PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UNA ÓPTICA EN EL SECTOR DE TURUBAMBA.

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FELIPE SEBASTIAN MOSQUERA ARROYO

DIRECTOR: MGTR. CHRISTIAN FAJARDO SEMPÉRTEGUI

QUITO, DICIEMBRE 2022

DIRECTOR: Mgtr. Christian Fajardo

INFORMANTES: Mgtr. Carmen Daza

Mgtr. Fernando Rosas

DEDICATORIA

A las dos personas que me ayudaron en toda mi vida y más importante en el ámbito estudiantil dándome todos los recursos necesarios para lograr mis metas, las cuales me dieron todo su apoyo y sabiduría, pues sin ellas no podría a ver llegado a culminar ninguna de las metas propuestas.

Con todo mi amor y cariño infinito a mi madre y abuelita.

Carmita Arroyo

Noemi Palacios

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por darme salud, vida y la oportunidad de culminar una de las metas más importantes de mi vida.

Agradezco a mi madre y a mi abuelita por todo el apoyo incondicional y el esfuerzo que han hecho cada día para darme lo mejor de cada una de ellas, asiendo así que me convierta en una persona de bien que ayude a la sociedad.

A mi novia que ha sido mi gran apoyo en mi vida universitaria dándome ánimos siempre para cumplir todas las metas que me he propuesto desde que la conocí.

A mi familia que ha estado a mi lado dándome todo su cariño, confianza y demostrándome que no estoy solo y puedo contar con cada uno de ellos.

Al Mgtr. Christian Fajardo por su apoyo y colaboración para poder realizar esta tesis de una manera correcta y efectiva.

Finalmente, y no menos importante a todos los compañeros y amigos que me han acompañado durante toda mi carrera dándome todo su apoyo incondicional.

RESUMEN EJECUTIVO

Las principales actividades que se puede realizar en una óptica son exámenes los cuales ayudaran para la creación de lentes que mejoren la visión de las personas que lo necesiten, debido a esto ha crecido exponencialmente la demanda de ópticas en la ciudad de Quito pues en los momentos actuales que vivimos es muy necesario cuidar y proteger nuestros ojos de todos los factores negativos que existen como por ejemplo es uso excesivo de aparatos electrónicos, la luz solar y el polvo. Por esto, esta investigación pretende desarrollar un plan de negocios para la puesta en marcha de una óptica en el sector de Turubamba por la falta de una óptica con todas las maquinarias necesarias para la agilización de la producción de lentes y la poca utilización de tecnología para promocionarse en redes sociales, con esto se logrará una mejora en la línea de producción y se creara un sistema de mejora continua que ayude al negocio a innovar continuamente y mejorar cada vez más.

PALABRAS CLAVE

Innovar, línea de producción, sistema de mejora, Demanda.

ABSTRACT

The main activities that can be carried out in an optician are examinations which will help to create lenses that improve the vision of people who need it, due to this, the demand for opticians in the city of Quito has grown exponentially because at the moment In the current times we live, it is very necessary to take care of and protect our eyes from all the negative factors that exist, such as excessive use of electronic devices, sunlight and dust. For this reason, this research aims to develop a business plan for the start-up of an optician in the Turubamba sector due to the lack of an optician with all the necessary machinery to streamline the production of lenses and the little use of technology to Promote yourself on social networks, with this an improvement in the production line will be achieved and a continuous improvement system will be created that helps the business to continuously innovate and improve more and more.

KEY WORDS

Innovate, production line, improvement system, Demand.

ÍNDICE

1. METODOLOGÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR 12
1.1 Descripción de la modalidad de trabajo de Integración Curricular 12
1.2 Planteamiento del problema 12
1.3 Formulación del Problema 13
1.3.1 Sistematización del Problema 13
1.4 Objetivos 13
1.4.1 Objetivo general 13
1.4.2 Objetivos específicos 13
1.4.3 Justificación del estudio 13
1.4 Tipo de estudio y diseño metodológico 14
1.4.1 Campo inverso 14
2. MARCO REFERENCIAL 17
2.1 Marco teórico 17
2.2 Marco conceptual 20
2.2.3 Plan de negocios 20
2.2.4 Objetivos organizacionales 20
2.2.5 Planificación estratégica 20
2.2.6 Estrategias 20
2.2.7 Productividad 20
2.2.8 Financiamiento 20
2.2.9 Emprendimiento 20
2.3.1 Desarrollo empresarial 21
2.3.2 Eficiencia 21
2.3.3 Inversionista 21
3. ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN 22
3.1 Levantamiento de información 22
3.2 Historia de las empresas 22
3.3 Condiciones actuales de las empresas optó metras en la ciudad de Quito 22
3.4 Generalidades 24
3.4. 1 Nombre o Razón Social 24
3.4.2 Tipo de Empresa y Línea(s) de Producto(s) 24
3.4.3 Imagen Corporativa 25

3.4.4 Logo 25
3.4.4.1 Hoja volante 25
3.4.4.1 Tríptico 26
3.5 Análisis del entorno 27
3.5.1 Entorno General 27
3.5.2 Factores Políticos 27
3.5.3 Factores Económicos 28
3.5.4 Factores Sociales 31
3.5.5 Factores Tecnológicos 31
3.5.6 Factores Ecológicos 32
3.5.7 Factores legales 33
3.5.8 Entorno Específico 34
3.5.8.1 Competidores 34
3.5.8.2 Clientes 36
3.5.8.3 Proveedores 37
3.6 Análisis de datos 40
3.6.1 Planificación 40
3.6.1.1 Análisis Interno 40
3.6.1.1.1 Segmentos de Mercado 40
Propuesta de Valor 40
Lienzo del Modelo de Negocio 43
3.7 Planeación o Formulación Estratégica 44
3.7.1 Misión 44
3.7.2 Visión 44
3.7.3 ORGANIZACIÓN 53
3.8 CONTROL 58
3.8.1. Monitoreo Administrativo 58
4 DISCUSIÓN Y RESULTADOS 62
4.8 Preparación de información COMPONENTE ECONÓMICO 62
4.8.1 ACTIVOS 62
4.8.2 COSTOS Y GASTOS 63
4.9 Análisis, interpretación y presentación de resultados 69
4.9.1 Valor Presente Neto (VPN o VAN) 69
4.9.2 Tasa Interna de Retorno (TIR) 69
4.9.3 Tasa de Descuento 70

4.9.4 Período de Recuperación de Inversión 70
4.9.5 Relación Beneficio Costo 71
4.9.6 PUNTO DE EQUILIBRIO 71
4.10 Conclusiones 73
4.11 Recomendaciones 74
5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 75
5.1 Bibliografía 75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura para planes de negocios……10
Figura 2. Hoja volante……..17
Figura 3. Hoja volante……..17
Figura 4. Tríptico……..18
Figura 5. Evolución PIB anual Ecuador……...……19
Figura 6. Evolución PIB anual Ecuador……...20
Figura 7: Lista de los productos importados por Ecuador……...21
Figura 8: Lista de los productos exportados por Ecuador…….21
Figura 9 Población ocupada según condición de actividad……..22
Figura 10. Logo comercial GMO…….26
Figura 11: Logo comercial Mega comisariato óptico……...27
Figura 12: Logo comercial Óptica Caleb visión……...28
Figura 13: Logo comercial OPTEC…….....29
Figura 14: Logo comercial ANBLICK…….29
Figura 15: Logo comercial Restrepo Comercial……...29
Figura 16: Logo comercial Indulentes…….32
Figura 17: Logo comercial Fundación visual..…….32
Figura 18: Modelo de negocio…….36
Figura 19: Perspectiva financiera…….38
Figura 20: Perspectivas procesos internos……39
Figura 21: Perspectiva procesos internos……..39
Figura 22: Logo comercial ANBLICK…….39
Figura 23: Logo comercial ANBLICK…….40
Figura 24: Matriz FODA…….…….…….42
Figura 25: Cadena de valor……..…….43
Figura 26: Acciones estratégicas…….…….44
Figura 27: Organigrama estructural…..…….47
Figura 28: Monitoreo administrativo...…….52
Figura 29: Monitoreo administrativo de cliente…..……..54
Figura 30: Monitoreo administrativo de proveedores…..…….55
Figura 27: Organigrama estructural…..…….47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Activos fijos..... 62
Tabla 2: Construcciones e Instalaciones..... 62
Tabla 3: Presupuestos de Compras..... 63
Tabla 4: Total costos..... 64
Tabla 5: Gastos administrativos..... 65
Tabla 6: Gastos de ventas..... 65
Tabla 7: Gastos financieros..... 65
Tabla 8: Ingresos ventas..... 66
Tabla 9: Total ingresos..... 66
Tabla 10: Costo de ventas..... 67
Tabla 11: Estado de resultado integral..... 68
Tabla 12: Flujo de caja..... 69
Tabla 13: VAN..... 69
Tabla 14: TIR..... 69
Tabla 15: Factor actualización..... 70
Tabla 16: Periodo de recuperación..... 70
Tabla 17: Relación costo beneficio..... 71
Tabla 18: Punto de equilibrio..... 72
Tabla 19: Punto de equilibrio general..... 72

1. METODOLOGÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

1.1 Descripción de la modalidad de trabajo de Integración Curricular

Plan de negocios para la puesta en marcha de una óptica en el sector de Turubamba.

1.2 Planteamiento del problema

El sector óptico incluye principalmente actividades económicas basadas en el suministro de productos ópticos y cubre una amplia gama de actividades y tipos de productos. La óptica oftálmica se refiere a la parte de la óptica asociada con la compensación o protección de la visión. Por lo tanto, este sector incluye empresas dedicadas a proporcionar lentes y anteojos. (Gabriela, 2018).

En los últimos años, la industria óptica y la mecánica de precisión han evolucionado convirtiéndose en los sectores de mayor crecimiento y más futuro; la fabricación económica en la producción en serie ya no es posible sin la técnica de automatización más moderna; las exigencias impuestas a las instalaciones de producción y los sistemas se han evolucionado notoriamente en los últimos años (Schunk, 2022).

La enfermedad visual por la ubicación geográfica de Quito, el pterigión es el crecimiento de tejido anormal sobre la córnea, comúnmente conocido como carnaza, es muy frecuente en la población ecuatoriana. Quito está ubicado en la Mitad del Mundo y eso nos hace más propensos a presentar esta patología porque los rayos de luz caen de forma perpendicular; otros factores que contribuyen a esta enfermedad son la edad avanzada, la altura, resequedad ocular, exposición a condiciones ambientales irritantes como el polvo, el aire seco, humo y exposición a la luz del sol. (Quizhpe, 2020)

Turubamba cuenta con una gran población, de los cuales muchos tienen problemas visuales que se necesitan corregir, esto con un servicio eficaz que ayude a suplir todas las necesidades de la población. Aquí es donde se puede aplicar una óptica que cuente con todos los recursos necesarios tanto profesionales como tecnológicos, para ofrecer un servicio eficaz que atraiga a las personas, pues las ópticas que actualmente funcionan en el sector de Turubamba no tienen los suficientes recursos para satisfacer dicha necesidad.

1.3 Formulación del Problema

¿Cuál es el Plan de negocios para la puesta en marcha de una óptica en el sector de Turubamba?

1.3.1 Sistematización del Problema

- ¿Cuál es la situación actual del sector empresarial de las ópticas que se encuentran en el sector de Turubamba?
- ¿Cuál es el modelo de negocios para una óptica en el sector Turubamba?
- ¿Qué estudio financiero elaborar para determinar la inversión en la óptica?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la puesta en marcha de una óptica en el sector de Turubamba.

1.4.2 Objetivos específicos

- Analizar la situación actual del sector empresarial de las ópticas que se encuentran en el sector de Turubamba.
- Realizar un modelo de negocios para una óptica en el sector Turubamba.
- Elaborar un estudio financiero para determinar la inversión en la óptica.

1.4.3 Justificación del estudio

Se ampliará el estudio actual de las ópticas que se encuentran en el sector de Turubamba, en términos de coste, aceptabilidad y sostenibilidad. Este estudio proporciona una presentación clara del sector empresarial de las ópticas, pues se realizará un análisis financiero que ayude a la comprensión de esta.

En concreto, esta investigación beneficiará a las personas del lugar, a la hora de decidir qué óptica tiene la mejor equitación y brinda el mejor servicio. Esto ampliará las opciones de los usuarios y podrán comparar los precios que cada óptica, así podrán escoger la que más se ajuste a su presupuesto.

Además, una presentación detallada de la comparación de las diferentes ópticas del lugar para futuros estudios que permitan comprender como se maneja una óptica en el sector y cuáles son sus costos, gastos e ingresos. También se reconocerá las oportunidades y amenazas que tiene el implementar una óptica del sector.

Se definirá, si es factible, invertir en una óptica bien implementada en el sector, brindando la mejor información y la más detallada de las necesidades existentes de los usuarios, para que futuros emprendedores decidan si les conviene poner una óptica con todos los implementos necesarios en dicho lugar y si esta les va a generar rentabilidad en el futuro.

Finalmente, el objetivo es obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad Ciencias Administrativas y Contables de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

1.4 Tipo de estudio y diseño metodológico

1.4.1 Campo inverso

La actual investigación se va a realizar con base en una muestra tomada en sector comercial de ópticas de la ciudad de Quito, en el sector de Turubamba. De manera que se va a recolectar la información necesaria y práctica para el pertinente análisis, pues se tendrá relación directa con el negocio.

El campo de estudio de la investigación tiene un enfoque de tipo cualitativo, que posee un alcance exploratorio descriptivo, debido a que esta investigación será desarrollada como plan de negocios, que servirá como parte de la creación de una óptica.

1.4.2 Tipo de estudio

La investigación es concebida para plan de negocios, es exploratoria, buscando, en la medida de lo posible, descubrir la confirmación o evidencia existente del fenómeno que se investiga. Por lo tanto, implica riesgo, paciencia y voluntad por parte del investigador (Morales, 2019).

Además, se utilizan tipos de investigación descriptivos para analizar los factores a estudiar. El tipo de estudio que pretende explicar algunos rasgos básicos de un grupo unido de fenómenos usando bases sistemáticas, las cuales permiten cimentar su base o comportamiento. El fenómeno de proporcionar información sistemática y analítica con información de otras fuentes. (Alban, Verdesoto Arguello, & Castro Molina, 2020).

Este método descriptivo permitirá definir e identificar información útil de una óptica, para un análisis posterior.

1.4.3 Tipo de diseño

La evolución de la investigación tiene un enfoque cualitativo aplicado a las fuentes y métodos de investigadores y teorías utilizadas en la investigación y en la práctica, las realidades humanas son diversas y todos los actores sociales expresan una percepción de estar involucrados en la existencia y comprensión de su producción. Tiene una variedad de puntos de vista más completos o imperfectos que no son válidos o verdaderos en un sentido absoluto (Casilimas, 2019).

Los diseños de estudio son no experimentales y se basan en categorías, conceptos, variables, eventos, comunidades o contextos que ya han ocurrido u ocurrido sin la intervención directa del investigador. Por lo tanto, también se denomina investigación de hechos y variables, ya que han ocurrido al considerar las variables y las relaciones entre ellas. (Escamilla, 2018).

1.4.3.1 Técnicas e instrumentos

El diseño metodológico se deben determinar los métodos de recolección de información y tipos de técnicas a utilizar, teniendo en cuenta los objetivos y variables analizadas. Este estudio utiliza técnicas que permite cotejar datos de fuentes primarias y secundarias para que como resultado de su desarrollo se obtengan datos útiles y confiables.

1.4.3.2 Fuentes primarias

La información primaria se obtiene gracias al involucramiento de personas que poseen una relación cercana con la empresa, y esta información se obtiene por medio de técnicas como entrevistas y observaciones para obtener datos primordiales para el desarrollo de la investigación.

1.4.3.3 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias tienen información reorganizada y sintetizada, que permitirá confirmar hallazgos para el proyecto y ampliar el contenido de la información, en su mayoría serán de referencia de una biblioteca o libros digitales. Esta resulta favorable para recolectar y sustentar, la información necesaria sobre una óptica que se analiza.

1.4.3.4 Procesamiento de datos

Son los pasos de toda la información obtenida de entrevistas y observación de tipo cualitativa se analizarán y presentará mediante su interpretación gráfica y tablas utilizando el software.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco teórico

La óptica tiene origen con el desarrollo de los lentes por parte de los egipcios y mesopotámicos, el desarrollo de la teoría permite la visión por parte de los antiguos filósofos griegos y el desarrollo de la óptica geométrica en el mundo grecorromano. (Lab, 2022).

