



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Resolución: RPC-SO-22-No.477-2020- CES

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del proyecto:

Plan de Negocios para la implementación de la distribuidora JOKA JEANS

Línea de Investigación:

Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

Johana Katherine Mendoza Guarderas

Tutor/a:

Magister Ana Lucía Tulcán Pastas

Quito – Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Ana Lucia Tulcán Pastas con C.I: 0401371083, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Plan de Negocios para la implementación de la distribuidora JOKA JEANS.

Elaborado por: Johana Katherine Mendoza Guarderas, de C.I: 1308691706, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., marzo de 2023

Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Johana Katherine Mendoza Guarderas con C.I: 1308691706, autor/a del proyecto de titulación denominado: Plan de Negocios para la implementación de la distribuidora JOKA JEANS. Previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., Marzo de 2023

Firma

Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	iii
INFORMACIÓN GENERAL	1
Contextualización del tema.....	1
Problema de investigación.....	3
Objetivo general.....	3
Objetivos específicos.....	3
Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:.....	3
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	5
Contextualización general del estado del arte	5
Proceso investigativo metodológico	7
Tipo de investigación	7
Análisis de resultados.....	8
Métodos, técnicas e instrumentos	9
Análisis de resultados.....	11
CAPÍTULO II: PROPUESTA.....	21
Fundamentos teóricos aplicados	21
Descripción de la propuesta.....	22
Estructura general.....	22
Explicación del aporte	23
Estrategias y/o técnicas	23
Logotipo	23
Misión.....	24
Visión.....	24
Objetivos	24
Políticas	24
Valores	25
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	25
Funciones del talento humano	25
ESTUDIO LEGAL	29
Constitución de la empresa.....	29
Permiso de funcionamiento	31
ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS ONLINE	31
Oferta y demanda	31

Demanda Insatisfecha.....	31
Marketing de contenidos.....	32
Redes Sociales.....	32
Posicionamiento de buscadores.....	33
ESTUDIO TÉCNICO.....	33
Localización de la Distribuidora Joka Jeans.....	33
Uso de Recursos.....	34
Propiedad Planta y Equipo.....	34
Maquinaria y Equipos.....	34
Muebles y enseres, equipo de oficina y computación.....	35
Talento Humano.....	35
ESTUDIO FINANCIERO.....	36
GESTION FINANCIERA EMPRESARIAL.....	36
INVERSIÓN REQUERIDA.....	37
Inversión Fija.....	37
Costo del producto.....	38
Gastos Pre - Operacionales.....	39
Capital de Trabajo.....	40
Activo Corriente.....	40
Capital de Trabajo.....	41
Inversión requerida.....	41
FINANCIAMIENTO.....	42
Recursos propios.....	42
Recursos de financiamiento.....	42
Institución financiera.....	42
Financiamiento Institución financiera.....	42
Financiamiento de la Inversión.....	44
Estimación de Costos y Gastos.....	44
Costos de Producción.....	44
Depreciación de la Inversión.....	44
Activos Diferidos.....	45
Gastos Administrativos.....	45
Suministros de Oficina.....	45
Sueldos administrativos y de venta.....	46
Servicios Básicos.....	47
Total Gastos Administrativos.....	47

Gastos de Venta	48
Gastos Financieros	48
Resumen de Costos y Gastos	48
Estado de Situación financiero.....	49
Presupuesto de Ingresos Proyectados	50
ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	50
Estado de Resultados Proyectado.....	50
Flujo de Caja Proyectado.....	51
EVALUACIÓN FINANCIERA	52
Cálculo de la TMAR	52
Valor Actual Neto (VAN)	53
Tasa Interna de Retorno (TIR)	53
Período de Recuperación del Capital (PRK)	55
Relación Costo – Beneficio (RCB)	56
Evaluación Financiera.....	57
Matriz de articulación de la propuesta	58
CONCLUSIONES	60
RECOMENDACIONES.....	61
BIBLIOGRAFÍA.....	62
ANEXOS	64

Índice de tablas

Tabla 1 Estructura Organizacional de la Distribuidora Joka Jeans	25
Tabla 2 Funciones del Gerente General	25
Tabla 3 Funciones de la persona asistente administrativa	26
Tabla 4 Funciones del Jefe de Marketing	27
Tabla 5 Funciones del Jefe de Comercialización y Ventas	28
Tabla 6 Funciones del Jefe Financiero.....	29
Tabla 7 Demanda Insatisfecha	31
Tabla 8 Inversión Fija (Propiedad, planta y equipo).....	34
Tabla 9 Inversión Fija (Maquinaria y equipos)	35
Tabla 10 Inversión Fija (Muebles y enseres, equipo de oficina y computación)	35
Tabla 11 Talento humano	35
Tabla 12 Inversión de propiedad, planta y equipo.....	37
Tabla 13 Inversión Maquinaria y equipos	37
Tabla 14 Inversión Muebles y enseres, equipo de oficina y computación	38
Tabla 15 Total inversión fija	38
Tabla 16 Costo del producto	39
Tabla 17 Gastos Pre - Operacionales.....	39
Tabla 18 Total activo corriente	40
Tabla 19 Inversión total.....	41
Tabla 20 Análisis de instituciones financieras.....	42
Tabla 21 Condiciones y costo total del crédito	43
Tabla 22 Financiación de la Inversión	44
Tabla 23 Depreciación de activos fijos	45
Tabla 24 Amortización.....	45
Tabla 25 Suministros de oficina	46
Tabla 26 Sueldos administrativos y de venta.....	46
Tabla 27 Servicios básicos	47
Tabla 28 Total Gastos Administrativos.....	47
Tabla 29 Gastos de Venta.....	48
Tabla 30 Gastos Financieros.....	48
Tabla 31 Resumen de Costos y Gastos.....	49
Tabla 32 Estado de situación financiera.....	49
Tabla 33 Presupuesto de Ingresos Proyectados	50

Tabla 34 Estado de Resultados Proyectado Fuente: Elaboración propia.	50
Tabla 35 Flujo de Caja Proyectado	52
Tabla 36 Evaluación financiera.....	57
Tabla 37. Matriz de articulación.....	58

Índice de figuras

Figura 1 ¿En qué rango de edad se encuentra?	11
Figura 2 ¿Cuál es su Género?	11
Figura 3 Región de residencia	12
Figura 4 ¿Con qué frecuencia compra Jeans?	13
Figura 5 ¿Usted vende pantalones Jeans?	13
Figura 6 ¿Mediante qué método frecuentemente compra sus pantalones?	14
Figura 7 ¿Cuál es su preferencia en cuanto a calidad?	14
Figura 8 ¿Cuál es el grado de preferencia?	15
Figura 9 Cantidad de Jeans que generalmente compra.....	15
Figura 10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un Jean?	16
Figura 11 De existir precios promocionales (descuentos) al por mayor, ¿compraría más de 3 pantalones?	17
Figura 12 En cuanto a la preferencia de colores, ¿cuál es de mayor agrado?	17
Figura 13 ¿Cuál es el atributo primordial que debe el producto para realizar la compra? ..	18
Figura 14 ¿Le gustaría poder adquirir variedad pantalones mediante un aplicativo digital?	18
Figura 15 ¿En qué horario usaría con mayor frecuencia la aplicación digital?	19
Figura 16 ¿Qué plataforma usaría con más frecuencia para adquirir este tipo de productos?	19
Figura 17 ¿Qué dispositivo utiliza con mayor frecuencia cuando usa aplicaciones digitales?	20
Figura 18 ¿Considera que una aplicación digital es innovadora y le sería de utilidad?	20
Figura 19 Estructura General	22
Figura 20 Logotipo Empresarial.....	23
Figura 21 Localización de la Distribuidora Joka Jeans.....	34

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

Hoy en día el emprendimiento es una metodología empleada a nivel mundial, tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo abordando una alternativa económica en los diferentes hogares, supliendo necesidades y generando rentabilidad en la población especialmente en el caso de los jóvenes.

Es posible mencionar que el emprendimiento es una característica estructural de economía como respuesta a los graves niveles de desempleo que se enfrenta la economía mundial convirtiéndose así en una excelente alternativa de trabajo el cual permite obtener ingresos. El emprendimiento permite generar y alcanzar igualdad de oportunidades y promueve el desarrollo social y económico a nivel mundial.

De acuerdo con diferentes estudios referente a estadísticas de éxito en la generación de emprendimientos existen muy buenos resultados, lo que da un impulso mayor a los emprendedores en continuar con nuevas ideas e innovaciones en los negocios.

La implementación de negocios independientes va en aumento a nivel mundial, por ende a nivel país debido a que la población intenta mantenerse activo económicamente y mejorar la situación monetaria y dejar de lado en muchos casos el someterse a un trabajo bajo relación de dependencia, en otros casos lo realizan como complemento a la parte económica ya que no siempre los sueldos en una empresa suplen las necesidades.

Hoy en día es muy común iniciar emprendimientos de forma digital, ya que existe una tendencia muy alta de la población hacia el uso de herramientas digitales y tecnológicas, más aún después de la pandemia de COVID en el año 2020.

A nivel país, el pensar y poner en marcha nuevos emprendimientos cada día es más común con ideas innovadoras, la nueva modalidad de negocio emplea metodologías tradicionales y enfoques actuales como el digital a fin de abarcar los diferentes mercados existentes.

En la ciudad de Quito existen varias distribuidoras de ropa las cuales son dirigidas para damas, donde ofertan distintos tipos de prendas de vestir además de contar con accesorios diversos, estos son de elaboración nacional e importadas de distintos países, por lo cual en el presente plan de negocios para la implementación de la distribuidora JOKA JEANS se plantea crear una distribuidora al por mayor y menor de prendas de vestir específica.

El giro del negocio será especializado en la comercialización de jeans de procedencia nacional e internacional (Colombia) en línea, creando alianzas estratégicas con industrias textiles ecuatorianas y colombianas que proveerán del producto terminado a la distribuidora JOKA JEANS.

Adicional, es importante obtener acuerdos con distintas empresas y así adquirir beneficios arancelarios con acuerdos comerciales suscritos con el vecino país.

La oferta de prendas de calidad de procedencia nacional e internacional a precios accesibles y con canales de distribución adecuados, como el uso de un ecommerce brinda la oportunidad de comprar prendas de vestir a un clic de distancia, enfocadas al por mayor y menor. Según la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico publicó que el comercio electrónico en Ecuador alcanzó un volumen de negocio de USD 2.3 mil millones, lo que supone un crecimiento de USD 700 millones (43,75 %) frente al 2021, las proyecciones auguran que 2023 será un año de consolidación para el e-commerce (BranchGroup., 2022).

En el mercado actual existen ofertas de tiendas de ropa con variedad de prendas que utilizan canales físicos y digitales; sin embargo, el plan de negocios actual incluirá descuentos en el precio por compras al por mayor y menor, por lo cual el emplear ofertas desde una distribuidora especializada en una determinada prenda de vestir con variedad de colores, tipos y modelos de jeans que se ajusten a los gustos y preferencias de los clientes potenciales que requieren una prenda de vestir de uso cotidiano, esto se traducirá en el éxito del presente proyecto. El plan de negocios “es un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los objetivos. Sirve como el mapa con el que se guía la compañía” (Updce, 2018)

El vender diseños ecuatorianos, aportará e incentivará el valorar y consumir producto interno, contribuyendo al crecimiento del país; así mismo, con la venta de productos internacionales la mejora continua de los productos es implícito debido a la competitividad y variedad que se ofrecerá.

Ser parte de una idea central la cual tiene como giro de negocio la importación y adquisición nacional en grandes y medianas industrias de dicha prenda, distribución y comercialización de Jeans con el fin de crear una compañía especializada en una prenda determinada, como son los Jeans para satisfacer las necesidades de un segmento específico de damas que desean estar a la moda, verse con una prenda que estilice su figura, esta prenda de vestir es universal y se convirtió en una prenda indispensable en los guardarropa de la gran mayoría de personas a nivel mundial ya que es de uso diario, brinda una gran comodidad además de ser duradera y su precio

en realización al valor para sus consumidores es accesible, el mercado que abarca es mundial lo cual se traduce en miles de millones de dólares para la industria, comercializadoras, distribuidoras.

Problema de investigación

Actualmente, las estrategias empleadas para dar a conocer los productos, distribución y comercialización al por mayor y menor de Jeans no son los más adecuados y/o confiables en el mercado, la adquisición de Jeans de excelente calidad, con materiales duraderos y una maquila extraordinaria que estiliza la figura de sus consumidores, son comercializados a precios altos, las ventas son limitadas en cuanto a ofertas digitales y de existir dicha oferta los costos de entrega elevan el precio del producto aún más.

Pregunta de investigación: ¿Cómo crear un plan de negocios para la implementación de la distribuidora JOKA JEANS?

Objetivo general

“Diseñar un plan de negocios para la implementación de la distribuidora JOKA JEANS, mediante un estudio de mercado en la ciudad de Quito.”

Objetivos específicos

1. Contextualizar los fundamentos teóricos relacionados con el plan de negocio de la distribuidora JOKA JEANS.
2. Diagnosticar la situación actual del mercado mediante la aplicación de técnicas investigativas a la distribuidora JOKA JEANS.
3. Elaborar una propuesta de plan de negocios para la implementación de la distribuidora JOKA JEANS.
4. Valorar la propuesta mediante el criterio de los especialistas.

Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:

Mediante la investigación y puesta en marcha del presente proyecto será posible la implementación de un emprendimiento que supla las necesidades y gustos en cuanto a prendas de vestir en el “Distrito Metropolitano de Quito”, de igual manera esta investigación aportará a la sociedad en general, mediante la generación de empleos y por supuesto a la contribución e incremento en la reactivación económica del país, ya que garantizará oportunidades de trabajo.

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, este plan de negocios tiene un enfoque al desarrollo de objetivos que contribuyan al crecimiento económico y social, ya que aporta

soluciones básicas y a su vez permite generar plazas de trabajo, así como impulsar el sector socioeconómico de las diferentes comunidades.

Existen varios actores los cuales serán beneficiados con la implementación del negocio, tales como los dueños ya que son los inversionistas y obtendrán una rentabilidad, clientes al obtener ahorro tanto monetario como en cuanto a tiempo y logística, monetario debido al precio del productos que serán accesibles, en recurso tiempo por la facilidad de compra ya que tendrán acceso a cualquier momento del día y/o noche, con la modalidad online no tendrán que movilizarse grandes distancias para obtener productos de calidad.

Así mismo la sociedad en si se verá beneficiada por la reactivación económica que generan los emprendimientos y el flujo de caja que circulará en los diferentes campos empresariales.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Contextualización general del estado del arte

Título: “Plan de negocio para la creación de una empresa de helado de mandarina Tangerine Ice Cream, en el Distrito Metropolitano de Quito”, (Carvajal, pág. 2021)

Autor: Carvajal Torres, Ana Maribel.

Tipo de documento: Tesis

Objetivo general de la investigación: Diseñar un plan de negocio para la elaboración y venta de helados de mandarina en la ciudad de Quito, tomando en cuenta la demanda que hoy en día se presenta en cuanto a tener postres deliciosos y bajos en calorías.

Metodología aplicada: El enfoque empleado para el desarrollo de la presente tesis es cuantitativo e Investigación de campo, empleando un tipo descriptivo y revisión documental.

