situación indefinida a número de compradores y vendedores que intentan maximizar su beneficio o satisfacción que únicamente le convenga conforme tanto con sus gustos o necesidades, eso quiere decir que el comprador tiene que informarse bien para así poder escoger producto de la mejor calidad y mejor precio ofrecido.

Por otro lado, La oferta incluye la intención de venta del fabricante cuanto mayor es el precio de los bienes y servicios, mayores son los deseos de venta de esto tiene una relación directa entre precio y cantidad ofrecida para obtener beneficios que son o será para su producción y mayor cantidad ofrecida. Al igual que la demanda, para distinguir entre pedir y comprar, ahora debemos distinguir entre oferta y venta.

5. CAPITULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

El presente proyecto de integración curricular es crear un plan de negocios que pueda ayudar a optimizar la producción y comercialización de productos textiles de la cooperativa COOPROTEXRI dirigidos al mercado nacional con la perspectiva de ingresar al mercado internacional. Por ello, el objetivo es desarrollar un plan de negocio para optimizar los procesos de producción y comercialización de productos textiles cooperativos. Entonces nos preguntamos: ¿Cómo ayuda un plan de negocios a optimizar la producción y comercialización de los productos COOPROTEXRI? ¿Cómo ayuda el plan de negocios a optimizar la producción y distribución nacional, internacional y global de productos textiles para la Cooperativa Textil Los Ríos? Desarrollar un plan de negocios para optimizar la producción y comercialización de productos de la empresa cooperativa de producción textil “COOPROTEXRI” en Los Ríos, Cantón Babahoyo, hasta el año 2023.

Elaborar un plan de negocios para optimizar el proceso de producción y comercialización de productos implementados por Los Ríos.

La elaboración de un plan de negocios para la cooperativa de producción textil de Los Ríos “COOPROTEXRI” optimizará los procesos de producción y comercialización de productos.

5.2. Recomendaciones

Un plan de negocios es una herramienta importante para toda empresa, incluidas las cooperativas como COOPROTEXRI. Esto ayuda a optimizar la producción y comercialización de productos textiles porque permite a la empresa establecer objetivos y estrategias claras para alcanzarlos. Además, un plan de negocios proporciona un marco para identificar y resolver problemas que puedan surgir durante la producción y la comercialización.

Para COOPROTEXRI, el plan de negocios les ayudará a identificar fortalezas y debilidades en la producción y comercialización de productos textiles. También les permitirá establecer objetivos claros y realistas para hacer crecer su negocio tanto en el país como en el extranjero. Con un plan de negocios claro, COOPROTEXRI puede seguir su progreso y realizar los cambios necesarios para mejorar aún más sus procesos de producción y comercialización. Además, un plan de negocios también ayuda a la cooperativa a identificar y comprender su mercado objetivo, lo cual es importante para optimizar la producción y distribución del producto. Conociendo las necesidades y preferencias de los clientes, COOPROTEXRI puede adaptar sus productos a las necesidades del mercado. En definitiva, un plan de negocios es una herramienta importante para optimizar la producción y comercialización de los productos textiles de COOPROTEXRI. Esto les permitirá establecer objetivos claros y realistas, identificar y resolver problemas, seguir el progreso y adaptarse a las necesidades del mercado.

Referencias

- (03 de Junio de 2023). Obtenido de CreceNegocios:
<https://www.crecenegocios.com/vision-de-una-empresa/>
- Baque Villanueva, L. K. (2019). *Modelo de negocio para la creación de una distribuidora de accesorios para bebés en el cantón Quevedo*. Quevedo: Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores, 7. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400120&script=sci_arttext&tlng=pt#B7
- Blum. (17 de 05 de 2023). *Miblum*. Obtenido de <https://www.miblum.com/glosario/costos-financieros-que-son-y-por-que-es-importante-conocerlos#:~:text=Los%20costos%20financieros%20son%20un,financiamiento%20a%20trav%C3%A9s%20de%20inversionistas.>
- Castro, J. (09 de Agosto de 2022). *Corponet*. Obtenido de <https://blog.corponet.com/proceso-de-produccion-y-su-importancia-en-las-empresas#subt1>
- CETYS EDUCACIÓN CONTINUA*. (14 de 01 de 2021). Obtenido de <https://www.cetys.mx/educon/que-es-un-proceso-de-produccion-empresarial/#:~:text=En%20una%20empresa%2C%20se%20denomina,producto%20destinado%20a%20la%20venta.>
- Ferrari, F. J. (01 de marzo de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/materia-prima.html>

Franco, C., & Gallego, A. E. (22 de 04 de 2021). *lofficiel mexico*. Obtenido de <https://www.lofficielmexico.com/moda/marcas-sustentables>

Galán, J. S. (1 de mayo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>

García Cali, G. T. (2018). *Mercadeo Estrategico*. Quito: Pearson.