En el siglo XX se estableció una clínica en la ciudad de Quito, Guayaquil, donde se realizaron los primeros talleres de óptica. Sistemas ópticos desarrollados en paralelo en Quito y Guayaquil, Luis Pablo Gil y Jeremías de Alemania han revivido la optometría. Se fundó una asociación de ópticos y optometristas. Nace un colegio de ópticos-optometristas acreditados por el registro. (Arce, 2018)

Un plan de negocios no se percibe de forma aislada. No debe ser escrito y presentado. Por supuesto, se envía a los niveles inferiores para transmitir la dirección que está tomando la empresa y las actividades que ese elemento debe realizar. También reconocen la necesidad de más recursos y planes para convencer a los inversores de que el apoyo está a su favor. (Herrera, 2016).

Un plan de negocios como herramienta para la gestión empresarial. Sirve como guía para emprendedores y empresarios para la conducción de sus empresas. En definitiva, un plan de empresa es una herramienta de planificación que te permite comunicar tu idea de negocio para controlar la financiación. (Valencia, 2013).

Un plan de negocios te ayuda a planear las actividades de tu negocio, le permite una dirección, definir objetivos, cómo lograrlos y cuándo conseguidos. También puede hacer correcciones y cambios. (Catillejo, 2016).

Además, contiene el proceso detallado de las actividades comerciales, logísticas, financieras, económicas y de recursos, los cuales se utilizarán para lograr el objetivo esperado; este también posee la planificación y estrategias que se utilizara para lograr las metas propuestas en el plan de negocios.

Hacer un plan de negocios es como escribir un libro, se debe tener la habilidad de poder transmitir con palabras al lector lo que uno tiene en la mente, a fin de que pueda captar más fácilmente nuestras ideas y propuestas; la persona que lo elabore tendrá que tener esta habilidad, no importa que tenga experiencia o no en su desarrollo, pues este debe ser

creativo y debe ajustarse a las necesidades de cada empresa y a la cual esté dirigido dicho plan de negocios (Viniegra, 2007).

Para (Hurtado, 2011) El contenido y la profundidad de cada tema pueden variar en estructura dependiendo de la imaginación y el enfoque del autor del documento. Esto se muestra en la Figura 1.



Figura 1. Estructura para planes de negocios
Fuente: (Hurtado, 2011)

La puesta en marcha de una óptica nos crea la necesidad de conocer y también comprender la misión, visión y metas u objetivos como la guía que se nos dará para la creación de nuestro emprendimiento.

Los objetivos de una organización se basan en los tres ejes de meta, visión y misión, pero expresarlos de una manera aclara la premisa del comportamiento y la estrategia empresarial, y las decisiones que se deben tomar una vez que se alcanzan los objetivos. no lo haré Nuevo o no, reinvéntate como mejor te parezca. Los objetivos de la organización controlan los procesos comerciales en función del impacto futuro (CLAVIJO, 2020).

Las empresas no siempre tienen un solo problema u objetivo que desean lograr para mejorar su productividad general. A menudo buscamos ganancias de productividad para lograr varios objetivos. Cuando una empresa de este tipo persigue un tema en particular o logra uno de sus objetivos, puede tener un impacto positivo o negativo en otros temas y objetivos (Urteaga, 2009).

Una guía de suma importancia es la planeación estratégica, pues esta direccionara la misión, los objetivos además de las estrategias, esto para facilitar en desarrollo del emprendimiento y llevar a cabo lo planeado.

La planificación estratégica es el proceso de establecer objetivos, metas, políticas y estrategias básicas, formular un plan detallado para implementar las políticas y estrategias, logrando así las metas y objetivos básicos de la empresa, es un compromiso sistemático y más o menos formal de la empresa. (Parra, 2013).

La primera herramienta que debe utilizar una empresa para convertirse en una organización competitiva es la planificación estratégica. Esto le permite decidir muy claramente a dónde quiere ir, para que pueda tomar decisiones basadas en las estrategias necesarias para lograr esa ubicación y misión. (Parra, 2013).

En otras palabras, usamos la planificación estratégica para prevenir y anticiparnos a futuros acontecimientos que puedan afectar al emprendimiento, así podemos anticiparnos a los acontecimientos que ocurran en el entorno económico y social.

El Código de Salud contiene normas cuyo fin primordial es proteger la salud de las personas, el cual es un elemento fundamental del desarrollo socioeconómico y cultural, preservando así el bienestar de la comunidad ecuatoriana. La optometría se a convertido en una actividad relacionada con la salud, que estudia las propiedades ópticas del ojo. La expedición de las normas pertinentes sobre el ejercicio de la optometría y la óptica está sujeta a la autoridad pública, la cual debe sujetarse a lo establecido en los artículos del Código de Salud y al ejercicio de las atribuciones que le son conferidas. (GOBIERNO, 2002).

Además, el ministerio de salud pública nos brinda los requisitos necesarios para poder abrir una nueva óptica, y se establece los requerimientos los cuales serán evaluados para así dar los permisos de funcionamiento (Pública, 2022)

2.2 Marco conceptual

2.2.3 Plan de negocios

El plan de negocios es un plan para un emprendedor o empresario. Este es una guía que describe a la empresa, analiza el estado actual del mercado y define las acciones futuras y las estrategias correspondientes. (Herrera, 2016).

2.2.4 Objetivos organizacionales

Se trata de un conjunto de ideas accionables que tiene la alta dirección en diferentes áreas de interés, plasmadas en proyecciones futuras y contenidas en misiones y visiones. (CLAVIJO, 2020).

2.2.5 Planificación estratégica

La planificación estratégica es la gestión que apoya las decisiones sobre lo que una organización debe hacer ahora y qué camino tomará en el futuro para adaptarse a las alteraciones y exigencias que le obliga su entorno y lograr el máximo rendimiento. Herramienta que tiene, eficacia, calidad de los bienes y servicios ofrecidos (Basurto, 2016).

2.2.6 Estrategias

La estrategia empresarial es una metodología orientada a consagrar de metas por medio de planes accionadores descompuestos en metas estratégicas para cada área funcional de una organización. (Nirian, 2022).

2.2.7 Productividad

Se puede decir que es como un conjunto de acciones realizadas para lograr un objetivo de la empresa, conociendo la cantidad de recursos gastados en él y comparándolo con los resultados obtenidos. (López, 2021).

2.2.8 Financiamiento

El financiamiento es el proceso de proporcionar capital a una empresa o individuo para su uso en un proyecto o negocio. Es decir, recursos como dinero y créditos que te permitan llevar a cabo tus planes. Las empresas suelen ser préstamos bancarios o fondos aportados por inversores (BBVA, 2022).

2.2.9 Emprendimiento

Una oportunidad para diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio, que ofrecen productos o servicios a la venta. Es el proceso por el cual un individuo o equipo monitorea

y cumplimiento una oportunidad de negocio y adquiere y ordena los recursos necesarios para su desarrollo (Villota, 2022).

2.3.1 Desarrollo empresarial

El desarrollo empresarial es un proceso por el cual todas las empresas pasan por un desarrollo completo a través de la gestión. Se basa en un proceso mediante el cual todos los empleados de la organización fortalecen y desarrollan nuevas habilidades que mejoran la productividad individual y grupal y permiten una gestión eficiente y eficaz con los recursos que posee la empresa. (Institucional, 2020).

2.3.2 Eficiencia

Conseguir un objetivo con los mínimos recursos. Tenga en cuenta que el punto clave de esta definición es la conservación o minimización de recursos**.** (ASPEL, 2016).

2.3.3 Inversionista

Un inversor es una persona física o jurídica que dispone de dinero y lo invierte en la bolsa de valores a cambio de una rentabilidad. Un inversor puede ser: un accionista o un deudor o un tenedor de bonos (Salvador, 2021).

3. ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

3.1 Levantamiento de información

3.2 Historia de las empresas

Los vidrios y anteojos fueron importados directamente por Santiago Real González, primero de Estados Unidos y luego de Brasil. Las medidas de las lentes eran estándar y los propietarios optometristas realizaron una prueba rápida de telelectura para confirmar el tamaño óptimo para cada paciente. La primera y más importante marca importada fue Vaguel, American Optical . (Romero, 2013).

En ese entonces la oferta de lentes era la base de las ópticas y vender gafas era un complemento de estas, las personas que contaban con recursos podían adquirir este tipo de productos, ya que este se importaba, además, solo se contaba con un reducido stock, pues este solo se podía abastecer gracias a las importaciones.

De 1975 a 1985 hubo muchas ópticas en la ciudad y en el campo. Generalmente, se les conoce como Óptica del Castillo, Óptica Hill la cual era una de las más grandes del país, Opticom, Óptica Real, ahora Rey-Optik, Óptica Alemana, Óptica Chacón, Opticum Katz; había una conexión importante entre los ingenieros propietarios, que a menudo se reunían para comer y discutían negocios en grupos. (Romero, 2013).

Los sistemas ópticos desarrollados en paralelo en Quito y Guayaquil, Luis Pablo Gil y Jeremiah de Alemania han revivido la optometría. Se funda una asociación de ópticos y optometristas con Juan Carlos Arroyo como presidente. Se promulgaron las leyes 8795, 369 y 550, el Colegio de Optometristas-Optometristas, Registro 39, 1.er Congreso de Guayaquil Optometría y Salón de Optometría, 1.er Congreso Latinoamericano de Óptica y Optometría, Centro de Educación en Optometría, Universidad del Estado de Guayaquil y Técnico Médico en Optometría y 1.er Congreso Bolivariano establecido (JARAMILLO, 2018).

3.3 Condiciones actuales de las empresas optó metras en la ciudad de Quito

En Quito existe una amplia variedad de ópticas, de las cuales se pueden destacar: Vista para todos, GMO, Óptica los Andes, fundación vista para ciegos y OB Ópticas; estas son las más conocidas y las que tienen mayor acogida por la sociedad dentro de la ciudad de Quito, esto por tener una amplia gama de especialistas, establecimientos y contar con la

maquinaria necesaria para poder dar un servicio de buena calidad a todos sus clientes (Superintendencia de compañías, 2022).

En 1983 se funda el laboratorio óptico número uno en Quito, estaba localizado en las calles Chile y Flores, la cual fue ampliando el portafolio de negocios. En octubre de 1995 se lanza un tema juvenil y moderno de gafas de sol y accesorios Nace, la cadena Sunglass Hot. (Óptica los Andes, 2022).

En 1983, amplían sus operaciones con la apertura de una oficina en Guayaquil, adyacente a la planta de Indolentes en Parque, California. Finalmente, en 2010 se constituyó en Perú la cadena Ojos Octubre. Esta es una óptica ubicada en un importante centro comercial de Lima. Hoy, con más de 500 empleados en más de 75 ubicaciones en Ecuador y más de 12 ubicaciones en Perú, continúan expandiendo la filosofía de brindar una experiencia de servicio diferenciada. (Óptica los Andes, 2022).

OB óptica abrió su primera tienda en Quito en el 2015 y la segunda en el Valle de los Chillos en el 2019, en ambas puedes encontrar variedad de modelos de marcas reconocidas; lo que caracteriza a esta empresa es la amplia variedad en su catálogo y que trabaja con marcas internacionales reconocidas a nivel mundial, además tiene un servicio personalizado por internet y hay sistemas que ayudan al cliente a buscar lo que desee y que este quede satisfecho con el servicio y con el producto (Óptica OB, 2022).

GMO forma parte de Luxottica, empresa multinacional, que lidera el diseño, fabricación y además de su distribución de gafas de moda, deportivas y de lujo, con un amplio portafolio de estándares tecnológicos y estéticos. En Latinoamérica contamos con distribuidores en Chile, Perú, Colombia y Ecuador. Aspiramos a ser el referente y líder en el mercado óptico de América Latina, brindando a nuestros clientes una experiencia de servicio única y confiable (GMO, 2022).

GMO posee uno de los más grandes de la industria, impulsado por Luxottica y en constante evolución con las mejores emblemas globales y regionales. El catálogo está equilibrado entre marcas privadas y licenciadas, combinando popularidad y prestigio. Tienen su propia marca y marcas licenciadas, lo que le da a la empresa una ventaja competitiva (GMO, 2022).

Fundación Vista Para Todos tiende una mano solidaria a toda la comunidad ecuatoriana, brinda servicios integrales de salud, hace activismo social, apoya a miles y da esperanza

a todos aquellos que lo han perdido todo. Desarrollo de Ecuador; líder en prestación de servicios de salud en el campo de la optometría y oftalmología, incorporando las últimas tecnologías en salud visual en Ecuador (Fundación Vista para Todos, 2022).

Reconociendo el impacto de las propias actividades de la organización en la salud y seguridad ocupacional y cuestiones ambientales, y determinado por la junta como su principal obligación de proporcionar servicios de calidad, los recursos financieros, las prácticas de gestión de las operaciones y las tecnologías de interconexión responsables socialmente de manera sostenible hacia la protección y seguridad que destinamos para prevenir impactos y además de daños a nuestros empleados y esferas de influencia (Fundación Vista para Todos, 2022).

3.4 Generalidades

3.4. 1 Nombre o Razón Social

Visión Óptica Efectiva, se decidió poner este nombre a la óptica debido a que el servicio y los productos que se van a ofrecer a los clientes serán de una buena calidad y que se ajuste a la economía de cada usuario que desee adquirir nuestros lentes. Además, el nombre atraerá a nuevos clientes que requieran de nuestros productos y servicios.

3.4.2 Tipo de Empresa y Línea(s) de Producto(s)

La óptica va a ser de RESPONSABILIDAD LIMITADA, pues no se necesita de muchas personas para conformarla, solo se necesita de 2 socios como mínimo, esto será una ventaja al momento de la creación de la óptica, pues el capital necesario para la constitución es de $400 y esta no es una cantidad excesiva (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS VALORES Y SEGUROS, 2022).

Además, la óptica no tiene como finalidad de operaciones de banco, seguros, capitalización de ahorro; las cuales son excepciones para poder crear este tipo de compañías (LEY DE COMPAÑÍAS, 20117).

3.4.3 Imagen Corporativa

3.4.4 Logo



Figura 2. Logo

3.4.4.1 Hoja volante



Figura 3. Hoja volante

3.4.4.1 Tríptico



Figura 4. Tríptico

3.5 Análisis del entorno

3.5.1 Entorno General

3.5.2 Factores Políticos

El plan de gobierno apunta a brindar oportunidad para los ciudadanos ecuatorianos y se enfoca en la acción en cinco ejes: economía, sociedad, seguridad en todas sus áreas, transición ecológica e institucionalidad. Económicamente, la estrategia tiene como fijación mejorar las oportunidades de empleo y las condiciones de trabajo, proporcionando un mejor marco para la inversión y la productividad. (Banco Mundial, 2022).

Por otra parte, el ambiente político se ha visto afectado por la situación actual mundial, ya que se busca tener una estabilidad económica la cual se vuelve muy complicada, esto por la subida de combustibles y por el desempleo que se vive actualmente, además el gobierno está ayudando a los emprendimientos puedan crecer y así se alimente a la economía ecuatoriana.

Mediante el diseño de políticas arancelarias restrictivas, los países pueden utilizar esta protección para impulsar la producción y, por lo tanto, mejorar su balanza comercial. En los últimos años, la aplicación de estas medidas se ha vuelto ineficaz y se aplican cuando existe una sobre introducción de productos importados en un sector en particular y la balanza de pagos de un país es negativa. (Morocho, 2018).

Esto se puede reflejar como una ventaja en las industrias de las ópticas debido a que las mismas utilizan mucho las importaciones como se explicará en los factores económicos, y puesto que actualmente para la zona de salud los aranceles son 0, no se le da un valor agregado a la industria, pues esta pertenece al sector de la salud.

Las políticas aplicadas en el sector exterior en los últimos años están diseñadas para reducir el déficit comercial, elevando los aranceles de los llamados bienes de lujo y de consumo. como reducción arancelaria (Ordóñez, 2015).

