



# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

## ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

### MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Resolución: RPC-SO-22-No.477-2020

#### PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del proyecto:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA FERRETERIA EN LA PARROQUIA  
FAJARDO CANTON RUMIÑAHUI

Línea de Investigación:

Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible

Campo amplio de conocimiento:

ADMINISTRACIÓN

Autor/a:

ROMEL PATRICIO LLUMIQUINGA LLUMIQUINGA

Tutor/a:

Magister. ANA LUCIA TULCÁN PASTAS

Quito – Ecuador

2024

## APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Ana Lucía Tulcán Pastas con C.I: 0401371083 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA FERRETERIA EN LA PARROQUIA FAJARDO CANTON RUMIÑAHUI. Elaborado por: ROMEL PATRICIO LLUMIQUINGA LLUMIQUINGA, de C.I: 1712815693, 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., 7 de mayo de 2024

---

Firma

## DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, ROMEL PATRICIO LLUMIQUINGA LLUMIQUINGA con C.I: 1712815693, autor/a del proyecto de titulación denominado: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA FERRETERIA EN LA PARROQUIA FAJARDO CANTON RUMIÑAHUI. 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., 7 de mayo de 2024

---

Firma

## Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE .....	iii
INFORMACIÓN GENERAL .....	5
Contextualización del tema .....	5
Problema de investigación.....	7
Objetivo general .....	7
Objetivos específicos .....	7
Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos: .....	8
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	9
1.1 Contextualización general del estado del arte.....	9
¿Qué es un plan de negocio?.....	9
Análisis de Microentorno.....	10
Análisis de Macroentorno.....	11
Análisis de la competencia.....	11
Revisión de investigaciones previas del objeto de estudio .....	12
1.2 Proceso investigativo metodológico.....	14
Enfoque Cuantitativo .....	14
Tipo de Investigación .....	14
Población y muestra. ....	15
Métodos, técnicas e instrumentos .....	17
1.3 Análisis de resultados .....	17
CAPÍTULO II: PROPUESTA.....	30
2.1 Fundamentos teóricos aplicados .....	30
Estudio Estratégico .....	30
Estudio Técnico.....	34
Estudio de Marketing.....	35
Estudio Legal .....	35
Estudio Financiero .....	36
2.2 Descripción de la propuesta.....	37
ESTUDIO ESTRATÉGICO.....	37
ESTUDIO TÉCNICO.....	47

ESTUDIO DE MARKETING.....	54
ESTUDIO LEGAL.....	55
ESTUDIO FINANCIERO.....	59
2.3 Validación de la propuesta.....	74
2.4 Matriz de articulación de la propuesta.....	76
CONCLUSIONES.....	77
RECOMENDACIONES.....	78
BIBLIOGRAFÍA.....	79
ANEXOS.....	80

## Índice de tablas

Tabla 1	Variables Cálculo Muestra.....	16
Tabla 2	Propiedad y Planta Ferretería .....	49
Tabla 3	Vehículo y Herramientas para Ferretería.....	50
Tabla 4	Muebles de Oficina, Enseres, Equipos de Cómputo y Comunicación .....	51
Tabla 5	Materiales de Oficina e Insumos .....	52
Tabla 6	Personal para Ferretería.....	52
Tabla 7	Listado de Proveedores.....	53
Tabla 8	Inversión en Propiedad y Planta.....	60
Tabla 9	Inversión Vehículo y Herramientas .....	60
Tabla 10	Inversión Muebles Oficina, Enseres, Equipos de Cómputo y Comunicación .....	61
Tabla 11	Inversión en Materiales de Oficina e Insumos .....	62
Tabla 12	Depreciación de la Inversión .....	63
Tabla 13	Depreciación de Inversión a 5 Años .....	63
Tabla 14	Inversión Activos Intangibles.....	64
Tabla 15	Inversión en Inventario de Productos .....	65
Tabla 16	Plan de Inversión .....	66
Tabla 17	Remuneración y Beneficios del Personal .....	67
Tabla 18	Costo de Servicios Básicos e Internet.....	67
Tabla 19	Financiamiento del Proyecto.....	68
Tabla 20	Tabla de Amortización.....	68
Tabla 21	Información Operativa .....	70
Tabla 22	Flujo de Caja Proyectado.....	71
Tabla 23	Variables para cálculo TMAR.....	72
Tabla 24	Período de Retorno de la Inversión.....	73
Tabla 25	Especialistas Validadores .....	75
Tabla 26	Ponderación Especialistas .....	75
Tabla 27	Matriz de articulación .....	76

## Índice de figuras

Figura 1 Personas Encuestadas por Edad .....	17
Figura 2 Personas Encuestadas por Género .....	18
Figura 3 Personas Encuestadas por Nivel de Estudio .....	18
Figura 4 Personas Encuestadas por Ocupación .....	19
Figura 5 Porcentaje de Personas que Habitan en el Sector.....	20
Figura 6 Porcentaje de Personas Necesitan una Ferretería Integral .....	21
Figura 7 Grupo de Productos y % de Aceptación.....	21
Figura 8 Demanda Insatisfecha.....	22
Figura 9 Frecuencia de Compra .....	23
Figura 10 Demanda Insatisfecha.....	24
Figura 11 Preferencia de Compra .....	24
Figura 12 Forma de Pago Preferida .....	25
Figura 13 Asesoramiento al Cliente .....	26
Figura 14 Forma de Adquirir Productos.....	27
Figura 15 Comunicación con el Cliente.....	28
Figura 16 Aceptación de la Ferretería.....	29
Figura 17. Estructura General del Proyecto.....	37
Figura 18. Logotipo .....	38
Figura 19. Organigrama de la Empresa.....	38
Figura 20 Perfil Gerente General .....	39
Figura 21 Perfil jefe Administrativo Financiero .....	40
Figura 22 Perfil jefe de Operaciones.....	40
Figura 23 Perfil jefe de Ventas .....	41
Figura 24 Perfil jefe de Compras.....	41
Figura 25 Perfil Contador .....	42
Figura 26 Perfil Bodeguero .....	42
Figura 27 Perfil Coordinador de Logística .....	43
Figura 28 Perfil Transportista.....	43
Figura 29 Perfil Supervisor de Ventas .....	44
Figura 30 Perfil Ejecutivo de Ventas .....	44
Figura 31 Perfil Asesor de Ventas .....	45
Figura 32 Perfil Encargado Compras.....	45
Figura 33 Asistente de Compras .....	46
Figura 34 Análisis FODA de Ferretería .....	47
Figura 35 Ubicación Ferretería.....	48
Figura 36 Diagrama de flujo proceso de venta .....	54
Figura 37 Cálculo de VAN y TIR.....	72

## INFORMACIÓN GENERAL

### Contextualización del tema

Los emprendimientos, directamente relacionados a la creación de nuevas empresas, basan su desarrollo y crecimiento en una manera ordenada y sistemática de todo su funcionamiento y los procesos que intervienen en el mismo, para conseguir que la empresa llegue a posicionarse dentro de un mercado competitivo de una manera sostenible y con solvencia económica. Es importante indicar que, aunque en la mayoría de los casos el costo de los productos que se comercializan incide directamente en la cantidad de ventas que se realice, sin embargo, la promoción de los productos, el servicio al cliente, los medios de venta y las facilidades que la empresa brinda al cliente para adquirir sus productos inciden radicalmente para conseguir un logro importante de ventas, que al final contribuye para la continuidad y desarrollo de la empresa.

En el ámbito de los negocios que se desprenden de una idea de generar ingresos, brindar facilidades y beneficios para un grupo objetivo de personas que buscan satisfacer sus necesidades, es de suma importancia establecer una estrategia, cuyo concepto se puede indicar como sigue “la estrategia consiste en la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para su cumplimiento” (Lopez, 2013). En este sentido los objetivos desarrollados por la empresa deben ser reales y factibles de conseguir.

Por otro lado, el orden y la disciplina al momento de desarrollar las actividades de una empresa, es decir, la creación de procesos ordenados y el mejoramiento continuo de estos, conducen a la empresa a un manejo confiable y seguro de todas sus actividades.

El llevar procesos ordenados y objetivos claros en una empresa es la parte medular para el correcto funcionamiento de esta. Aquí la tecnología forma un papel muy importante, brindando facilidades para

el control y mejoramiento de los procesos y eso ayuda de sobremanera para que la administración de la empresa tome decisiones y ejecute acciones que harán que los objetivos planteados se cumplan.

En la actualidad los emprendimientos y pequeños negocios que se crean, presentan varios problemas para desarrollarse de una manera adecuada, a veces por falta de recursos económicos o por el desconocimiento de criterios teóricos y técnicos en el ámbito de los negocios, es por esto que el presente proyecto elaborará un plan de negocio para la creación de una ferretería cuyo punto de ubicación sería en la parroquia Fajardo, cantón Rumiñahui, el cuál iniciaría sus funciones comercializando material de ferretería, materiales de construcción, herramientas, etc. Se prevé un crecimiento importante del negocio considerando que el sector en donde se pretende analizar su factibilidad en un inicio se encuentra rodeado de artesanos, talleres industriales, proyectos de construcción, viviendas y demás posibles consumidores a los cuales se enfocará los diferentes tipos de productos que la empresa pretende comercializar.

Según el plan de ordenamiento territorial del cantón Rumiñahui PDYOT 2020-2025, el cantón Rumiñahui ha experimentado un crecimiento constante en su población desde el año 1990, año en el cual se tenía una población de 46,215.00 habitantes y en el 2020 se tiene 115,433.00, es decir, tuvo un crecimiento del 40%. A este cantón pertenece la parroquia urbana Fajardo la cual fue creada el 07 de abril del 2017 y actualmente tiene una extensión de 295.32 hectáreas con una población de 20,640.00 habitantes y una densidad poblacional de 40.10 habitantes por hectárea.

Toda esta zona era considerada como una zona agrícola en su mayoría, sin embargo, con el crecimiento de la población y el hecho de dejar de ser una zona rural y convertirse en una zona urbana ha contribuido a que la densidad de construcciones especialmente para viviendas aumente de manera considerable.

El Cantón Rumiñahui tiene como sus principales actividades al comercio y la manufactura, que son la base de su economía. Según información del VAB (valor agregado bruto) del 2018 estas actividades

presentan los siguientes porcentajes de participación: Comercio (28%), Manufactura (21%). Entre las dos actividades - Comercio y Manufactura - representaron el 49% del VAB.

#### Problema de investigación

El constante crecimiento de la población que ocasiona una necesidad de vivienda, los proyectos de infraestructura pública y privada, los pequeños talleres de carpintería, cerrajería y demás, crean la necesidad de abastecerse de productos necesarios para estas actividades. La facilidad y comodidad al momento de adquirir estos productos también juega un papel importante. Actualmente el sector de la parroquia de Fajardo si bien es cierto cuenta con varios negocios de ferretería pequeños, sin embargo, estos no satisfacen completamente las necesidades de los habitantes que viven en el sector, tanto en variedad, calidad, atención y precio de los productos que comercializan. Por esta razón el presente proyecto de plan de negocios debe responder a la siguiente pregunta. ¿Qué factores deben incidir en nuestro plan de negocios para la creación de una ferretería y que sea sostenible y rentable?

#### Objetivo general

Diseñar un plan de negocio para crear una ferretería con la finalidad de posicionarla comercialmente en la parroquia Fajardo del cantón Rumiñahui.

#### Objetivos específicos

- Contextualizar los fundamentos teóricos acerca del desarrollo de un plan de negocio para identificar los elementos que demuestren la viabilidad de la inversión.
- Realizar un estudio del mercado ferretero el cual provea información que permita generar una ferretería sustentable y con solvencia económica.
- Diseñar un plan de negocios a través de un estudio técnico financiero administrativo legal, que proporcione indicadores para la toma de decisiones respecto a la implementación del negocio.
- Validar a través de criterio de especialistas la propuesta de plan de negocios.

Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:

La vinculación con la sociedad se verá reflejado en que el proyecto al pasar a una fase de implementación creará fuentes de empleo local, mejorará la forma de hacer negocios al momento de adquirir los productos aplicando las bondades tecnológicas existentes como redes sociales, compras en línea, etc. Promoverá un ambiente de cordialidad y confianza brindando un asesoramiento constante para que los clientes se sientan respaldados al momento de realizar sus compras.