Gil, S. (01 de Marzo de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competencia.html>

Izquierdo Morán, A. M., Zambrano Olvera, M. A., Albarracín Matute, J. C., & Jalón Arias, E. J. (2018). *Marketing para jóvenes*. Quevedo: Editorial Jurídica del Ecuador.

LATAM, T. (19 de 01 de 2023). Obtenido de <https://es.totvs.com/blog/gestion-industrial/que-son-los-costos-de-produccion-como-calcularlos-y-como-reducirlos/#:~:text=El%20costo%20total%20de%20producci%C3%B3n%20est%C3%A1%20formado%20por%20todas%20las,variables%2C%20as%C3%AD%20como%20gastos%20extras>.

LÓPEZ, E. M. (2020). *PLAN DE NEGOCIO: "PA'COMER EN CASA"*. Cuyo: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN .

López, J. F. (1 de Septiembre de 2021). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>

Martins, J. (1 de Octubre de 2022). *Asana* . Obtenido de <https://asana.com/es/resources/executive-summary-examples>

mheducation. (2019). La demanda . En *LA OFERTA, LA DEMANDA Y EL MERCADO 4* (pág. 62; 63). Quito: LA OFERTA, LA DEMANDA Y EL MERCADO 4.

mheducation. (2019). La Oferta . En *La oferta, La demanda y el mercado* (pág. 65; 66).

Quito: La oferta, La demanda y el mercado 4 .

Molina Garrero, R. J. (2019). *Plan de Marketing Estratégico*. Quevedo: Universidad Regional Autónoma de Los Andes.

mordor intelligence. (2020). Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/apparel-market>

Moreno, J. (10 de 4 de 2023). *hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/generador-plan-de-marketing#:~:text=Un%20plan%20de%20marketing%20es%20un%20documento%20que%20describe%20las,de%20medios%20y%20el%20presupuesto>.

Pursell, S. (20 de enero de 2023). *blog.hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/estudio-de-mercado>

Pursell, S. (14 de Febrero de 2023). *blog.hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>

Sebastian, A. (11 de abril de 2018). *wikipedia*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Lienzo_de_modelo_de_negocio

SOLIDARIA, I. N. (2022). "*Plan de Negocios Solidario "Asoboligol"* . Guaranda : ASOCIACION DE PRODUCCION TEXTIL BOLIGOL.

Ualá. (11 de 05 de 2023). *Tiendanube*. Obtenido de <https://www.tiendanube.com/blog/costos-fijos-y-variables/>

Westreicher, G. (01 de Junio de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/poblacion.html>

6. Anexo

Ingresos

	Producto	Valor mensual
1	Pantalones	\$ 2.970
2	Camisas	\$ 2.376
3	Mandiles	\$ 5.346

Costos fijos

	Costos fijos	Valor (mensual y en USD)
1	Publicidad	\$ 5.08989
2	Sueldos	
3	Transporte	
4	Servicios	
5	Terreno	

Costos Variables

	Costos Variables	Valor (por unidad y en USD)
1		\$ 1.7920
2		
3		
4		
5		

Punto de Equilibrio mensual

Punto de equilibrio	
unidades producidas	1050/U
Valor (mensual y en USD)	\$ 10.6920
Porcentaje	57%

Balance General

Activos	
Detalle	Valor
Terreno	\$ 1,200.00
Infraestructura	\$ -
Vehículos	\$ -
Maquinaria	\$ 35.33600
Mercadería	\$ -
Utensilios	\$ -
Dinero en cuentas bancarias	\$ 71.85600
Efectivo	\$ -
cuentas por cobrar	\$ -
Otros activos	\$ 560.00
Total Activo	\$ 1,867.19

Pasivos		
Detalle	Valor	Cuota Mensual
Deuda - Bancos	\$ -	\$ -
Deuda - tarjeta de crédito	\$ -	\$ -
	\$	
Deuda - Otros	2.485940	
	\$	
Total pasivo	2.485940	
Patrimonio		
Detalle	Valor	
Patrimonio (diferencia entre activo y pasivo)	-\$ 1,864.71	

Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Val. Unitario	IVA	Val. Total		
Compra de materia prima para confección	\$/mes	3	\$ 1,200.00	\$ 432.00	\$ 4,032.00	\$	3,600.00
Inventario de maquinaria y equipos	\$/mes	1	\$ 6,000.00	\$ 720.00	\$ 6,720.00		
Capacitación de socios/as para manejo de la línea de producción textil	\$/mes	1	\$ 1,400.00	\$ 168.00	\$ 1,568.00		
Costo de mano de obra para elaboración de los mandiles	\$/mes	4	\$ 300.00	\$ 144.00	\$ 1,344.00	\$	1,200.00
			Total	\$ 1,464.00	\$ 13,664.00		

Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Val. Unitario	IVA	Val. Total	vida útil (en años)	Depreciación anual	Valor residual	Fondo fiscal	aporte OEPS (incluye valor del IVA)	
Maquinaria											
Bordadora		1	\$ 12,000.00	\$ 1,440.00	\$ 13,440.00	5	\$ 2,688.00		\$ 12,000.00		\$ 1,440.00
Instalación de bordadora		1	\$ 550.00	\$ 66.00	\$ 616.00	5	\$ 123.20		\$ 550.00		\$ 66.00
Plancha Sublimadora		1	\$ 750.00	\$ 90.00	\$ 840.00	5	\$ 168.00		\$ 750.00		\$ 90.00
Programa para la sublimadora		1	\$ 400.00	\$ 48.00	\$ 448.00	5	\$ 89.60		\$ 400.00		\$ 48.00
Maquina Fusionadora		1	\$ 3,500.00	\$ 420.00	\$ 3,920.00	5	\$ 784.00		\$ 3,500.00		\$ 420.00
Maquina cortadora		1	\$ 480.00	\$ 57.60	\$ 537.60	5	\$ 107.52		\$ 480.00		\$ 57.60
Maquina botonadura		1	\$ 1,350.00	\$ 162.00	\$ 1,512.00	5	\$ 302.40		\$ 1,350.00		\$ 162.00
Plancha industrial		1	\$ 450.00	\$ 54.00	\$ 504.00	5	\$ 100.80		\$ 450.00		\$ 54.00
Cerradora de codo		1	\$ 1,700.00	\$ 204.00	\$ 1,904.00	5	\$ 380.80		\$ 1,700.00		\$ 204.00
Hilvanadora		1	\$ 500.00	\$ 60.00	\$ 560.00	5	\$ 112.00		\$ 500.00		\$ 60.00
Impresora		1	\$ 300.00	\$ 36.00	\$ 336.00	5	\$ 67.20		\$ 300.00		\$ 36.00
Computadora		2	\$ 1,300.00	\$ 312.00	\$ 2,912.00	5	\$ 582.40		\$ 2,600.00		\$ 312.00
Patronaje de diseño		1	\$ 2,000.00	\$ 240.00	\$ 2,240.00	5			\$ 2,000.00		\$ 240.00
Corte digital		1	\$ 10,000.00	\$ 1,200.00	\$ 11,200.00	5			\$ 10,000.00		\$ 1,200.00
											\$ -
Plan de Marketing				\$ -	\$ -	5	\$ -		\$ -		\$ -
Carpas		15	\$ 180.00	\$ 324.00	\$ 3,024.00	3	\$ 1,008.00		\$ 2,700.00		\$ 324.00
Mesas		30	\$ 25.00	\$ 90.00	\$ 840.00	3	\$ 280.00		\$ 750.00		\$ 90.00
Sillas		50	\$ 12.00	\$ 72.00	\$ 672.00	3	\$ 224.00		\$ 600.00		\$ 72.00
Parlante		3	\$ 500.00	\$ 180.00	\$ 1,680.00	3	\$ 560.00		\$ 1,500.00		\$ 180.00
Equipo de Audio		1	\$ 600.00	\$ 72.00	\$ 672.00	3	\$ 224.00		\$ 600.00		\$ 72.00

Revistas, Spot Radiales, Publicidades en internet		1	\$ 4,000.00	\$ 480.00	\$ 4,480.00	3	\$ 1,493.33	\$ 4,000.00	\$ 480.00		
								\$ -	\$ -		
Capacitación								\$ -	\$ -		
Capacitación		1	\$ 6,000.00	\$ 720.00	\$ 6,720.00			\$ 6,000.00	\$ 720.00		
				\$ -	\$ -	5	\$ -	\$ -	\$ -		
			Total:	\$ 6,327.60	\$ 59,057.60		\$ 9,295.25				
								Total aporte	\$ 52,730.00	\$ -	\$ 6,327.60
								Porcentaje cofinanciamiento	89%	0%	11%
								Valor residual	\$ -		

Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Val. Unitario	IVA	Val. Total	Fondo fiscal	aporte OEPS (incluye valor del IVA)	Préstamo OEPS	
Pago de gastos adm(luz, agua)	\$/mes	4	\$ 30.00	\$ 14.40	\$ 134.40		\$ 134.40		\$ 120.00
Contratación del coordinador y contador/compras publicas	\$/mes	0	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -		

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN.
Plan de negocios para optimizar la fabricación y comercialización de la producción del emprendimiento cooperativa de producción textil Los Ríos "COOPROTEXRI" cantón Babahoyo, periodo 2023	¿De qué manera un plan de negocios contribuye a la optimización en la fabricación y comercialización de la producción de "COOPROTEXRI"?	General: Diseñar un plan de negocios para optimizar la fabricación y comercialización de la producción del emprendimiento Cooperativa de producción textil Los Ríos "COOPROTEXRI" cantón Babahoyo, periodo 2023	El desarrollo un plan de negocios para la Cooperativa de producción textil Los Ríos "COOPROTEXRI" permitirá la optimización de los procesos de fabricación y comercialización de la producción	Independiente: Plan de Negocios	Modelo Canvas	Tipo de investigación: Investigación aplicada	Población: Tres miembros clave en la Administración y toma de decisiones. Muestra: Se realiza una toma de a toda la población objetivo de estudio, tratando de un gobierno local en plan de crecimiento en la comercialización	Técnicas: Observación estructurada Entrevista
		Específicos: -Establecer procesos de producción eficientes que permitan la reducción de los costos de producción, permitiendo ser más competitivos. -Realizar un estudio de mercado para evaluar el comportamiento del consumidor, la competencia, la oferta y la demanda con el fin de identificar el mercado potencial. -Desarrollar un plan de negocios que permita la optimización de los procesos de fabricación y comercialización de la producción realizada por la Cooperativa de producción textil Los Ríos "COOPROTEXRI"		Dependiente: Fabricación y comercialización de la producción				Estudio de mercado Proceso de producción

Matrix de Consistencia

Operacionalización de variables

PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTIMIZAR LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI” CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2023				
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS/ INSTRUMENTO
Plan de negocios	Es proyectar una idea con el fin de instaurar los parámetros necesarios para llevar a cabo el emprendimiento o también se trata de un proceso para elaborar un plan al presentar ideas visionarias en un escrito	Modelo Canvas	Descripción del modelo de negocio	Planificación cuatrimestral de compromisos
Fabricación y comercialización	La comercialización es un conjunto de acciones que se realizan para facilitar las ventas y/o lograr que el producto final llegue al consumidor. La fabricación es el proceso de convertir materias primas o componentes en productos terminados.	Estudio de mercado Proceso de producción	Competencia Consumidor Oferta Costo de producción Costo financiero	Método para Evaluar el Cumplimiento Presupuestario Método para Evaluar el Cumplimiento Presupuestario

Nombre de la Organización:	Cooperativa De Producción Textil Los Ríos "COOPROTEXRI"
RUC:	1291756162001
N. de Resolución SEPS y Fecha:	SEPS-ROEPS 2015-900982
Ubicación (Provincia/ Cantón / Parroquia):	Mamey- Babahoyo- Los Ríos- Ecuador
Dirección de la organización:	CDLA. El Mamey Calle Segunda Transversal #3906 y Tercera Longitudinal BABAHOYO – LOS RIOS – ECUADOR
Principal actividad productiva de la organización:	Confección de prendas de vestir y de prendas de protección
Objetivo de la Guía de Observación	Observar en la fabricación productivo.