Código	Designación de la Mercancía	UF	Tarifa Arancelaria	OBSERVACIONES
9001.30.00.00	- Lentes de contacto	u	0	
9001.40.00.00	- Lentes de vidrio para gafas (anteojos)	u	0	
9001.50.00.00	- Lentes de otras materias para gafas (anteojos)	u	0	
9001.90.00.00	- Los demás	u	0	
9018.50.00.00	- Los demás instrumentos y aparatos de oftalmología	u	0	

Figura 5. Evolución PIB anual Ecuador
Fuente: (COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR, 2017)**.**

Los préstamos para los emprendedores también es una propuesta política del presidente Guillermo Lasso el cual ofreció a los micro emprendimientos y emprendimientos que no superen los USD.100.000 anuales un crédito que va desde los USD.500 a USD.5.000 el cual se podría pagar a una tasa de interés muy baja que ronda el 15.3% en comercio y servicio; del 12.25% para productores, esto beneficia a los productores o comerciantes y a las personas naturales que deseen incursionar en un negocio propio; esto de igual con un cómodo tiempo de 10 años para activos fijos y de 3 años para capital de trabajo (BANECUADOR, 2022).

3.5.3 Factores Económicos

Llegados a punto se puede analizar las variables macroeconómicas del país, como es el PIB, la tasa de desempleo y tasas de interés; que son aspectos muy importantes a la hora de invertir en un emprendimiento que tenga oportunidad de crecimiento en el mercado ecuatoriano.

En 2021 la cifra del PIB fue de USD.106.166 M, con lo que Ecuador es la economía número 65 en el ranking de los 196 países de los que publicamos el PIB. El valor absoluto del PIB en Ecuador creció USD.6.875 M respecto a 2020 (Datos Macro, 2021).

El PIB Per cápita de Ecuador en 2021 fue de USD.5.935, 265 $ mayor que el de 2020, que fue de USD.5.670. Para ver la evolución del PIB per cápita resulta interesante mirar unos años atrás y comparar estos datos con los del año 2011, cuando el PIB per cápita en Ecuador era de USD.5.193 (Datos Macro, 2021).

Evolución: PIB anual Ecuador		
Fecha	PIB anual	Var. PIB (%)
2021	106.166 M$	4,2%
2020	99.291 M$	-7,8%
2019	108.108 M$	0,0%
2018	107.562 M$	1,3%
2017	104.296 M$	2,4%

Figura 6. Evolución PIB anual Ecuador

Fuente: (Datos Macro, 2021)

Lo que podemos apreciar en el sector óptico son sus importaciones realizadas durante los años 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021; el cual ha fluctuado en dichos años por la situación actual mundial, pero en el año 2021 despunto totalmente y creció de una manera exponencial, esto nos indica que el mercado sigue creciendo en el Ecuador (TRADE MAP, 2022).

Código	Descripción del producto	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020	Valor importado en 2021
TOTAL	Todos los productos	19.844.273	23.004.103	22.393.118	17.803.362	25.719.892
27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; . . .	3.378.853	4.527.743	4.378.702	2.814.001	4.883.269
84	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas . . .	2.362.458	2.696.708	2.589.115	2.065.385	2.607.603
87	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	1.878.475	2.314.392	2.158.937	1.305.457	2.044.140
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción . . .	1.736.160	1.883.166	1.814.810	1.508.279	1.878.845
90	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; . . .	490.519	484.208	492.415	432.927	536.393

Figura 7: Lista de los productos importados por Ecuador

Fuente: (TRADE MAP, 2022)

Además, podemos visualizar las exportaciones en el sector óptico de igual manera de los años 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021; del cual se observa que también ha fluctuado en los

últimos años, pero se nota una mejoría en el 2021, lo cual es un buen indicio de que se está comenzando a realizar exportaciones en este mercado lo cual se refleja directamente en la economía ecuatoriana (TRADE MAP, 2022)**.**

Código	Descripción del producto	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021
TOTAL	Todos los productos	19.092.352	21.627.978	22.329.379	20.226.568	26.269.228
27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; . . .	6.922.192	8.806.658	8.746.465	5.303.969	8.619.982
03	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	3.313.597	3.525.397	4.241.981	4.162.792	5.718.337
08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	3.181.214	3.387.153	3.490.733	3.891.965	3.742.613
16	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	1.183.722	1.257.372	1.207.337	1.196.114	1.319.761
90	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; . . .	13.668	12.718	15.705	12.368	14.608

Figura 8: Lista de los productos exportados por Ecuador

Fuente: (TRADE MAP, 2022)

Con la información obtenida podemos concluir que el sector óptico se vio afectado por la situación global, ya que la misma se maneja mucho con las importaciones provenientes de otros países, pero al mismo tiempo se observó que el mismo tuvo un gran crecimiento en el mercado y se está recuperando después de que sus exportaciones e importaciones tengan cifras fluctuantes que cambiaban y no se mantenían fijas lo cual podría ser un problema, pues se puede generar incertidumbre al no saber cómo reaccionará el mercado frente a nuestro producto.

Al tener una economía dolarizada, y debido a que esta moneda es la moneda dominante del comercio internacional, se obtiene la seguridad de mantener los costos y eliminar la incertidumbre de los tipos de cambio flotantes que mantienen otros países. Los tipos de cambio flotantes negativos afectan principalmente a las actividades puramente comerciales. Esto se debe a que la devaluación se negocia en una moneda que introduce una gran complejidad a la reversión de valores vencidos. (Ordóñez, 2015).

La industria óptica no influye de manera positiva en la balanza comercial, pues la misma obtiene sus instrumentos y materia prima de las importaciones. Pero al ser la misma del sector de salud pública se ha disminuido o desaparecido los aranceles de dichos productos o maquinarias, como se explicó en los Factores políticos.

3.5.4 Factores Sociales

Los indicadores positivos y estadísticamente significativos fue la tasa de desempleo. Ecuador tiene actualmente 332.227 personas desempleadas, o el 26,9% de la población activa. Sin embargo, hace un año la cifra de parados era de 88%. Esto significa que Ecuador tiene 49.57 desempleados menos. (UNIVERSO, 2022).

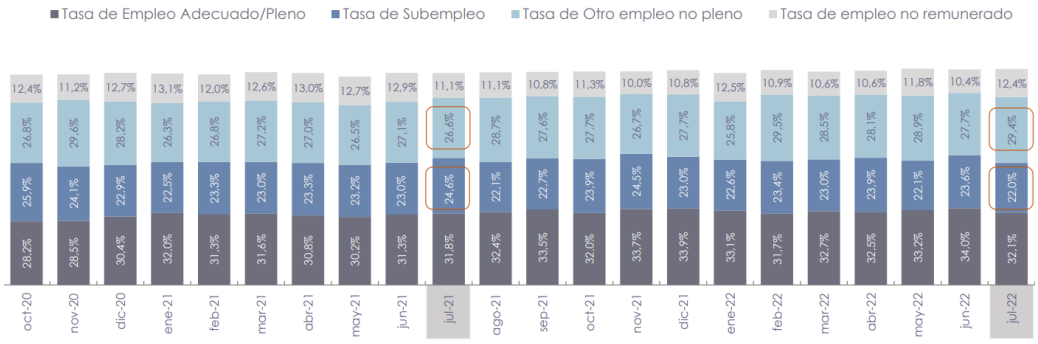


Figura 9 Población ocupada según condición de actividad.
Fuente: (INEC, 2022)

Se estima que la industria óptica no tiene un impacto significativo en la tasa de empleo porque el flujo de trabajo dentro de la óptica permite que lo haga una sola persona. Funciona, pero debido al número limitado de cadenas existentes en Quito (Ordóñez, 2015).

Como se explica, no se necesita de muchas personas para atender una óptica, en este caso podrían ser una vendedora que ayude a mostrar el producto, marcas y beneficios; y la otra que será una profesional de la salud visual, en este caso una optómetra que realice todos los exámenes necesarios para atender al paciente y sacar la medida del lente, pero como se explica hay muchos lugares donde se abren ópticas nuevas como centros comerciales y plazas las cuales ayudan al crecimiento laboral pleno.

3.5.5 Factores Tecnológicos

Las nuevas técnicas optométricas aplicadas a la salud visual, como las aplicadas a la aerometría, el uso de lentes de contacto mediante software topográfico y la adaptación de lentes esclerales, ya están permitiendo una mejor visión y mejorando la salud visual, mejorando la calidad de vida de todos los pacientes con problemas. (Moon, 2017).

La noticia de la llegada se dio a finales de 2021 del colirio para la presbicia que promete eliminar el uso de gafas para la miopía, ha hecho las delicias del público. La aprobación

de la FDA ha demostrado su eficacia con el efecto miótico temporal provocado por el uso de pilocarpina al 1,25% y sus efectos secundarios, molestias leves, cierto grado de borrosidad nocturna, dolores de cabeza, etc. (Rojas, 2022).

Los equipos de diagnóstico, cada vez más autónomos, ofrecen la información que habíamos soñado de cualquier estructura ocular; los lentes oftálmicos diseñados por sofisticados sistemas y máquinas de alta precisión fueron más acogidos, lentes de contacto diseñados para manejar de manera integral condiciones refractivas y oculares fueron presentados y la tecnología remota para establecer comunicación con pacientes y hacer diferentes tipos de evaluaciones empezó a ser usada por más profesionales del continente (Oviedo, 2021).

Como hablan muchos de estos autores, los últimos años han sido muy beneficiosos en los avances tecnológicos en la industria optómetra, pues con el cambio que sufrió todo el mundo donde la mayoría de las actividades se volvieron virtuales, se vio la necesidad de ir más a una óptica donde puedan ayudar a corregir cualquier problema de visión y además dar una protección a la visión para que esta no se vea afectada.

Esto contribuyó a que se realicen nuevas maquinarias más sofisticadas a la hora de realizar un examen visual que sean más personalizadas y que ayuden de mejor manera al paciente; pues el método que se utilizaba antes no tenía tanta tecnología ni sofisticación como la que tienen las maquinarias antiguas.

3.5.6 Factores Ecológicos

Panda es una marca de gafas de sol modernas hechas de bambú sostenible y policarbonato reciclado. Una empresa totalmente comprometida con el nuevo milenio fundada hace apenas un año por estudiantes de la Universidad de Georgetown. (ExpokNews, 2013).

Además de brindar productos de alta calidad elaborados con materiales amigables con el medio ambiente, Panda trabaja con la ONG TOMA Fundación desde sus inicios, y cada vez que alguien compra anteojos, un niño de escasos recursos recibe de regalo un análisis de agudeza visual. (ExpokNews, 2013).

Desde entonces, los científicos han afirmado que solo en los Estados Unidos, entre 6 y 10 toneladas de lentes de plástico ingresan al sistema de alcantarillado a través de cada desagüe. Casi el 20% de los usuarios de lentes de contacto los desechan en inodoros y lavabos. Un total de, 3360 millones de lentes de plástico de un solo uso podrían terminar

en las aguas residuales de EE. UU. como contaminación por microplásticos. (Chavarrías, 2019).

Para poner fin a este dilema, Johnson & Johnson, el fabricante médico, el fabricante médico y la empresa de reciclaje Terra Cycle se unieron para lanzar el plan de reciclaje de lentes de contacto ACUVUE, el cual fue el primer programa a nivel nacional gratuito en el Reino Unido, el cual permite a las personas reciclar los lentes de contacto que ya no usan. Con el objetivo es disminuir los residuos plásticos en los vertederos y en el agua. Planeamos proporcionar más de 1,000 centros de reciclaje públicos para la eliminación de estos artículos (Chavarrías, 2019).

Como hemos podido observar, uno de los puntos más importantes para la sociedad en la actualidad es que tan ecológicos son los productos que se ofrecen, cuanto daño hacen al medio ambiente, esto por la sobreexplotación de este y por los cambios climáticos que se vive en las épocas actuales.

Debido a esto hemos descubierto que para la industria óptica se han realizado campañas para que los residuos de productos provenientes de una óptica no contaminen más al medio ambiente, además se han sacado nuevos productos que son gentiles con el medio ambiente como son marcos de bambú o corcho lo cuales duran más y su biodegradación es rápida con respecto a los de plástico.

3.5.7 Factores legales

El Código de Salud, establece en varios artículos, disposiciones relativas al ejercicio de las profesiones médicas, afines, por lo que las medidas que formulan están encaminadas a la atención y protección de la salud tanto individual y también colectiva. (Colegio Optometrista de Pichincha, 2014).

La optometría se ha convertido en una actividad muy relacionada con la salud, la cual estudia las propiedades óptimas del ojo, la curvatura corneal, las lentes, los defectos o errores de reparación, la miopía, la hipermetropía, la presbicia, el astigmatismo, etc. Se necesita una normativa que regule la práctica de la optometría y que permita la aplicación de las disposiciones legales para la gestión de las ópticas, como locales comerciales, en ejercicio de los atributos legales que le confiere el inciso c. del artículo 78 de la Constitución de la República (Colegio Optometrista de Pichincha, 2014).

Según el reglamento para poder ejercer el ejercicio de optometría y el funcionamiento de centros optométricos, ópticas y talleres de óptica; nos da indicaciones claras de lo que se debe hacer para poder implementar cualquiera de estos negocios ya mencionados, en donde se ayuda a seguir los reglamentos que han sido establecidos para dar un buen servicio que ayude a la salud de todos los usuarios.

Hay diversos documentos que deberás presentar antes el Ayuntamiento y la Consejería de Salud. Estos suelen tener pequeñas variaciones de acuerdo con la Comunidad Autónoma a la que pertenezcas. (Núñez, 2022).

En este caso la documentación solicitada es la licencia de Actividad y Obras. Esta debe ser realizada por un técnico cualificado, en la cual deben recogerse cada uno de los aspectos técnicos de forma que el local pueda cumplir con la legislación actual (Núñez, 2022).

Estos son algunos de los requerimientos legales que se tiene para poder abrir una óptica que cumpla con las leyes actuales de la constitución, esto para poder abrir la óptica y dar un servicio de buena calidad.

3.5.8 Entorno Específico

3.5.8.1 Competidores

- GMO

Sabemos que el cuidado visual es de los aspectos más importantes de la salud para muchas personas. Ciertas condiciones visuales pueden presentarse en cualquier momento y aumentar a lo largo del tiempo. Es por esto, que entendemos la urgencia de nuestros clientes y ponemos a disposición iniciativa y el fuerte compromiso con la prevención y el cuidado de la visión. Agenda tu cita para realizarte tu examen visual con nuestros optómetras (GMO, 2022).

Dirección: Av. Pedro Vicente Maldonado, Quito 170146
Teléfono: 098 630 4375

Figura 10. Logo comercial GMO
Fuente: (GMO, 2022).

- Vista para Todos

VISTA PARA TODOS es una organización no gubernamental legalmente establecida en Ecuador hace 21 años bajo el Acuerdo de Ministros de Salud 29 8. A lo largo de su historia, ha enfocado sus servicios y apoyo social a los grupos de menores ingresos del país. (Fundación Vista para todos, 2022)

Dirección: Av. Pedro Vicente Maldonado, Quito 170701

Teléfono: 02 297 5714



Figura 11: Logo comercial Fundación vista para todos
Fuente: (Fundación Vista para todos, 2022)

- Mega Comisariato Óptico

Óptica al cuidado de la salud visual en manos de los mejores profesionales. Contamos con una variedad de lentes y marcos (Mega comisariato óptico, 2022)

Dirección: Av. Maldonado S48-321 y Julio Andrade

Teléfono: 099 5131 765/ 02 269 8222



Figura 11: Logo comercial Mega comisariato óptico

Fuente: (Mega comisariato óptico, 2022)

- Óptica Caleb Visión

Somos una óptica caracterizada en el servicio humanitario (Óptica Caleb Visión, 2022)
Dirección: Av. Quitumbe Ñan y General Julio Andrade sector Nueva Aurora
Teléfono: 095 899 5966



Figura 12: Logo comercial Óptica Caleb visión
Fuente: (Óptica Caleb Visión, 2022)

3.5.8.2 Clientes

La óptica tendrá una amplia selección de clientes, las cuales serán personas naturales de todas la edad, clases sociales y sectores de la ciudad de Quito; las cuales buscarán servicios y producto de buena calidad que sean duraderos y que se ajusten a la economía de cada familia.

Los mismos que llegaran a nosotros para solucionar sus problemas visuales y averiguar qué diagnóstico tienen, para indagar la mejor opción y recomendación de la óptica, además, a los mismos se le dará una solución a largo plazo y para que puedan seguir un tratamiento apropiado para cada caso en la Óptica.

Estos podrán invertir en su salud sabiendo que la mayor parte del proceso de la creación del lente y la puesta en el marco se llevará a cabo por parte de la óptica y pueden estar seguros de que se realizará con la mayor eficiencia y eficacia posible, también se utilizará la mejor tecnología posible para realizar este proceso.