Principales conclusiones y hallazgos: Se establecen criterios que logran determinar la factibilidad de las propuestas planteadas, así también considerar a la presente investigación como un aporte en cuanto a la elaboración de productos innovadores y saludables.

Aporte a la presente investigación: Se aplica el modelo Canvas, ya que este modelo es una herramienta que se utiliza para describir y diseñar modelos de negocios transformadores.

En otra investigación de tesis:

Título: “Plan de negocios de una lavadora de autos “Jhorvy” en el sector sur, barrio señor de la buena esperanza del Distrito Metropolitano de Quito. Quito” (Campaña, pág. 2019).

Autor: Campaña Zapata, Daniela Alejandra.

Tipo de documento: Tesis

Objetivo general de la investigación: Diseñar un Plan de Negocios para la creación de una lavadora de autos en el sector sur de Quito, en la parroquia Quitumbe.

Metodología aplicada: La metodología utilizada es de tipo cualitativo y cuantitativo es decir que se utiliza una metodología mixta, adicional presenta métodos empleados tales como inductivo, deductivo y analítico, utilizando la encuesta mediante un cuestionario.

Principales conclusiones y hallazgos: Se puede concluir que el servicio de lavado vehicular tiene gran aceptación por los consumidores, ya que este servicio es beneficioso tanto para el cuidado del vehículo como para el medio ambiente, es importante que el uso de productos en el presente proyecto será biodegradable.

Aporte a la presente investigación: El proyecto en mención busca nuevas alternativas para incentivar, obtener y generar fuentes de trabajo, mismo que inducirá a generar mayores ingresos y rentabilidad.

En otra investigación de tesis:

Título: “Plan de negocios para la creación de un centro estético integral ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito sector de Conocoto”_(Párra, pág. 2020)

Autor: Párraga Nieto, Sonia Margarita.

Tipo de documento: Tesis.

Objetivo general de la investigación: “Diseñar un Plan de Negocios mediante la viabilidad de mercado, técnica, administrativa y financiera”

Metodología aplicada: Enfoque cuantitativo, cualitativo (mixto), estudio de campo.

Principales conclusiones y hallazgos: Se ha verificado que la población del estudio en cuestión no tiene un centro cosmetológico de preferencia.

Aporte a la presente investigación: Este estudio está dirigido a establecer medidas y mitigar el impacto ambiental que pueda presentarse en la implementación de este.

En otra investigación de tesis:

Título: Plan de negocios para una lavadora y lubricadora en la parroquia de Pintag (Gamboa, pág. 2020)

Autor: Gamboa Baquero Mayra Estefanía

Tipo de documento: Tesis

Objetivo general de la investigación: Diseñar un plan de negocios para la creación de una lavadora y lubricadora en la parroquia de Pintag, mediante herramientas de investigación para conocer la factibilidad del negocio propuesto y con esta información prestar un servicio de calidad a sus clientes.

Metodología aplicada: Metodología Mixta

Principales conclusiones y hallazgos: La parroquia no tiene negocios de lavado y lubricado de autos que llene las expectativas de los clientes, por lo tanto, la presente investigación facilitará el estudio y diseño de un plan de negocio para la creación de una lavadora y lubricadora de grandes, medianos y pequeños vehículos.

Aporte a la presente investigación: La fundamentación teórica.

Proceso investigativo metodológico

El presente plan utilizará el enfoque cuantitativo, la metodología cuantitativa permite tener un contraste al aseverar o negar las hipótesis que pueden surgir a raíz de los resultados obtenidos en la investigación, para ello es necesario trabajar con una muestra, esta puede ser de forma aleatoria o de forma discriminada, misma que será la representación de la población y serán los datos con los que se trabajará para conocer preferencias del objeto estudiado, la metodología cuantitativa según (Tamayo, 2019), “Contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio”

“El diseño metodológico constituye una serie de procesos enmarcados bajo la idea de recopilar información adecuada para la investigación, de la cual se toman datos para la formación de una nueva creencia, la estructuración de la situación actual que se desea analizar” (Hurtado, 2018).

Según (Namakforoosh, 2018) “Los métodos de nivel teórico descriptivo hacen referencia a la capacidad de tomar un sujeto u objeto que se está analizando, para luego observar las relaciones que pueden existir en un determinado campo o situación” con esto entendemos que la metodología nos permite realizar un análisis hacia criterios aún desconocidos.

Tipo de investigación

Se tomará la investigación aplicada, descriptiva, no experimental, transversal, deductiva de campo para la implementación del Plan de Negocios para la distribuidora JOKA JEANS, el concepto no experimental, “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente” (Tamayo, 2019); además según (Namakforoosh, 2018) expresa que “Los métodos de nivel teórico descriptivo hacen referencia a la capacidad de tomar un sujeto u objeto que se está analizando, para luego observar las relaciones que pueden existir en un determinado campo o situación” se determina según varios autores esta forma de investigación la denominan como dinámica ya que mediante la aplicación de esta se desarrollan descubrimientos y aportes con los que inicialmente no se cuenta y permite el desarrollo de estrategias o resolución de problemas, se entiende por investigación aplicada que es aquella que tiene como objetivo resolver problemas concretos y prácticos de la sociedad o las empresas.

La investigación a utilizar en el proyecto será de tipo descriptivo, ya que no será limitante en cuanto a la cantidad de información a recopilar, por otro lado, la información que se obtenga de la presente investigación permitirá analizar los resultados entre dos o más variables.

Para Sampieri, “El diseño no experimental se divide tomando en cuenta el tiempo durante la recolección de datos, estos son: diseño transversal, donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado, y el diseño” (Sampieri). 2020

La investigación de campo se puede definir como la recolección de datos directos de los investigados, lo cual permite obtener información real sin manipulación ya que el investigador obtiene información, pero no la cambia. Según Arias “consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna” (Arias, 2018).

Según Hernández, son “Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (Hernández, 2019)

Análisis de resultados

Mediante la investigación será posible conocer los potenciales clientes y los aspectos a tomar en cuenta, tales como gustos, condición sociocultural, preferencias y demás información la cual nos permitirá colocar a la venta productos de preferencia de la clientela, productos de calidad a accesibles, lo que aportará al incrementar las ventas y por ende la rentabilidad.

Inicialmente para el estudio se calcularía la muestra en base a información tomada del INEC correspondiente a la población económicamente activa de mujeres en Conocoto, Valle de los chillos, siendo un tamaño de 27.510, (Inec, 2023), en vista de no contar con la información de los clientes que asistan a los locales comerciales de ropa ubicados en la Parroquia de Conocoto, la población es desconocida, por tal motivo se aplicara la siguiente fórmula:

Formula para calcular el tamaño de muestra infinita

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2}$$

<p>n = Tamaño de muestra buscado</p> <p>N = Tamaño de la Población o Universo</p> <p>z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)</p>	<p>e = Error de estimación máximo aceptado.</p> <p>p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (efecto)</p> <p>q = (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado</p>
--	--

Donde:

Z_∞	=	Nivel de seguridad	1.96
P	=	Proporción de éxito	75%
q	=	Proporción de fracaso	25%
e	=	Error	6%
n	=	Muestra	200

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.75 * 0.25}{(0.06)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.75 * 0.25}{0.0036}$$

$$n = \frac{0.7203}{0.0036}$$

$$n = 200$$

Entonces, se puede determinar que la muestra a ser encuestada es de 200 personas.

Métodos, técnicas e instrumentos

La investigación empleará la técnica de campo, ya que se realizará mediante encuestas realizadas a una muestra de la población, a fin de obtener resultados verídicos que faciliten el estudio en cuanto al interés del producto, posteriormente se elaborarán estadísticas, mismas que permitirán realizar el análisis de la información necesaria para la culminación, éxito y aplicación del presente proyecto.

Tamayo, señala que “El cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio” (Tamayo, 2019).

En referencia a las fuentes de información existen las primarias y las secundarias.

En la presente investigación se utilizará fuentes primarias, que son aquellas en las cuales se puede obtener información directa de personas o de las diferentes organizaciones, Según (Bounocore, 2018) son, “las que contienen información original no abreviada ni traducida: tesis,

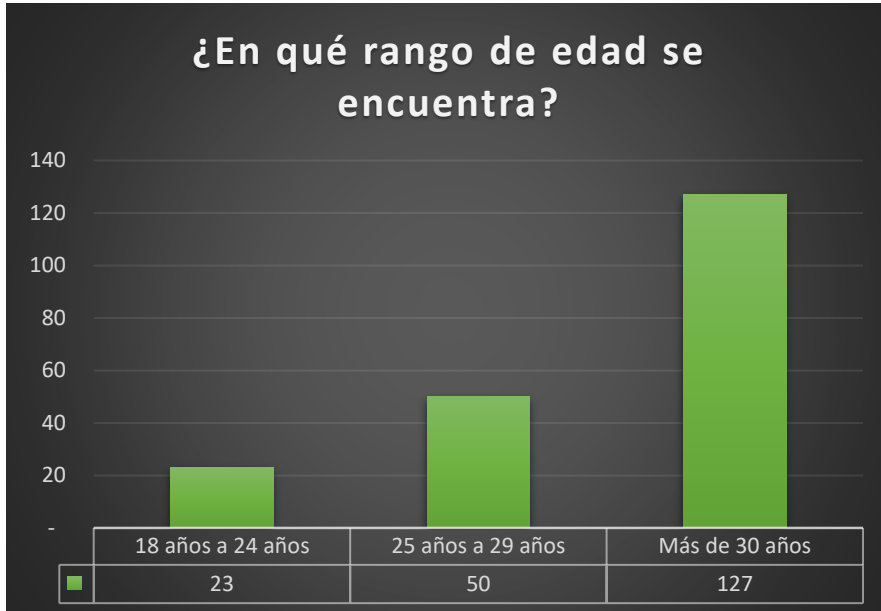
libros, nomografías, artículos de revista, manuscritos. Se les llama también fuentes de información de primera mano” las encuestas deben ser correctamente elaboradas a fin de obtener información concreta al tema y de fácil contestación de los entrevistados, las fuentes secundarias se refieren a textos que implica síntesis, análisis e interpretación y evaluación, según (Bounocore, 2018) “contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizados. Ejemplo de ella lo serían los resúmenes, obras de referencia (diccionarios o enciclopedias), un cuadro estadístico elaborado con múltiples fuentes”.

Como instrumento de investigación se utilizará la encuesta, ya que permite obtener información primaria, descriptiva y cuantitativa, según (Buendía & Hernández, 2018) es “Una búsqueda sistemática de información, método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recolección de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure la información obtenida” es indica que es importante para la implementación del proyecto, tal como es el comportamiento y preferencias de los futuros clientes, la herramienta Google Forms facilita el procesamiento de datos de una manera rápida y confiable, posteriormente se utilizará el paquete office específicamente Excel para el tratamiento de la data y generar las estadísticas mediante tablas y gráficos a fin de facilitar el análisis de resultados.

Análisis de resultados

Figura 1

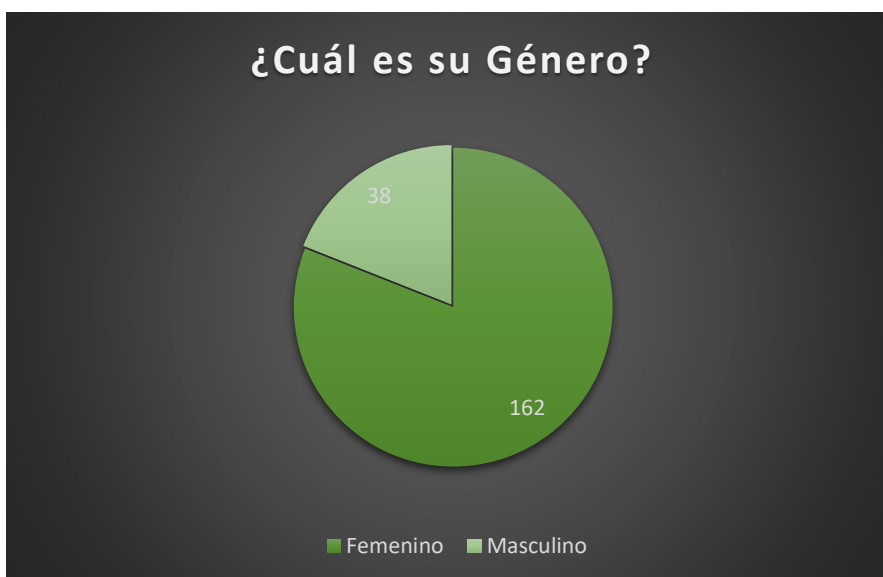
¿En qué rango de edad se encuentra?



Nota. El 64% de la población encuestada se encuentra en un rango de edad de más de 30 años, no obstante, el 25% corresponde a una edad entre 25 y 29 años, siendo el de menor rango encuestado de 18 a 24 años con un 11%, por lo tanto, las personas de más de 30 años son los mayores potenciales clientes.

Figura 2

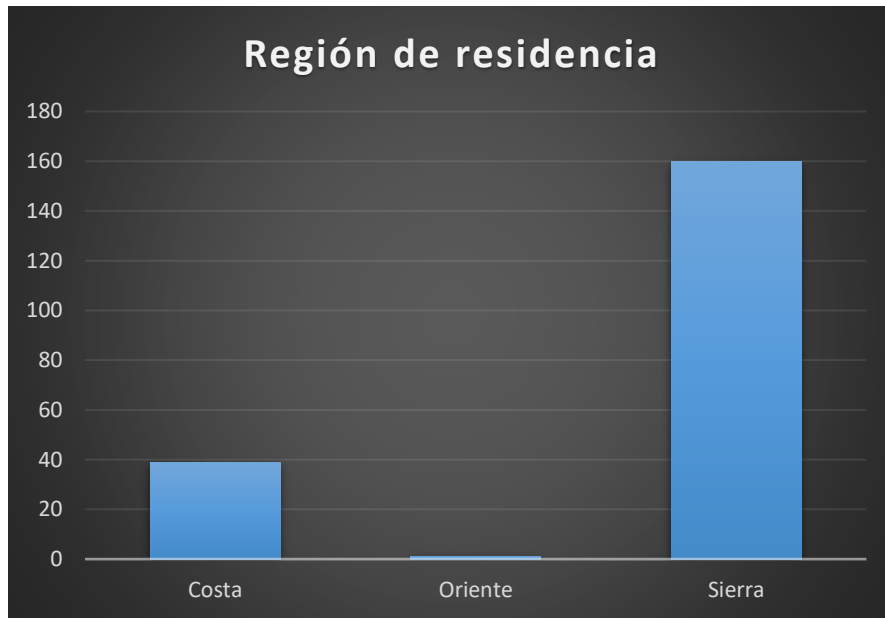
¿Cuál es su Género?



Nota. El 81% de la muestra corresponde al género femenino, el 19% de los encuestados responden al género masculino en la muestra analizada.