En cuanto a los beneficiarios directos tenemos a los emprendedores e inversionistas cuyo objetivo es generar ingresos económicos para bienestar propio y de sus familias; también son beneficiarios los clientes, mismos que recibirán un servicio de calidad, con variedad de productos y alternativas diferentes para que su experiencia de compra sea diferente a la competencia.

## CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

### 1.1 Contextualización general del estado del arte

El sector ferretero se caracteriza por su amplitud e innovación en cuanto a productos que ofrece, es así que está muy relacionado con varios sectores como el de la construcción, remodelación, mantenimiento, reparaciones, además de proveer de insumos para talleres e industrias. Para todos estos sectores día a día se crean nuevos productos que brindan facilidad, durabilidad, practicidad y mejoran la estética para todo tipo de trabajo que necesita de estos productos.

Las nuevas tecnologías hacen que el sector ferretero tienda a innovar sus procesos de comercialización y logística a la hora de comercializar sus productos, es así el caso de las redes sociales, las cuales juegan un papel importante acercando virtualmente a los clientes a las tiendas para hacer sus pedidos y demás requerimientos.

Todo este tipo de análisis debe ser afianzado con la teoría de un plan de negocios, el cual mostrará al posible inversionista que la creación de una ferretería es un negocio rentable y con grandes expectativas de crecimiento en el mediano plazo.

¿Qué es un plan de negocio?

Un plan de negocio es un instrumento en el que se plasma todo el análisis de una nueva propuesta de negocio, se analiza la aceptación del producto, los costos de implementar el negocio, análisis económico y financiero, recursos humanos necesarios, ubicación del negocio, en fin, todo un análisis completo para determinar que el negocio a crear sea sustentable y con solidez financiera en el tiempo.

Este instrumento fundamenta su uso en los siguientes aspectos:

- Conlleva al cumplimiento de los objetivos de la nueva empresa
- Sirve como instrumento de venta de la idea de negocio para buscar financiamiento e inversionistas.
- Puede ser modificado en el tiempo para atender necesidades futuras.

- Busca formas de organizar los recursos y como financiarlos.

Un plan de negocio obedece a una estructura principal, sin embargo, de ser el caso se puede añadir mas partes que ayuden a mejorar y dar mas solidez al plan que se elabore. De manera general a continuación se muestran las partes de las que está conformado un plan de negocios:

- Resumen ejecutivo
- Descripción de la empresa
- Descripción del producto o servicio
- Plan Operativo
- Análisis Competitivo e Investigación de Mercado
- Análisis económico y financiero
- Estrategias de mercado
- Administración y Organización
- Factores Financieros

Análisis de Microentorno.

Corresponde a todos los elementos relacionados directamente con la empresa, a continuación, se enumeran los diferentes elementos que conforman el microentorno:

- Departamentos y niveles de administración (corresponden al manejo de la empresa).
- Empresas de mercadotecnia y creación de valor y proveedores e intermediarios para la comercialización.
- Mercados de consumidores, productores, revendedores, gobierno e internacionales.
- Competidores.
- Público con interés o influencia en la capacidad de la empresa para alcanzar sus objetivos. (Gómez Conde, 2023)

## Análisis de Macroentorno.

Corresponde a todos los factores o elementos que pueden afectar a una empresa de acuerdo con la zona geográfica en donde se encuentra (Gómez Conde, 2023). El macroentorno involucra a varios entornos. A continuación, se enumeran varios de estos entornos:

- El entorno demográfico relacionado a edad, cambios de costumbres, cambios geográficos, grado de estudios, burocratización de la población y la diversidad étnica y racial.
- El entorno económico relacionado con los ingresos reales y las costumbres en cuanto a gasto de los consumidores.
- El entorno natural se relaciona a la escasez de materias primas, la elevación del precio de los energéticos, la abundante contaminación del ambiente y la intervención del gobierno en la administración de los recursos naturales. (Gómez Conde, 2023)
- El entorno tecnológico se relaciona con los cambios tecnológicos, la innovación, la investigación y desarrollo, la búsqueda de pequeñas mejoras y no de avances importantes, así como los múltiples reglamentos para los cambios tecnológicos. (Gómez Conde, 2023)
- El entorno político presenta la cantidad de normas que regulan a las empresas, su aplicación por oficinas de gobierno y el crecimiento de los grupos de interés público. (Gómez Conde, 2023)
- El entorno cultural demuestra tendencias a largo plazo hacia una sociedad de "nosotros primeros", de menor lealtad a las organizaciones, en la que se busca una complacencia inmediata, con relaciones informales, sin complicarse ni adquirir compromisos. (Gómez Conde, 2023)

## Análisis de la competencia.

El análisis de la competencia ayuda a la comprensión del mercado con el fin de posicionar de mejor manera nuestro negocio. Este análisis evalúa a los competidores tanto directos como indirectos, identifica sus debilidades, fortalezas, estrategias y tendencias, para que una empresa tome decisiones adecuadas basadas en información real de sus competidores.

Para desarrollar un análisis de competencia se tiene la herramienta FODA. Esta herramienta analiza de manera particular una empresa sobre la base de sus debilidades y fortalezas, bajo un entorno que presenta oportunidades y amenazas. (Sanchez Huerta, 2020)

## Revisión de investigaciones previas del objeto de estudio

Título: "Plan de negocio para la creación de una empresa distribuidora y comercializadora de prendas de vestir de arte urbano en el sector de Quito" (Ramos Rodriguez, 2020)

Autores: Ramos Rodríguez, Carmen Elizabeth

Tipo de documento: Trabajo de Titulación

Objetivo general de la investigación: "Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa distribuidora de prendas de vestir de arte urbano en el sector sur de Quito" (Ramos Rodriguez, 2020)

Metodología aplicada: Enfoque metodológico cuantitativo.

Principales conclusiones y hallazgos:

- El proyecto nace de la necesidad que tiene la ciudad de Quito de que existan prendas de vestir de arte urbano.
- El proyecto realiza un análisis importante en todos los frentes del negocio, lo cual ayuda a ver la realidad del entorno, fortalezas y oportunidades para una correcta consecución del mismo.
- Se observa que el proyecto tiene visión a largo plazo muy positiva, y esto desencadena la opción de generar nuevas fuentes de empleo directas e indirectas, enfocados en el producto nacional.

Aporte a la presente investigación:

El trabajo de titulación analizado aporta de manera considerable a la presente investigación, teniendo en cuenta que, al tratarse de un plan de negocios, la conceptualización es similar, así como también la metodología que se puede aplicar. Aunque el producto de venta es diferente, sin embargo, la actividad que realizan es la misma y es la compraventa de productos.

Título: "DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA CONSTRUCTORA DE LA INDUSTRIA PETROLERA DEL ECUADOR" (Guamán Carrillo, 2021)

Autor: Herrera Uribe Paola Maribel

Tipo de documento: Trabajo de Titulación

Objetivo general de la investigación: "DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA CONSTRUCTORA DE LA INDUSTRIA PETROLERA DEL ECUADOR" (Guamán Carrillo, 2021)

Metodología aplicada: Investigación mixta, aplicando métodos cualitativos y cuantitativos.

Principales conclusiones y hallazgos:

- La empresa de servicios de construcción para la industria petrolera actuales, no tienen sus procesos completos o totalmente funcionales, una reestructuración es necesaria.
- Cada emprendimiento de empresas de servicios creará nuevas fuentes de empleo, esto es muy importante para el desarrollo de las localidades donde se realizan estas actividades de la industria del petróleo.
- Un plan de negocio desarrollado de manera integral aporta verazmente a que el negocio tenga un alto porcentaje de éxito y que al final sea sustentable.
- El proyecto revisado realiza varios enfoques, en donde se puede observar algo muy importante como es el análisis financiero y todos sus índices, el cuál aporta información importante para toma de decisiones y en definitiva muestran si el proyecto es viable o no para ser implementado.

Aporte a la presente investigación:

El proyecto revisado apoya al presente proyecto, dando una visión clara de las partes que se deben analizar para que el negocio avance y se consolide. Todas las partes que se muestran en este proyecto del plan de negocio deben ser abordadas a fin de no dejar pasar detalles que podrían ocasionar un fracaso en el negocio que se pretende implementar.

Título: "DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FERRETERÍA EL MAESTRO DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERIODO 2021-2025" (Cuji Choto, 2021)

Autores: Cuji Choto, Vanessa Mishell

Tipo de documento: Trabajo de Titulación

Objetivo general de la investigación: "Diseñar un Plan de Negocios para la Ferretería El Maestro del Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, periodo 2021-2025, y así mejorar la gestión y comercialización de los productos." (Cuji Choto, 2021)

Metodología aplicada: Enfoque metodológico mixto (cuantitativo y cualitativo).

Principales conclusiones y hallazgos:

- El proyecto se enfoca en un negocio de ferretería que no tiene bine establecidas sus estrategias en momentos de crisis financieras, por falta de ventas o pérdidas en las ventas.

- El proyecto realiza entre otras cosas una planificación estratégica que orientará a la empresa a cumplir sus objetivos en favor de mejorar sus ventas, imagen y sostenibilidad financiera.
- La estructura del plan de negocio abarca todas lo necesario para llevar a la ferretería “El maestro” a conocer sus falencias, necesidades y aciertos. Esto ayudará a implementar de mejor manera el plan de negocio propuesto.

Aporte a la presente investigación:

El presente proyecto aporta de sobremanera en cuanto a la estructura con el que está desarrollado el plan de negocio y da una ayuda didáctica de como encontrar todas las cifras y datos necesarios para proyectar un análisis coherente y real del negocio de ferretería que se pretende crear en la parroquia Fajardo.

## 1.2 Proceso investigativo metodológico

### Enfoque Cuantitativo

El Enfoque cuantitativo basa su funcionamiento en llevar de una manera particular una muestra de población, hacia una manera general o tal de la población, es decir, los datos que obtiene de una muestra los toma como que son del todo. (Hernández-Sampieri, 2017)

El enfoque cuantitativo es el que se aplicará al presente proyecto por cuanto la información que se pretende obtener está con base a encuestas, mismas que se realizará al público objetivo, es decir, a los posibles clientes de la ferretería en la parroquia Fajardo, para obtener información de diferentes aspectos como servicio, atención al cliente, calidad y variedad de productos, asesoramiento, logística, etc.

### Tipo de Investigación

Investigación Descriptiva. - Como su nombre lo indica, describe el problema, hace un diagnóstico de éste para caracterizarlo de manera peculiar.

De acuerdo a Morales (2012) “el objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de actividades, objetos, procesos y personas”.

Para el presente proyecto la investigación descriptiva tiene su aplicación en la determinación de los diferentes aspectos que deben ser considerados en el plan de negocio, con la finalidad de conseguir resultados confiables que garanticen sustentabilidad y sostenibilidad financiera del negocio.

Investigación No experimental. – Es un tipo de investigación en la que se toma en cuenta el papel del investigador sobre el objeto de estudio o problema que se va a atacar, para este caso el investigador es un observador y solo analiza sucesos pasados. (Alvarez, 2020)

Este tipo de investigación aporta con el presente proyecto porque se analizará las costumbres y modos de proceder de las personas que principalmente viven en la parroquia Fajardo en cuanto al tipo de productos que adquieren, lugares donde los adquieren, tipo de forma de pago y demás características de los consumidores que ayudarán a tener una base sólida de su comportamiento.

Investigación de Campo. – Es un tipo de investigación en tiempo real y en el lugar físico donde se desarrolla el problema objeto de investigación (Grajales, 2000).

La investigación de campo es fundamental para desarrollar el presente proyecto, ya que está directamente relacionada con la técnica de la encuesta.

Población y muestra.

Población. – Según Fuentelzas (2004) se define como “El conjunto de elementos o individuos que reúnen las características que se pretenden estudiar”.

Es importante indicar que cuando la población tiene un número finito de elementos o individuos es una población finita, caso contrario es una población infinita.

Para el presente proyecto se ha tomado como población a la cantidad de personas económicamente activas que habitan en la parroquia Fajardo, y cuya información se obtuvo de PDYOT 2020-2025 IMR y corresponde a 6,691.00 personas económicamente activas.

Muestra. – Según Fuentelzas (2004) se define a la muestra como “El grupo de individuos que realmente se estudiarán y se considera un subconjunto de la población”.