3.5.8.3 Proveedores

- **OPTEC**

El cual menciona que son 25 años contribuyendo a la salud visual, procesando lentes oftálmicos, con tecnología y calidad, apoyando al desarrollo profesional y los emprendimientos de las ópticas en todo el país (OPTEC, 2022).

Dirección: José María Ayora N39-151 y Vicente Cárdenas.
Teléfono: 02.225-5901/02.225-4049



Figura 13: Logo comercial OPTEC
Fuente: (OPTEC, 2022)

- **ANBLICk**

Somos un laboratorio óptico, abrimos nuestras puertas en Ecuador para convertirnos en el aliado ideal para su óptica, nuestro portafolio ofrece soluciones visuales a precios justos; contamos con la última tecnología en maquinaria disponible en el mundo, así aseguramos la mejor calidad en nuestros productos (ANBLICK, 2022).

Dirección: Versalles y Bolivia esquina
Teléfono: 02 2523642/098 126 8844



Figura 14: Logo comercial ANBLICK
Fuente: (ANBLICK, 2022)

- **Restrepo Comercial**

Trabajamos con las mejores marcas a nivel mundial y nos sentimos orgullosos de ser distribuidores certificados en Ecuador, la ética profesional nos ha permitido generar un impacto en la comunidad de la salud, pues quienes utilizan nuestros productos tienen la garantía de ofrecer excelentes resultados a sus pacientes; somos una empresa con propósito, de eso habla cada una de nuestras acciones, trabajamos con enfoque directo en nuestro cliente interno y externo (Restrepo Comercial, 2022).

Dirección: Av. Eloy Alfaro N32-543 y Shyris Edificio Nuevolar Piso 11.
Teléfono: 02 246 2868



Figura 15: logo comercial Restrepo Comercial
Fuente: (Restrepo Comercial, 2022)

- INDULENTES

Indulentes ofrece las mejores soluciones al óptico ecuatoriano asegurando su satisfacción con calidad y tecnología en el tiempo de entrega establecido (INDULENTES LABORATORIO DIGITAL, 2022).

Dirección: Vicente Duque N73-85 y José Andrade.
Teléfono: 1800 999 999



Figura 16: Logo Comercial Indulentes.
Fuente: (INDULENTES LABORATORIO DIGITAL, 2022).

- FUNDACIÓN VISUAL

Fue creada jurídicamente en Quito – Ecuador en diciembre del 2005 por su gestor Tnlgo en Optometría Médico Byron Góngora Albuja; regulada por el Ministerio de Salud cuyo acuerdo ministerial es el 0274-19B y por el Ministerio de inclusión Economía y Social (MIES) con acuerdo Ministerial No. 0592 (Fundacion Visual, 2022).

Dirección: Av. 10 de agosto N24-102 y Luis Cordero (Edif. Gamma)
Teléfono: 02 2501 501



Figura 17: Logo Comercial Fundación visual.
Fuente: (Fundacion Visual, 2022)

3.6 Análisis de datos

3.6.1 Planificación

3.6.1.1 Análisis Interno

3.6.1.1.1 Segmentos de Mercado

Los principales clientes que nosotros vamos a tener son las personas que sufran de algún problema visual que necesiten de lentes con medida, estos podrán ser cualquier tipo de persona de una edad de más de 3 años.

Además, nuestros clientes van a tener una economía media-baja, pues se le ofrecerá buenos productos a un precio cómodo y de ser posible.

Propuesta de Valor

Se ofrecerá al cliente productos novedosos, que se encuentren a la moda, de un coste bajo y que cumplan con sus expectativas de calidad.

Además, se estregará el producto de una manera más fácil y rápida, debido a que se cuenta con todas las maquinarias necesarias para realizar los lentes y el proceso productivo del lente se llevará a cabo más rápido.

Así, ayudaremos a nuestros clientes a solucionar sus problemas visuales de una manera personalizada y dando un servicio y producto de calidad con durabilidad garantizada que se ajuste a la economía de cada cliente.

Canales

Los canales que nosotros usaremos serán físicos y digitales, en los físicos tendremos la atención en el establecimiento y en lo digital tendremos nuestras páginas en todas las redes sociales, tanto Instagram como Facebook se dará información sobre la empresa y además se compartirá promociones las que se ofrecerá en fechas festivas; también contaremos con Tik Tok en el cual se hará promociones publicitarias para llamar la

atención de los clientes y crecer en el mercado; por ultimo usaremos WhatsApp para comunicarnos directamente con nuestros clientes.

Relaciones con los clientes

La relación que se va a tener con el cliente va a ser de una forma personalizada, pues se observará la necesidad de casa usuario y se recomendará el uso del producto según sea el caso.

También los clientes podrán comunicarse con nosotros a través de las redes sociales en las cuales podemos atender a cualquier duda existente, además se tendrán números telefónicos que al igual que las redes sociales nos ayudarán para comunicarnos directamente con nuestros clientes así para tener una mejor y buena comunicación.

Fuentes de ingresos

Los ingresos se van a generar cuando nosotros realicemos la venta de los productos que en este caso serían los lentes, esto gracias a nuestros precios que serán cómodos para cualquier tipo de cliente que desee adquirir alguno de nuestros lentes, esto lo generará el asesor de ventas el cual es el encargado de vender los productos y dar el mejor precio posible a todos los clientes que lo deseen.

Recursos clave

Los recursos que se utilizarán en el negocio primero será un local en el cual se atenderá y venderá, también instrumentos oftalmológicos como puede ser: set de diagnóstico, Retinoscopio, oftalmoscopio, retro iluminador, caja de pruebas, Lensometro manual, auto refractómetro, pantalla con test y biselador automático.

En los recursos humanos tendremos que disponer de un optómetra y de un asesor de ventas los cuales serán los encargados de llevar todo el local.

Actividades clave

Atender al cliente de una manera personalizada hasta el final lo cual sería la entrega de los productos, elaborar un plan de marketing que ayude al emprendimiento a ser reconocido para que llegue más gente al mismo.

Mantener un monitoreo de los clientes que han sido atendidos para posibles compras a futuro, el cual se realizará por medio de nuestras redes sociales, además se utilizarán para subir contenido de interés sobre las actividades realizadas en el establecimiento.

Se va a realizar la compra de nuestra materia prima la cual nos ayudará a ofrecer en mejor producto posible a nuestros consumidores, esto lo compraremos a los mayores proveedores de la ciudad de Quito.

También tendremos que realizar los respectivos mantenimientos y revisiones a todos los equipos que utilizamos para realizar exámenes visuales y biselado de lentes para asegurarnos que todos nuestros procesos se llevarán a cabo de la manera más eficiente posible.

Asociaciones clave

Los socios clave que se pueden determinar para este negocio son los proveedores de lentes los cuales se encargan de suministrarlo al negocio para que así nosotros podamos trabajar con los mismos y dar un producto personalizado a los clientes.

Otros socios clave son las clínicas privadas o centros de atención medica pues podemos compartir un espacio juntos para que los clientes en común puedan beneficiarse al tratarse en la óptica o clínica y así compartir clientela.

Las redes sociales, aquí vamos a promocionar todos nuestros productos para darnos a conocer en el mercado, tener crecimiento y alcanzar un reconocimiento en el mercado.

Estructura de Costos

Los costos más importantes o de mayor rango serían los sueldos de las personas que van a trabajar en el negocio, tanto el optómetra como el asesor de ventas, se necesita de las dos personas para poder llevar a cabo el proyecto.

Además, si no se cuenta con un local propio tendremos como costo fijo los servicios básicos e internet y, los demás costos variables serán los lentes que se usarán y los marcos que se deberán comprar a los proveedores pues estos son fundamentales para el giro de negocio propuesto.

Por último, otro de los costos fundamentales que vamos a tener es el mantenimiento preventivo de todas nuestras maquinarias para que siempre estén trabajando de manera óptima en beneficio de entregar el mejor servicio a nuestros clientes.

Lienzo del Modelo de Negocio

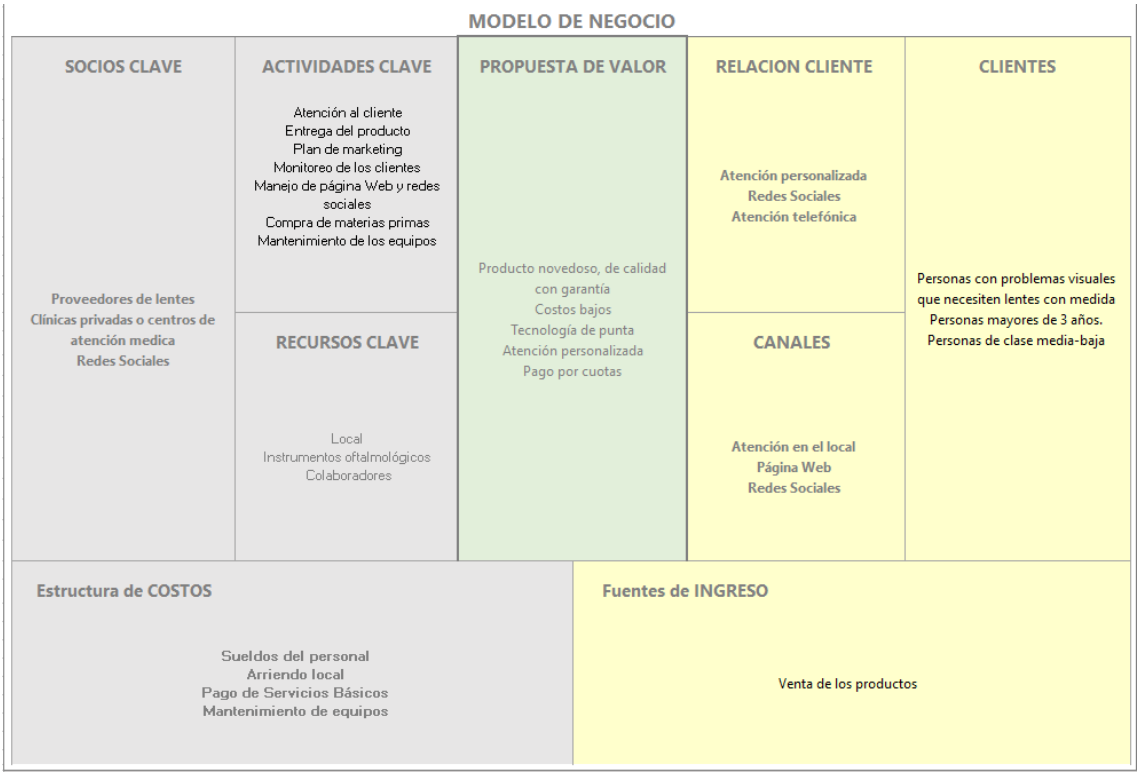


Figura 18: Modelo de negocio

3.7 Planeación o Formulación Estratégica

3.7.1 Misión

Ayudar a corregir problemas visuales con la atención de profesionales altamente capacitados y la ayuda de equipos de última tecnología que permiten entregar un diagnóstico garantizado a nuestros clientes.

3.7.2 Visión

Ser para el 2027 una óptica que lidere el mercado en el sur de la ciudad de Quito

3.7.1.1.1 Valores de la empresa

- Puntualidad
- Transparencia
- Tolerancia
- Respeto
- Responsabilidad

Objetivos Estratégicos

Perspectiva Financiera/Clientes

LÍDER DE PROYECTO:	Felipe Mosquera	**ÁMBITO:**	Financieros y Clientes	**ESTRATEGIAS:**	3
APOYO DEL PROYECTO:	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira			**AVANCE DE ESTRATEGIAS:**	0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE DE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%			
1	Importar directamenye los materiales para la optica como lentes, jafas, marcos y estuches para el 2027	1	Realizar estudios de mercado para saber la demanda y tendencia de los clientes.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	ene.-23	dic.-27	X					X					0%	Recurso Propio	
		2	Generar alianzas estratégicas con empresas fabricantes de productos que se encuentren fuera del país.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	ene.-23	dic.-27	X					X					0%	Recurso Propio	
		3	Cotizar medios de transporte para la entrega del producto.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	ene.-23	dic.-27	X					X					0%	Recurso Externo	
		4	Revisión y aprobación de la calidad del producto recibido.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	ene.-23	dic.-27	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
2	Abrir una sucursal en el sector Norte o Valles de la ciudad de Quito para el año 2025.	5	Análisis de mercado donde se va a situar la sucursal.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-25	X					X					0%	Recurso Propio	
		6	Realizar evaluaciones de conocimiento y experiencias a los nuevos colaboradores que deseen trabajar con nosotros.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-25	X					X					0%	Recurso Propio	
		7	Mantener un control de calidad del producto final.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-25	X					X					0%	Recurso Propio	
		8	Tener buenaos ingresos en la sucursal principal.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-25	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
3	Incrementar las ventas en un 25% para el año 2025.	9	Optimizar nuestros recursos.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-25	X					X					0%	Recurso Propio	
		10	Brindar un valor agregado en los servicios que ofreceremos.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-25	X					X					0%	Recurso Propio	
		11	Ampliar y actualizar nuestra maquinaria.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-25	X					X					0%	Recurso Externo	
		12	Aumentar el personalde ventas de la óptica	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-25	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
3	Número total de actividades:	12				% DE AVANCE TOTAL:											0%		

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Felipe Mosquera	Antony Secaira- Gerente de Finanzas	Antony Secaira- Gerente de Finanzas
Gerente General	Jonathan Salas - Gerente de Marketing y Ventas	Jonathan Salas - Gerente de Marketing y Ventas

Figura 19: Perspectiva Financiera/Cliente

Perspectiva Procesos Internos

LÍDER DE PROYECTO:	Felipe Mosquera	**ÁMBITO:**	Procesos Internos	**ESTRATEGIAS:**	5
APOYO DEL PROYECTO:	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira			**AVANCE DE ESTRATEGIAS:**	0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE DE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%			
FINANZAS																			
1	Registrar y ordenar toda la información contable para planificar inversiones futuras.	1	Registro diario de las transacciones financieras de la óptica.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		2	Realizar arqueos de caja diario por la persona responsable.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		3	Tener la facturación electrónica al día.	Felipe Mosquera	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
MARKETING																			
2	Lograr que la empresa sea reconocida y tenga un mayor poscicionamiento en el mercado en el Sector sur de Quito.	4	Realizar publicidad masiva en redes sociales.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		5	Analizar los sectores comercializan nuestro producto.	Felipe Mosquera	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		6	Realizar promociones por fechas festivas y descuentos.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		7	Realizar estudios de mercado y tendencias.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
VENTAS																			
3	Establecer un plan detallado de estrategias de ventas.	8	Medición del número de ventas.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		9	Analizar balances de ingresos y gastos.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		10	Dar información detallada de los servicios y productos que ofrecemos	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		11	Evaluación de los ingresos que tiene la empresa.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
PRODUCTIVIDAD																			
4	Establecer un control de calidad de los productos y servicios.	12	Analizar el producto terminado.	Felipe Mosquera	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		13	Verificar fallas al producto terminado.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		14	Evaluar el servicio ofrecido a los clientes	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
LOGISTICA																			
5	Establecer un plan detallado de los pedidos y producción.	15	organización adecuada para los pedidos de lentes	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		16	Realizar un seguimiento sobre los pedidos efectuados	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		17	Evaluar el tiempo que se demora el producto en llegar a la óptica	Felipe Mosquera	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
6	Número total de actividades:	17				% DE AVANCE TOTAL:											0%		

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Antony Secaira	Felipe Mosquera	Felipe Mosquera
Gerente de Finanzas	Gerente General	Gerente General

Figura 22: Perspectiva Procesos Internos

Perspectiva Aprendizaje y Crecimiento

LÍDER DE PROYECTO:	Felipe Mosquera
APOYO DEL PROYECTO:	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira

ÁMBITO:	Aprendizaje y Crecimiento

ESTRATEGIAS:	4
AVANCE DE ESTRATEGIAS:	0%

No	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECH A FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE DE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%			
1	Desarrollar un Plan de capacitación con temas de mejoramiento de servicio al cliente para fortalecer hábitos de comportamiento en el servicio.	1	Realizar encuestas de satisfacción del cliente.	Felipe Mosquera/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		2	Efectuar control de calidad de nuestros productos y servicios.	Felipe Mosquera	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		3	Generar un espacio en nuestras redes sociales para que la gente de su opinión sobre la atención	Felipe Mosquera/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		4	Tener un codigo QR con una encuesta de satisfacción	Felipe Mosquera	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
2	Establecer un sistema de méritos para estimular al personal en su desarrollo personal y profesional.	5	Analizar los puestos y las funciones que la óptica necesita.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		6	Evaluar el desempeño de los colaboradores con los objetivos cumplidos.	Felipe Mosquera/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		7	Llevar un control de los roles de pagos de los empleados.	Felipe Mosquera	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		8	Realizar actividades recreativas para los colaboradores fuera de la optica	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
3	Establecer un sistema de comunicación adecuado entre jefes y el personal para mejorar la coordinación de las actividades diarias.	9	Realizar capacitaciones al personal.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		10	Creación de un reglamento interno de la imprenta.	Felipe Mosquera	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		11	Enviar notificaciones a todos los colaboradores con los aspectos mensuales más importantes.	Felipe Mosquera/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		12	Fortalecer la cominucacion mediante redes y correo electronico	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
4	Elaborar un sistema de indicadores de gestión para evaluar la labor del personal de la empresa.	13	Evaluación del personal a través del nivel de desempeño.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		14	Realizar test online para los colaboradores de la óptica	Felipe Mosquera	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		15	Revisión de las pruebas elaboradas.	Felipe Mosquera/Antony Secaira	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
		16	Generar indicadores del desempeño laboral del personal.	Felipe Mosquera	ene.-23	dic.-23	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
4	Número total de actividades:	12				% DE AVANCE TOTAL:											0%		

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jonathan Salas	Antony Secaira	Felipe Mosquera
Gerente de Marketing y Ventas	Gerente de Finanzas	Gerente General

Figura 23: Perspectiva Aprendizaje y Crecimiento

Matriz FODA

Estrategias - MATRIZ FODA				
FODA	**Oportunidades**		**Amenazas**	
	Bajos aranceles para importación de maquinaria e insumos optometrías Alianzas con centros de salud o clínicas privadas Mayor uso de tecnología en la sociedad Mercado mal atendido en el sector Sur Variedad de proveedores con distintos precios		Inestabilidad política creación de negocios similares Grandes competidores en el mercado Competencia agresiva de precios Requerimientos legales estrictos	
Fortalezas	**Estrategias OFENSIVAS**		**Estrategias DEFENSIVAS**	
Mayor equipamiento que la competencia	1	Comprar maquinaria a bajos precios	1	Comprar seguros para el equipo nuevo
Profesionales con amplio conocimiento en la rama	2	Crear alianzas que beneficien a nuestros colaboradores	2	Tener conocimiento sobre el mercado al cual se ingresa
Estrategia de precios bajos ante la competencia	3	Tener bajos precios con productos de calidad	3	Dar mejores precio y ofertas que la competencia
Proceso de producción mas eficiente	4	Promocionar el negocio por redes sociales brindando informacion necesaria	4	Diferenciarse de las nuevas ópticas por procesos automatizados
Creación de redes sociales			5	Seguir todos los requerimientos que imponga la ley
Debilidades	**Estrategias REORIENTACIÓN**		**Estrategias SUPERVIVENCIA**	
Marca poco conocida	1	Escoger a los proveedores que ofrezcan los mejores precios	1	Apoyarnos en los socios estratégicos que tengamos
Recursos financieros limitados	2	Comprar la maquinaria necesaria e imprescindible	2	Sacar el máximo provecho a todos los quipos comprados
Empresa nueva en el mercado	3	Aplicar estrategias de marketing en el negocio	3	Aprender que esta haciendo bien la competencia
No se cuenta con un local propio	4	Comprar un local propio a futuro		

Figura 24: Matriz FODA

Cadena de Valor

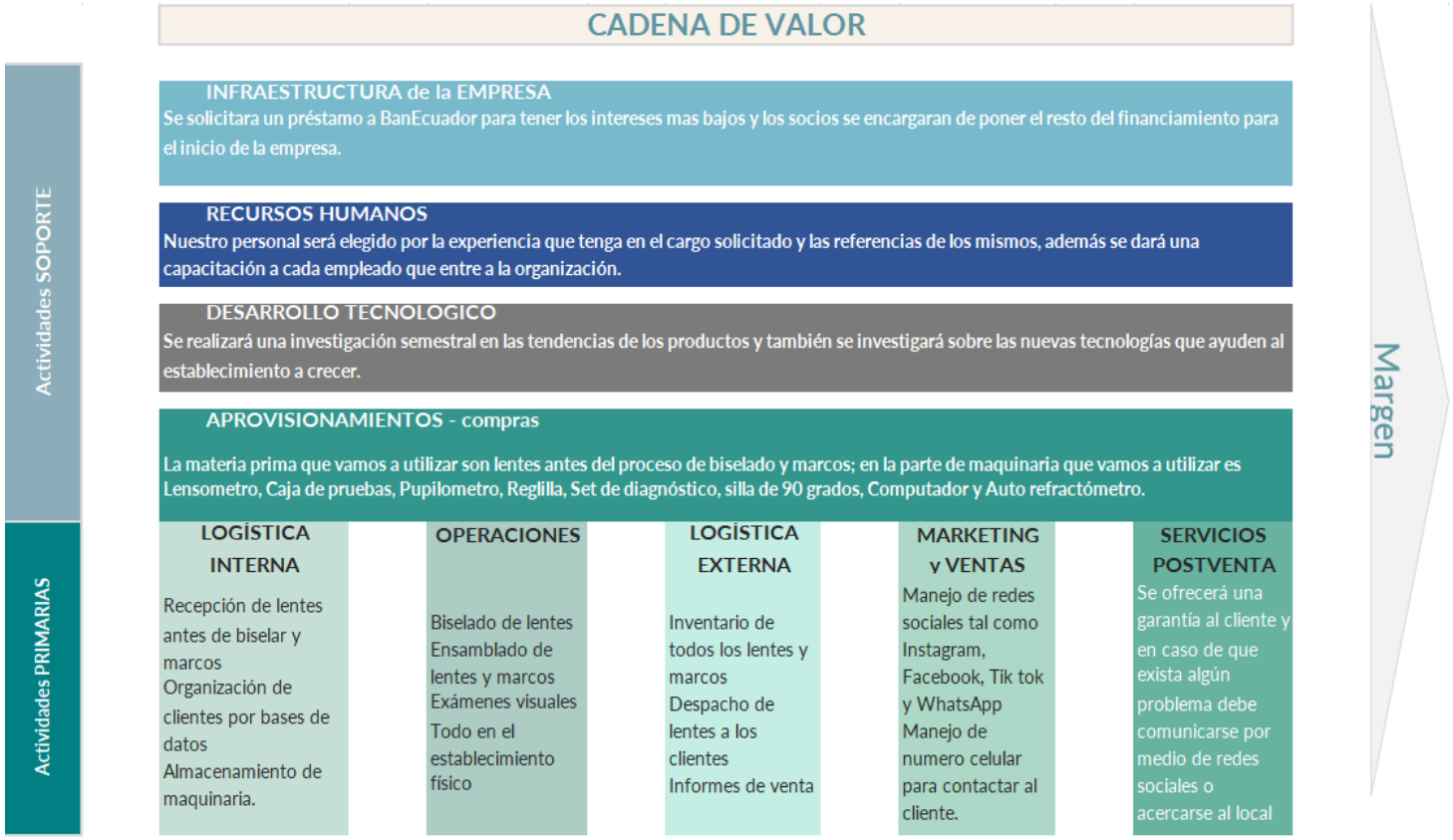


Figura 25: Cadena de Valor

Acciones Estratégicas

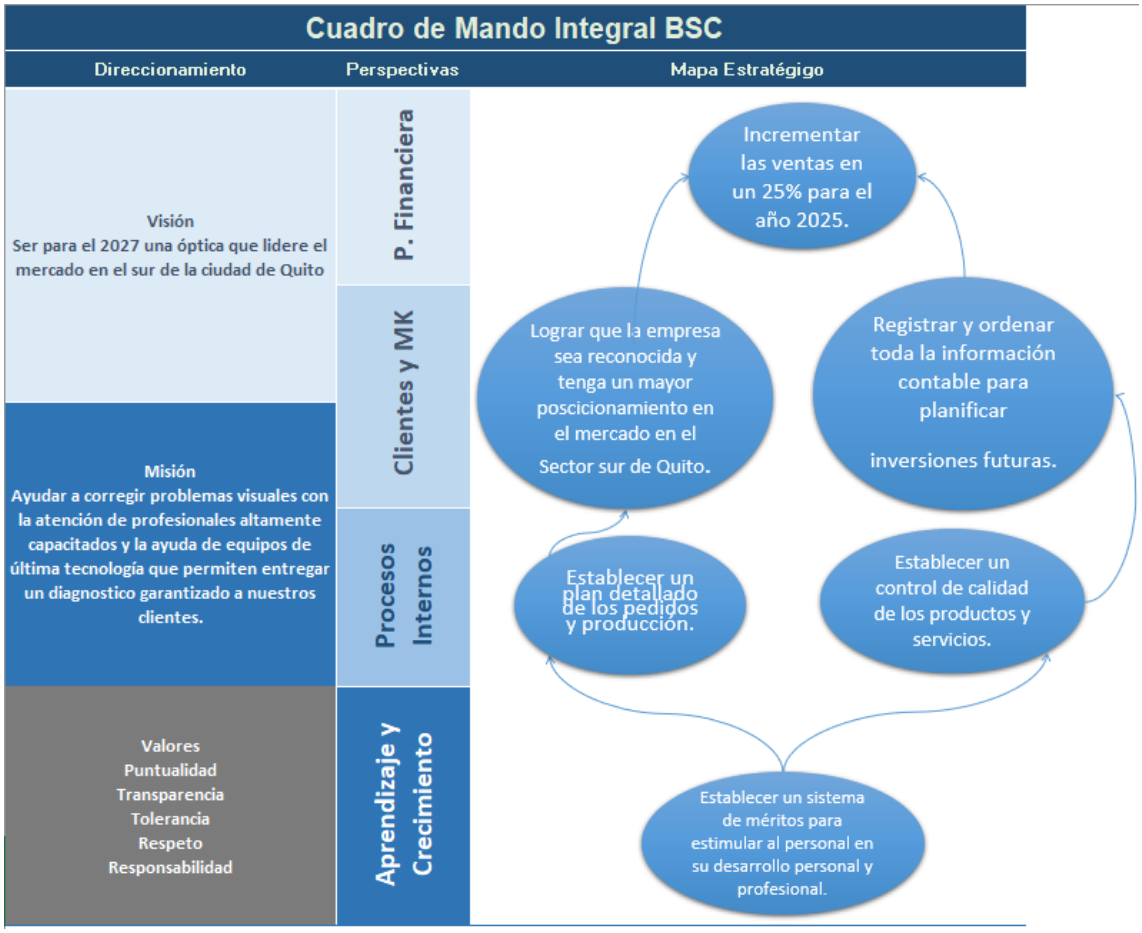


Figura 26: Acciones Estratégicas

Políticas Administrativas

- Se realizará estudios semestrales sobre la demanda o tendencia de productos que buscan los clientes,
- Se buscará a los mejores proveedores para generar alianzas.
- El precio de los productos será analizado mensualmente para ofrecer los mejores precios a los clientes.
- Se revisará cada uno de los productos que se fabriquen para su liberación al cliente.
- Se llevará acabo un registro semanal de las ventas realizadas.
- Se evaluará el proceso productivo de nuestros productos.

- La administración se encargará de revisar si se puede optimizar los recursos en algún proceso.
- La administración llevara a cabo informes semestrales sobre el estado de las maquinarias.
- Se llevará acabo un registro de todos los movimientos financieros de la óptica.
- La administración tendrá un control diario de la facturación de la organización
- La administración se encargará de presentar todos los balances financieros necesarios para su aprobación.
- Se hará un registro semanal de todas las retenciones producidas por la óptica.
- Los documentos mas importantes e originales tendrán que tener una organización alfabética y por fechas.
- La administración se encargará de dar cursos a los colaboradores para que estos se mantengan informados.
- Se realizan pruebas a todo el personal donde se refleje el cumplimiento de los empleados y su aptitud para las tareas que realizan.
- La administración se encargará de por lo menos una vez al mes preparar una actividad fuera del horario de trabajo y del establecimiento.

Para Empleados

- Todos los colaboradores de la óptica ingresaran a las 08:00 a.m. y tendrán una hora de almuerzo que será de 01:00 p.m. a 02:00 p.m. y su jornada terminara a las 06:00 p.m.
- Todos los colaboradores deberán estar uniformados correctamente.
- Todo el personal deberá presentar un informe de las actividades que realizan mensualmente.
- Todos los colaboradores deberán asistir a la empresa de lunes a sábado en lo horarios establecidos.
- Los colaboradores que realicen horas extra deben reportarlas con el supervisor para que sean aprobadas.
- Todos los colaboradores deben seguir las normas de higiene que tenga la organización.
- Los colaboradores deben presentar un informe con las funciones y proyectos que realizaran semestralmente.

- Cada proceso que realicen los colaboradores se someterá a evaluaciones periódicas.
- Todos los colaboradores deberán presentar una justificación en caso de no asistir al establecimiento por enfermedad.

Para Clientes

- Los clientes deberán darnos sus datos para ofrecer un mejor servicio al momento de realizarles exámenes visuales.
- Los clientes podrán dejarnos sus sugerencias mediante un código QR que les dirigirá a una página web.
- Nuestros clientes tendrán la opción de comunicarse directamente con nosotros por medio de nuestras paginas web en caso de algún requerimiento.
- Se enviará a los clientes una encuesta de satisfacción para que puedan calificar nuestros productos y servicios.
- Se tendrá clientes espías que nos ayuden a evaluar nuestro servicio.
- Los clientes podrán darnos su opinión sobre nuestro producto después de un mes de uso.

Para Proveedores

- Todos nuestros proveedores serán sometidos a cuestionarios de calidad.
- Se escogerá a los mejores proveedores que nos brinden la materia prima mediante una calificación y evaluación.
- Todos los desabastecimientos de la empresa deberán ser documentados.
- Los proveedores serán sometidos a un control sobre el tiempo de entrega.
- Se verificará y evaluará la calidad de todos los productos que nos entreguen los proveedores.
- Se realizará un control mensual de todos los productos de proveedores que tengamos en nuestro inventario.
- Las entregas de materia prima hechas por los proveedores serán registradas y archivadas.
- Se realizará una evaluación a los precios de los proveedores semestralmente para ver si existe algún cambio.

3.7.3 ORGANIZACIÓN

Organigrama Estructural

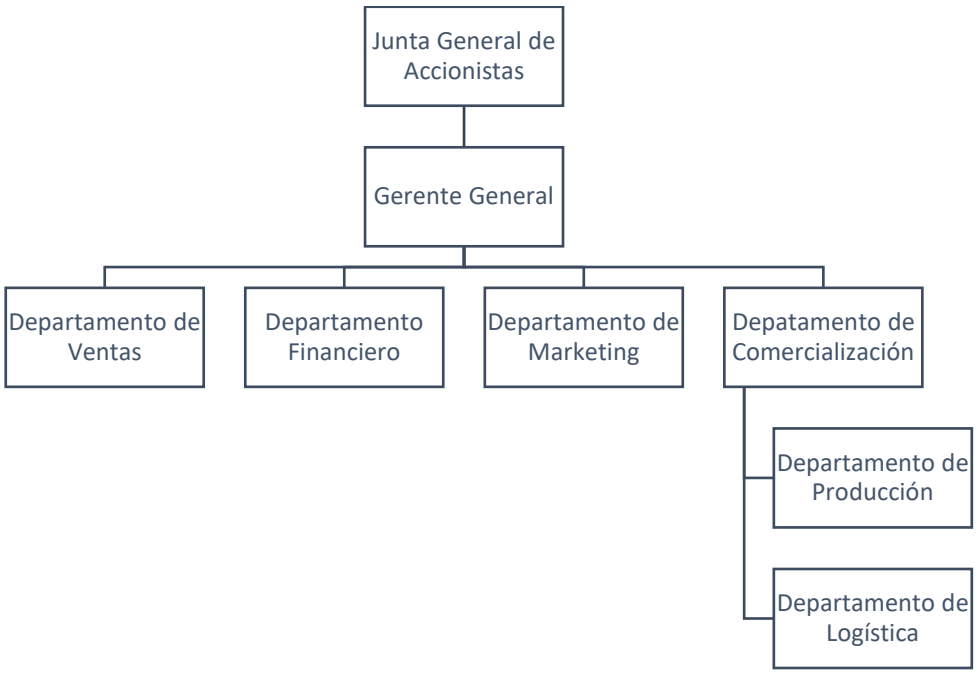


Figura 27: Organigrama Estructural

Organigrama Funcional

Junta General de Accionistas

- Tomar las decisiones que ayuden a la empresa.
- La transformación o fusión de la sociedad.
- Posibles ampliaciones de capital.
- Nombramiento de administradores o auditores externos.
- Disolución de la sociedad.
- Aprobación de cuentas anuales.
- Distribución de resultados.
- Evaluar la situación de la empresa.
- Recibir información anual de todo lo generado por la institución.
- Presentar las perspectivas futuras de la empresa.