Figura 3

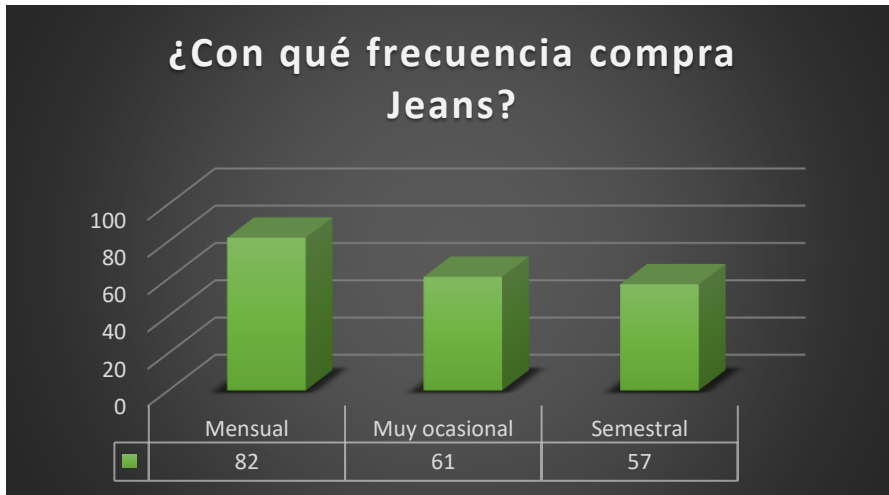
Región de residencia



Nota. La mayor parte de encuestados corresponde a la región sierra con el 80%, la región Costa obtuvo el 19.5% de los encuestados y el oriente tuvo un resultado del 0.5% siendo el menor de los porcentajes de la muestra encuestada.

Figura 4

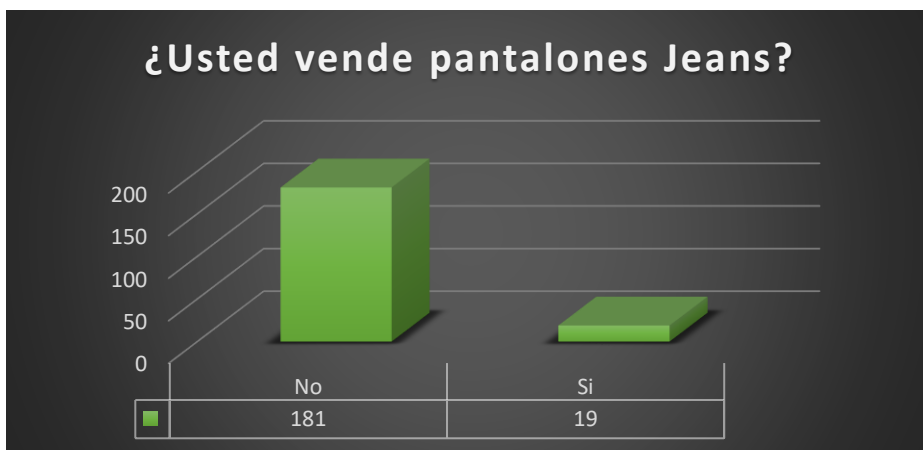
¿Con qué frecuencia compra Jeans?



Nota. La mayor frecuencia con la que de acuerdo a los resultados obtenidos realizan compras es de forma mensual (41%), en segundo lugar, se encuentra la frecuencia semestral con el 28.5% y finalmente muy ocasional con el 30.5%.

Figura 5

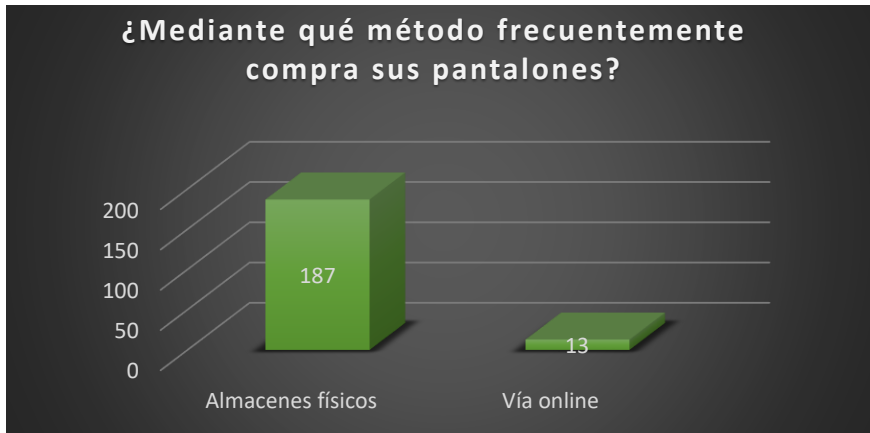
¿Usted vende pantalones Jeans?



Nota. La mayor parte de encuestados respondieron no vender pantalones Jeans dando como resultado el 90.5%; sin embargo, el 9.5% de los encuestados respondieron que sí, esta pregunta se la realizó con el objetivo de analizar los potenciales clientes ya que existe la oportunidad de venta al por mayor dirigidas a personas que realicen la venta al por menor.

Figura 6

¿Mediante qué método frecuentemente compra sus pantalones?



Nota. Al analizar la pregunta sobre el método de compra del producto analizado, de 200 personas encuestadas el 93.5% actualmente lo realiza de forma física y el 6.5% de forma online.

Figura 7

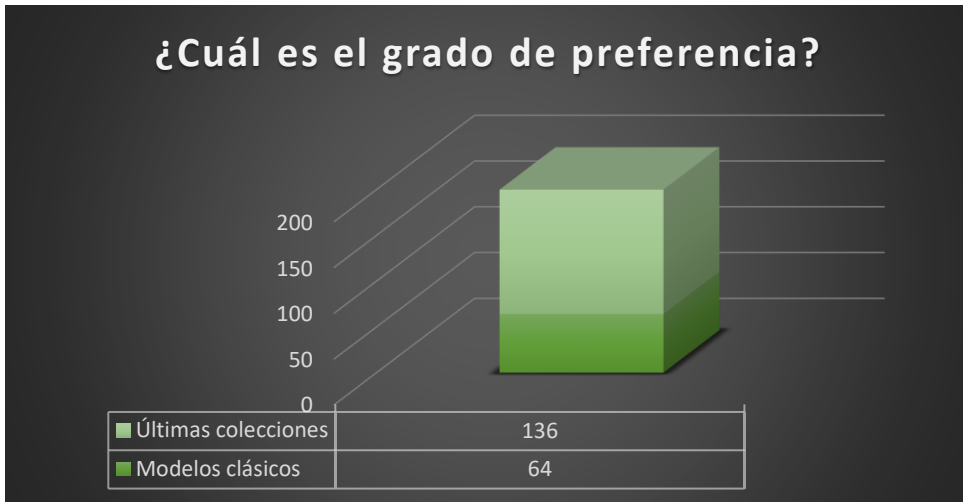
¿Cuál es su preferencia en cuanto a calidad?



Nota. Como resultado, la mayor parte de la población encuestada prefiere la calidad internacional (76.5%) esto no quiere decir que no existan potenciales clientes para la calidad nacional (23.5%).

Figura 8

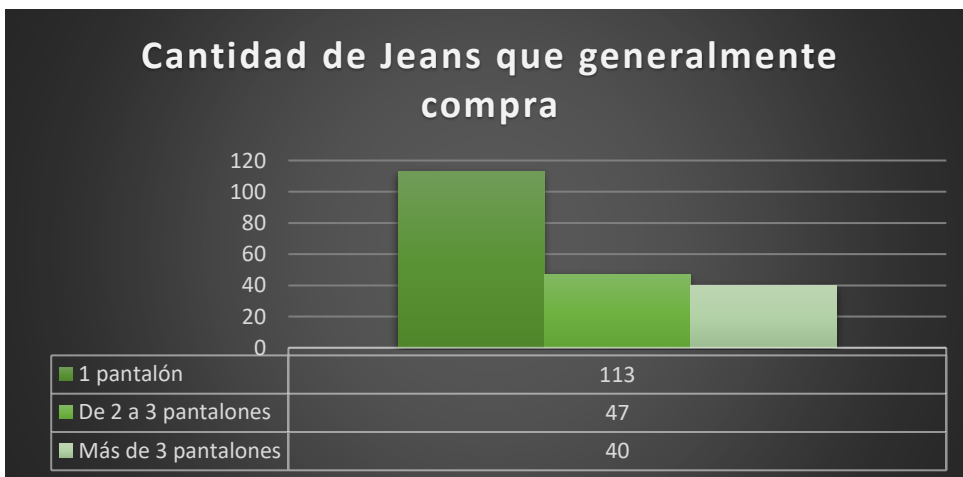
¿Cuál es el grado de preferencia?



Nota. Analizando la pregunta sobre el grado de preferencia en cuanto modelos, la gran mayoría prefiere las últimas colecciones, obteniendo el 68% de aceptaciones y el 32% hacia los modelos clásicos. de acuerdo con los resultados se considera que la empresa deberá contar con ambos modelos para la aceptación de los consumidores.

Figura 9

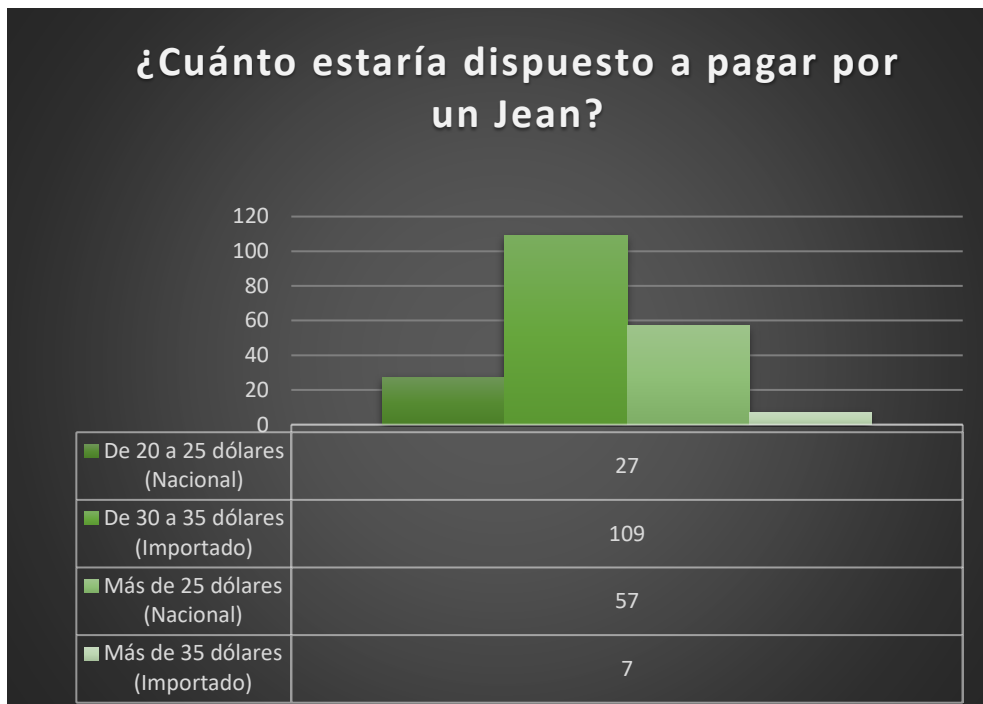
Cantidad de Jeans que generalmente compra



Nota. El resultado de esta pregunta en conjunto con la frecuencia permitirá proyectar el stock necesario para la venta del producto. El 56.5% respondió que generalmente realiza la compra de un pantalón, no obstante, el 23.5% de 2 a 3 pantalones y el 20% más de 3 pantalones en cada ocasión.

Figura 10

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un Jean?



Nota. En la parte presupuestaria la muestra encuestada manifiesta que está dispuesta a pagar en un rango de:

Jean Nacional

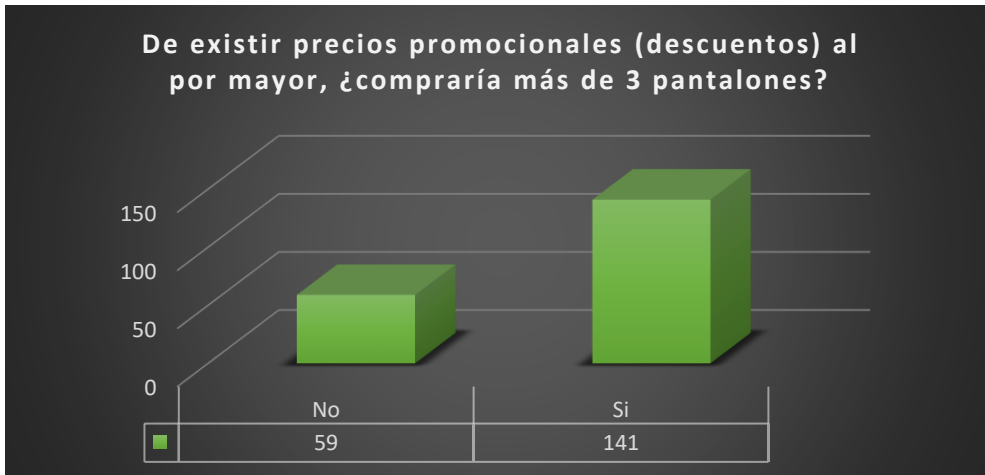
- De 20 a 25 dólares → 13.5%
- Más de 25 dólares → 28.5%

Jean Importado

- De 30 a 35 dólares → 54.5%
- Más de 35 dólares → 3.5%

Figura 11

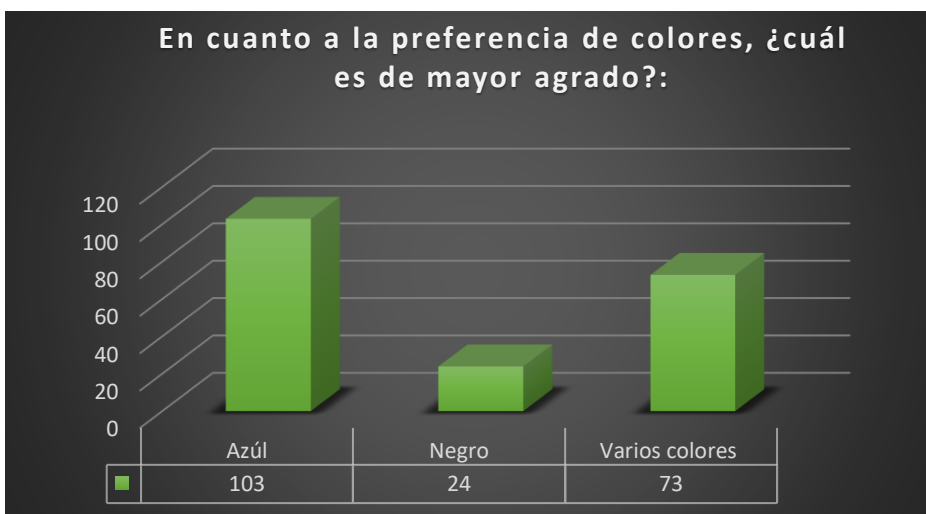
De existir precios promocionales (descuentos) al por mayor, ¿compraría más de 3 pantalones?



Nota. En esta pregunta se puede determinar que los descuentos y promociones son parte importante para lograr una venta en volumen ya que el 70.5% respondió que si compraría más de 3 pantalones de existir un descuento y tan solo el 29.5% que no tomaría el descuento.

Figura 12

En cuanto a la preferencia de colores, ¿cuál es de mayor agrado?