Es importante indicar que la muestra debe ser representativa dependiendo del estudio, la técnica utilizada, con el fin de obtener una información confiable.

Conocido el valor de la población que representa un número finito igual a 6,691.00. A continuación, se calcula el valor de la muestra, para lo cual se aplicará la siguiente fórmula:

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

Identificación de variables y valores.

Tabla 1

VARIABLES Cálculo Muestra

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	VALOR
n	Número de muestras	?
N	población	6691
Z	Nivel de confianza (95%)	1.96
p	Probabilidad ocurra evento	0.5
q	Probabilidad no ocurra evento	0.5
e	Error estimación máximo	5%

Reemplazando se tiene:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 6691}{(6691 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = 363.35$$

Por lo tanto, la muestra que servirá para el análisis es 363 personas.

### Métodos, técnicas e instrumentos

Considerando el enfoque de la investigación como cuantitativo, el método de investigación a aplicar en el presente proyecto es el MUESTREO SELECTIVO DE INFORMANTES CLAVE, la técnica utilizada para este método es la ENCUESTA y el instrumento para desarrollar es el cuestionario para la encuesta.

### 1.3 Análisis de resultados

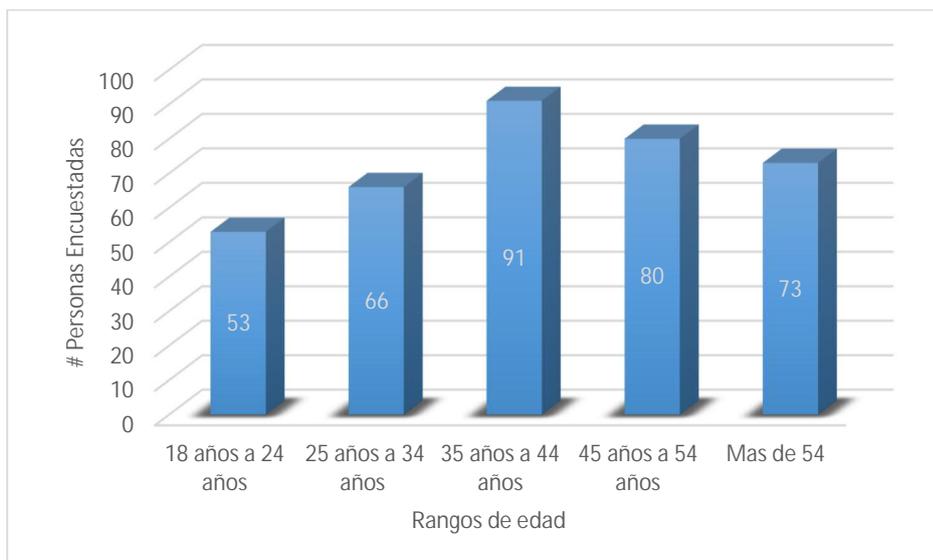
Para el análisis de resultados se muestra las diferentes preguntas realizadas en la encuesta y su ponderación considerando el número de encuestados.

#### Preguntas Demográficas

¿Cuál es su edad

Figura 1

Personas Encuestadas por Edad

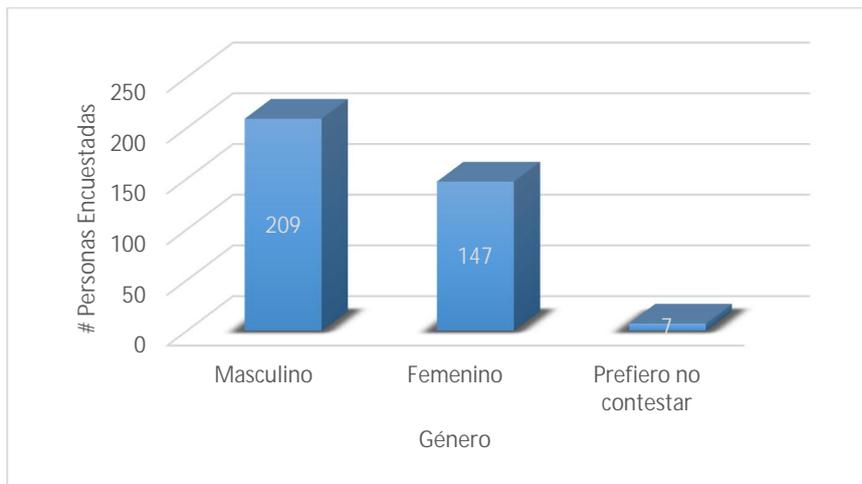


Como se puede apreciar en la figura 1 el mayor número de personas en la población se encuentra entre 35 a 44 años.

¿Con qué género te identificas?

Figura 2

Personas Encuestadas por Género

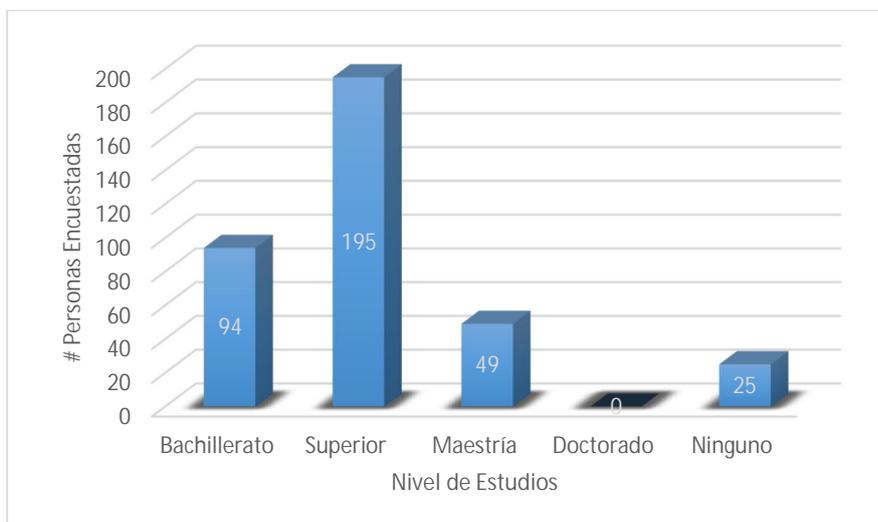


Quien en mayor numero respondió la encuesta fue el género masculino.

¿Cuál es tu nivel de estudios?

Figura 3

Personas Encuestadas por Nivel de Estudio

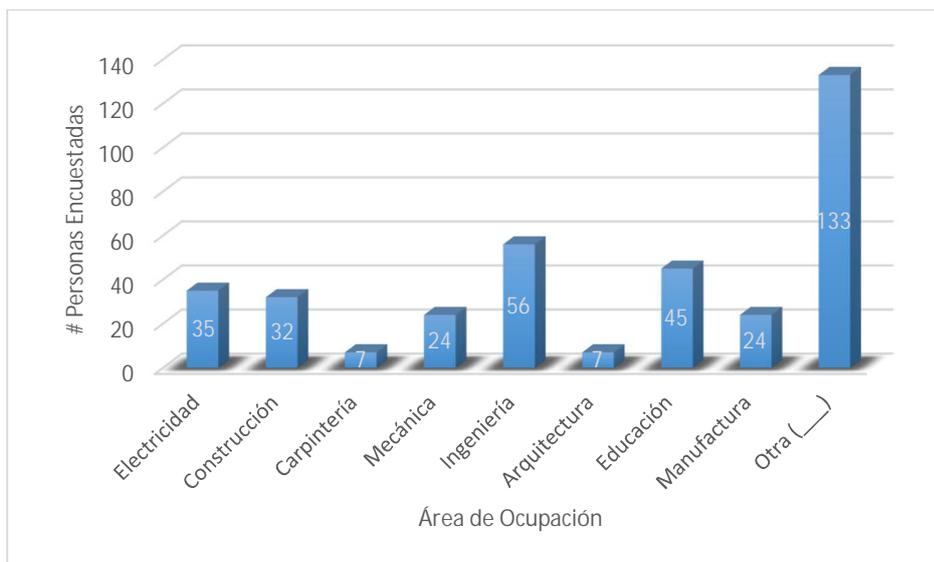


En su mayoría las personas encuestadas tienen un nivel de formación Superior, es decir, son profesionales.

¿Cuál es su área de ocupación?

Figura 4

Personas Encuestadas por Ocupación



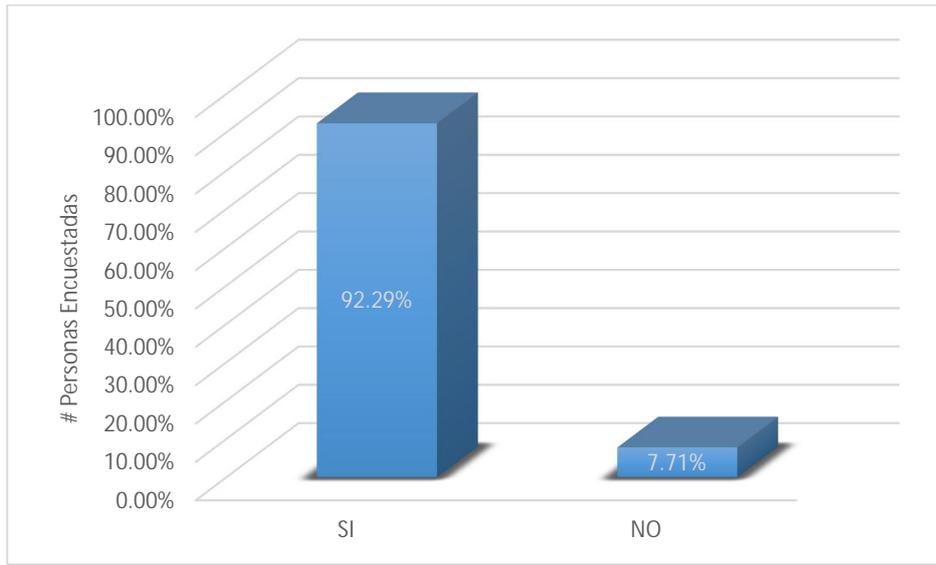
Hay variedad en el área de ocupación, esto quiere decir que todas las personas tienen la necesidad de algún producto que lo puede encontrar en una ferretería.

Preguntas relacionadas con la creación de la Ferretería.

¿Resides en la parroquia Fajardo?

Figura 5

Porcentaje de Personas que Habitan en el Sector

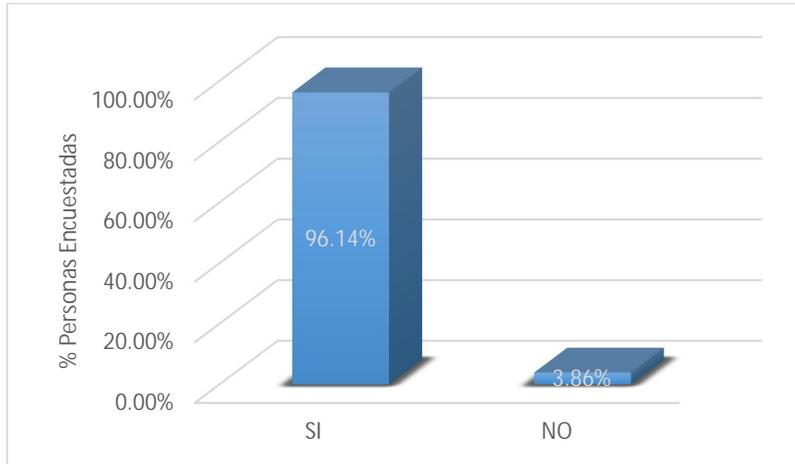


El 92.29% de encuestados, que equivale a 335 personas vive en el sector de la parroquia de Fajardo.

¿ Considera que la parroquia Fajardo necesita una FERRETERÍA INTEGRAL con todos los productos y servicios?