Gerente General

- Implementar un sistema de gestión sustentado en la mejora continua.
- Mantener un óptimo sistema de evaluación y control.
- Representar a la Empresa ante las autoridades civiles, judiciales, organizaciones y la sociedad civil en general.
- Desarrollar proyectos necesarios para la óptima conducción de la empresa.
- Tener conocimiento en todos los ámbitos administrativos de una empresa.
- Mantenerse al tanto de los cambios tanto económicos y políticos que afecten a la organización.
- Familiarizarse con la industria de las ópticas y con el crecimiento de este sector en la ciudad de Quito.
- Analizar las cifras de la empresa, para decidir que camino va a tomar la misma.
- Dar seguimiento a los proyectos planteados y analizar si los mismo están cumpliendo las metas propuestas.
- Proponer metas al largo plazo que se ajusten con la organización
- Disponer de una buena cultura organizacional, dando ejemplo como Gerente General de la empresa.

Departamento de Ventas

- Conocer a fondo los productos y servicios ofrecidos por la empresa.
- Capacitarse en el servicio al cliente para que el mismo tenga una buena experiencia.
- Analizar precios con los que el mercado maneja en la actualidad.
- Tener en cuenta el feedback obtenido de parte de los clientes.
- Crear metas y objetivos realistas que ayuden al crecimiento de la organización.
- Controlar como se realiza las ventas hacia los clientes para saber si han salido satisfechos del establecimiento.
- Mantener un monitoreo post venta para tener una buena comunicación con el cliente para el crecimiento de la empresa.
- Actualizarse sobre nuevas modas y tendencias del mercado.

- Implementar herramientas para aumentar la productividad del equipo.
- Realizar las ventas de una manera ágil y bien estructurada para reducir la pérdida de tiempo.

Departamento Financiero

- Realizar las cancelaciones de las obligaciones económicas de la empresa.
- Hacer un presupuesto financiero que ayuden a medir la situación económica de la organización.
- Gestionar las partidas de ingresos y gastos que pueda tener la compañía.
- Estructurar de forma conveniente los planes financieros.
- Realizar el pago a los colaboradores de la organización.
- Saber gestionar cuando aparezcan problemas económicos y poseer soluciones oportunas e integrales.
- Planificación y control de las inversiones a corto y largo plazo, es decir en activos.
- Llevar contabilidad de una manera clara, ordenada y transparente donde se evidencie todos los movimientos de la empresa.
- Realizar un plan financiero a largo plazo que se ajuste con la economía del sector.
- Analizar y controlar gastos y costos de la organización, rebajarlos si es posible y necesario.

Departamento de Marketing

- Analizar las necesidades de los consumidores que se pueden convertir en potenciales clientes de la empresa.
- Tener conocimiento de las nuevas modas o tendencias de la industria de las ópticas en la ciudad de Quito.
- Crear canales de comunicación digitales donde se promueva el negocio.
- Realizar campañas publicitarias en las redes digitales que llamen la atención de los usuarios.
- Conocer preferencias, deseos y hábitos o comportamientos de nuestros clientes.
- Analizar a la competencia con el finde prever las acciones que tomaran y localizar puntos débiles que ayuden a la mejora de la empresa.

- Tener en cuenta el público target de la industrial para enfocarnos en el mismo y tener una ventaja sobre la competencia.
- Recopilar datos sobre el público objetivo, para formular estrategias que permitan alcanzar los objetivos propuestos.
- Encargarse de compartir la información sobre la situación y sus acciones al resto de personal para que la empresa siempre esté al corriente.
- Investigar periódicamente los cambios de tendencias en los clientes y en los productos que se van a ofrecer.

Departamento de Comercialización

El Departamento de Comercialización está dividido en dos partes y son las siguientes:

Departamento de Producción

- Controlar la calidad de todos los lentes que sean biselados.
- Medir el tiempo en el cual un lente se puede biselar y ver si el mismo puede ser más corto
- Controlar la higiene y seguridad para que ningún producto sea contaminado ya que este lo va a usar una persona de manera cotidiana.
- Observar todos los productos que se tengan en inventario y obtener más de ser necesario
- Analizar y actualizar los instrumentos que se utilizan para a producción de lentes y observar si los mismos son los adecuados.
- Estudiar nuevas inversiones que mejoren la tecnología de los implementos necesarios.

Departamento de Logística

- Recoger todas las órdenes de compra de los clientes para su respectiva producción.
- Tener una organización adecuada para los pedidos de lentes que aún no han sido biselados, con las respectivas distribuidoras.

- Realizar un seguimiento sobre los pedidos efectuados y el tiempo que se demoraran en llegar a la empresa.
- Organizar y clasificar los inventarios que se tiene para que los mismo se mantengan actualizados y sea más eficiente al momento de buscar un producto.
- Dar una trazabilidad del producto para saber el trayecto que el producto ha recorrido desde su fabricación hasta el cliente final.

3.8 CONTROL

3.8.1. Monitoreo Administrativo

LÍDER DE PROYECTO:	Felipe Mosquera
APOYO DEL PROYECTO:	Jonathan Salas/Antony Secaira
MONITOREO:	Administrativo Empresarial

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Realizar estudios de mercado para saber la demanda de los clientes.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	X					X	
2	Generar alianzas estratégicas con proveedores	Felipe Mosquera	X			X			
3	Brindar el mejor precio posible a los clientes	Felipe Mosquera	X					X	
4	Revisión y aprobación de los productos	Felipe Mosquera	X						X
5	Registro del número de ventas.	Felipe Mosquera	X				X		
6	Mantener un control de calidad del producto.	Felipe Mosquera	X						X
7	Optimizar todos recursos posibles .	Felipe Mosquera	X				X		
8	informes sobre el estado de la maquinaria.	Felipe Mosquera	X			X			
9	Registro diario de las transacciones financieras de la optica.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	X						X
10	Tener organizada la facturación electrónica.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	X						X
11	Revisión y aprobación de los balances.	Jonathan Salas	X					X	
12	Llevar un registro de las retenciones realizadas por la óptica.	Jonathan Salas	X						X
13	Archivar todos los documentos originales.	Jonathan Salas	X						X
14	Realizar capacitaciones al personal.	Jonathan Salas	X				X		
15	Realizar pruebas de aptitud y cumplimiento de objetivos a los empleados.	Antony Secaira	X				X		
16	Realizar actividades recreacionales a los colaboradores fuera del horario de trabajo.	Antony Secaira	X				X		

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Felipe Mosquera	Jonathan Salas/Antony Secaira	Jonathan Salas/Antony Secaira
Gerente General	Gerente de Markeing y Ventas/ Gerente de finanzas	Gerente de Markeing y Ventas/ Ger

Figura 28: Monitoreo administrativo

3.8.1.2 Monitoreo Administrativo de Empleados

LÍDER DE PROYECTO:	Felipe Mosquera
APOYO DEL PROYECTO:	Jonathan Salas/Antony Secaira
MONITOREO:	Empleados

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Registro de hora de ingreso y salida del personal en hojas de control	Felipe Mosquera	X						X
2	Uso de mandiles blancos con el logo de la óptica	Jonathan Salas/Antony Secaira	X						X
3	Informe de las actividades que realizaron los colaboradores	Felipe Mosquera/Antony Secaira	X						X
5	Trabajar 8 horas diarias de lunes a sábado	Antony Secaira	X						X
6	Las horas extras deben ser notificadas al Supervisor con las actividades que se realizaron durante ese tiempo	Antony Secaira	X					X	
7	Establecer normas de higiene interna para la óptica	Felipe Mosquera	X					X	
8	Informar al supervisor sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones y proyectos.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	X					X	
9	Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la óptica	Jonathan Salas/Antony Secaira	X					X	
10	El permiso por enfermedad se deberá enviar el requerimiento al área de Recursos Humanos para la aprobación	Felipe Mosquera/Antony Secaira	X				X		

Elaborado por:

Felipe Mosquera

Gerente General

Revisado por:

Jonathan Salas/Antony Secaira

Gerente de Markeing y Ventas/ Gerente de finanzas

Aprobado por:

Jonathan Salas/Antony Secaira

Gerente de Markeing y Ventas/ Gerente de finanzas

Figura 28: Monitoreo Administrativo

3.8.1.3 Monitoreo Administrativo de Clientes

LÍDER DE PROYECTO:	Felipe Mosquera
APOYO DEL PROYECTO:	Jonathan Salas/Antony Secaira
MONITOREO:	Clientes

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Creación de una base de datos con información del cliente	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	X					X	
2	Tener un código QR en el local para que los clientes dejen sugerencias	Felipe Mosquera	X						X
3	Generar en las redes sociales de la óptica un segmento de atención al cliente	Felipe Mosquera	X				X		
5	Realizar encuestas periódicas de satisfacción del cliente	Felipe Mosquera	X					X	
6	Tener un comprador espía para realizar una evaluación a la atención por parte del personal	Jonathan Salas/Antony Secaira	X			X			
7	Contactar al cliente después de un mes para saber su opinión sobre el producto.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	X				X		

Elaborado por:

Felipe Mosquera

Gerente General

Revisado por:

Jonathan Salas/Antony Secaira

Gerente de Markeing y Ventas/ Gerente de finanzas

Aprobado por:

Jonathan Salas/Antony Secaira

Gerente de Markeing y Ventas/ Gerente de finanzas

Figura 29: Monitoreo administrativo de cliente

3.8.1.4 Monitoreo Administrativo de Proveedores

LÍDER DE PROYECTO:	Felipe Mosquera
APOYO DEL PROYECTO:	Jonathan Salas/Antony Secaira
MONITOREO:	Proveedores

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Implementación de cuestionarios de calidad a proveedores	Jonathan Salas	X					X	
2	Evaluación y calificación mensual de los mejores proveedores	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	X						X
3	Control de los desabastecimientos	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	X					X	
4	Control del tiempo de entrega de la materia prima a nuestro local	Jonathan Salas	X						X
5	Control de la calidad de materia prima entregada por los proveedores	Jonathan Salas	X					X	
6	Control mensual de inventarios	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	X						X
7	Tener un registro de la entrega del producto por parte de los proveedores	Felipe Mosquera/Jonathan Salas	X						X
8	Control de los costos de los proveedores de la materia prima.	Felipe Mosquera/Jonathan Salas/Antony Secaira	X						X

Elaborado por:

Felipe Mosquera

Gerente General

Revisado por:

Jonathan Salas/Antony Secaira

Gerente de Markeing y Ventas/ Gerente de finanzas

Aprobado por:

Jonathan Salas/Antony Secaira

Gerente de Markeing y Ventas/ Gerente de finanzas

Figura 30: Monitoreo administrativo de proveedores

4 DISCUSIÓN Y RESULTADOS

4.8 Preparación de información COMPONENTE ECONÓMICO

4.8.1 ACTIVOS

4.8.1.2 Activos Fijos

Los activos fijos que se consideran para el proyecto serán los necesarios para dar inicio al mismo.

ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	**VALOR**
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES	$ 500,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 18.900,00
EQUIPO DE OFICINA	$ 101,50
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	$ 1.100,00
MUEBLES Y ENSERES	$ 1.930,00
VEHÍCULO	$ -
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**$ 22.531,50**

Tabla 1: Activos fijos

Dentro del mayor rubro de $18.900 considerado para maquinaria y equipo, se encuentran algunos de los equipos importantes para el desarrollo optimo del giro del negocio como son: (Auto refractómetro y Biselador automático), mismos que corresponden al 67% del monto total.

4.8.1.3 Activos Intangibles

CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES				
DESCRIPCIÓN	**UNIDAD**	**CANTIDAD**	**PRECIO UNITARIO**	**PRECIO GLOBAL**
Infraestructura del negocio 1	1	$ 1,00	$ 500,00	$ 500,00
				$ 0,00
Infraestructura del negocio 2	0	$ -	$ -	$ 0,00
			TOTAL:	**$ 500,00**

Tabla 2: Construcciones e Instalaciones

El rubro considerado para Construcciones e Instalaciones es uno de los menores en virtud de que representa solamente el 2,5% aproximadamente del monto total de la inversión para Activos Fijos.

4.8.2 COSTOS Y GASTOS

4.8.2.1 Compras

Aquí se detalla la materia prima o los insumos que serán de uso para la empresa Visión Óptica Efectiva, lo cual se proyecta el consumo en cantidades y precios unitarios de manera anual.

PRESUPUESTO DE COMPRAS			
PRODUCTO	**CANTIDAD ANUALES**	**PRECIO UNITARIO**	**TOTAL**
Lunas Blancas	**40,00**	**2,18**	**$ 87,20**
Lunas AR	**70,00**	**5,50**	**$ 385,00**
Lunas Blue Block Verde	**90,00**	**9,00**	**$ 810,00**
Lunas Blue Block Azul	**100,00**	**9,00**	**$ 900,00**
Lunas Poly AR	**20,00**	**8,00**	**$ 160,00**
Lunas Poly Light AR Azul	**50,00**	**20,00**	**$ 1.000,00**
Lunas Progresivo Blancas	**58,00**	**12,00**	**$ 696,00**
Lunas Progresivo Filtro Azul	**18,00**	**30,00**	**$ 540,00**
Lunas Bifocal Ft Blanca	**140,00**	**10,00**	**$ 1.400,00**
Lunas Bifocal Invisible Blanco	**60,00**	**10,00**	**$ 600,00**
Lunas Filtro Azul fotosensible	**90,00**	**12,00**	**$ 1.080,00**
Armazon Pasta	**70,00**	**3,50**	**$ 245,00**
Armazon Asetato	**150,00**	**6,00**	**$ 900,00**
Armazon Metalico	**120,00**	**6,00**	**$ 720,00**
Armazon TR90	**170,00**	**4,50**	**$ 765,00**
Armazon Triple A	**15,00**	**35,00**	**$ 525,00**
Lentes de contacto estetico	**25,00**	**11,00**	**$ 275,00**
Liquidos limpieza lentes	**600,00**	**1,50**	**$ 900,00**
Estuches	**600,00**	**1,00**	**$ 600,00**
Cordones	**15,00**	**0,50**	**$ 7,50**
Plaquetas	**120,00**	**1,50**	**$ 180,00**
			$ -
TOTAL COMPRAS	**2621**		**$ 12.775,70**
TOTAL ÁREA DE SERVICIO			**$ 12.775,70**

Tabla 3: Presupuestos de Compras

El monto total para compras anuales será de $12.775,70, no obstante, se considera que la adquisición de insumos se la realizará para los primeros 3 meses, utilizando el criterio que lo comprado se debe vender.

Proyección de crecimiento

Los costos proyectados, se evalúa en función de los criterios de crecimiento para lo cual se presenta para 5 años las adquisiciones.

TOTAL COSTOS						
DETALLE	**% CRECIMIENTO**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
		2022	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
COMPRAS	Variable	$ 12.775,70	$ 14.692	$ 16.896	$ 18.585	$ 20.072
TOTAL EGRESOS		**$ 12.776**	**$ 14.692**	**$ 16.896**	**$ 18.585**	**$ 20.072**

Tabla 4: Total costos

Se proyecta que para los dos primeros años es decir para el 2023 y 2024 el crecimiento sea del 15% respectivamente, para el año 2025 bajaría a un 10% y para el último año sería del 8%.

4.8.2.2 Gastos Administrativos

La importancia de los gastos administrativos está considerada en función de la optimización de los recursos, dado que el giro de negocio contempla un elevado gasto en sueldos y salario, para lo cual se presenta la matriz de proyección de gastos a 5 años.