Nota. En la encuesta se puede determinar que del total de encuestados existe un mayor porcentaje de personas que se inclina por el color azul (103 personas) mientras que el 36.5% prefiere variedad en colores (73 personas) y el 12% tiene mayor agrado por el color negro (24 personas).

Figura 13

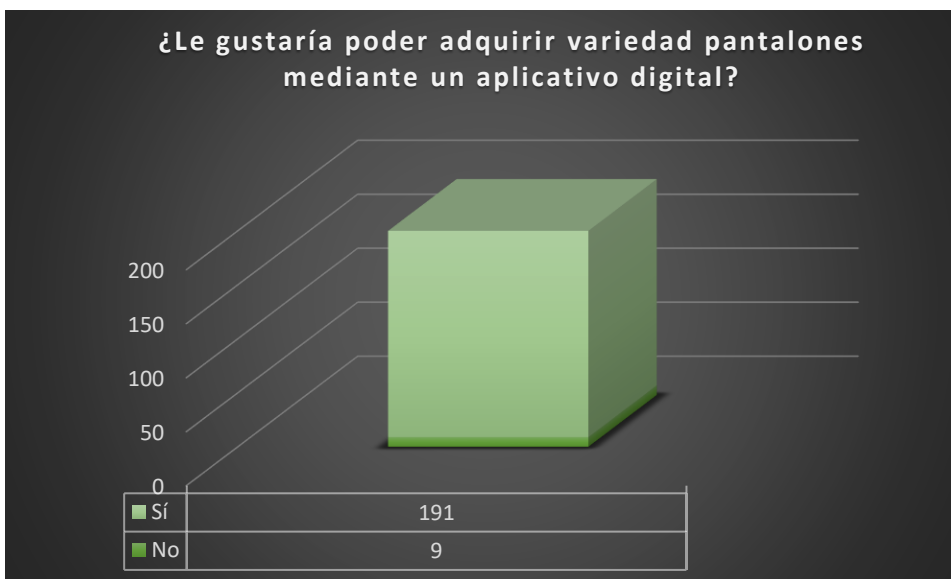
¿Cuál es el atributo primordial que debe el producto para realizar la compra?



Nota. El resultado de esta pregunta facilita analizar cuál es el atributo principal que los clientes toman en cuenta al momento de una compra es la calidad del producto, obteniendo el 71.5% que corresponde a 143 personas, en segundo lugar, tenemos la facilidad de compra con el 17% correspondiente a 34 personas encuestadas, la calidad y el precio mantienen casi una igualdad (precio 6% y marca 5.5%).

Figura 14

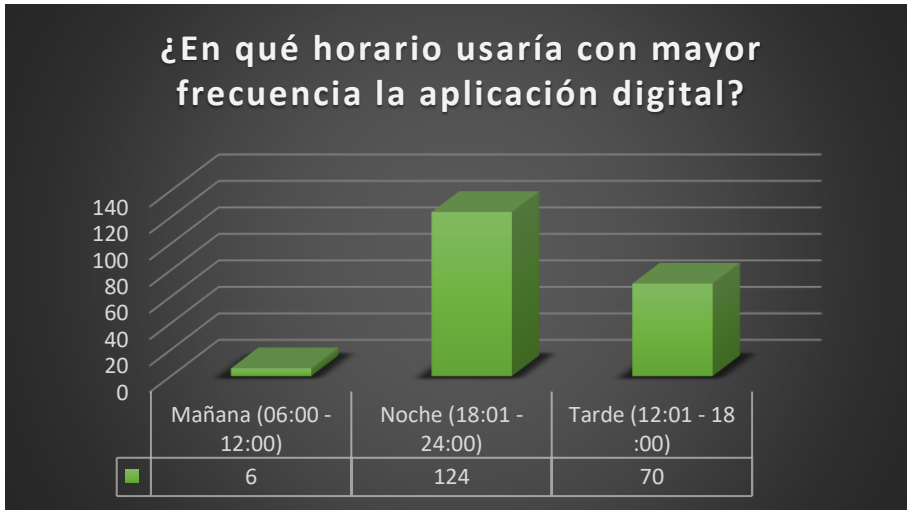
¿Le gustaría poder adquirir variedad pantalones mediante un aplicativo digital?



Nota. Se puede notar que hay un alto porcentaje de personas que les gustaría adquirir la prenda mediante un aplicativo digital con una aceptación total del 95.5%, mientras que un rechazo de apenas el 4.5%.

Figura 15

¿En qué horario usaría con mayor frecuencia la aplicación digital?



Nota. Al analizar la pregunta sobre el horario de preferencia de los usuarios en cuento al uso de la aplicación, se pudo concluir que el 62% tiene una preferencia de uso en las noches, mientras que el 35% por la tarde y un bajo porcentaje del 3% durante la mañana.

Figura 16

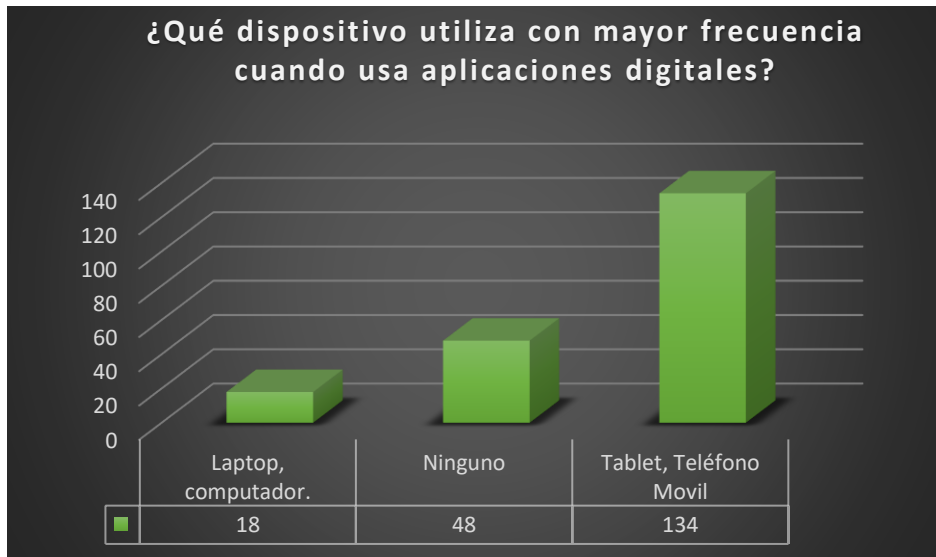
¿Qué plataforma usaría con más frecuencia para adquirir este tipo de productos?



Nota. Como podemos notar las plataformas de mayor uso son las páginas web y redes sociales (38%), la metodología de compra física obtuvo un 24% de preferencia entre la población.

Figura 17

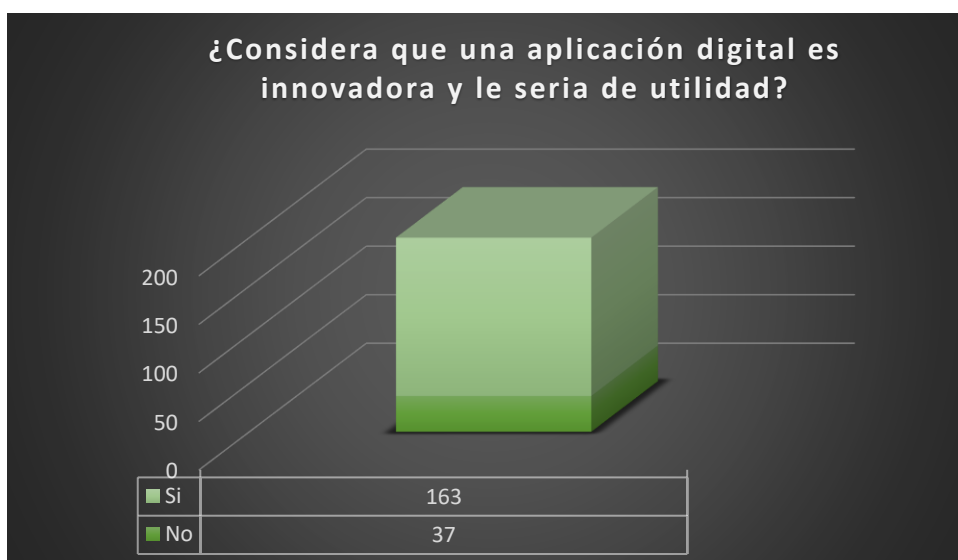
¿Qué dispositivo utiliza con mayor frecuencia cuando usa aplicaciones digitales?



Nota. Los dispositivos de mayor uso son: el teléfono móvil y tablet en primer lugar, obteniendo como resultado el 67%, mientras que la laptop o computador tienen una preferencia del 9% y el 24% ninguno.

Figura 18

¿Considera que una aplicación digital es innovadora y le sería de utilidad?



Nota. La mayor parte de encuestados opina que el uso de una aplicación digital es de utilidad siendo este el 81.5% y el 18.5% opina que no sería de utilidad.

CAPÍTULO II: PROPUESTA

Fundamentos teóricos aplicados

¿Qué es un emprendimiento? Es el inicio de una actividad económica que requiere esfuerzo, trabajo y persistencia para el logro de los objetivos.

¿Qué es un negocio? Es una actividad que se realiza con el fin de obtener una ganancia económica o beneficio de acuerdo con su actividad comercial.

¿Qué es un plan de negocios? Es una planificación de las ideas de un negocio, de forma sistemática, ordenada y estructurada a fin de determinar las ventajas y desventajas del proyecto en mente, plasmando los riesgos y necesidades que conlleva para obtener una rentabilidad; “Es la redacción ordenada de nuestra idea de negocio; donde te permite hacer una reflexión sobre tu modelo inicial, estructurando y ajustando el proyecto para reducir al máximo los riesgos” (Edomex, 2023).

Actualmente los planes de negocios son una herramienta importante para los emprendedores ya que permite crear estrategias documentadas en cuanto al problema actual, objetivos, comercialización, proyecciones financieras, entre otras.

Un plan de negocio permite:

- ✓ Obtener financiamiento.
- ✓ Documentar la estrategia y los objetivos de una empresa.

Características principales de un plan de negocios, permite:

- ✓ Obtener una proyección de las inversiones requeridas.
- ✓ Calcular la capacidad productiva y sus gastos.
- ✓ Proyectar un margen de ganancia requerido para garantizar la puesta en marcha y su continuidad.
- ✓ Reducir riesgos o anticipar posibles inconvenientes.
- ✓ Recopilar información importante a ser utilizada a corto, mediano y largo plazo.
- ✓ Otras.

La correcta elaboración de un plan de negocios permite identificar los potenciales clientes, segmentos de mercado y oportunidades de mejora que nos da el entorno y los puntos fuertes con los que se cuenta, al identificar las necesidades y competencias, lo cual permite delimitar las estrategias y contribuye al éxito del negocio.

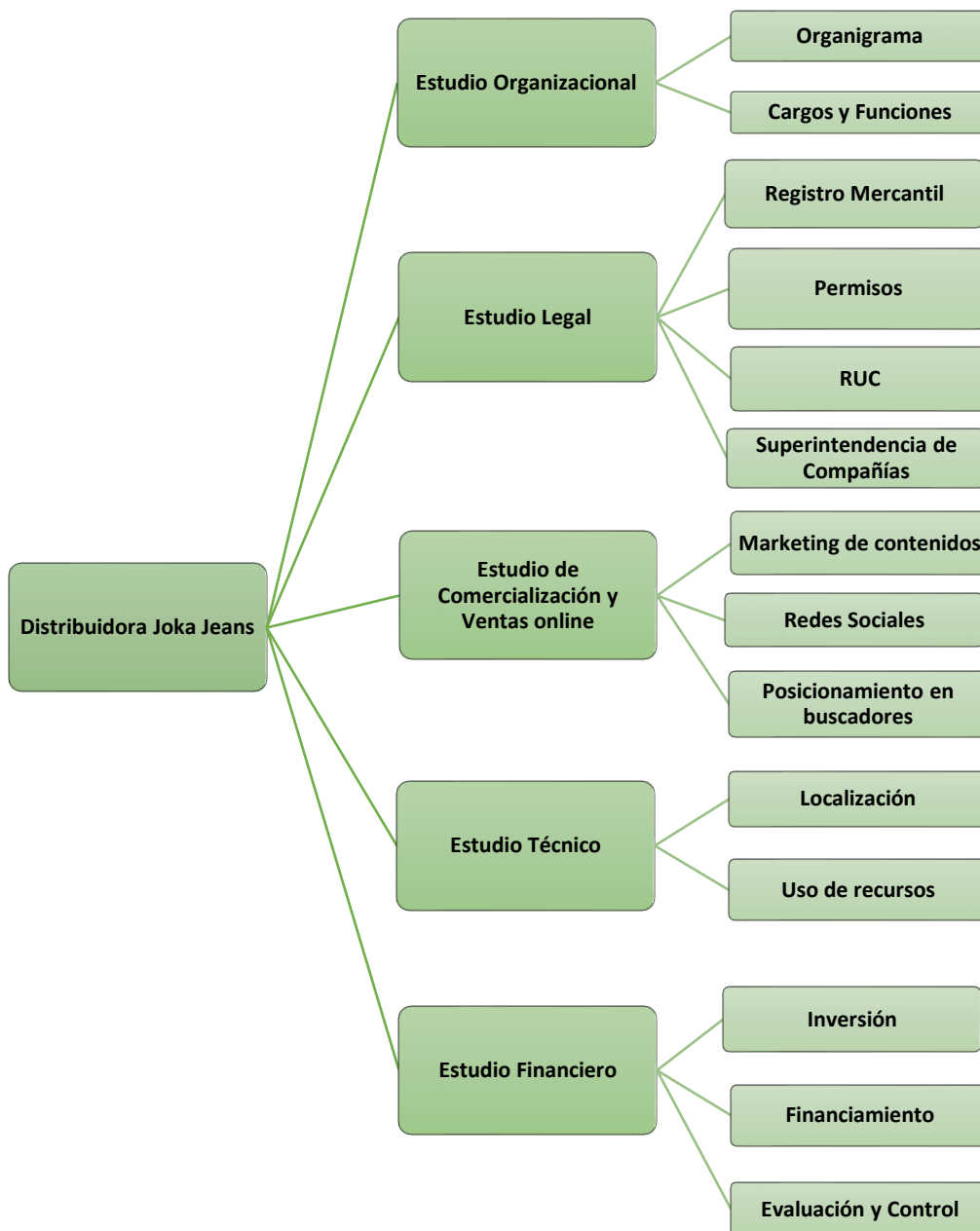
En el plan financiero del negocio se presentan los ingresos, costos y utilidades, este apartado es de suma importancia ya que detallará si la implementación del proyecto es rentable o no lo es, es decir que existe una ganancia o pérdida, adicionalmente, detalla si es suficiente con la inversión (aporte inicial) o si se requiere uno o varios préstamos que deben ser considerados.

Descripción de la propuesta

Estructura general

Figura 19

Estructura General



Fuente: Elaboración propia.

Explicación del aporte

Para la implementación del presente proyecto es necesario generar estrategias financieras y de mercadería para las cuales existirá un análisis de visibilidad de la propuesta, es importante tomar en cuenta que el mundo tecnológico y de servicio es cambiante por lo cual se requiere estar a presentes en innovaciones y negociaciones que beneficien a la distribuidora y a su vez a los clientes de la empresa.