Características del desempeño a evaluar	Moderna	Antigua	Observaciones
La maquinaria fusionadora de que tecnología es:			
Maquinaria de plancha industrial es:			
Las computadoras para los diseños o modelos de las prendas de vestir son:			
Las maquinas bordadora son:			
Las instalaciones para las máquinas de uso diario para la elaboración de prendas son:			
Maquinaria de hilvanadora es:			
Plancha Sublimadora es:			
El Programa para la sublimadora es:			
Maquina cortadora es:			
El proceso de patronaje de diseño es:			
Las herramientas digitales para la elaboración y/o presentación de sus productos son:			

Nombre de la Organización:	Cooperativa De Producción Textil Los Ríos "COOPROTEXRI"
RUC:	1291756162001
N. de Resolución SEPS y Fecha:	SEPS-ROEPS 2015-900982
Ubicación (Provincia/ Cantón / Parroquia):	Mamey- Babahoyo- Los Ríos- Ecuador
Dirección de la organización:	CDLA. El Mamey Calle Segunda Transversal #3906 y Tercera Longitudinal BABAHOYO – LOS RIOS – ECUADOR
Principal actividad productiva de la organización:	Confección de prendas de vestir y de prendas de protección
Objetivo de la Guía de Observación	Observar en la comercialización productivo.

Características del desempeño a evaluar	Oportuna	No oportuna	Observaciones
La entrega sus productos es de forma:			
Las compras materia prima se realizan de forma:			
De forma se usa la tecnología para vender los productos			
Los modelos necesarios para la entrega del producto son de forma:			
La oferta con relación a la demanda resulta ser:			
Las innovaciones de los productos se las realiza de forma:			
Las ofertas de los productos a los consumidores llegan de qué forma:			
Ser la mejor competencia en la producción textil llega de forma:			
La cooperativa distribuye la producción de forma:			.

Entrevista

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTIMIZAR LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI” CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2023
--

ENTREVISTA DIRIGIDA A: LA PRESIDENTE DEL COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI”

¿Qué importancia tienen las Ferias para la cooperativa de producción textil?

¿Cuánto es el tiempo que se tarda en realizar una prenda de vestir al ser producida y comercializada?

¿Cuál es su opinión sobre la competitividad del sector textil a nivel interno?

¿Cuáles serían los elementos más importantes que han influido en el crecimiento de la producción textil?

¿Qué se está haciendo actualmente para mejorar la situación textil?

¿Cuáles han sido los avances en la producción textil en la “COOPROTEXRI”?

¿Cómo se asegura de que los artículos textiles que fabrica cumplan con los estándares de calidad y seguridad necesarios?

¿Cómo maneja los plazos de entrega y la coordinación con el equipo de ventas para cumplir con las demandas del cliente?

¿Cómo maneja el control de costos para maximizar la comercialización y fabricación de la cooperativa?

¿Cómo se mantiene actualizado sobre las últimas tendencias y tecnologías en la fabricación de artículos textiles confeccionados?

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTIMIZAR LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI” CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2023

ENTREVISTA DIRIGIDA A: LA VICEPRESIDENTE DEL COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI”

¿Qué se está haciendo actualmente para mejorar la cooperativa de producción textil?

¿Por qué es importante la promoción y capacitación del sector textil?

¿Qué observaciones ha tenido usted sobre las casas abiertas con las competencias de producción textil?

¿Cuál es la cantidad promedio que se invierte en realizar una prenda de vestir?

¿Ha existido el apoyo por parte del Gobierno Central para el fortalecimiento del sector textil?

¿Qué cambio tecnológico ha tenido el sector textil?

¿Cuál es su percepción sobre la situación actual de la confección textil en el Ecuador?

¿Qué tan importante considera la innovación organizacional para la supervivencia en el mercado?

¿Cómo considera que las estrategias de los competidores influyen en la cooperativa?

¿Sus estrategias responden tanto a las necesidades del consumidor como a la competencia del mercado?

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTIMIZAR LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI” CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2023

ENTREVISTA DIRIGIDA A: CONTADOR DE LA COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TEXTIL LOS RÍOS “COOPROTEXRI”

¿Cómo maneja la administración de los recursos financieros de acuerdo a las necesidades de su cooperativa?

¿Su cooperativa está a favor de la inversión a diferentes niveles como estrategia que retorna como beneficio?

¿Cuánto es el precio que compra la materia prima para confección?

¿Cuál es costo de producción de una orden o pedido?

¿Tiene algunos costos estimados de acuerdo a los pedidos anteriores?

¿Es diferente el cálculo de costo de producción para cada pedido?

¿Qué materia prima utiliza y cuanto es la inversión que se realiza?

¿Cuál es el procedimiento para llevar el control de la orden o pedido?

¿Qué estado financiero se utiliza más en la cooperativa?

¿Qué tan importante puede ser la realización de un plan de financiamiento en la cooperativa de producción textil?