Figura 6

Porcentaje de Personas Necesitan una Ferretería Integral

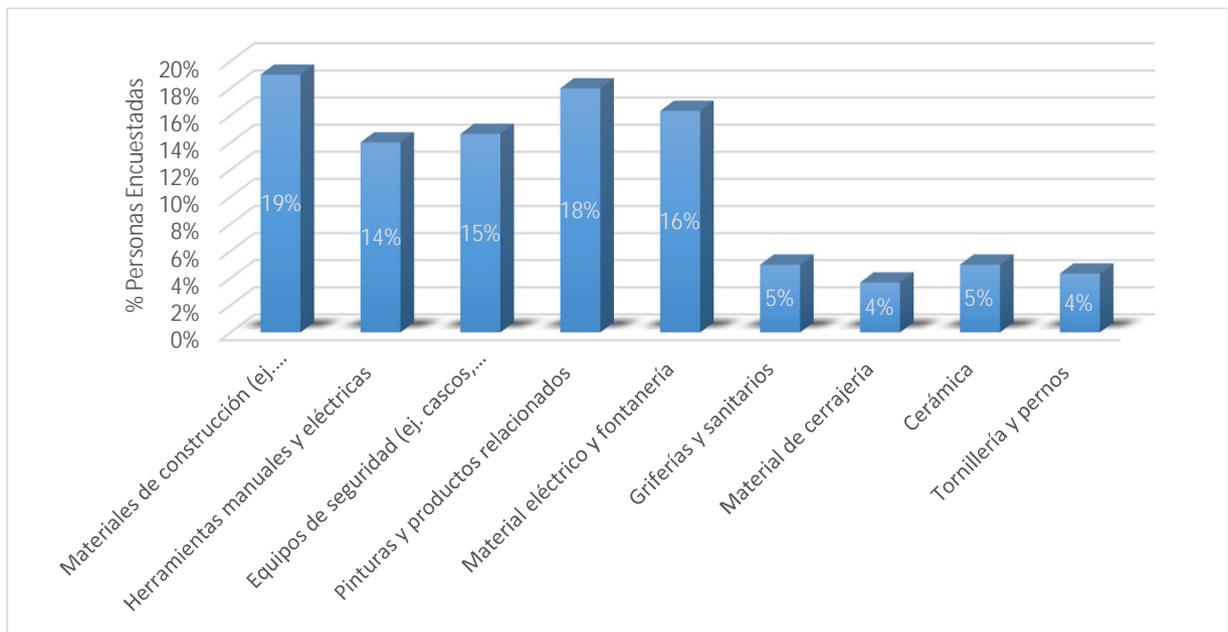


De los 363 encuestados, el 96.14 % reconoce que en la parroquia de fajardo se necesita una ferretería integral que satisfaga la necesidad de los habitantes del sector.

¿Qué productos o servicios te gustaría encontrar en una ferretería en la Parroquia Fajardo?

Figura 7

Grupo de Productos y % de Aceptación

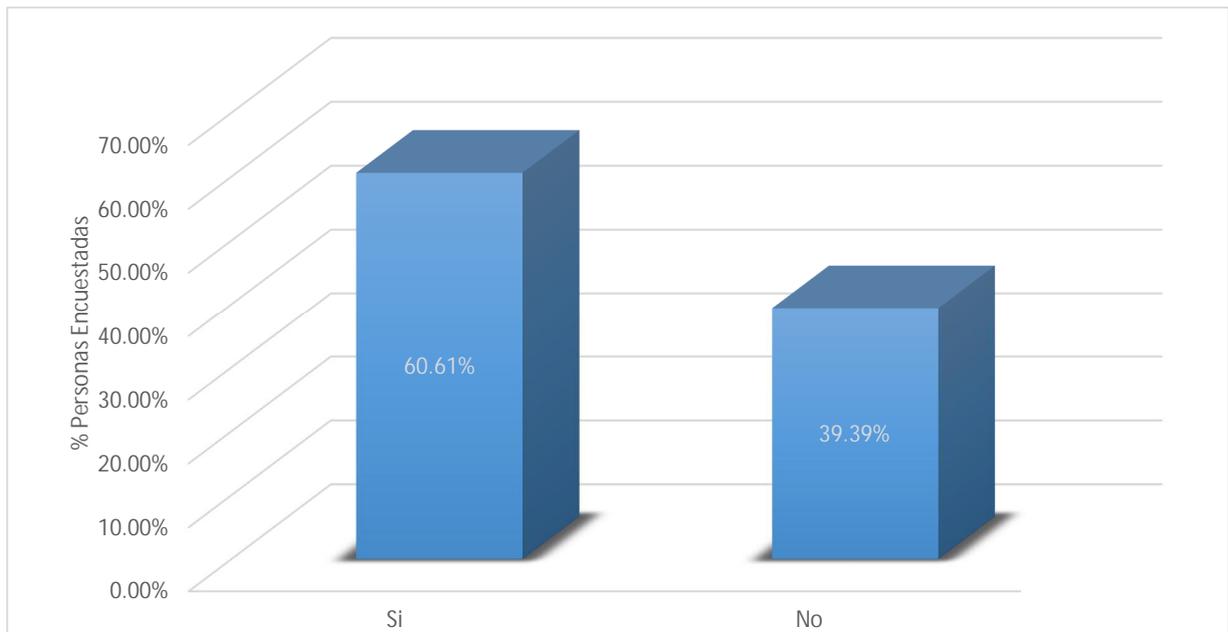


La figura 7 muestra que el grupo de productos con mayor aceptación son los materiales de construcción, en segundo lugar se encuentran las pinturas y productos relacionados y en tercer lugar se muestra el material eléctrico y fontanería dentro de los mas importantes entre los grupos propuestos, sin embargo, al ser una ferretería integral, la variedad de productos del sector ferretero debe ser muy amplia y debe adaptarse constantemente a las necesidades de los clientes.

¿Hay algún producto o servicio que crees que falta en las ferreterías actuales de la Parroquia Fajardo?

Figura 8

Demanda Insatisfecha

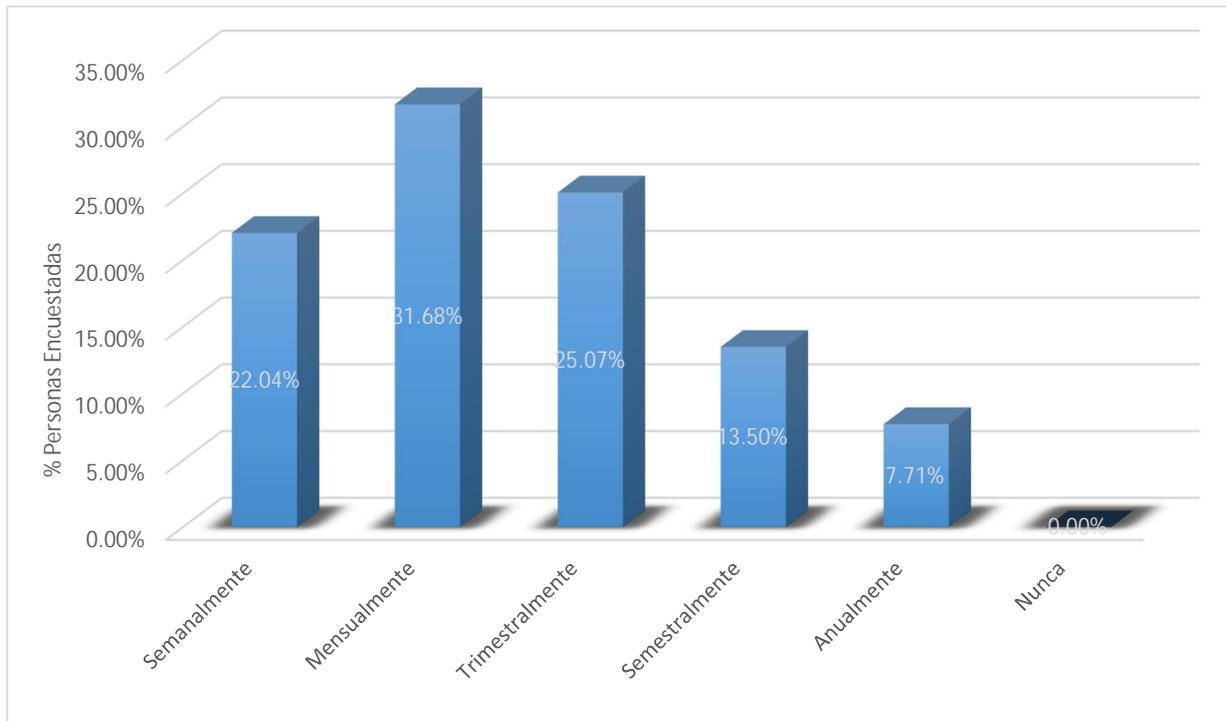


En la figura 8 se puede apreciar que de los 363 encuestados el 60.61% representa la demanda insatisfecha, esto quiere decir que no todos los productos que los clientes necesitan, los pueden encontrar en las ferreterías que actualmente existen en la parroquia Fajardo.

¿Con qué frecuencia adquiere usted productos para construir, remodelar o realizar arreglos?

Figura 9

Frecuencia de Compra

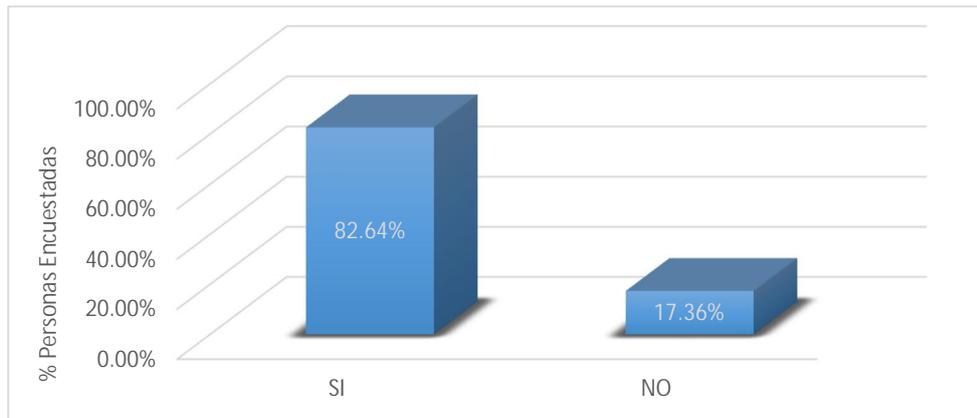


Aunque el porcentaje mayor de personas que compran lo hacen de manera mensual, no se puede dejar de lado que las compras semanales también tienen su importante porcentaje, todos estos períodos de compra se complementan entre sí y de esa manera las ventas no decaen totalmente en ninguna época del año.

¿Considera que las ferreterías de la parroquia fajardo cuentan con todo lo necesario para realizar un proyecto de construcción, remodelación o arreglos?

Figura 10

Demanda Insatisfecha

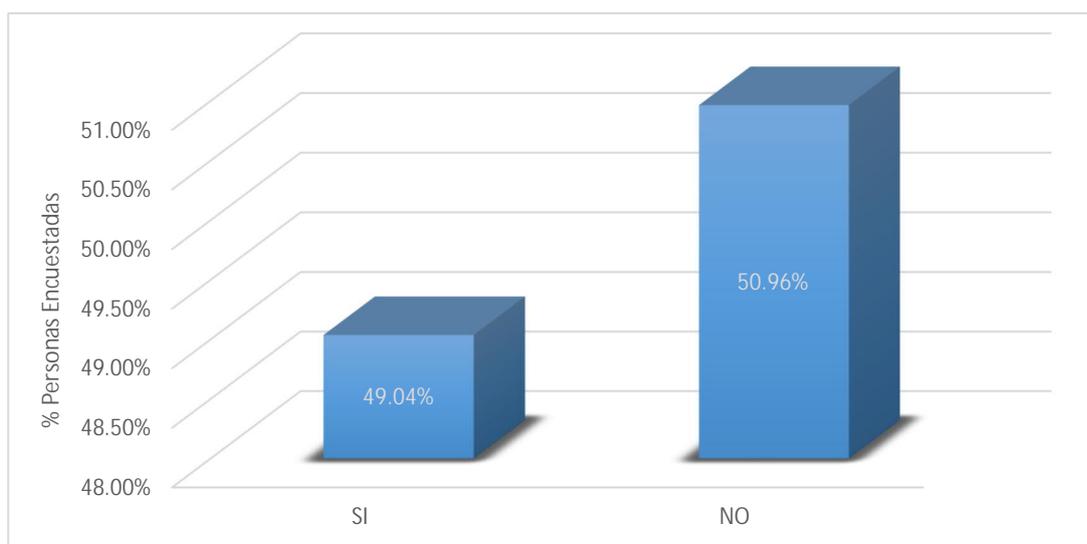


Otro dato importante obtenido de la encuesta es cuando se hizo esta pregunta a las personas, y aunque en mayor cantidad, pero el resultado sigue siendo que las ferreterías del sector no cubren las necesidades de los clientes.