La distribuidora Joka Jeans ha contemplado negociaciones nacionales e internacionales de compra de prendas al por mayor ya que los descuentos son mayores y pueden ser aplicados a la mercadería, de esta forma el precio de venta será más competitivo.

Las negociaciones internacionales serán a la tasa del día lo cual es su mayoría beneficia el precio del producto por la tasa de cambio, no obstante, es importante tomar en cuenta que el transporte es de mayor costo que uno nacional, para lo cual se deberán analizar los rubros de compra y venta determinando si efectivamente es viable la implementación del proyecto.

Finalmente es imprescindible tomar en cuenta toda la normativa vigente para la creación y permanencia de la empresa en el mercado, para lo cual se debe cumplir con los requisitos legales y tributarios.

Estrategias y/o técnicas

El nombre comercial de la empresa será: Distribuidora JOKA Jeans.

Logotipo

Figura 20

Logotipo Empresarial



Fuente: Elaboración propia.

El logo de la distribuidora fue diseñado en base a los colores que representarán la empresa, siendo uno de los más fuertes el azul, este color no solo representa elegancia, estabilidad y seriedad también representa el color con mayor relación a un Jean ya sea clásico o de última colección.

Misión

Brindar a las damas una prenda de vestir de acuerdo con sus gustos y necesidades, con la cual obtenga un sentimiento de seguridad, realce y belleza en línea con moda y nuevas tendencias, con prendas nacionales e importadas siempre cumpliendo con estándares de calidad y renovando diseños constantemente.

Visión

Ser una empresa reconocida en el país y lograr la consecución de un nivel de ventas sostenible, permitiendo expandir nuevos productos de forma constante.

Objetivos

- ✓ Lograr sostenibilidad en la distribuidora para generar empleo.
- ✓ Posicionar el producto en el mercado de forma estratégica que permita expansión del negocio.
- ✓ Fidelizar clientes de forma continua y permanente.
- ✓ Generar estrategias innovadoras en el mercado y llegar a la consecución de mayores ventas mensuales y por ende rentabilidad anual.

Políticas

- Todos los colaboradores de la empresa deben mantener el respeto tanto con el cliente interno como externo.
- Todos los colaboradores deben tratar con respeto y cuidado los recursos tangibles e intangibles.
- Todos los colaboradores deben demostrar profesionalismo e integridad.
- Los colaboradores deben estar abiertos a la comunicación con sus colegas y demás miembros.
- Los colaboradores deben ser amigables y colaborativos.

Valores

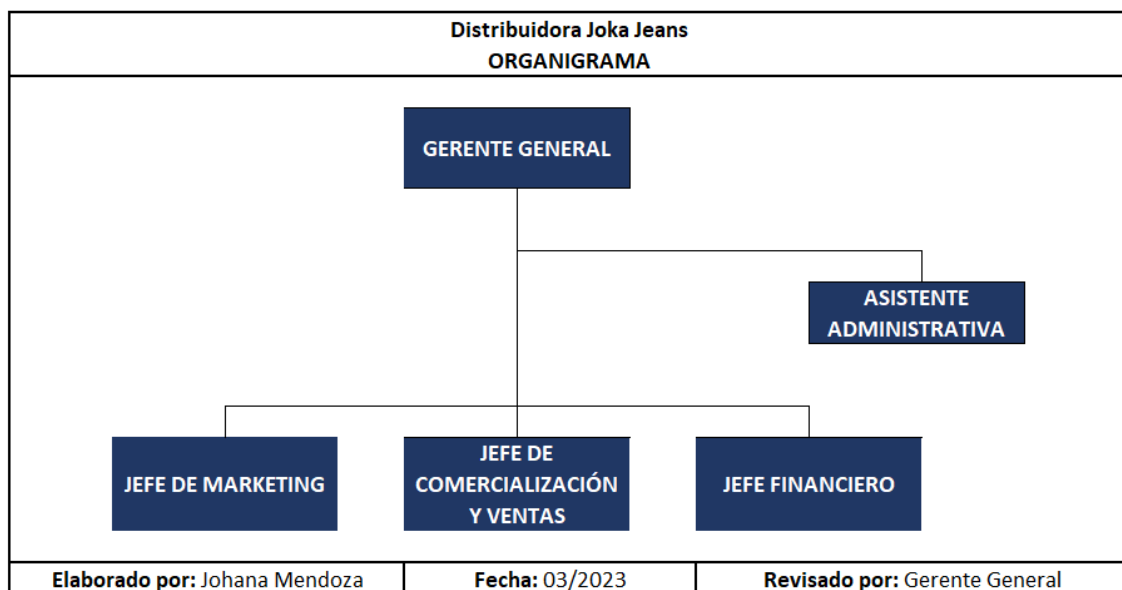
- ❖ Integridad
- ❖ Profesionalismo
- ❖ Trabajo en equipo
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Respeto

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La estructura utilizada por la empresa será de forma lineal, este tipo de organización se aplicará en un inicio del proyecto es decir que se asignan y distribuyen las responsabilidades y se reportará a un solo jefe.

Tabla 1

Estructura Organizacional de la Distribuidora Joka Jeans



Fuente: Elaboración propia.

Funciones del talento humano

Nombre del cargo: Gerente General

Tabla 2

Funciones del Gerente General

Distribuidora Joka Jeans	Fecha: mar-23
--------------------------	---------------

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO Gerente General	Pág. 1
<p>Descripción del cargo</p> <p>Deberá cumplir con las diferentes funciones tales como el rol de representante legal, mantener activa y en funcionamiento la compañía además de ser el responsable de todo lo concerniente a la parte legal y normativa vigente.</p>	
<p>Requisitos del perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> * Experiencia mínima de 3 años en posiciones iguales o similares en el área comercial. * Título de tercer nivel en Administración de empresas o carreras afines 	
<p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> * Planificación, organización y supervisión en general de las actividades de la empresa. * Administración de los recursos de la compañía y coordinación transversal. * Toma de decisiones críticas. * Manejo adecuado de estrategias, tanto como líder dentro de la organización como de portavoz externamente en la compañía. * Diseñar la estrategia y fijar objetivos para el crecimiento * Mantener presupuestos y optimizar gastos * Establecer políticas y procesos * Asegurarse de que los empleados trabajen de forma productiva y se desarrollen profesionalmente * Supervisar la contratación y formación de nuevos empleados * Evaluar y mejorar las operaciones y el desempeño financiero * Garantizar que el personal cumpla las normativas de salud y seguridad 	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3

Funciones de la persona asistente administrativa

Distribuidora Joka Jeans	Fecha: mar-23
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO Asistente Administrativa	Pág. 1
<p>Descripción del cargo</p>	

Es la persona encargada de asegurar el buen funcionamiento de la empresa realizando labores administrativas, tales como archivar, planificar y coordinar las actividades generales de la oficina, además de redactar los reportes y demás.

Requisitos del perfil

- * Título de tercer nivel o cursando últimos semestres en administración o carreras afines.
- * Experiencia mínima de un año en puestos similares.

Responsabilidades

- * Gestionar todas las llamadas, correos electrónicos, correspondencia, tanto entrantes como salientes, además de encargarse de la agenda general.
- * Interactuar con clientes y atender consultas
- * Archivar, organizar, guardar y revisar todo tipo de documentos.
- * Solicitar suministros y acordar el mantenimiento o reparación de los equipos de oficina.
- * Organizar reuniones y encargarse de la logística.
- * Procesar y registrar información mediante la actualización de bases de datos o archivos informáticos.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4

Funciones del Jefe de Marketing

Distribuidora Joka Jeans	Fecha: mar-23
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO Jefe de Marketing	Pág. 1
<p>Descripción del cargo</p> <p>Es el responsable de realizar investigaciones de mercado y crear planes de marketing para productos o servicios específicos. Además, debe analizar los mercados y ajustar los planes de marketing según sus hallazgos.</p>	
<p>Requisitos del perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> * Título universitario en economía, empresariales o marketing. * Capacidad para liderar proyectos de manera efectiva. * Experiencia en la realización de campañas de marketing. * Experiencia mínima de 3 años en cargos similares. 	
<p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> * Planificar, dirigir y coordinar esfuerzos de marketing. 	

- * Evaluar y desarrollar la estrategia y plan de marketing.
- * Investigar la competencia.
- * Desarrollar estrategias de promoción y publicidad.
- * Crear conciencia de marca y posicionamiento.
- * Coordinar proyectos de marketing desde el inicio hasta el final.
- * Generar y ejecutar estrategias de marketing en redes sociales y marketing de contenidos.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5

Funciones del Jefe de Comercialización y Ventas

Distribuidora Joka Jeans	Fecha: mar-23
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO Jefe de comercialización y Ventas	Pág. 1
<p>Descripción del cargo</p> <p>Es la persona encargada de aumentar las ventas, durante un plazo determinado. Dirige y organiza el departamento de ventas; además es quien debe motivar e incentivar a su equipo de trabajo para obtener mejores resultados. Debe tener ideas innovadoras y cómo tener mejor contacto con las personas.</p>	
<p>Requisitos del perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> * Conocimientos de medición de estrategias * Dominio en atención a clientes * Capacidad de trabajar ante desafíos * Experiencia mínima de 3 años en cargos iguales o similares * Título de tercer nivel en comercio exterior o carreras afines. 	
<p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> * Planifica los presupuestos de venta. * Establece metas y objetivos. * Pronostica Ventas. * Define objetivos de comercialización y venta. * Asegurar la rentabilidad de la organización * Consolidar ventas. 	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6

Funciones del Jefe Financiero

Distribuidora Joka Jeans	Fecha: mar-23
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO Jefe Financiero	Pág. 1
Descripción del cargo Es la persona responsable de tomar las decisiones financieras correctas para lograr un óptimo uso de los fondos con los que cuenta la compañía, se encarga de las labores de planificación, organización, dirección y control, pero específicamente de los recursos financieros de una organización.	
Requisitos del perfil <ul style="list-style-type: none">* Título de tercer nivel en contabilidad o carreras afines.* Tener habilidades analíticas y numéricas.* Conocimientos en gestión de riesgos financieros*Experiencia mínima de 3 años en cargos similares	
Responsabilidades <ul style="list-style-type: none">* Administración, manejo y control del efectivo.* Analizar los estados financieros de la compañía y estudiar el nivel de rendimiento.* Destrezas para la negociación (ya que tiene lidiar con los bancos con frecuencia).* Maximizar el patrimonio de las acciones de una empresa.* Lograr un equilibrio entre la liquidez y rentabilidad.* Crear e implementar políticas y normativas para el manejo de los activos financieros.* Realizar análisis impositivos y declaraciones.* Registro de facturas de compra y venta.	

Fuente: Elaboración propia.

ESTUDIO LEGAL

Constitución de la empresa

La empresa será constituida como compañía limitada, misma que será responsable por las obligaciones sociales con un tope máximo de sus aportes, misma que trabaja bajo una razón social definida previamente.

Puntos importantes para la constitución de la compañía:

- a. Definir un nombre y reservarlo (Supercias)
- b. Elaborar estatutos (mediante un abogado).
- c. Aperturar una cuenta bancaria de integración de capital.
- d. Elevar a escritura pública.
- e. Publicar en un diario de circulación nacional la resolución de la creación.
- f. Obtener permisos municipales.
- g. Inscribir la compañía (registro Mercantil)
- h. Realizar la junta general de accionistas con la finalidad de nombrar presidente, gerente y otros.
- i. Obtener documentos habilitantes (Registro mercantil, Supercias, SRI).
- j. Inscribir el nombramiento del representante legal (Registro Mercantil).
- k. Obtener RUC.

Finalmente, presentar el RUC en la superintendencia de compañías y entregar la carta dirigida al banco donde se apertura la cuenta bancaria de integración de capital y de esta manera disponer del rubro depositado inicialmente.

Registro Mercantil

Es una institución creada cuya finalidad es la inscripción de hechos y actos relacionados a los empresarios ya sea de forma individual o las diferentes sociedades, así como el garantizar la autenticidad de contratos, instrumentos públicos y demás documentos e información que deben ser registrados legalmente y de acuerdo con lo establecido por la ley.

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Es un organismo con autonomía administrativa y económica cuya finalidad es la de vigilar, controlar y promover los diferentes mercados como el de valores, societarios y de seguros. Así mismo es el encargado de validar las actividades, el funcionamiento la liquidación o disolución de las compañías.

Los usuarios pueden ingresar a la página oficial de la superintendencia, seguir los pasos detallados en la web y cumplir con todos los requisitos.

Servicio de Rentas Internas SRI

RUC (Registro Único de Contribuyente) es un documento imprescindible para la creación de una empresa ya es obligatorio para la asignación de tipo de contribuyente correspondiente a la

administración tributaria, emisión de facturas y declaración de impuestos. Es importante mencionar que el número asignado en personas naturales es el número de cédula adicionando los dígitos 001 esto lo realiza el SRI, para empresas la administración asignará un número de 13 dígitos que es único para cada organización.

- Formulario debidamente lleno y firmado.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copias de cédula y certificado de votación vigente de los socios.

Permiso de funcionamiento

- Registro único de contribuyentes RUC.
- Patente municipal.
- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- Declaración juramentada del representante legal del establecimiento.

ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS ONLINE

Oferta y demanda

La importancia de la oferta radica en la cantidad de bienes o servicios ofrecido u ofertados en el mercado a un precio dado, la demanda se establece a raíz de la disminución de precios en el mercado y a su vez la demanda incrementa, es decir que la demanda se fija en función del precio y la cantidad.

Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha en el mercado se genera cuando un cliente o compradores no encuentra el servicio o bien que necesita o este no llena sus expectativas.

Tabla 7

Demanda Insatisfecha

Año	Demanda Insatisfecha	Precios proyectados	Ingresos
1	4,762.13	30.00	142,863.75
2	4,833.56	31.20	150,806.97
3	4,906.06	32.40	158,956.35
4	4,979.65	33.60	167,316.28
5	5,054.35	34.80	175,891.24

Fuente: Elaboración propia.

Marketing de contenidos

El marketing de contenidos es mucho más ágil e innovador que el marketing tradicional ya que está dirigido a entretener e informar a los potenciales clientes y potenciar su fidelidad.

La empresa aplicará el marketing de contenidos no promocionando abiertamente el producto; al contrario, la estrategia será ofrecer información de utilidad de forma fácil y manejo adecuado para los consumidores, de esta forma los clientes potenciales encontrarán respuestas a sus necesidades y se fidelizarán con la marca Joka Jeans, la metodología a desarrollar el marketing de contenidos será mediante la utilización de los siguientes medios tecnológicos digitales:

- Blogs.
- Newletters.
- Videos.
- Aplicaciones.

Es importante considerar que una de las estrategias principales en este tipo de marketing es hacer la diferencia, la distribuida Joka Jeans aplicará dicha estrategia en innovación al transformar lo difícil en fácil, ser novedosos y dar valor agregado en todas las ejecuciones. En la diferencia está el éxito.

Redes Sociales

Este tipo de medios son utilizados por las compañías para exponer productos y/o servicios, mejoras, novedades, descuentos, promociones o campañas publicitarias, entre otras.