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Suministros de Oficina	65,00	66,95	68,96	71,03	73,16
Sueldos y Salarios	14.937,81	16.359,29	16.850,07	17.355,58	17.876,24
Servicios Básicos	1.200,00	1.236,00	1.273,08	1.311,27	1.350,61
Depreciaciones	2.484,82	2.484,82	2.484,82	2.118,15	2.118,15
Arriendos	5.400,00	5.562,00	5.728,86	5.900,73	6.077,75
Gastos Constitución	400,00				
TOTAL	**24.487,63**	**25.709,06**	**26.405,79**	**26.756,75**	**27.495,91**

Tabla 5: Gastos administrativos

Se puede evidenciar que el mayor gasto está enfocado en en los sueldos administrativos y operacionales, el sueldo de la Optómetra es un 38% más que el del gerente de marketing y ventas.

4.8.2.3 Gastos de Ventas

Una vez que se analizó cual serían los gastos que incurran en el proceso de promoción de la empresa Visión Óptica Efectiva, se presenta tres rubros importantes que deberá manejar el área de comercialización y el optimizar con total eficiencia los recursos, con la finalidad de obtener los resultados deseados.

GASTOS DE VENTAS					
DETALLE	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Redes Sociales	$ 900	$ 927	$ 955	$ 983	$ 1.013
Hosting y dominio	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Suelos y Salarios	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
TOTAL	**$ 900,00**	**$ 927**	**$ 955**	**$ 983**	**$ 1.013**

Tabla 6: Gastos de ventas

GASTOS FINANCIEROS

GASTOS FINANCIEROS					
DETALLE	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Comisión de T/C	$ 1.023	$ 6.561	$ 7.546	$ 8.300	$ 8.964
TOTAL	**$ 1.023**	**$ 6.561**	**$ 7.546**	**$ 8.300**	**$ 8.964**

Tabla 7: Gastos financieros

4.8.2.4 INGRESOS

Los ingresos estarán en función de los productos a comercializar, cada uno de ellos está considerado su venta en relación al volumen y stock con el que cuenta la empresa Visión Óptica Efectiva, es por ello que se presenta el listado de productos con sus respectivos precios referenciales.

INGRESOS POR VENTAS			
Producto	**Cantidad Anual**	**Precio**	**SUBTOTAL**
Lunas Blancas	**40,00**	**10,00**	$ 400,00
Lunas AR	**70,00**	**30,00**	$ 2.100,00

Lunas Blue Block Verde	**90,00**	**40,00**	$	3.600,00
Lunas Blue Block Azul	**100,00**	**55,00**	$	5.500,00
Lunas Poly AR	**20,00**	**50,00**	$	1.000,00
Lunas Poly Light AR Azul	**50,00**	**75,00**	$	3.750,00
Lunas Progresivo Blancas	**58,00**	**90,00**	$	5.220,00
Lunas Progresivo Filtro Azul	**18,00**	**115,00**	$	2.070,00
Lunas Bifocal Ft Blanca	**140,00**	**35,00**	$	4.900,00
Lunas Bifocal Invisible Blanco	**60,00**	**25,00**	$	1.500,00
Lunas Filtro Azul fotosensible	**90,00**	**120,00**	$	10.800,00
Armazon Pasta	**70,00**	**25,00**	$	1.750,00
Armazon Asetato	**150,00**	**45,00**	$	6.750,00
Armazon Metalico	**120,00**	**35,00**	$	4.200,00
Armazon TR90	**170,00**	**35,00**	$	5.950,00
Armazon Triple A	**15,00**	**120,00**	$	1.800,00
Lentes de contacto estetico	**25,00**	**25,00**	$	625,00
Liquidos limpieza lentes	**600,00**	**5,00**	$	3.000,00
Estuches	**600,00**	**5,00**	$	3.000,00
Cordones	**15,00**	**0,80**	$	12,00
Plaquetas	**120,00**	**2,50**	$	300,00
TOTAL ANUAL	**2621,00**		**$**	**68.227,00**

Tabla 8: Ingresos ventas

TOTAL INGRESOS						
DETALLE	**% CRECIMIENTO**	**AÑO 1** **2022**	**AÑO 2** **2023**	**AÑO 3** **2024**	**AÑO 4** **2025**	**AÑO 5** **2026**
VENTAS	Variable	$ 68.227	$78.461	$90.230	$99.253	$107.193
TOTAL INGRESOS		**$ 68.227,00**	**$78.461**	**$90.230**	**$99.253**	**$107.193**

Tabla 9: Total ingresos

De la información presentada, se proyecta que las ventas anuales de $68.227 sea aproximado del 500% con relación a las compras de material que es de $12.989, no obstante, se debe considerar los costos y gastos que debe incurrir la empresa los mismos que ascienden a $52.623,84 anuales.

Se evidencia que el mayor impacto de crecimiento en las ventas sucederá durante los dos primeros años, en un 15%.

4.8.2.5 COSTO DE VENTAS

Los Costos de ventas en determinados por materia prima como saldo inicial, la mano de que incurrió de manera directa en el proceso de transformación del producto final y los costos indirectos de fabricación.

COSTO DE VENTAS					
DETALLE	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
SALDO INICIAL	**$ 213**	**$ 219**	**$ 226**	**$ 233**	**$ 240**
COMPRAS	$ 12.776	$ 14.692	$ 16.896	$ 18.585	$ 20.072
SALDO DISPONIBLE	**$ 12.989**	**$ 14.911**	**$ 17.122**	**$ 18.818**	**$ 20.312**
COSTO DE VENTAS	$ 26.213	$ 29.202	$ 31.841	$ 33.979	$ 35.927
MOD	$ 10.673	$ 11.662	$ 12.012	$ 12.373	$ 12.744
CIF	**$ 2.771**	**$ 2.854**	**$ 2.940**	**$ 3.028**	**$ 3.119**
SALDO FINAL	**$ 219**	**$ 226**	**$ 233**	**$ 240**	**$ 247**
COSTOS DE VENTAS	**$ 26.212,81**	**$ 29.202**	**$ 31.841**	**$ 33.979**	**$ 35.927**

Tabla 10: Costo de ventas

4.8.2.6 Estado de Resultados Integral

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL					
DETALLE	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**	**2027**
VENTAS	$ 68.227,00	$ 78.461,05	$ 90.230,21	$ 99.253,23	$ 107.193,49
Costos de Ventas	**$ 26.212,81**	**$ 29.201,78**	**$ 31.840,88**	**$ 33.978,82**	**$ 35.927,45**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	**$ 42.014,19**	**$ 49.259,27**	**$ 58.389,33**	**$ 65.274,41**	**$ 71.266,03**
GASTOS OPERACIONALES	**$ 25.387,63**	**$ 26.636,06**	**$ 27.360,60**	**$ 27.740,21**	**$ 28.508,87**
Gastos Administrativos	**$ 24.487,63**	**$ 25.709,06**	**$ 26.405,79**	**$ 26.756,75**	**$ 27.495,91**
Suministros de Oficina	$ 65,00	$ 66,95	$ 68,96	$ 71,03	$ 73,16
Sueldos y Salarios Admi	$ 14.937,81	$ 16.359,29	$ 16.850,07	$ 17.355,58	$ 17.876,24
Sueldos y Salarios Ventas	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Servicios Básicos	$ 1.200,00	$ 1.236,00	$ 1.273,08	$ 1.311,27	$ 1.350,61
Arriendos	$ 5.400,00	$ 5.562,00	$ 5.728,86	$ 5.900,73	$ 6.077,75
Depreciaciones	$ 2.484,82	$ 2.484,82	$ 2.484,82	$ 2.118,15	$ 2.118,15
Gastos Constitución	$ 400,00	$ -	$ -	$ -	$ -
Gastos de Ventas	**$ 900,00**	**$ 927,00**	**$ 954,81**	**$ 983,45**	**$ 1.012,96**
Redes Sociales	$ 900,00	$ 927,00	$ 954,81	$ 983,45	$ 1.012,96
Hosting y dominio	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Gasto financiero	**$ 1.023,41**	**$ 6.561,44**	**$ 7.545,66**	**$ 8.300,22**	**$ 8.964,24**
Comisión de T/C	$ 1.023,41	$ 6.561,44	$ 7.545,66	$ 8.300,22	$ 8.964,24

UTILIDAD OPERACIONAL	**$ 15.603,16**	**$ 16.061,77**	**$ 23.483,07**	**$ 29.233,98**	**$ 33.792,93**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	**$ 15.603,16**	**$ 16.061,77**	**$ 23.483,07**	**$ 29.233,98**	**$ 33.792,93**
15% Partic. Trabajadores	$ 2.340,47	$ 2.409,27	$ 3.522,46	$ 4.385,10	$ 5.068,94
UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA	**$ 13.262,68**	**$ 13.652,50**	**$ 19.960,61**	**$ 24.848,89**	**$ 28.723,99**
25 % Impuesto a la Renta	$ -	$ 3.413,13	$ 4.990,15	$ 6.212,22	$ 7.181,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**$ 13.262,68**	**$ 10.239,38**	**$ 14.970,46**	**$ 18.636,66**	**$ 21.542,99**

Tabla 11: Estado de resultado integral

4.8.2.7 Flujo de Efectivo

FLUJO DE CAJA						
DETALLE	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**	**2027**
A. FLUJO DE INGRESOS						
Saldo inicial		$ 2.469	$ 21.940	$ 38.268	$ 58.603	$ 81.589
Caja- Cobros		$ 76.414	$ 87.876	$ 101.058	$ 111.164	$ 120.057
CAJA DISPONIBLE	**$ -**	**$ 78.883**	**$ 109.816**	**$ 139.326**	**$ 169.767**	**$ 201.645**
B. FLUJO DE EGRESOS						
Proveedores		$ 13.713	$ 16.366	$ 18.821	$ 20.737	$ 22.412
Iess		$ 3.790	$ 4.248	$ 4.375	$ 4.507	$ 4.642
Décimo tercero		$ 1.595	$ 1.643	$ 1.692	$ 1.743	$ 1.795
Décimo cuarto		$ 2.550	$ 2.627	$ 2.705	$ 2.786	$ 2.870
FR		$ -	$ 1.643	$ 1.692	$ 1.743	$ 1.795
Sueldos		$ 17.331	$ 17.851	$ 18.387	$ 18.938	$ 19.506
Suministros de Oficina		$ 73	$ 75	$ 77	$ 80	$ 82
Arriendos		$ 6.048	$ 6.229	$ 6.416	$ 6.609	$ 6.807
Servicios Básicos		$ 1.200	$ 1.236	$ 1.273	$ 1.311	$ 1.351
CIF		$ 3.103	$ 3.196	$ 3.292	$ 3.391	$ 3.493
Redes Sociales		$ 1.008	$ 1.038	$ 1.069	$ 1.101	$ 1.135
Hosting y dominio		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Comisión de T/C		$ 1.146	$ 7.349	$ 8.451	$ 9.296	$ 10.040
IVA pagado		$ 4.938	$ 5.707	$ 6.649	$ 7.423	$ 8.090
INVERSIONES						
Activos Fijos/ Propiedad planta y equipo	$ (2.469)					
Gastos de Constitución		$ 448				
APORTE SOCIOS	$ 25.000					
TOTAL PAGOS	**$ 22.532**	**$ 56.943**	**$ 69.208**	**$ 74.900**	**$ 79.666**	**$ 84.017**
(A - B) FLUJO DE FONDOS ECONÓMICOS	**$(22.532)**	**$ 21.940**	**$ 40.609**	**$ 64.426**	**$ 90.101**	**$ 117.628**

APORTE SOCIOS	$ 25.000					
15% Participación Trabajadores		$ -	$ 2.340	$ 2.409	$ 3.522	$ 4.385
25% Impuesto a la Renta		$ -	$ -	$ 3.413	$ 4.990	$ 6.212
FLUJO DE CAJA FINANCIEROS	**$ 2.469**	**$ 21.940**	**$ 38.268**	**$ 58.603**	**$ 81.589**	**$ 107.031**

Tabla 12: Flujo de caja

4.9 Análisis, interpretación y presentación de resultados

4.9.1 Valor Presente Neto (VPN o VAN)

VAN			
AÑO	**FLUJOS DE EFECTIVO**	**FACTOR ACTUALIZACIÓN 1/(1+I)^n**	**VALOR ACTUAL**
0	$ (25.000,00)	1,0000	$ (25.000,00)
1	$ 19.471,23	0,8593	$ 16.730,73
2	$ 16.328,35	0,7383	$ 12.055,51
3	$ 20.335,20	0,6344	$ 12.900,70
4	$ 22.985,23	0,5451	$ 12.529,55
5	$ 25.442,15	0,4684	$ 11.916,86
VAN			**$ 41.133,36**

Tabla 13: VAN

Se calcula que al cabo de los cinco primeros años, el valor actual neto será de $41.13,36 considerando que la tasa de descuento será del 16,38%.

4.9.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

TIR	72,49%

Tabla 14: TIR

Al obtener una tasa interna de retorno superior a 0 es decir del 72,49%, podemos indicar que el proyecto es rentable por cuanto, el porcentaje de beneficio que tendrá una inversión es superior a lo estimado.

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR ACTUALIZACIÓN (TIR=14.78)	VALOR ACTUAL
0	$ (25.000,00)	1,0000	$ (25.000,00)
1	$ 19.471,23	0,5797	$ 11.288,01
2	$ 16.328,35	0,3361	$ 5.487,70
3	$ 20.335,20	0,1948	$ 3.962,05
4	$ 22.985,23	0,1130	$ 2.596,24
5	$ 25.442,15	0,0655	$ 1.666,00

Tabla 15: Factor actualización

4.9.3 Tasa de Descuento

Con una tasa de descuento del 16,38%

4.9.4 Período de Recuperación de Inversión

El periodo de recuperación de la inversión es un indicador que mide la temporalidad que se recuperará lo invertido, para el efecto se calculará en función de los 5 años siguientes.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FLUJOS ACUMULADOS
0	$ 25.000,00	$ (25.000,00)
1	$ 16.730,73	$ 16.730,73
2	$ 12.055,51	$ 28.786,24
3	$ 12.900,70	$ 41.686,95
4	$ 12.529,55	$ 54.216,50
5	$ 11.916,86	$ 66.133,36

	Años	Meses	Días
PRI =	3 años	1 mes	6 días

Tabla 16: Periodo de recuperación

De la información presentada se evidencia que el tiempo de recuperación o retorno de la inversión será al cabo de los 3 años, 1 mes y 6 días, con un valor, de conformidad al escenario optimista cuyo valor para el primer año con respecto al flujo es de $ 19.471,23.

4.9.5 Relación Beneficio Costo

La relación costo beneficio se enfocará, en los costos globales y beneficios que este tenga durante un periodo determinado de tiempo, para lo cual se presenta el cálculo realizado.

RELACIÓN COSTO BENEFICIO				
AÑO	**BENEFICIOS**	**BENEFICIOS ACTUALIZADOS**	**COSTOS**	**COSTOS ACTUALIZADOS**
0			$ 22.531,50	$ 22.531,50
1	$ 78.882,74	$ 67.780,32	$ 56.943,01	$ 48.928,52
2	$ 109.816,10	$ 81.079,17	$ 69.207,55	$ 51.097,16
3	$ 139.325,91	$ 88.388,72	$ 74.900,24	$ 47.516,91
4	$ 169.766,89	$ 92.542,15	$ 79.665,77	$ 43.426,85
5	$ 201.645,22	$ 94.448,74	$ 84.017,24	$ 39.352,89
SUMA		**$ 424.239,10**		**$ 252.853,83**
RELACIÓN B / C			**1,68**	

Tabla 17: Relación costo beneficio

De los resultados obtenidos, se manifiesta que, por cada dólar invertido, el retorno será de un dólar con sesenta y ocho centavos, correspondiente a un retorno del 68% de lo invertido.

4.9.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

La empresa Visión Óptica Efectiva, determina que, con la correcta aplicación del punto de equilibrio, el mismo que servirá para definir en que los ingresos por las ventas generadas cubrirán los gastos fijos y variables.