¿En la parroquia Fajardo existe alguna ferretería en donde usted prefiere comprar?

Figura 11

Preferencia de Compra

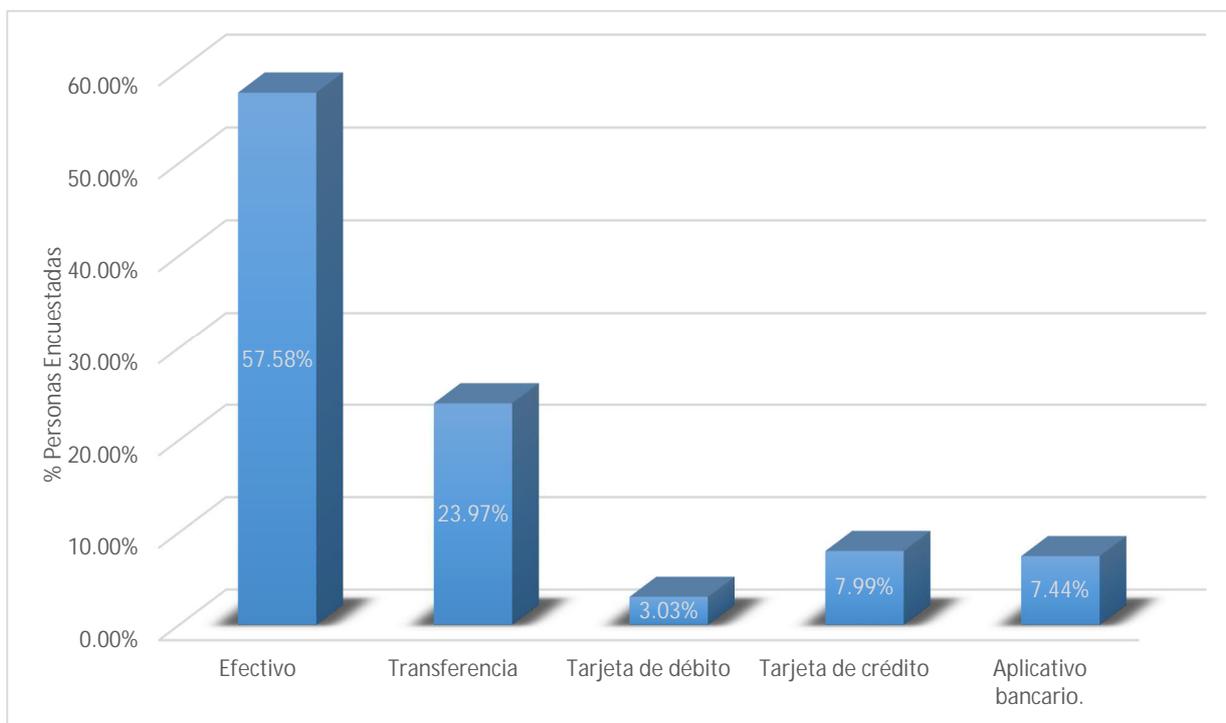


Esta pregunta es muy importante y nos muestra que los clientes en un porcentaje del 50.96% no tiene una ferretería de preferencia para hacer sus compras, es decir, optan por comprar en el sitio donde encuentran lo que buscan, o tienen una mejor atención, o precios bajos, es decir, no hay una fidelización del cliente. Es una oportunidad que el presente proyecto debe considerar.

¿Cuál es su forma preferida de pago?

Figura 12

Forma de Pago Preferida

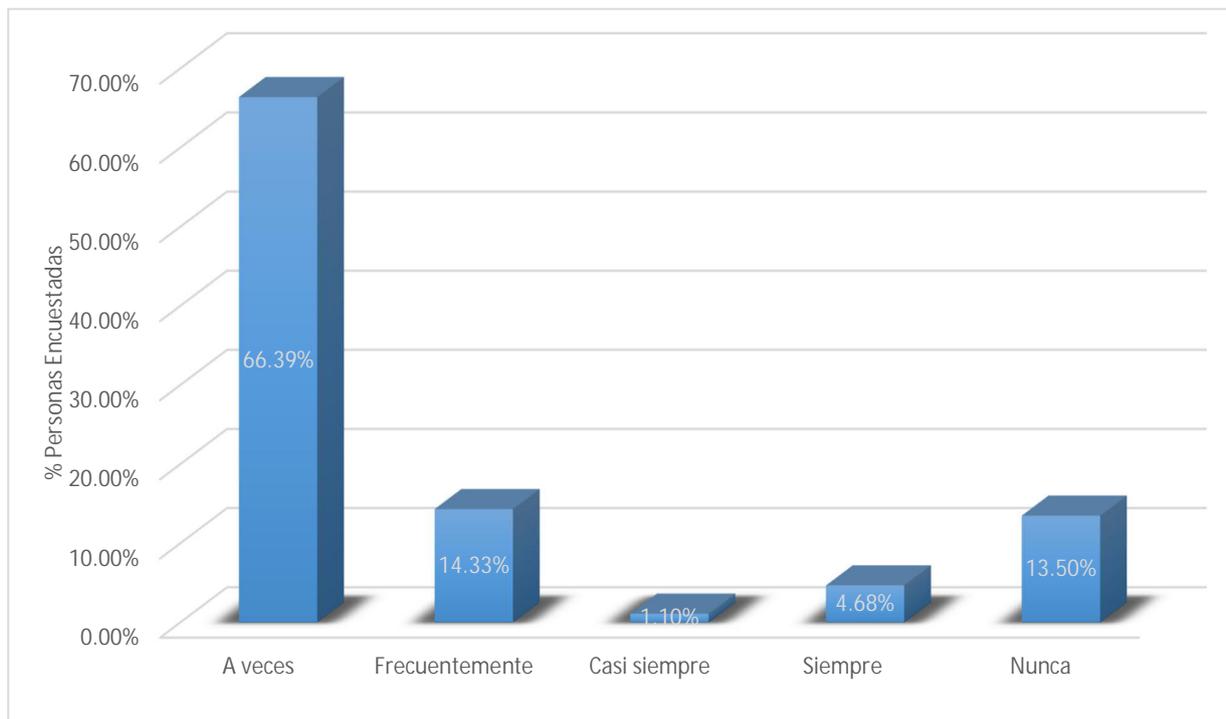


La Figura 12 muestra que la manera mas relevante de compra es con dinero en efectivo, en menor cantidad las otras formas de pago, sin embargo, dar a conocer e instruir de alguna manera a los clientes acerca de las otras formas de pago, mejorará las relaciones comerciales.

¿Ha recibido asesoramiento personalizado de los productos que adquiere en las ferreterías de la parroquia fajardo?

Figura 13

Asesoramiento al Cliente

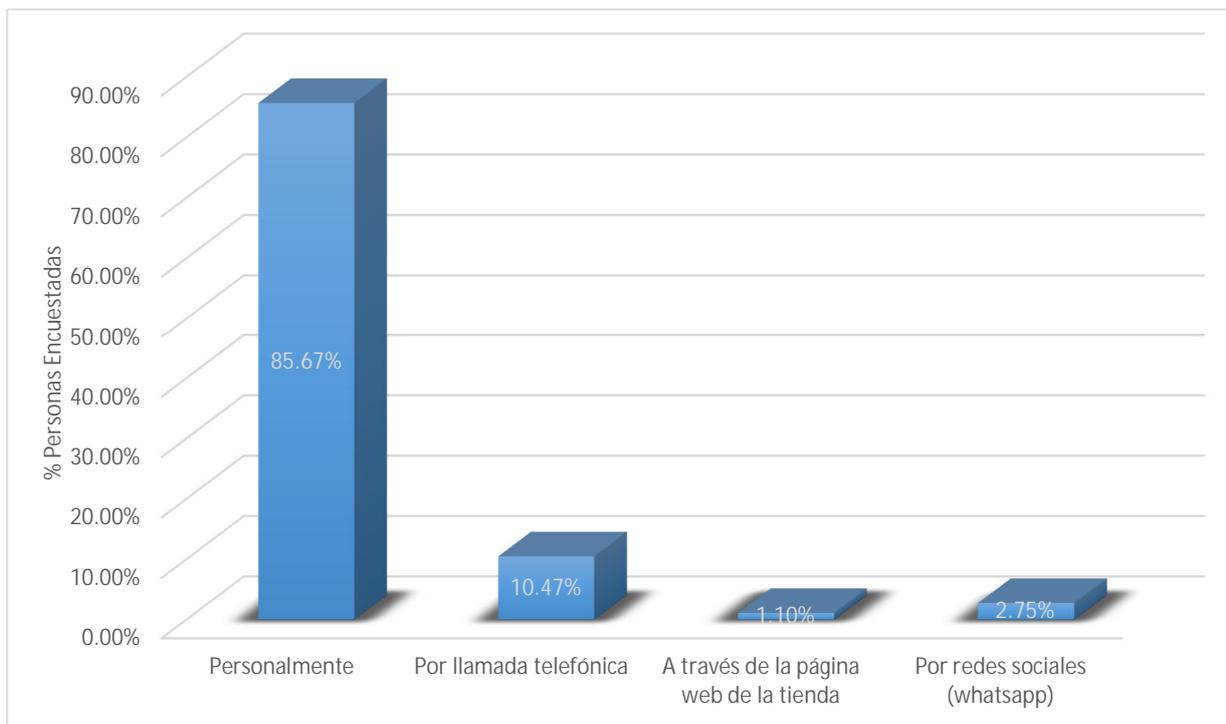


El asesoramiento en el proceso de venta de un producto es una parte fundamental para llegar a los clientes y mejorar su experiencia de compra en la ferretería, ellos se sentirán seguros de que lo que compran es lo que necesitan y satisficera sus necesidades.

¿Cuál es su forma común de adquirir los productos en la ferretería?

Figura 14

Forma de Adquirir Productos

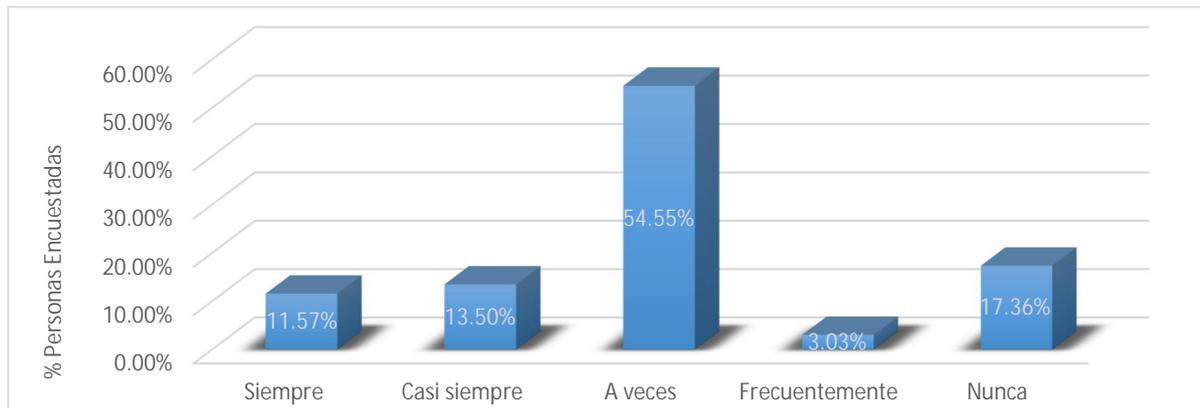


El alto porcentaje de 85.67% de las personas encuestadas muestra claramente que la forma tradicional de comprar se impone, sin embargo, ofrecer al cliente otras formas de compra que mejoren su experiencia mostrará que la ferretería tiene una perspectiva de innovación constante para beneficio mutuo.

¿Cuándo usted desea contactarse con las ferreterías de la parroquia fajardo para realizar consultas, la respuesta es oportuna?