Existen varios beneficios del uso de redes sociales para las empresas, entre los más importantes se detallan los siguientes:

1. Incrementa la marca y su percepción.
2. Es posible establecer la marca como líder de opinión.
3. Mantener la marca en la mente de las personas.
4. Aumentan el tráfico web.
5. Genera clientes potenciales.
6. Impulsa venta.
7. Es posible promocionar el contenido de forma rápida y continua.
8. Interacción con los clientes.

9. Monitorea conversaciones relevantes para la marca.
10. Informes y analítica.

Posicionamiento de buscadores

Este instrumento consiste en lograr que una página web se refleje en los primeros resultados cuando un usuario realice una búsqueda, basado en las diferentes palabras que el usuario tenga interés.

Existen dos posicionadores:

- SEO (Search Engine Optimization) se ocupa de posicionar una página web entre los resultados, mismo que nos ayuda a incrementar un canal de tráfico web a largo plazo.
- SEM (Search Engine Marketing) posiciona la marca o producto en la web a través de anuncios pagados en los buscadores.

Ventajas:

- ✚ Multiplica la visibilidad.
- ✚ Mejora la página web.
- ✚ Fomenta la credibilidad y confianza.
- ✚ Refuerza la estrategia inbound marketing (Metodología comercial que sirve para captar potenciales clientes por medio de valiosos contenidos).
- ✚ Ayudan al posicionamiento de la marca.

ESTUDIO TÉCNICO

De acuerdo con el estudio realizado es posible determinar que las ventas online tienen aceptación en el mercado; sin embargo, el contar con un espacio físico da mayor respaldo a los clientes al momento de realizar la compra, adicional este espacio servirá oficina central y bodega de los productos.

Localización de la Distribuidora Joka Jeans

La localización será en la parroquia Conocoto Valle de los chillos, sector club de médicos en la Av. Jambelí y Abdón Calderón.

Figura 21

Localización de la Distribuidora Joka Jeans



Fuente: <https://maps.google.com>

Uso de Recursos

Propiedad Planta y Equipo

Inicialmente la distribuidora Joka Jeans contará con un espacio físico dedicado en su gran mayoría a la bodega ya que la finalidad es tener una tienda online, sin embargo, la confiabilidad de los clientes existirá un espacio físico donde puedan acceder a los productos.

Tabla 8

Inversión Fija (Propiedad, planta y equipo)

Área	Detalle	M2
Área administrative	Espacio físico	20
Área de espera	Showroom	20
	Baño	3
Área de almacenaje	Bodegas	42
Área libre	Estacionamientos	15
TOTAL		100

Fuente: Elaboración propia.

Maquinaria y Equipos

A pesar de no ser una planta productiva, se requiere algunos equipos a tomar en cuenta para la venta y distribución de productos.

Tabla 9*Inversión Fija (Maquinaria y equipos)*

Descripción	Cantidad
Etiquetadora de Productos	2
Perchas	4
Plancha a vapor	1
Cafetera	1
Dispensador de agua	1

Fuente: Elaboración propia.**Muebles y enseres, equipo de oficina y computación**

Para el desarrollo del negocio es necesario contar con varios instrumentos que nos servirán tanto para la puesta en marcha como para crecimiento de la compañía.

Tabla 10*Inversión Fija (Muebles y enseres, equipo de oficina y computación)*

Descripción	Cantidad
Muebles	2
Sillas de Trabajo	5
Computadoras	2
Impresora	1
Celulares	2
Archivador metálico	1

Fuente: Elaboración propia.**Talento Humano**

En todas las compañías se requiere contar con el talento humano y su expertiz en las diferentes ramas, para ello se contará con los siguientes recursos.

Tabla 11*Talento humano*

Descripción	Cantidad
-------------	----------

Gerente General	1
Asistente administrativa	1
Jefe de Marketing	1
Jefe de comercialización y Ventas	1
Jefe Financiero	1

Fuente: Elaboración propia.

ESTUDIO FINANCIERO

Un estudio financiero ayuda a determinar de forma cuantitativa y económica el costo de la operación del proyecto, mismo que permite a más de evaluar la rentabilidad y viabilidad del proyecto también visualizar la recuperación de la inversión y el tiempo estimado.

Un correcto estudio permite tomar decisiones adecuadas en tiempo y forma, minimizar los riesgos latentes y conocer el comportamiento de las operaciones, puesta en marcha y el crecimiento de la empresa.

Es un elemento fundamental en todos los proyectos independientemente del tipo de negocio a implementar, a continuación, se detallan algunas de las ventajas sobre la aplicación de este estudio:

- ❖ Permite realizar diagnósticos a las empresas.
- ❖ Presenta la situación actual y futura de la entidad.
- ❖ Facilita el seguimiento y control.
- ❖ Favorece a la planificación de objetivos y proyecciones basados en datos confiables.

De acuerdo con lo expuesto anteriormente se puede mencionar que un estudio financiero es una herramienta primordial, gerencial y analítica, clave en todas las empresas para determinar las condiciones económicas y la gestión de recursos disponibles financieros, mismos que aportan a las proyecciones empresariales.

GESTION FINANCIERA EMPRESARIAL

- Gestión de cobros y pagos puntuales.
- Utilización de un adecuado software contable.
- Análisis de resultados mensuales.
- Utilización de los recursos financiero ajustado a las necesidades del proyecto.
- Políticas claras para cada proceso.

INVERSIÓN REQUERIDA

Inversión Fija

Es una inversión con que la empresa debe contar para la implementación y puesta en marcha de la compañía, son rubros fijos que se establecen de acuerdo con un análisis previo a la puesta en marcha y que no pueden ser omitidos.

Tabla 12

Inversión de propiedad, planta y equipo

Descripción	Área	Detalle	Cantidad	Valor
Propiedad Planta y Equipo	Área administrativa	Espacio físico (adecuación)	4	,200.00
	Área de espera	Showroom	1	420.00
		Baño (adecuación)	1	180.00
	Área de almacenaje	Bodegas	1	3,200.00
	Área libre	Estacionamientos	1	100.00
TOTAL			8	7,100.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13

Inversión Maquinaria y equipos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Etiquetadora de Productos	2	120.00	240.00
Perchas	4	180.00	720.00
Plancha a vapor	1	65.00	65.00
Cafetera	1	82.00	82.00
Dispensador de agua	1	90.00	90.00
TOTAL			1,197.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14*Inversión Muebles y enseres, equipo de oficina y computación*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Muebles	2	170.00	340.00
Sillas de trabajo	5	82.00	410.00
Computadoras	2	790.00	1,580.00
Impresora	1	380.00	380.00
Celulares	2	350.00	700.00
Archivador metálico	1	75.00	75.00
TOTAL			3,485.00

Fuente: Elaboración propia.

Una vez realizados todos los análisis y establecer rubros se determina que la inversión inicial en cuanto a la inversión fija es de \$11.872,00

Tabla 15*Total inversión fija*

DESCRIPCIÓN	VALOR
Propiedad Planta y Equipos	7,100.00
Maquinaria y Equipos	1,197.00
Muebles, enseres de oficina y equipos de computación	3,485.00
TOTAL	11,782.00

Fuente: Elaboración propia.**Costo del producto**

Son aquellos rubros que se requieren para la adquisición de productos a comercializar, para el caso de compra de productos físicos es importante incluir el transporte y de ser el caso

Tabla 16*Costo del producto*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Inventario inicial Nacional	150	10.00	1,500.00
Inventario inicial Internacional	400	15.00	6,000.00
Transporte Nacional	1	150.00	150.00
Transporte Internacional	1	500.00	500.00
TOTAL			7,650.00

Fuente: Elaboración propia.**Gastos Pre - Operacionales**

Son aquellos gastos en los que se incurren de forma previa al inicio de las actividades y tienen una tendencia a generar ingresos una vez se inician las operaciones, inicialmente serán registrados como tal es decir gastos pre-operacionales hasta tener una factibilidad y desarrollo del proyecto, luego serán parte primordial de las operaciones del negocio.

Tabla 17*Gastos Pre - Operacionales*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Estudio de Mercado	1	450.00	450.00
Asesoría Legal y contable	1	250.00	250.00
Gastos de Constitución	1	550.00	550.00
Permisos de Funcionamiento	1	600.00	600.00
Publicidad y propaganda	1	380.00	380.00
TOTAL			2,230.00

Fuente: Elaboración propia.

Capital de Trabajo

Activo Corriente

Es el recurso con el que cuenta la empresa con el objetivo de generar una rentabilidad en un futuro, contablemente se puede determinar como una representación de los bienes y/o derechos que posee la compañía.

✓ Caja

Es el rubro que refleja el dinero en efectivo con el que cuenta la empresa, mismo que será utilizado para los gastos que se presenten durante la ejecución del proyecto.

\$1.000

✓ Banco

Se utiliza tanto para los cobros como las cuentas por pagar, tiene como finalidad mantener rubros que sirven para cubrir gastos o costos de la inversión y su utilización es de manera segura ya que es mediante una entidad bancaria.

\$5.000

Tabla 18

Total activo corriente

Descripción	Valor
Caja	1,000.00
Banco	5,000.00
TOTAL	6,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Pasivo Corriente

El pasivo corriente trata sobre las obligaciones que tiene la compañía, es decir una deuda o crédito con vencimiento a corto plazo. En la actualidad la compañía refleja un pasivo corriente de \$1.500 referentes a gastos de constitución, asesorías y permisos.

Para el cálculo de la fórmula se tomará como tasa circulante la emitida por el banco central del Ecuador.

$$\begin{aligned} \text{Tasa Circulante} &= \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} \\ 2,0 &= \frac{6,000.00}{\text{Pasivo Corriente}} \\ \text{Pasivo Corriente} &= \frac{6,000.00}{2.0} \\ \text{Pasivo Corriente} &= 3,000.00 \end{aligned}$$

Capital de Trabajo

Es el recurso con el que dispone la empresa para operar eficazmente y cumplir con sus obligaciones.

$$\begin{aligned} \text{Capital de trabajo} &= \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente} \\ \text{Capital de trabajo} &= 6,000.00 - 3,000.00 \\ \text{Capital de trabajo} &= 2,000.00 \end{aligned}$$

De acuerdo con el análisis elaborado es posible determinar que la empresa cuenta con \$ 2.000 dólares americanos como capital de trabajo.

Inversión requerida

La inversión requerida para por la compañía para iniciar sus actividades, mismo que es utilizado para cubrir los costos y gastos del negocio es de \$18.980,00 es importante tener presente dicha inversión para la puesta en marcha y funcionamiento de la empresa.

Tabla 19

Inversión total

Descripción	Valor total	%
Inversion fija	7,100.00	37.41%
Inventarios	7,650.00	40.31%
Gastos Pre - Operacional	2,230.00	11.75%
Capital de Trabajo	2,000.00	10.54%
TOTAL	18,980.00	100%

Fuente: Elaboración propia.

FINANCIAMIENTO

Para la ejecución del proyecto es necesario contar con financiamiento ya que al momento si bien tendrá una inyección de capital propio, no es suficiente para la puesta en marcha.

Recursos propios

El aporte de recursos propios a la distribuidora Joka Jeans es de \$8.980,00 dólares americanos, valor que representa el 47.31% de la inversión total necesaria.

Recursos de financiamiento

El financiamiento será solicitado a una entidad financiera a un plazo de 36 meses por el valor de \$10.000,00 a un interés del 13.01% Tasa efectiva anual del costo del financiamiento.

Institución financiera

El análisis realizado presenta como referencia tres instituciones financieras, con la finalidad de evaluar la más conveniente y tomar la mejor opción.

Tabla 20

Análisis de instituciones financieras

Institución Financiera	Monto	Plazo (meses)	Tasa de interés
Banco Pichincha	10,000.00	36	13.01%
Banco Bolivariano	10,000.00	36	13.50%
Banco Pacífico	10,000.00	36	13.35%

Fuente: Elaboración propia.

Financiamiento Institución financiera

De acuerdo con los estudios efectuados para la toma de decisiones en cuanto a la financiación del valor requerido para la puesta en marcha de la compañía, se decide realizarlo con banco pichincha, a continuación, se presentan los datos más a detalle:

Tabla 21*Condiciones y costo total del crédito*

Datos financiamiento	Valores	Periodicidad	Explicación
Monto solicitado (USD)	10,000.00		Valor solicitado por el cliente.
Monto líquido (USD)	9,950.00		Monto acreditado en la cuenta
Cuota financiera (USD)	325.62	Mensual	Valor correspondiente al capital e interés
Cuota total (USD)	332.29	Mensual	Valor cuota financiera
Plazo / número de cuotas	36	Mensual	Número de cuotas a pagar en todo el plazo del crédito
Tasa interés nominal (%)	11.23	Anual	Es la tasa de interés anual.
Tasa de interés activa efectiva referencial para el segmento (%)	10.43	Anual	Es la tasa activa referencial del segmento, permitida por el Banco Central del Ecuador.
Tasa interés efectiva anual (%)	11,83	Anual	(TEA) Es igual al interés anual efectivo, dividido para el capital inicial. Las tasas de interés nominal y efectiva difieren cuando el período de capitalización es distinto de un año. La tasa de interés efectiva es más alta mientras más corto es el período de capitalización
Suma de cuotas (USD)	11,962.25		Es la sumatoria de las cuotas a pagar en todo el plazo del crédito.
Carga financiera (USD)	1,831.78		Es la diferencia entre la sumatoria de intereses, primas menos el monto líquido que recibe el cliente en la concesión. Incluye intereses y primas de seguro obligatorias
Relación entre el valor total y monto de capital solicitado	1,2		Resultado de la división, de la suma total de cuotas para el monto financiado.

Tasa efectiva anual del costo del financiamiento	13,01	Es la tasa efectiva anual de interés más los valores correspondientes a impuestos de ley, seguros obligatorios (desgravamen e incendios) y gastos directos e indirectos.
--	-------	--

Fuente: (Pichincha, 2023)

Financiamiento de la Inversión

A continuación, se presenta el porcentaje de representación en cuanto a inversión propia e inversión financiada:

Tabla 22

Financiación de la Inversión

Valor de Financiamiento	Valor	%
Aporte propio	8,980.00	47%
Aporte externo	10,000.00	53%
TOTAL	18,980.00	100%

Fuente: Elaboración propia.

Estimación de Costos y Gastos

La estimación de costos y gastos es una adecuada y necesaria práctica para pronosticar el costo del proyecto ya que es un elemento primordial para la gestión de costos, prever recursos financieros y determinar un alcance.

Costos de Producción

Los costos de producción son aquellos gastos en que la compañía debe incurrir con la finalidad de tener productiva su actividad, es decir lo que necesita la empresa para tener un producto listo para la venta, a pesar de que la compañía se dedicará a la compra y venta de las prendas de vestir es necesario incurrir en ciertos gastos como sueldos, distribución, empaquetado, entre otros.

Depreciación de la Inversión

De acuerdo con las normas contables, es necesario contar con la depreciación de los activos fijos.