PUNTO DE EQUILIBRIO			
DETALLE	**COSTOS FIJOS**	**COSTOS VARIABLES**	**COSTOS TOTALES**
SALDO INICIAL			
COMPRAS		$ 12.769,31	$ 12.769,31
SALDO DISPONIBLE			
COSTO DE VENTAS			
MPD UTILIZADA		$ -	$ -
MOD	$ 10.672,70		$ 10.672,70
CIF		$ 2.770,80	$ 2.770,80
Arriendo	$ 5.400,00		$ 5.400,00
Suministros de Oficina		$ 65,00	$ 65,00
Sueldos y Salarios	$ 14.937,81		$ 14.937,81
Servicios Básicos	$ 1.200,00		$ 1.200,00
Depreciaciones	$ 2.484,82		$ 2.484,82
Gastos Constitución	$ 400,00		$ 400,00

GASTOS DE VENTAS			$ -
Redes Sociales	$ 900,00	$ -	$ 900,00
Hosting y dominio	$ -		$ -
Suelos y Salarios	$ -		$ -
Gastos financieros			
Comisión de T/C		$ 1.023,41	
TOTAL	**$ 35.995,33**	**$ 16.628,52**	**$ 52.623,84**

Tabla 18: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL		
PE en dólares =	35.995,33	
	1 -	16.628,52
		68.227,00
PE en dólares =	35.995,33	
	0,76	
PE en dólares =	**47.595,45**	**dólares**

Tabla 19: Punto de equilibrio general

De los resultados presentados la empresa Visión Óptica Efectiva, calcula que debe vender $ 47.595,45 a fin de no tener ganancias ni perdidas, lo cual corresponde al 70% de las ventas totales del primer año, considerando como ejemplo que las operaciones de la organización empiecen a inicios de año, al mes de agosto llegarán a su punto de equilibrio, si el comportamiento de ventas es constante.

4.10 Conclusiones

De la investigación realizada se concluye que las ópticas más reconocidas son las ópticas Vista para todos, Óptica los Andes, fundación vista para ciegos y OB Ópticas, sin embargo, podemos poner énfasis en la óptica GMO, ya que su liderazgo se basa en diseños de modas, deporte y lujo, sin dejar de lado la amplia gama de marcas. La importancia y prestigio de GMO radica en la marca que los respalda, Luxottica, debido a su evolución constante en el mercado de la óptica.

Se concluye que el modelo de negocio planteado en el sector Turubamba, será impulsado mediante una propuesta de valor enfocado en la economía, servicio y la calidad, así como los canales de atención al cliente será de forma física y digital, dando un enfoque de personalización, así la óptica con su estructura organizacional en relación a sus funcione y actividades.

Por último, se concluye que, una vez realizado el estudio financiero, el proyecto iniciará sus operaciones con un aporte de los socios de $25.000 lo que corresponde a un 47,51% de los gastos totales, las ventas para el primer año se proyectaran que será de $68.227 para el primer año de funcionamiento.

El tiempo de recuperación de la inversión será al cabo de 3 años, un mes y 6 días siempre y cuando se mantenga el mismo comportamiento de ventas, no obstante, si el nivel de ingresos supera el 25% anual, el tiempo de recuperación será al cabo de 1 año y 6 meses.

4.11 Recomendaciones

Se recomienda que se precise la aplicación del proyecto de plan de negocio en virtud de que la organización es clave para poner en funcionamiento a Visión Óptica Efectiva, la correcta planificación, el buen uso de las estrategias de comercialización y el manejo efectivo de los agregados de valor, harán de la organización un negocio rentable a largo plazo.

Se recomienda realizar un estudio de mercado, enfocado en pequeñas ópticas del sector a fin de evaluar cual será el impacto de posibles competidores que manejen una línea de económica en el mercado.

Así también, se recomienda aumentar el presupuesto para publicidad, ya que el retorno que puede generar

5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

5.1 Bibliografía

Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A., & Castro Molina, N. (1 de Julio de 2020). *Revista cientifica mundo de la investigacion y conocimiento.* Obtenido de Revista cientifica mundo de la investigacion y conocimiento: file:///C:/Users/Carmita%20Arroyo/Downloads/Dialnet-MetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592.pdf

ANBLICK. (2022). *anblicklab*. Obtenido de https://www.anblicklab.com/

Arce, S. (Mayo de 2018). *historia optometria*. Obtenido de https://prezi.com/p/xuaw5twlxjzv/historia-optometria/#:~:text=En%20el%20siglo%20XX%20se,traen%20de%20nuevo%20la%20optometr%C3%ADa.

ASPEL. (7 de Octubre de 2016). *Privado: Blog del Emprendedor*. Obtenido de Privado: Blog del Emprendedor: https://www.inadem.gob.mx/eficiencia-eficacia-y-productividad-en-una-empresa/#:~:text=Eficacia%3A%20Consiste%20en%20alcanzar%20las,reducci%C3%B3n%20de%20recursos%20al%20m%C3%ADnimo.

Banco Mundíal. (7 de Abril de 2022). *BANCO MUNDIAL*. Obtenido de https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview

BANECUADOR. (2022). *BANECUADOR.* Obtenido de https://www.banecuador.fin.ec/creditopersonas/creditomicroempresa/

Basurto, X. A. (2016). *Un acercamiento de la planificación estratégica y las organizaciones sanitarias.* Obtenido de Un acercamiento de la planificación estratégica y las organizaciones sanitarias: https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/109

BBVA. (2022). *FINANCIAMIENTO*. Obtenido de FINANCIAMIENTO: https://www.bbva.mx/educacion-financiera/f/financiamiento.html

Casilimas, C. S. (2019). *Investigación Cualitativa.* Obtenido de Investigación Cualitativa: https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/manual%20colombia%20cualitativo.pdf

Catillejo, L. M. (Enero de 2016). *PLAN DE NEGOCIOS.* Obtenido de PLAN DE NEGOCIOS: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=j7wtDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=para+que+se+usa+un+plan+de+negocios&ots=_axXhHpuDr&sig=Ms6ONPor3tI3iB5fCAIds6UVIxw#v=onepage&q&f=false

Chavarrías, M. (26 de Enero de 2019). *CONSUMO CLARO*. Obtenido de https://www.eldiario.es/consumoclaro/ahorrar_mejor/lentes-usar-tirar-problema-ecologico_1_1737110.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20investigaci%C3%

B3n%2C%20se%20pueden,contaminaci%C3%B3n%3A%20la%20de%20los%20cultivos.

CLAVIJO, D. P. (2020). *CÓMO LOGRAR OBJETIVOS ORGANIZACIONALES EN EMPRESAS DEL*. Obtenido de CÓMO LOGRAR OBJETIVOS ORGANIZACIONALES EN EMPRESAS DEL: https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/35151/PuentesClavijoDaniel2020.pdf?sequence=1#:~:text=Los%20objetivos%20organizacionales%20son%20un,en%20la%20misi%C3%B3n%20y%20visi%C3%B3n.

Colegio Optometrista de Pichincha. (Noviembre de 2014). *Colegio Optometrista de Pichincha.* Obtenido de https://colegiodeoptometristasdepichincha.com/textos/ejercicio_optometria_2.pdf

COMITE DE COMERCIO EXTERIOR. (2017). *NOMENCLATURA DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCIAS DEL ECUADOR.* Obtenido de http://www.pudeleco.com/files/a17026a.pdf

Datos Macro. (2021). *Datos macro*. Obtenido de https://datosmacro.expansion.com/pib/ecuador

DIGITAL, I. L. (2022). *INDULENTES*. Obtenido de https://www.indulentes.com.ec/index.php?cont=nosotros

Escamilla, M. D. (2018). *Aplicacion basica de los metodos cientificos.* Obtenido de Aplicacion basica de los metodos cientificos: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

ExpokNews. (12 de Septiembre de 2013). *ExpokNews*. Obtenido de https://www.expoknews.com/lentes-de-sol-con-causa/

Fundación Vista para todos. (2022). *FUNDACION VISTA PARA TODOS*. Obtenido de https://vistaparatodos.wordpress.com/servicios/

Fundación Vista para Todos. (2022). *POLÍTICA INTEGRADA DE CALIDAD, SEGURIDAD, SALUD Y MEDIO AMBIENTE.* Obtenido de https://fundacionvistaparatodos.com.ec/politica-calidad/

Fundacion Visual. (2022). *Fundacion Visual Optica de ayuda social*. Obtenido de https://fundacionvisual.com/quienes-somos-fundacion-visual/

Gabriela, L. M. (2018). *ESTUDIOS DE ECONOMÍA APLICADA.* Obtenido de ESTUDIOS DE ECONOMÍA APLICADA: file:///C:/Users/Carmita%20Arroyo/Downloads/2542-Article%20Text-7491-1-10-20190602.pdf

GMO. (2022). *Sobre nosotros*. Obtenido de https://gmo.com.ec/nosotros

GOBIERNO, C. S. (4 de Julio de 2002). *LEY DE EJERCICIO PROFESIONAL DE ÓPTICA Y OPTOMETRÍA*. Obtenido de http://www.calidadsalud.gob.ec/wp-content/uploads/2022/Documentos/DECRETOS/DECRETO%203601%20LEY

%C2%A0DE%C2%A0EJERCICIO%C2%A0PROFESIONAL%C2%A0DE%C2%A0O%CC%81PTICA%C2%A0Y%C2%A0OPTOMETRI%CC%81A.pdf

Herrera, F. (2016). *El modelo CANVAS en la formulación de proyectos.* Obtenido de Cooperativismo & Desarrollo: https://doi.org/10.16925/co.v23i107.1252

Hurtado, C. (Junio de 2011). *Los proyectos y los planes de negocios.* Obtenido de Los proyectos y los planes de negocios: https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231003.pdf

INDULENTES LABORATORIO DIGITAL. (2022). *INDULENTES*. Obtenido de https://www.indulentes.com.ec/index.php?cont=nosotros

INEC. (Julio de 2022). *INEC.* Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/julio-2022/202207_Mercado_Laboral.pdf

Institucional, C. (24 de Septiembre de 2020). *IBERO TIJUANA*. Obtenido de IBERO TIJUANA: https://blogposgrados.tijuana.ibero.mx/que-es-desarrollo-empresarial/

JARAMILLO, R. G. (7 de Mayo de 2018). *CORDILLERA.* Obtenido de CORDILLERA: https://dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/3957/1/10-OPT-17-18-1720365848.pdf

Lab, A. (2022). *Historia de la óptica*. Obtenido de https://academia-lab.com/enciclopedia/historia-de-la-optica/#:~:text=La%20%C3%B3ptica%20comenz%C3%B3%20con%20el,geom%C3%A9trica%20en%20el%20mundo%20grecorromano.

LEY DE COMPAÑIAS. (29 de Diciembre de 20117). *LEY DE COMPAÑIAS.* Obtenido de https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf

Lopez, M. R. (6 de julio de 2021). *Qué es productividad empresarial y cómo optimizarla*. Obtenido de Qué es productividad empresarial y cómo optimizarla: https://blog.bind.com.mx/productividad-empresarial#:~:text=Entonces%2C%20%C2%BFqu%C3%A9%20es%20productividad%20empresarial,los%20resultados%20que%20se%20obtuvieron.

Mega comisariato optico. (2022). *Facebook.* Obtenido de https://www.facebook.com/megacomisariatooptico/

Moon. (Mayo de 2017). *News tercera edad.* Obtenido de https://www.news3edad.com/2017/05/11/las-nuevas-tecnologias-optometricas-aplicadas-a-la-salud-visual-facilitaran-una-mejor-calidad-de-vida/#:~:text=Las%20nuevas%20tecnolog%C3%ADas%20optom%C3%A9tricas%20aplicadas%20a%20la%20salud%20visual%2C%20tales,calida

Morales, N. (2019). *Investigación Exploratoria.* Obtenido de Investigación Exploratoria:

file:///C:/Users/Carmita%20Arroyo/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20Exploratoria.pdf

Morocho, B. L. (2018). *UTMACH repositorio*. Obtenido de http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/13025

Nirian, P. O. (2022). *Estrategia empresarial*. Obtenido de Estrategia empresarial: https://economipedia.com/definiciones/estrategia-empresarial.html

Nuñez, E. (18 de Abril de 2022). *Nuñez Esteban SL*. Obtenido de https://nunezesteban.com/licencia-para-abrir-optica/

OPTEC. (2022). *OPTEC*. Obtenido de https://optec.com.ec/

Óptica Caleb Vision. (2022). *Facebook*. Obtenido de https://es-la.facebook.com/people/%C3%93ptica-Caleb-Vision/100063877994966/

Óptica los Andes. (2022). *Optica Los Andes*. Obtenido de https://www.opticalosandes.com.ec/acerca-de/

Óptica OB. (2022). *OB Óptica, la mejor óptica de Quito*. Obtenido de https://oboptica.com/

Ordóñez, V. H. (2015). *Análisis sectorial y propuestas estratégicas para el sector de opticas en Quito.* Obtenido de https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4723/1/T1740-MBA-Leon-Analisis.pdf

Oviedo, J. (27 de Noviembre de 2021). *GRUPO FRANJA*. Obtenido de https://grupofranja.com/2021-el-ano-mas-importante-de-la-optometria-y-la-optica/

Parra, M. L. (Junio de 2013). *Planeacion estrategica un pilar en la gestion empresarial.* Obtenido de Planeacion estrategica un pilar en la gestion empresarial: https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/81/pacioli-81.pdf

Publica, M. d. (2022). *REQUISITOS PARA ESTABLECIMIENTOS NUEVOS.* Obtenido de http://instituciones.msp.gob.ec/dps/pichincha/images/stories/requisitos_nuevos_2012_revisado1_final1.pdf

Quizhpe, B. (05 de Noviembre de 2020). *EL TELÉGRAFO*. Obtenido de https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/punto-de-vista/1/principales-problemas-vision-pais-oftalmogia

Restrepo Comercial. (2022). *Restrepo Comercial*. Obtenido de https://restrepocomercial.com.ec/quienes-somos/

Rojas, L. V. (18 de Marzo de 2022). *visionyoptica*. Obtenido de https://visionyoptica.com/tecnologia-y-pasion-por-la-optometria-1ra-edicion-mx-2022/

Romero, Q. M. (Noviembre de 2013). *ANÁLISIS DE INSIGHTS EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE ANTEOJOS Y GAFAS EN EL*

CENTRO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO DE LAS MUJERES Y HOMBRES QUITEÑOS ENTRE 15 Y 35 AÑOS EN EL AÑO 2013. Obtenido de http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11290/TESIS-PUCE-Romero%20Quirola%20Mar%C3%ADa.pdf?sequence=1

Salvador, B. d. (2021). *Inversionistas*. Obtenido de Inversionistas: https://www.bolsadevalores.com.sv/index.php/participantes-del-mercado/inversionistas

Schunk. (2022). *Schunk*. Obtenido de https://schunk.com/es_es/soluciones/soluciones-para-multiples-sectores/list/industria-optica/

Super Intendencia de compañias. (2022). *EMPRESAS SUJETAS AL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS*. Obtenido de https://appscvsconsultas.supercias.gob.ec/rankingCias/rankingCias.zul?id=17&tipo=2

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS VALORES Y SEGUROS. (2022). *INSTRUCTIVO SOCIETAIO.* Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf

TRADE MAP. (2022). *TRADE MAP*. Obtenido de https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

UNIVERSO, E. (23 de Agosto de 2022). *EL UNIVERSO.* Obtenido de https://www.eluniverso.com/noticias/economia/en-un-ano-el-desempleo-bajo-de-manera-significativa-en-ecuador-del-52-al-39-segun-la-encuesta-del-inec-del-mes-de-julio-nota/

Urteaga, G. (2009). *A. ADMINISTRACIÓN.* Obtenido de A. ADMINISTRACIÓN: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60007802/Administracion_de_la_produccion20190714-130518-1ov0nuj-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1661989450&Signature=SME7EsJHdauHYQa9ZDib8azYg0qoYoYGQxzWIW6Zxhy8xFE1S01JvjiD11uZSvvxfdbEeCKkiWPCgEFYNVEpDn2Nw4nsMNLHuNW-4

Valencia, A. (Julio de 2013). *Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias.* Obtenido de Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias: https://www.redalyc.org/pdf/816/81629469009.pdf

Villota, A. (2022). *Portal empresarial*. Obtenido de Portal empresarial: https://portalempresarial.org/emprendimiento-empresarial/

Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios.* Obtenido de Entendiendo el plan de negocios: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=JcoXAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=como+se+elabora+un+plan+de+negocios&ots=3ZDg9oojtx&sig=oXKJ

D7Y4acd_4g3gKMZ8UdYeFHU#v=onepage&q=como%20se%20elabora%20un%20plan%20de%20negocios&f=false

Visual, F. (2022). *Fundacion Visual Optica de ayuda social*. Obtenido de https://fundacionvisual.com/quienes-somos-fundacion-visual/