Figura 15

Comunicación con el Cliente

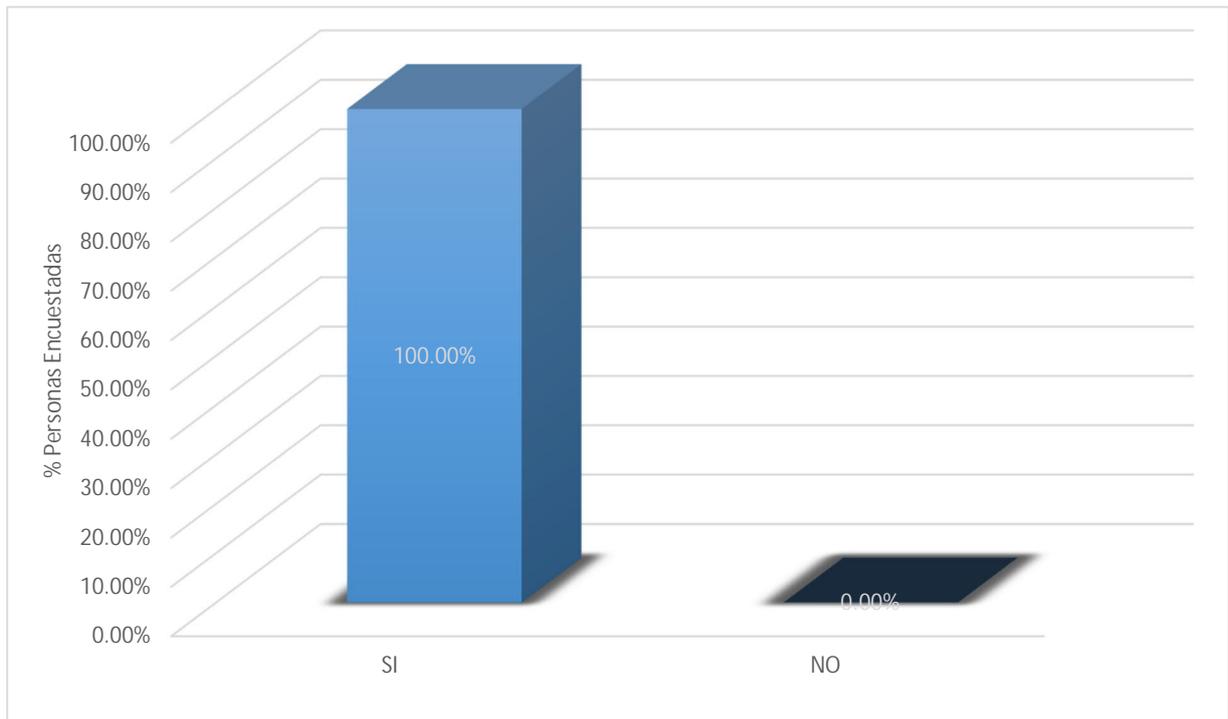


La comunicación con el cliente es importante como parte del servicio que un negocio nuevo pretende brindar, el resultado de la encuesta muestra un resultado no tan favorable ya que el 54.55% de las personas encuestadas dice que a veces hay respuesta oportuna. Como empresa nueva se debe poner énfasis en este problema y no hacerlo parte de sus operaciones.

En el caso de que se instale una ferretería en la parroquia Fajardo, que brinde calidad, variedad, servicio, economía. ¿Estaría dispuesto a comprar en esa ferretería?

Figura 16

### Aceptación de la Ferretería



Finalmente la pregunta que muestra la aceptación de la ferretería en la parroquia de Fajardo arroja un resultado del 100%, esto se desprende de lo que vinieron mostrando las preguntas anteriores. Crear una ferretería integral que brinde calidad, variedad, servicio y economía para personas propias y extrañas de la parroquia será bien acogida.

## CAPÍTULO II: PROPUESTA

### 2.1 Fundamentos teóricos aplicados

Dentro de los fundamentos teóricos que se toman en cuenta para el presente proyecto se tiene la estructura del plan de negocio, misma muestra el orden que se debe seguir para abordar todos los temas necesarios e importantes para que el negocio que se pretende crear tenga la mayor certeza de que su implementación y funcionamiento será lo más óptimo posible. Seguidamente se muestra la estructura con la cual se desarrollará el plan de negocio y una breve definición de cada parte.

#### Estudio Estratégico

Este estudio comprende la parte de presentación del negocio, visión, misión, logotipo, eslogan y la manera como se conformará el organigrama del negocio.

Misión. - La misión de un negocio o empresa responde a la pregunta "¿por qué existe esta empresa?" y transmite de manera transparente y directa el propósito esencial de su actividad comercial.

Visión. – Para generar la visión de una empresa se debe cuestionar "¿qué se quiere llegar a ser en el futuro?", esta comunica una imagen poderosa y ambiciosa de los logros y metas que la empresa desea alcanzar.

Logotipo. - Es un diseño gráfico que representa visualmente un negocio, empresa, marca, producto o servicio. Este diseño es único e identifica a la entidad a la que representa y ayuda a distinguirla de otras en el mercado.

Eslogan. - Es una frase corta y memorable para comunicar un mensaje clave sobre una empresa, marca, producto o servicio. Se utiliza en marketing y publicidad de la empresa.

Organigrama. – Muestra gráficamente la estructura de una empresa. Identifica claramente la relación jerárquica que existe entre las diferentes áreas de la empresa.

Perfil de cargos. - Es una descripción detallada de las habilidades, conocimientos, aptitudes y comportamientos que se requieren para desempeñar de manera exitosa un determinado puesto de trabajo.

Análisis del macroentorno. - Se utilizará el Análisis PESTEL, en sus 6 ámbitos.

Político:

- Cambios políticos que pueden afectar la estabilidad del país y del entorno empresarial.
- Cambios en las políticas comerciales, como aranceles y regulaciones comerciales relacionados a la importación de productos para la ferretería.
- Normativas laborales como salario mínimo, regulaciones de contratación y derechos laborales pueden impactar en los costos de operación.

Económico:

- La salud de la economía ecuatoriana puede influir en la capacidad de gasto de los consumidores en productos de ferretería.
- Altas tasas de inflación pueden afectar los precios de los productos y la capacidad de compra de los consumidores.

Social:

- Cambios en la demografía, como el crecimiento de la población urbana, pueden influir en la demanda de productos de ferretería.
- Cambios en el estilo de vida de los ecuatorianos pueden afectar la demanda de productos específicos, como herramientas para el hogar o materiales de construcción.
- Mayor conciencia ambiental puede impulsar la demanda de productos más ecológicos y sostenibles.

Tecnológico:

- Avances en tecnología pueden influir en los productos ofrecidos por la ferretería, nuevas soluciones para mismas necesidades; también la tecnología puede ayudar en los procesos internos de la empresa.
- El crecimiento del comercio electrónico puede representar una oportunidad para la ferretería de expandir su alcance y llegar a más clientes.

Ecológico:

- Regulaciones medioambientales: Normativas ambientales pueden influir en la comercialización y venta de productos que cumplen con ciertos estándares ambientales.
- Impacto ambiental de los productos: Los clientes pueden volverse más conscientes del impacto ambiental de los productos que compran, lo que puede afectar las preferencias de compra.

Legal:

- Normativas de seguridad: Regulaciones de seguridad y calidad pueden afectar la importación y venta de productos en la ferretería.
- Legislación de construcción: Normativas de construcción pueden influir en la demanda de productos específicos, así como en los requisitos para su venta.

Análisis del microentorno. – Se enfoca en los factores que afectan directamente a una empresa dentro de su industria y mercado específico. Para el caso del presente proyecto, el análisis del microentorno puede incluir los siguientes aspectos:

Clientes:

- Demanda y preferencias: Identificar los segmentos de clientes y entender sus necesidades específicas en términos de productos y servicios.
- Comportamiento de compra: Analizar cómo los clientes toman decisiones de compra y qué factores influyen en sus decisiones.
- Lealtad del cliente: Evaluar la satisfacción del cliente y la lealtad hacia la ferretería frente a la competencia.

Competidores:

- Identificación de competidores: Analizar quiénes son los principales competidores en el mercado de ferreterías.
- Estrategias competitivas: Evaluar las estrategias de precios, promoción, distribución y posicionamiento de los competidores.
- Fortalezas y debilidades: Identificar las fortalezas y debilidades de los competidores y cómo se comparan con la ferretería.

Proveedores:

- Relaciones con proveedores: Evaluar la confiabilidad y la calidad de los proveedores de productos para la ferretería.
- Negociación de precios: Analizar la capacidad de negociación de la ferretería con sus proveedores para obtener precios competitivos.
- Dependencia de proveedores: Evaluar el nivel de dependencia de la ferretería en ciertos proveedores y cómo podría afectar la continuidad del negocio.

Intermediarios:

- Canales de distribución: Analizar los canales de distribución utilizados para llegar a los clientes y cómo pueden influir en la disponibilidad y la visibilidad de los productos.
- Relaciones con intermediarios: Evaluar la calidad de las relaciones con intermediarios como mayoristas, minoristas y distribuidores.

Entorno empresarial local:

- Regulaciones locales: Conocer las regulaciones locales que pueden afectar las operaciones de la ferretería, como licencias comerciales, normativas de construcción, entre otros.
- Aspectos culturales y sociales: Entender cómo los aspectos culturales y sociales locales pueden influir en el comportamiento del consumidor y en las prácticas comerciales.

Factores internos:

- Recursos y capacidades: Evaluar los recursos internos de la ferretería, como el personal, la infraestructura y la tecnología.
- Estrategia empresarial: Analizar la estrategia actual de la ferretería y su capacidad para adaptarse a los cambios en el entorno competitivo y del mercado.

Análisis FODA.

El análisis FODA identifica las fortalezas (F), debilidades (D), oportunidades (O) y amenazas (A) de una empresa.

Fortalezas (F): Son los atributos internos positivos de una empresa que le proporcionan una ventaja competitiva.

Debilidades (D): Son los aspectos internos negativos que limitan la capacidad de la empresa para alcanzar sus objetivos o competir eficazmente en el mercado.

Oportunidades (O): Son factores externos positivos que la empresa puede aprovechar para su beneficio.

Amenazas (A): Son factores externos negativos que pueden afectar a la empresa y su desempeño en el mercado.

#### Estudio Técnico

Dentro del estudio técnico, se puede señalar la ubicación del negocio, la infraestructura, gestión de suministro de productos, gestión de venta de productos

Ubicación. – Sitio geográfico donde se establecerá el negocio, para esto se debe considerar varios aspectos como accesibilidad, demanda del mercado, perfil del cliente, la competencia, costo del espacio y regulaciones de uso de suelo.

Infraestructura. - Se refiere a los recursos físicos, tecnológicos y de organización que se necesitan para realizar las operaciones de la empresa.

Gestión de suministro de productos. - Es el proceso de planificación, ejecución y control de todas las actividades relacionadas con la adquisición y aprovisionamiento de productos y servicios para una empresa.

Gestión de venta de productos. - Es el proceso de planificación, ejecución y control de todas las actividades relacionadas con la venta de productos o servicios de una empresa.

## Estudio de Marketing

Se utilizarán las siguientes estrategias de marketing para tener una incidencia importante en el mercado donde se desarrollarán las actividades de la ferretería.

Marketing local: Utiliza publicidad en periódicos locales, radio, vallas publicitarias en áreas cercanas a la ferretería, y participación en eventos comunitarios.

Presencia en línea: Creación de un sitio web para la ferretería donde se muestre los productos, horarios, ubicación y promociones. También es importante tener presencia en redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp para interactuar con los clientes y promocionar los productos.

Ofertas y promociones: Ofrecer descuentos especiales, promociones por tiempo limitado, paquetes de productos a precios especiales, entre otros, para atraer a los clientes y fomentar las ventas.

Programa de fidelización: Implementar un programa de fidelización para premiar a los clientes recurrentes y motivarlos a seguir comprando en la ferretería.

Colaboraciones locales: Establecer alianzas con otras empresas locales o contratistas para promocionar los productos y servicios mutuamente.

## Estudio Legal

En este estudio se abordarán los requisitos legales que debe cumplir la empresa o negocio para iniciar sus operaciones y para mantenerse.

Registro de la empresa: Registrar legalmente el negocio como una entidad comercial en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

RUC: Obtener un Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas (SRI) para cumplir con las obligaciones fiscales.

Permisos Municipales: Realizar trámites necesarios en la municipalidad para obtener los diferentes documentos habilitantes para poner en funcionamiento el negocio de ferretería.

Seguridad y salud ocupacional: Cumplir con las normativas de seguridad y salud ocupacional para garantizar un entorno seguro para los empleados y clientes.