Tabla 23*Depreciación de activos fijos*

Inversión fija	Vida útil años	Valor inicial	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor residual
Propiedad planta y equipo	20.00	7,100.00	355.00	1,775.00	1,775.00
Maquinaria y equipos	10.00	1,197.00	119.70	598.50	598.50
Muebles enseres de oficina y equipos de computación	10.00	3,485.00	348.50	1,742.50	1,742.50
TOTAL		11,782.00	823.20	4,116.00	4,116.00

Fuente: Elaboración propia.**Activos Diferidos**

A continuación, se muestra el cuadro de amortizaciones para los activos intangibles

Tabla 24*Amortización*

Descripción	Valor	Tiempo (años)	Amortización año 1	Amortización año 2
Estudio de Mercado	450.00	2	225.00	225.00
Asesoría Legal y contable	250.00	2	125.00	125.00
Gastos de Constitución	550.00	2	275.00	275.00
Permisos de Funcionamiento	600.00	2	300.00	300.00
Publicidad y propaganda	380.00	2	190.00	190.00
TOTAL	2,230.00		1,115.00	1,115.00

Fuente: Elaboración propia.**Gastos Administrativos****Suministros de Oficina**

Para el correcto funcionamiento de la empresa se requiere algunos suministros básicos en la oficina, mimos que se detallan a continuación.

Tabla 25*Suministros de oficina*

Detalle	Unidad	Cantidad anual	Precio unitario	Precio anual
Etiquetas adhesivas	Funda	10.00	3.00	30.00
Pos it	Unidad	6.00	1.00	6.00
Tijera	Unidad	2.00	0.60	1.20
Esferos color azul	Caja	2.00	3.00	6.00
Papel bond	Resma	2.00	5.00	10.00
Toner	Unidad	2.00	25.00	50.00
Clips metálicos	Caja	2.00	0.75	1.50
Grapas	Caja	2.00	2.50	5.00
Archivador de papeles	Unidad	1.00	25.00	25.00
Perforadora	Unidad	1.00	3.00	3.00
Carpetas Bene	Unidad	6.00	1.00	6.00
Grapadora	Unidad	1.00	3.00	3.00
TOTAL				146.70

Fuente: Elaboración propia.

Sueldos administrativos y de venta

A continuación, se presentan los sueldos administrativos y de venta en los que se incurrirá de forma anual y mensual.

Tabla 26*Sueldos administrativos y de venta*

Descripción	Cant.	Sueldo	Recargos Patronales			Beneficios de Ley			Subtotal	Total Mensual	Total Anual
			IESS			Décimo 3er. Sueldo	Décimo 4er. Sueldo	Vacaciones			
			IESS	IECE	SECAP						
Gerente General	1	700.00	78.05	3.00	3.00	58.33	37.5	29.17	909.05	909.05	10,908.60
Asistente administrativa	1	450.00	50.18	2.25	2.25	37.50	37.5	18.75	598.43	598.43	7,181.10

Jefe de Marketing	1	550.00	61.33	2.25	2.25	45.83	37.5	22.92	722.08	722.08	8,664.90
Jefe de comercialización y Ventas	1	550.00	61.33	2.25	2.25	45.83	37.5	22.92	722.08	722.08	8,664.90
Jefe Financiero	1	550.00	61.33	2.25	2.25	45.83	37.5	22.92	722.08	722.08	8,664.90
TOTAL ANUAL											44,084.40

Fuente: Elaboración propia.

Servicios Básicos

Seguido se presenta el detalle de servicios básicos en los que incurrirá la distribuidora Joka Jeans.

Tabla 27

Servicios básicos

Descripción	Consumo mensual	Consumo Anual
Luz	30.00	360.00
Agua	10.00	120.00
Internet	40.00	480.00
TOTAL		960.00

Fuente: Elaboración propia.

Total Gastos Administrativos

A continuación, se presenta el resumen de los gastos administrativos reflejados anualmente.

Tabla 28

Total Gastos Administrativos

Gastos Administrativos	Valor total
Suministros de Oficina	146.70
Sueldos Administrativos	44,084.40
Servicios Básico	960.00

TOTAL	45,191.10
--------------	------------------

Fuente: Elaboración propia.

Gastos de Venta

Son aquellos recursos inmersos en la publicidad, distribución y entrega del producto.

Tabla 29

Gastos de Venta

Descripción	Cantidad anual	Precio unitario	Precio anual
Publicidad Digital	12.00	250.00	3,000.00
TOTAL			3,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Gastos Financieros

Los gastos financieros son aquellos que se generan de las obligaciones, tales como préstamos bancarios, como es el caso particular de la compañía para garantizar el curso normal de las actividades.

Tabla 30

Gastos Financieros

Valor Préstamo	Tasa interés efectiva anual (%)	Plazo meses	Cuota mensual	Total Anual	Deuda Total	Interés año 1	Interés año 2	Interés año 3
10,000.00	11.83%	36.00	332.29	3,987.48	11,962.44	654.15	654.15	654.15
TOTAL				3,987.48	11,962.44	654.15	654.15	654.15

Fuente: Elaboración propia.

Resumen de Costos y Gastos

A continuación, se detalla el resumen de los costos y gastos a requerirse en la implementación anual del proyecto.

Tabla 31*Resumen de Costos y Gastos*

Costos y Gastos	Valor Total
Gastos administrativos	45,191.10
Gastos de ventas	3,000.00
Gastos Financieros	654.15
TOTAL	8,845.25

Fuente: Elaboración propia.

Estado de Situación financiero

La finalidad de este estado financiero es obtener de forma detallada la situación inicial de la empresa, con sus respectivos activos, pasivos y patrimonio de esta forma analizar los recursos y obligaciones con los que cuenta la compañía.

Tabla 32*Estado de situación financiera*

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Caja - Banco	6,000.00	Pasivo Corriente	1,500.00
Total Activo Corriente	6,000.00	Total pasivo Corriente	1,500.00
Activo No Corriente		Pasivo Largo Plazo	
Propiedad, Planta y Equipo	7,100.00	Prestamo	10,000.00
Maquinaria y Equipos	1,197.00	Total Pasivo Largo Plazo	10,000.00
Muebles y enseres de oficina y equipos de Computación	3,485.00	TOTAL PASIVO	11,500.00
(-) Depreciación			
Total Propiedad, Planta y Equipo	11,782.00		
Activos diferidos			
Estudio de Mercado	450.00	Capital	8,512.00
Asesoría Legal y contable	250.00		
Gastos de Constitución	550.00		
Permisos de Funcionamiento	600.00		
Publicidad y propaganda	380.00		
(-) Amortización			
Total Activos Intangibles	2,230.00	TOTAL PATRIMONIO	8,512.00
TOTAL ACTIVO	20,012.00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	20,012.00

Fuente: Elaboración propia.

Presupuesto de Ingresos Proyectados

Es aquel en el que se reflejan todos los ingresos proyectados, para el desarrollo de este proyecto se realizará a 5 años.

Tabla 33

Presupuesto de Ingresos Proyectados

Producto	Ingreso Año 1	Ingreso Año 2	Ingreso Año 3	Ingreso Año 4	Ingreso Año 5
Jeans Nacional	18,480.00	20,974.80	23,806.40	27,020.26	30,668.00
Jeans Internacional	54,600.00	61,971.00	70,337.09	79,832.59	90,609.99
Total	73,080.00	82,945.80	94,143.48	106,852.85	121,277.99

Nota. Fuente: Elaboración propia.

ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Estado de Resultados Proyectado

Mediante este estado financiero la empresa puede determinar si existe una pérdida o una rentabilidad en el ejercicio contable.

Tabla 34

Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	73,080.00	82,945.80	94,143.48	106,852.85	121,277.99
(-) Costos de producción	34,125.00	35,319.38	36,555.55	37,835.00	39,159.22
(=) Utilidad Bruta en Ventas	38,955.00	47,626.43	57,587.93	69,017.86	82,118.77
(-) Gastos Administrativos	45,191.10	46,772.79	48,409.84	50,104.18	51,857.83
(-) Gasto de ventas	3,000.00	3,105.00	3,213.68	3,326.15	3,442.57
(-) Gastos Financieros	654.15	654.15	654.15	-	-
(=) Utilidad Operacional	(9,890.25)	(2,905.51)	5,310.27	15,587.52	26,818.37
(-) Participación trabajadores 15%	-	-	796.54	2,338.13	4,022.76
Utilidad / Pérdida antes de impuestos	(9,890.25)	(2,905.51)	4,513.73	13,249.39	22,795.61
(-) Impuesto a la Renta 25%	-	-	1,128.43	3,312.35	5,698.90
(=) Utilidad / Pérdida Neta	(9,890.25)	(2,905.51)	3,385.30	9,937.05	17,096.71

Fuente: Elaboración propia.

Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja es parte importante de los estados financieros ya que refleja la parte monetaria en referencia a los montos que con los que contará la distribuidora mostrando si existirá liquidez o no.

Tabla 35

Flujo de Caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. INGRESOS OPERACIONALES						
Ingresos por ventas	73,080.00	82,945.80	94,143.48	106,852.85	121,277.99	
Parcial	73,080.00	82,945.80	94,143.48	106,852.85	121,277.99	
2. EGRESOS OPERACIONALES						
(-) Costos de Producción	34,125.00	35,319.38	36,555.55	37,835.00	39,159.22	
(-) Gastos Administrativos	45,191.10	45,193.33	45,195.56	45,197.79	45,200.02	
(-) Gastos de Ventas	3,000.00	3,002.23	3,004.46	3,006.69	3,008.92	
(-) Gastos Financieros	654.15	281.34	1,291.47	825.55	304.69	
(+) Depreciación	823.20	823.20	823.20	823.20	823.20	
(+) Amortización de Activos Diferidos	1,115.00	1,115.00	-	-	-	
Parcial	(81,032.05)	(81,858.08)	(85,223.84)	(86,041.83)	(86,849.65)	
3. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	(7,952.05)	1,087.73	8,919.64	20,811.03	34,428.34	
4. INGRESOS NO OPERACIONALES						
(-) Inversión Fija	7,100.00					
(-) Inversión Inicial (Inventarios)	7,650.00					
(-) Inversión gastos pre-	2,230.00					
(-) Inversión capital de trabajo	2,000.00					
(+) Prestamo	10,000.00					
5. EGRESOS NO OPERACIONALES						
(-) Participación trabajadores 15%	-	-	796.54	2,338.13	4,022.76	
(-) Impuesto a la Renta 25%	-	-	1,128.43	3,312.35	5,698.90	
Total	-	-	1,924.97	5,650.48	9,721.66	
(+) Valor residual de la inversión fija					754.00	
(+) Recuperación del capital de					2,000.00	
6. FLUJO NO OPERACIONAL	-	-	1,924.97	5,650.48	6,967.66	
7. FLUJO NETO DE CAJA (C-F)	6,320.00	(7,952.05)	1,087.73	6,994.67	15,160.55	27,460.68

Fuente: Elaboración propia.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Permite una tomar de decisiones más acertada, disminuyendo el riesgo de la inversión debido a la información que proporciona de forma útil, mediante el análisis de datos, planteamientos y proyecciones financieras.

Cálculo de la TMAR

Por sus siglas el significado de este indicador corresponde a “Tasa mínima atractiva”, mediante la cual se determina la tasa de beneficio, a continuación, se amplía el significado de su resultado:

- Positivo → Reducción o tendencia a la baja.
- Negativo → Aumento o tendencia al alza.

De acuerdo con los datos del Banco Central del Ecuador la tasa pasiva corresponde al 8.96%, siendo la tasa de riesgo del 8.17% información utilizada en el cálculo de la tasa mínima de rendimiento.

$$\text{TMAR} = \text{Tasa Pasiva Bancaria} + \text{Prima de Riesgo}$$

$$\text{TMAR} = 8.96\% + 8.17\%$$

$$\text{TMAR} = 17.13\%$$

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un indicador el cual permite determinar la viabilidad del proyecto mediante un análisis del valor actual de los flujos futuros del proyecto. En referencia para el cálculo se tomará el resultado del TMAR (17.13%).

$$\text{VAN} = -A + \sum \frac{\text{FNC}_n}{(1+\text{TMAR})^n}$$

$$\text{VAN} = -A + \frac{\text{FNC}_1}{(1+\text{TMAR})^1} + \frac{\text{FNC}_2}{(1+\text{TMAR})^2} + \frac{\text{FNC}_3}{(1+\text{TMAR})^3} + \frac{\text{FNC}_4}{(1+\text{TMAR})^4} + \frac{\text{FNC}_5}{(1+\text{TMAR})^5}$$

$$\text{VAN} = (6,320.00) + \frac{(7,952.05)}{(1+0.1713)^1} + \frac{1,087.73}{(1+0.1713)^2} + \frac{6,994.67}{(1+0.1713)^3} + \frac{15,160.55}{(1+0.1713)^4} + \frac{27,460.68}{(1+0.1713)^5}$$

$$\text{VAN} = (6,320.00) + \frac{(7,952.05)}{1.1713000} + \frac{1,087.73}{1.3719437} + \frac{6,994.67}{1.6069576} + \frac{15,160.55}{1.8822295} + \frac{27,460.68}{2.2046554}$$

$$\text{VAN} = (6,320.00) + (6,789.08) + 792.84 + 4,352.74 + 8,054.57 + 12,455.77$$

$$\text{VAN} = (6,320.00) + 18,866.83$$

$$\text{VAN} = 12,546.83$$

$$\text{VAN} > 0$$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Permite obtener un análisis sobre el porcentaje de ingresos de la inversión y conocer su recuperación.

Fórmula:

$$\text{VAN} = -A + \sum \frac{\text{FNC}_n}{(1+\text{TMAR})^n}$$

$$0 = -A + \sum \frac{\text{FNC}_n}{(1+\text{TIR})^n}$$

Donde:

Tm = Tasa de interés menor

Tm = 40%

TM = Tasa de interés mayor

TM = 70%

Tasa de Interés Menor

$$VAN = -A + \sum \frac{FNC_n}{(1+tm)^n}$$

$$VAN = -A + \frac{FNC_1}{(1+tm)^1} + \frac{FNC_2}{(1+tm)^2} + \frac{FNC_3}{(1+tm)^3} + \frac{FNC_4}{(1+tm)^4} + \frac{FNC_5}{(1+tm)^5}$$

$$VAN = (6,320.00) + \frac{(7,952.05)}{(1+0.4)^1} + \frac{1,087.73}{(1+0.4)^2} + \frac{6,994.67}{(1+0.4)^3} + \frac{15,160.55}{(1+0.4)^4} + \frac{27,460.68}{(1+0.4)^5}$$

$$VAN = (6,320.00) + \frac{(7,952.05)}{1.4} + \frac{1087.725}{1.96} + \frac{6994.67}{2.74} + \frac{15160.55}{3.84} + \frac{27460.68}{5.38}$$

$$VAN = (6,320.00) + (5,680.04) + 554.96 + 2,549.08 + 3,946.42 + 5,105.89$$

$$VAN = (6,320.00) + 6,476.30$$

VAN =	156.30
VAN =	> 0

Tasa de Interés Mayor

$$VAN = -A + \sum \frac{FNC_n}{(1+TM)^n}$$

$$VAN = -A + \frac{FNC_1}{(1+TM)^1} + \frac{FNC_2}{(1+TM)^2} + \frac{FNC_3}{(1+TM)^3} + \frac{FNC_4}{(1+TM)^4} + \frac{FNC_5}{(1+TM)^5}$$

$$VAN = 6,320.00 + \frac{(7,952.05)}{(1+0.7)^1} + \frac{1,087.73}{(1+0.7)^2} + \frac{6,994.67}{(1+0.7)^3} + \frac{15,160.55}{(1+0.7)^4} + \frac{27,460.68}{(1+0.7)^5}$$

$$VAN = 6,320.00 + \frac{(7,952.05)}{1.7} + \frac{1087.725}{2.89} + \frac{6994.67}{4.91} + \frac{15160.55}{8.35} + \frac{27460.68}{14.20}$$

$$VAN = 6,320.00 + (4,677.68) + 376.38 + 1,423.71 + 1,815.18 + 1,934.05$$

$$VAN = 6,320.00 + 871.63$$

$$VAN = 7,191.63$$

$$VAN > 0$$

Fórmula del TIR

$$TIR = tm + \frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{TM}} * (TM - tm)$$

$$TIR = 40\% + \frac{156.30}{156.30 - 7,191.63} * (70\% - 40\%)$$

$$TIR = 40\% + \frac{156.30}{(7,035.32)} * 30\%$$

$$TIR = 40\% + (0.02) * 30\%$$

$$TIR = 40\% + -0.67\%$$

$$TIR = 39\%$$

De acuerdo con la aplicación de los análisis realizados mediante indicadores financieros se puede determinar que el proyecto es viable ya que la TIR es de 39%.