Normativas laborales: Cumplir con las leyes laborales ecuatorianas, incluyendo la contratación de empleados bajo contratos legales y el cumplimiento de las normativas laborales vigentes.

## Estudio Financiero

El estudio financiero comprende un análisis que mostrará la factibilidad del negocio de ferretería, a través del cálculo de varios indicadores relevantes, a continuación, se indica los indicadores que se van a utilizar.

VAN. El Valor actual Neto indica si el proyecto de negocio generará o no mas ingresos de los que se invierten. Un VAN positivo indica que el negocio es viable.

TIR. La tasa interna de retorno es el rendimiento que se espera de una inversión expresado en porcentaje.

PR. Período de Recuperación es el tiempo que tardará una inversión en recuperar el capital inicial invertido.

TMAR. La Tasa Mínima Aceptable de Retorno representa la tasa de rendimiento mínima que una empresa o inversionista requiere para llevar a cabo un proyecto de inversión.

## 2.2 Descripción de la propuesta

### a. Estructura general

Figura 17.

Estructura General del Proyecto



### b. Explicación del aporte

ESTUDIO ESTRATÉGICO.

Misión. - Proveer a nuestros clientes con productos de alta calidad, soluciones y servicios para sus necesidades en construcción, mantenimiento y mejoras del hogar, brindando un excelente servicio y contribuyendo al desarrollo de la comunidad local

Visión. - Ser la ferretería líder en la parroquia Fajardo, reconocida por la calidad de nuestros productos, el excelente servicio al cliente y la contribución al desarrollo sostenible de la comunidad, siendo la primera opción para nuestros clientes en sus proyectos de construcción, remodelación, mejoras y mantenimiento del hogar.

Eslogan. - Ferretería COREMA "tu aliado en cada proyecto"

Logotipo.

Figura 18.

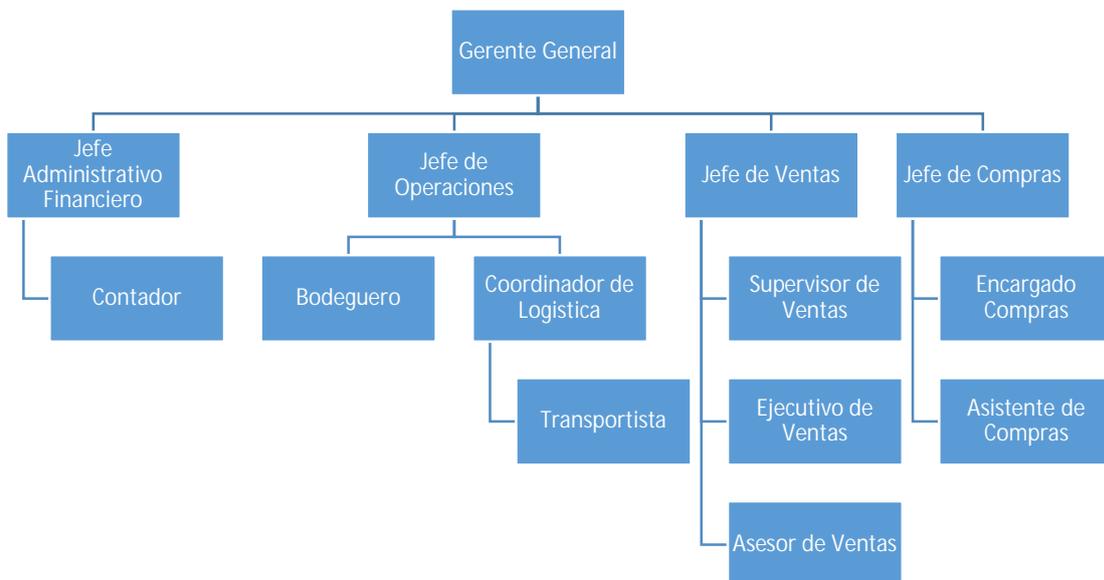
Logotipo



Organigrama. -

Figura 19.

Organigrama de la Empresa



## Perfil de cargos

Seguidamente se mostrará los perfiles de los cargos que se han incluido en el organigrama.

### GERENTE GENERAL

Figura 20

#### Perfil Gerente General

DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	GERENTE GENERAL
INSTRUCCIÓN FORMAL:	CUARTO NIVEL
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	ADMINISTRACION DE EMPRESAS, FINANZAS, MARKETING
EXPERIENCIA	
Experiencia mínima de 5 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
MISION DEL CARGO	
Liderar eficazmente la organización, estableciendo y comunicando una visión clara, tomando decisiones estratégicas, fomentando un ambiente de trabajo colaborativo y motivador, y garantizando el cumplimiento de los objetivos y metas de la empresa para lograr el éxito a largo plazo	
HABILIDADES NECESARIAS	
<ol style="list-style-type: none"><li>1.-Experiencia previa en la industria de ferretería, construcción o retail, con conocimientos sólidos sobre productos, proveedores y clientes en este sector.</li><li>2.-Capacidad para liderar un equipo, gestionar operaciones diarias, optimizar procesos y garantizar un excelente servicio al cliente.</li><li>3.-Familiaridad con una amplia gama de productos de ferretería, herramientas y materiales de construcción, así como la capacidad para asesorar a los clientes sobre su uso y aplicaciones.</li><li>4.-Capacidad para desarrollar estrategias de ventas, establecer relaciones con proveedores, negociar contratos y gestionar el inventario de manera eficiente.</li><li>5.-Enfoque en satisfacer las necesidades de los clientes, brindar un excelente servicio y mantener altos estándares de calidad en los productos y servicios ofrecidos.</li><li>6.-Conocimientos básicos de gestión financiera para controlar costos, maximizar ingresos y garantizar la rentabilidad del negocio.</li><li>7.-Excelentes habilidades de comunicación para interactuar con el equipo, proveedores y clientes, así como para resolver conflictos y situaciones difíciles.</li></ol>	

Figura 21

Perfil jefe Administrativo Financiero

DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	JEFE ADMINISTRATIVO FINANCIERO
INSTRUCCIÓN FORMAL:	TERCER NIVEL
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	ADMINISTRACION DE EMPRESAS, FINANZAS, CONTABILIDAD O AFINES
<b>EXPERIENCIA</b>	
Experiencia mínima de 3 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
<b>MISION DEL CARGO</b>	
Liderar la gestión financiera y administrativa de la empresa, asegurando la salud financiera, el cumplimiento de normativas y procedimientos, y proporcionando información estratégica para apoyar la toma de decisiones, contribuyendo así al crecimiento y la sostenibilidad del negocio	
<b>HABILIDADES NECESARIAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1.-Capacidad para comprender y analizar informes financieros, estados financieros, presupuestos, flujos de efectivo y otros aspectos financieros de la empresa.</li> <li>2.-Capacidad para analizar datos financieros, identificar tendencias, interpretar resultados y tomar decisiones basadas en información cuantitativa.</li> <li>3.-Experiencia en la gestión de tesorería, control de costos, planificación financiera, gestión de riesgos y cumplimiento normativo.</li> <li>4.-Capacidad para liderar equipos, motivar a los colaboradores, establecer metas claras y fomentar un ambiente de trabajo colaborativo.</li> <li>5.-Habilidades de comunicación verbal y escrita para interactuar con diferentes áreas de la empresa, presentar informes financieros, negociar con proveedores y colaborar con otros departamentos.</li> <li>6.-Enfoque en lograr metas financieras y empresariales, maximizar la rentabilidad y eficiencia operativa, y tomar decisiones orientadas al logro de objetivos.</li> <li>7.-Capacidad para adaptarse a cambios en el entorno empresarial, trabajar bajo presión y resolver problemas de manera efectiva.</li> </ol>	

Figura 22

Perfil jefe de Operaciones

DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	JEFE DE OPERACIONES
INSTRUCCIÓN FORMAL:	TERCER NIVEL
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	ADMINISTRACION DE EMPRESAS, INGENIERIA INDUSTRIAL, LOGISTICA
<b>EXPERIENCIA</b>	
Experiencia mínima de 3 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
<b>MISION DEL CARGO</b>	
Liderar y optimizar las operaciones de la empresa, implementando procesos eficientes, gestionando recursos de manera efectiva, garantizando la calidad en la prestación de servicios y contribuyendo al logro de los objetivos operativos y estratégicos de la organización	
<b>HABILIDADES NECESARIAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad para diseñar, implementar y mejorar procesos operativos para aumentar la eficiencia y la calidad en la prestación de servicios.</li> <li>2. Habilidad para dirigir y motivar equipos, establecer metas claras, delegar responsabilidades y fomentar un ambiente de trabajo colaborativo.</li> <li>3. Capacidad para tomar decisiones estratégicas y operativas basadas en análisis de datos, evaluación de riesgos y consideración de factores clave.</li> <li>4. Habilidad para gestionar y liderar procesos de cambio organizacional, adaptarse a nuevas circunstancias y promover la innovación en las operaciones.</li> <li>5. Capacidad para planificar y organizar actividades operativas, gestionar recursos de manera eficiente y garantizar el cumplimiento de los objetivos operativos.</li> <li>6. Habilidad para identificar problemas, analizar situaciones complejas, proponer soluciones efectivas y tomar medidas correctivas cuando sea necesario.</li> </ol>	

Figura 23

Perfil jefe de Ventas

DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	JEFE DE VENTAS
INSTRUCCIÓN FORMAL:	TERCER NIVEL
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	ADMINISTRACION DE EMPRESAS, MARKETING, VENTAS Y NEGOCIACIÓN
<b>EXPERIENCIA</b>	
Experiencia mínima de 3 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
<b>MISION DEL CARGO</b>	
Liderar y motivar al equipo de ventas, establecer estrategias efectivas para aumentar las ventas, desarrollar relaciones sólidas con los clientes y contribuir al crecimiento y la rentabilidad de la empresa a través de un desempeño excepcional en el área comercial	
<b>HABILIDADES NECESARIAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad para motivar, guiar y dirigir al equipo de ventas, estableciendo metas claras y fomentando un ambiente de trabajo colaborativo.</li> <li>2. Habilidad para comunicarse de manera efectiva tanto con el equipo de ventas como con clientes y otras partes interesadas, demostrando empatía, escucha activa y habilidades persuasivas.</li> <li>3. Enfoque en alcanzar objetivos comerciales, maximizar las ventas, gestionar el rendimiento del equipo y tomar medidas para lograr resultados positivos.</li> <li>4. Habilidad para negociar con clientes, cerrar acuerdos comerciales, resolver conflictos y llegar a soluciones mutuamente beneficiosas.</li> <li>5. Capacidad para priorizar tareas, gestionar eficientemente el tiempo y recursos, y mantener un enfoque productivo en la consecución de objetivos.</li> <li>6. Habilidad para analizar datos de ventas, identificar tendencias, evaluar el rendimiento del equipo y tomar decisiones basadas en información cuantitativa.</li> <li>7. Habilidad para adaptarse a diferentes situaciones comerciales, cambios en el mercado y nuevas tecnologías, demostrando flexibilidad y capacidad de aprendizaje continuo.</li> </ol>	

Figura 24

Perfil jefe de Compras

DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	JEFE DE COMPRAS
INSTRUCCIÓN FORMAL:	TERCER NIVEL
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	ADMINISTRACION DE EMPRESAS, LOGISTICA Y CADENA DE SUMINISTRO
<b>EXPERIENCIA</b>	
Experiencia mínima de 3 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
<b>MISION DEL CARGO</b>	
Liderar el área de compras de manera estratégica, asegurando la adquisición oportuna de productos y servicios de calidad, negociando condiciones favorables con proveedores, optimizando costos y contribuyendo al cumplimiento de los objetivos organizacionales a través de una gestión eficiente de la cadena de suministro	
<b>HABILIDADES NECESARIAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad para negociar con proveedores, establecer acuerdos beneficiosos, optimizar condiciones comerciales y reducir costos de adquisición.</li> <li>2. Habilidad para evaluar y seleccionar proveedores, establecer relaciones sólidas, gestionar contratos y monitorear el desempeño de los proveedores.</li> <li>3. Capacidad para realizar análisis de mercado, identificar tendencias, evaluar proveedores potenciales y tomar decisiones informadas sobre las compras.</li> <li>4. Habilidad para gestionar el inventario de manera eficiente, optimizar los niveles de stock, minimizar excesos y faltantes, y garantizar una cadena de suministro eficaz.</li> <li>5. Capacidad para analizar datos de compras, identificar oportunidades de mejora, evaluar costos y rendimiento, y tomar decisiones basadas en información cuantitativa.</li> <li>6. Excelentes habilidades de comunicación para interactuar con proveedores, colaborar con otros departamentos, negociar contratos y garantizar una comunicación efectiva en el proceso de compras.</li> <li>7. Enfoque en alcanzar objetivos de compras, maximizar la eficiencia en la cadena de suministro, reducir costos y contribuir al logro de los objetivos organizacionales.</li> </ol>	