Período de Recuperación del Capital (PRK)

El estudio de este indicador es determinante para conocer si la actividad será realmente rentable y su proporción o si el proyecto no beneficioso.

$$PRK = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{5}}$$

$$PRK = \frac{18,980.00}{\frac{6,320.00}{5}}$$

$$PRK = \frac{18,980.00}{1,264.00}$$

$$PRK = 15.02$$

Es decir que la recuperación del capital será en 15 meses de acuerdo con el PKR del proyecto.

Relación Costo – Beneficio (RCB)

Este análisis es parte fundamental del proyecto ya que permite medir si la inversión es rentable para la empresa entre los costos del proyecto y los beneficios que otorga.

RCB > 1: Proyecto Aceptado

RCB = 1: Proyecto Postergado o en análisis

RCB < 1: Proyecto rechazado

$$RCB = \frac{\sum FNE}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$RCB = \frac{18,980.00}{6,320.00}$$

$$RCB = 3.00$$

$$RCB > 1$$

Proyecto viable

La distribuidora Joka Jeans obtendrá 3 dólares por cada dólar invertido, por ende, se determina que el proyecto es viable tomando en cuenta que el valor es >1.

Evaluación Financiera

Tabla 36

Evaluación financiera

Índice Financiero	Valor, %	Comentarios
VAN	12,546.83	El VAN se determina >0 por ende el proyecto es viable
TIR	39%	La tasa interna de retorno es rentable ya que el coste de oportunidad es mayor que cero.
PRK	15.02	El período de recuperación del capital es de 15 meses.
RCB	3.00	El beneficio que se obtendrá será 3 veces más por cada dólar.

Fuente: Elaboración propia.

Matriz de articulación de la propuesta

En la presente matriz se sintetiza la articulación del producto realizado con los sustentos teóricos, metodológicos, estratégicos-técnicos y tecnológicos empleados.

Tabla 37.

Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	INSTRUMENTOS APLICADOS
CAPITULO I Descripción del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • Contextualización. • Proceso investigativo. • Métodos, Técnicas e instrumentos. • Vinculación con la sociedad. 	No experimental, deductiva, descriptiva de campo, fuentes primarias.	Análisis y tabulación de encuestas	Creación del plan de negocios para la Distribuidora Joka Jeans	Encuesta
CAPITULO II Propuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos teóricos. • Descripción de la propuesta. • Estudios: <ul style="list-style-type: none"> - Organizacional. - Legal. 		Aplicación de proyecciones e índices financieros	Sustento financiero de la viabilidad del proyecto.	

- De comercialización y ventas.
- Técnico
- Financiero
- Evaluación

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- Mediante el plan de negocios diseñado se puede determinar la viabilidad del proyecto, ya que a través del estudio de mercado y financiero el resultado se divisa como rentable.
- El desarrollo del proyecto tiene bases sólidas en cuanto a las teorías requeridas como guía para el progreso del plan de negocio de la distribuidora Joka Jeans, de esta forma lograr la consecución de los objetivos planteados.
- A través de las encuestas ejecutadas los potenciales clientes manifestaron la aceptación del producto y los medios por los cuales se dará a conocer sus utilidades, precios y promociones.
- Una vez finalizado el proyecto, se confirma la viabilidad obteniendo resultados esperados obteniendo un VAN >0, TIR >1 y una recuperación del capital en el segundo año y la ventaja que existe entre el costo beneficio con la ejecución del proyecto de \$3 por cada dólar invertido.
- La empresa Joka Jeans aportará a la sociedad mediante la generación de empleos y circulación de capital, mismo que permite promover la mejor calidad de vida tratándose de un aporte a la reactivación económica del país.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable evaluar y controlar de forma periódica el trabajo y las estrategias empleadas a fin de validar la aceptación entre usuarios en cuanto a la marca, servicio y logística, de esta forma los riesgos latentes que existan podrán ser minimizados.
- Implementar la aplicación de buenas prácticas que aporten al crecimiento del negocio, mismas que se podrán evaluar durante el proceso de implementación y desarrollo del proyecto.
- Elaborar nuevos estudios, esto con la finalidad de expansión una vez la distribuidora Joka Jeans se encuentre estable y en marcha dado la factibilidad del negocio.
- Es importante mantener la cultura de innovación y disposición al cambio, dado al medio en el que se desarrollará el negocio, la competencia en el mundo tecnológico es muy amplio por lo que las estrategias de mercado seguramente serán cambiantes en el día a día.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (18 de Febrero de 2018). *Slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/juancarlos777/el-proyecto-de-investigacion-fidias-arias-2018-6a-edicion>
- Beltrán, M. (2018). *Metodología de investigación en educación*. México: Libros UNAm.
- Bernal, T. (2018). *Metodología de la Investigación para administración, economía y humanidades*. Bogotá: Pearson.
- Bounocore. (8 de Julio de 2018). *metodologiaeninvestigacion.com*. Obtenido de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2018/07/fuentes-primarias-y-secundarias.html#:~:text=Bounocore>
- BranchGroup. (2022). *BranchGroup.com*. Obtenido de <https://branch.com.co/marketing-digital/>
- Buendía, L., & Hernández, F. (2018). *Metodos de INvestigación en Psicopedagogía*. Sevilla: Fuentes.
- Campaña, D. (s.f.). Plan de negocios de una lavadora de autos "Jhorvy" en el sector sur, barrio señor de la buena esperanza del Distrito Metropolitano de Quito. *Tesis*. Universidad Israel, Quito.
- Carvajal, A. (s.f.). Plan de negocios para la creación de una empresa de helado de mandarina "Tangerine Ice Cream". *Tesis*. Universidad Israel, Quito.
- Castillo, D. (2018). *Análisis del sistema financiero y procedimientos de cálculo*. Málaga: IC Editorial.
- Chiluisa, M. (s.f.). Plan de negocios de un proyecto inmobiliario en la ciudad de Latacunga jardines de Dubái. *Tesis*. Universidad Israel, Quito.
- Collado, V. (23 de Febrero de 2019). *Vogue*. Obtenido de <https://www.vogue.mx/tags/valentina-collado>
- Edomex. (5 de Enero de 2023). *ime.edomex.gob*. Obtenido de https://ime.edomex.gob.mx/plan_de_negocios#:~:text=%C2%BFQU%C3%89%20ES%20UN%20PLAN%20DE, reducir%20al%20m%C3%A1ximo%20los%20riesgos.
- Gamboa, M. (s.f.). Plan de negocios para una lavadora y lubricadora en la parroquia Pintag. *Plan de negocios para una lavadora y lubricadora en la parroquia Pintag*. Uisrael, Quito.
- Godin, S. (17 de Noviembre de 2020). *Ipmark*. Obtenido de <https://ipmark.com/la-funcion-del-marketing-segun-seth-godin/>
- Hernández, F. B. (2019). *Academia*. Obtenido de https://www.academia.edu/25455344/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_Hernandez_Fernandez_y_Baptista_2010_
- Hurtado, J. (2018). *Metodología de la investigación*. Quirón.

- Inec. (6 de Enero de 2023). *ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-boletin-publica-estadistico-2023/>
- Kotler, P. (24 de Agosto de 2022). *Mercado negro*. Obtenido de <https://www.mercadonegro.pe/marketing/marketing-digital/el-marketing-digital-segun-philip-kotler/>
- Namakforoosh. (2018). *Metodología de Investigación*. México: Limusa.
- Parella Stracuzzi, M. (2020). *Metodología De La Investigación Cuantitativa 3ra Ed.* Caracas: Fedupel.
- Párra, s. (s.f.). Plan de negocios para la creación de un centro estético integral ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito sector de Conocoto. *Tesis*. Universidad Israel, Quito.
- Pichincha, B. (10 de Marzo de 2023). *Pichincha.com*. Obtenido de <https://www.pichincha.com/portal/simuladores/simulador-de-creditos>
- Prieto, C. (2017). *Emprendimiento. Conceptos y plan de negocios*. México D.F.: Pearson.
- Ramírez, F. (2019). *Metodología de la Investigación más que una receta*. Medellín: EAFIT.
- Sampieri, R. (15 de Agosto de 2019). *Slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/pepemario/sampieri-metodologiainvcap7disenosnoexperimentales>
- Tamayo. (10 de Agosto de 2019). *Metodología de la investigación*. Obtenido de [cholar.google.com.ec/scholar?q=tamayo+2007](https://scholar.google.com.ec/scholar?q=tamayo+2007)
- Tamayo, Mario*. (2019). Mexico: Puebla.
- Updce. (4 de Junio de 2018). *es.scribd.com*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/353613429/Plan-de-Negocio>

ANEXOS

ANEXO 1

FORMATO DE ENCUESTA

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA DISTRIBUDORA
DE JEANS**

Por favor, rellene esta encuesta. La información que nos proporciones será utilizada para conocer el grado de aceptación del producto.

1 ¿En qué rango de edad se encuentra?

18 años a 24 años

25 años a 29 años

Más de 30 años

2 ¿Cuál es su Género?

Masculino

Femenino

3 Región de residencia

Costa

Sierra

Oriente

Región Insular

4 ¿Con qué frecuencia compra Jeans?

Mensual

Semestral

Muy ocasional

5 ¿Usted vende pantalones Jeans?

Si

No

6 ¿Mediante qué método frecuentemente compra sus pantalones?

Almacenes físicos

--

Vía online	<input type="checkbox"/>
7 ¿Cuál es su preferencia en cuanto a calidad?	
Nacional	<input type="checkbox"/>
Internacional	<input type="checkbox"/>
8 ¿Cuál es el grado de preferencia?	
Últimas colecciones	<input type="checkbox"/>
Modelos clásicos	<input type="checkbox"/>
9 Cantidad de Jeans que generalmente compra	
1 pantalón	<input type="checkbox"/>
De 2 a 3 pantalones	<input type="checkbox"/>
Más de 3 pantalones	<input type="checkbox"/>
10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un Jean?	
De 20 a 25 dólares (Nacional)	<input type="checkbox"/>
Más de 25 dólares (Nacional)	<input type="checkbox"/>
De 30 a 35 dólares (Importado)	<input type="checkbox"/>
Más de 35 dólares (Importado)	<input type="checkbox"/>
11 De existir precios promocionales (descuentos) al por mayor, compraría más de 3 pantalones?	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
12 En cuanto a la preferencia de colores, cuál es de mayor agrado:	
Azúl	<input type="checkbox"/>
Negro	<input type="checkbox"/>
Varios colores	<input type="checkbox"/>
13 ¿Cuál es el atributo primordial que debe el producto para realizar la compra?	
Calidad	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>
Marca	<input type="checkbox"/>

Facilidad de compra

14 ¿Le gustaría poder adquirir variedad pantalones mediante un aplicativo digital?

Si

No

15 ¿En qué horario usaría con mayor frecuencia la aplicación digital?

Mañana (06:00 - 12:00)

Tarde (12:01 - 18 :00)

Noche (18:01 - 24:00)

16 ¿Qué plataforma usaría con más frecuencia para adquirir este tipo de productos?

Páginas web

Redes sociales

De forma física

17 ¿Qué dispositivo utiliza con mayor frecuencia cuando usa aplicaciones digitales?

Laptop, computador.

Tablet, Teléfono Movil

Ninguno

18 ¿Considera que una aplicación digital es innovadora y le seria de utilidad?

Si

No

ANEXO 2

Propuesta de validación

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL / ESCUELA DE POSGRADOS

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: Plan de Negocios para la implementación de la distribuidora JOKA JEANS. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Magister Karina Montalvo

Título obtenido: Magister en Gerencia Contable y Finanzas Corporativas.

C.I.: 1720170750

E-mail: karinamontalvo_74@yahoo.com

Institución de Trabajo: Metropolitan Touring

Cargo: Ejecutiva de Cartera

Años de experiencia en el área: 12 años

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA JOKA JEANS”

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto		X			
Aplicabilidad	X				
Conceptualización	X				
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	30	4			

Observaciones: Generar formas más específicas en la comercialización.

Recomendaciones: Se recomienda incrementar canales de comercialización digitales.

Lugar, fecha de validación: Quito, 14 de marzo de 2023.



**Firma del especialista
MSc. Karina Montalvo**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: Plan de Negocios para la implementación de la distribuidora JOKA JEANS. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Magister Rolando Cadena Fuertes

Título obtenido: Magister en Gestión Pública

C.I.: 1717344046

E-mail: rolando.cadena@ministeriodelinterior.gob.ec / rolandoquito@hotmail.com

Institución de Trabajo: Ministerio del Interior

Cargo: Analista de Estudios de la Seguridad Interna 2

Años de experiencia en el área: 8 años

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA JOKA JEANS”

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto		X			
Aplicabilidad	X				
Conceptualización		X			
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	25	8			

Observaciones: Generar mayor impacto con imágenes.

Recomendaciones: Realizar estudios de mercado continuos, de esta forma la competitividad de la empresa será mucho mayor.

Lugar, fecha de validación: Quito, 14 de marzo de 2023.



**Firma del especialista
MSc. Rolando Cadena Fuertes**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: Plan de Negocios para la implementación de la distribuidora JOKA JEANS. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Magister Katherine Espín

Título obtenido: Magister en Negocios Internacionales

C.I.: 1714593546

E-mail: Katherinepaola.espinaguilar@pepsico.com

Institución de Trabajo: PepsiCo Alimentos Ecuador

Cargo: Coordinadora de Compras

Años de experiencia en el área: 15 años

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

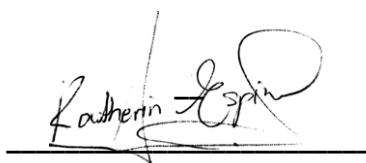
Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA JOKA JEANS”

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	X				
Aplicabilidad	X				
Conceptualización	X				
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	35				

Observaciones: Sin observaciones.

Recomendaciones: Validar posibles cambios normativos en cuanto a importación de productos.

Lugar, fecha de validación: Quito, 14 de marzo de 2023.



**Firma del especialista
MSc. Katherine Espín**