Figura 25

Perfil Contador

DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	CONTADOR
INSTRUCCIÓN FORMAL:	TERCER NIVEL
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	ADMINISTRACION DE EMPRESAS, CONTABILIDAD Y AUDITORIA, CPA
<b>EXPERIENCIA</b>	
Experiencia mínima de 3 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
<b>MISION DEL CARGO</b>	
Asegurar la integridad y precisión de la información financiera de la empresa, cumplir con las normativas contables y fiscales vigentes, proporcionar informes financieros claros y oportunos, y contribuir al éxito y la sostenibilidad del negocio a través de una gestión financiera responsable y transparente	
<b>HABILIDADES NECESARIAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad para trabajar con números y datos con precisión y atención al detalle para garantizar la exactitud de los informes financieros.</li> <li>2. Dominio de los principios contables y normativas financieras para registrar transacciones, preparar estados financieros y cumplir con los requisitos legales y fiscales.</li> <li>3. Habilidad para analizar estados financieros, interpretar tendencias, identificar áreas de mejora y proporcionar información relevante para la toma de decisiones.</li> <li>4. Competencia en el uso de software contable y herramientas tecnológicas para gestionar eficientemente la información financiera y generar informes precisos.</li> <li>5. Compromiso con la integridad, la confidencialidad y la ética en el manejo de la información financiera de la empresa.</li> <li>6. Habilidades de comunicación efectiva para interactuar con colegas, clientes, auditores y otras partes interesadas, explicando información financiera de manera clara y comprensible.</li> <li>7. Habilidad para identificar y resolver problemas contables, encontrar soluciones efectivas y proponer mejoras en los procesos financieros.</li> </ol>	

Figura 26

Perfil Bodeguero

DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	BODEGUERO
INSTRUCCIÓN FORMAL:	TECNICO SUPERIOR, TECNÓLOGO
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	ADMINISTRACION DE EMPRESAS, LOGISTICA, CADENA DE SUMINISTRO
<b>EXPERIENCIA</b>	
Experiencia mínima de 2 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
<b>MISION DEL CARGO</b>	
Gestionar de manera efectiva la bodega de la empresa, asegurando un control preciso de inventario, una organización óptima de productos, la recepción y despacho eficiente de mercancías, y el mantenimiento de un ambiente seguro y ordenado en la bodega.	
<b>HABILIDADES NECESARIAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad para mantener una bodega ordenada y organizada, asegurando una disposición eficiente de los productos y facilitando la identificación y acceso a los mismos.</li> <li>2. Habilidad para realizar inventarios precisos, llevar un registro exacto de las existencias, identificar faltantes o excesos y mantener actualizada la información sobre los productos almacenados.</li> <li>3. Competencia en la recepción de mercancías, verificación de pedidos, preparación de despachos, embalaje adecuado y coordinación de envíos.</li> <li>4. Conocimiento y habilidad en el uso de equipos de manejo de materiales, como montacargas, transpaletas, apiladoras, así como herramientas de embalaje y etiquetado.</li> <li>5. Capacidad para prestar atención a los detalles, verificar la calidad de los productos recibidos, revisar la documentación relacionada con las entregas y garantizar la precisión en las operaciones.</li> <li>6. Habilidad para colaborar con otros miembros del equipo, comunicarse efectivamente con proveedores y transportistas, y trabajar de manera coordinada para cumplir con los objetivos de la bodega.</li> <li>7. Conocimiento y aplicación de normas de seguridad en la bodega, prevención de accidentes, manejo seguro de productos y cumplimiento de protocolos de seguridad laboral.</li> </ol>	

Figura 27

Perfil Coordinador de Logística

DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	COORDINADOR DE LOGÍSTICA
INSTRUCCIÓN FORMAL:	TECNICO SUPERIOR, TECNÓLOGO, LICENCIATURA
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	ADMINISTRACION DE EMPRESAS, LOGISTICA
<b>EXPERIENCIA</b>	
Experiencia mínima de 2 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
<b>MISION DEL CARGO</b>	
Liderar la planificación y ejecución de las operaciones logísticas de manera eficiente, asegurando la entrega oportuna de productos, la optimización de costos, la gestión efectiva de inventarios y la excelencia en el servicio al cliente, contribuyendo así al éxito y crecimiento de la empresa	
<b>HABILIDADES NECESARIAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad para planificar y coordinar eficientemente las operaciones logísticas, gestionar recursos, programar envíos y asegurar la entrega oportuna de productos.</li> <li>2. Habilidad para gestionar inventarios de manera efectiva, optimizar niveles de stock, minimizar excesos y faltantes, y garantizar un flujo continuo de productos.</li> <li>3. Competencia en la negociación con proveedores, transportistas y otros socios logísticos para garantizar acuerdos favorables y costos competitivos.</li> <li>4. Capacidad para analizar datos logísticos, identificar áreas de mejora, evaluar el rendimiento operativo y tomar decisiones basadas en información cuantitativa.</li> <li>5. Excelentes habilidades de comunicación para coordinar con diferentes departamentos, proveedores y clientes, resolver problemas logísticos y garantizar una cadena de suministro eficiente.</li> <li>6. Habilidad para gestionar proyectos logísticos complejos, establecer metas claras, asignar recursos adecuadamente y garantizar la ejecución exitosa de las iniciativas logísticas.</li> <li>7. Capacidad para adaptarse a cambios en la demanda del mercado, nuevos requisitos reglamentarios, avances tecnológicos y otras variables que puedan afectar las operaciones logísticas.</li> </ol>	

Figura 28

Perfil Transportista

DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	TRANSPORTISTA
INSTRUCCIÓN FORMAL:	BACHILLER
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	LICENCIA DE CONDUCIR PROFESIONAL
<b>EXPERIENCIA</b>	
Experiencia mínima de 2 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
<b>MISION DEL CARGO</b>	
Realizar entregas de manera segura y puntual, cumpliendo con los estándares de calidad y servicio, manteniendo la integridad de la carga y contribuyendo al éxito de las operaciones logísticas de la empresa	
<b>HABILIDADES NECESARIAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad para conducir de manera segura y responsable, respetando las normas de tráfico, manteniendo la atención en la carretera y adaptando la conducción a las condiciones del camino.</li> <li>2. Familiaridad con las regulaciones locales y nacionales de transporte, incluyendo normativas de seguridad vial, tiempos de conducción y descanso, y requisitos de documentación.</li> <li>3. Habilidad para interactuar de manera amable y profesional con los clientes al entregar la mercancía, asegurando una experiencia positiva y satisfactoria.</li> <li>4. Capacidad para utilizar sistemas de navegación GPS u otros dispositivos para planificar rutas eficientes, evitar retrasos y llegar a tiempo a los destinos.</li> <li>5. Habilidad para manejar imprevistos en la carretera, como desvíos, condiciones climáticas adversas o problemas mecánicos, tomando decisiones rápidas y eficaces.</li> <li>6. Habilidad para planificar rutas de entrega eficientes, cumplir con los plazos establecidos, optimizar el tiempo de conducción y coordinar múltiples entregas si es necesario.</li> <li>7. Conocimientos básicos de mantenimiento del vehículo, como revisión de niveles de aceite, presión de neumáticos, luces y frenos, para garantizar un viaje seguro y prevenir averías.</li> </ol>	

Figura 29

Perfil Supervisor de Ventas

DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	SUPERVISOR DE VENTAS
INSTRUCCIÓN FORMAL:	TITULO DE TERCER NIVEL
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MARKETING Y VENTAS
<b>EXPERIENCIA</b>	
Experiencia mínima de 3 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
<b>MISION DEL CARGO</b>	
Liderar y apoyar al equipo de ventas en la consecución de objetivos, asegurando un alto nivel de desempeño, brindando capacitación y orientación, y fomentando un ambiente de trabajo colaborativo y motivador para lograr resultados exitosos y satisfacer las necesidades de los clientes.	
<b>HABILIDADES NECESARIAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad para motivar, guiar y dirigir al equipo de ventas, estableciendo metas claras y fomentando un ambiente de trabajo colaborativo.</li> <li>2. Habilidad para comunicarse de manera efectiva tanto con el equipo de ventas como con clientes y otras partes interesadas, demostrando empatía, escucha activa y habilidades persuasivas.</li> <li>3. Enfoque en alcanzar objetivos comerciales, maximizar las ventas, gestionar el rendimiento del equipo y tomar medidas para lograr resultados positivos.</li> <li>4. Habilidad para negociar con clientes, cerrar acuerdos comerciales, resolver conflictos y llegar a soluciones beneficiosas.</li> <li>5. Capacidad para entrenar, desarrollar y capacitar al equipo de ventas, identificando áreas de mejora y proporcionando retroalimentación constructiva.</li> <li>6. Habilidad para analizar datos de ventas, identificar tendencias, evaluar el rendimiento del equipo y tomar decisiones basadas en información cuantitativa.</li> <li>7. Capacidad para priorizar tareas, gestionar eficientemente el tiempo y recursos, y mantener un enfoque productivo en la consecución de objetivos.</li> <li>8. Habilidad para identificar desafíos en el proceso de ventas, encontrar soluciones efectivas y tomar decisiones estratégicas para superar obstáculos.</li> </ol>	

Figura 30

Perfil Ejecutivo de Ventas

DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	EJECUTIVO DE VENTAS
INSTRUCCIÓN FORMAL:	TITULO DE TERCER NIVEL
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MARKETING Y VENTAS
<b>EXPERIENCIA</b>	
Experiencia mínima de 3 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
<b>MISION DEL CARGO</b>	
Liderar el equipo de ventas para alcanzar y superar los objetivos comerciales, desarrollar relaciones de largo plazo con los clientes, identificar nuevas oportunidades de negocio y contribuir al crecimiento y éxito de la empresa a través de estrategias efectivas de ventas	
<b>HABILIDADES NECESARIAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad para liderar y motivar al equipo de ventas, establecer metas claras, brindar orientación y apoyo, y fomentar un ambiente de trabajo colaborativo.</li> <li>2. Habilidad para comunicarse de manera efectiva tanto con el equipo de ventas como con clientes, demostrando empatía, escucha activa y habilidades persuasivas.</li> <li>3. Competencia en la negociación de contratos y acuerdos comerciales, identificando las necesidades del cliente, presentando soluciones efectivas y cerrando ventas exitosas.</li> <li>4. Capacidad para gestionar relaciones con los clientes existentes, identificar nuevas oportunidades de negocio, resolver problemas y garantizar la satisfacción del cliente.</li> <li>5. Habilidad para analizar el mercado, identificar tendencias, evaluar la competencia y adaptar estrategias de ventas para maximizar las oportunidades comerciales.</li> <li>6. Capacidad para priorizar tareas, gestionar eficientemente el tiempo y recursos, y mantener un enfoque productivo en la consecución de objetivos de venta.</li> <li>7. Habilidad para analizar datos de ventas, identificar áreas de mejora, evaluar el rendimiento del equipo y tomar decisiones basadas en información cuantitativa.</li> <li>8. Capacidad para identificar desafíos en el proceso de ventas, encontrar soluciones efectivas y tomar decisiones estratégicas para superar obstáculos.</li> </ol>	

Figura 31

Perfil Asesor de Ventas

DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	ASESOR DE VENTAS
INSTRUCCIÓN FORMAL:	TÍTULO DE TERCER NIVEL
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MARKETING Y VENTAS
<b>EXPERIENCIA</b>	
Experiencia mínima de 3 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
<b>MISION DEL CARGO</b>	
Asesorar a los clientes de manera profesional, identificar sus necesidades, ofrecer soluciones personalizadas, brindar un servicio de calidad y lograr la satisfacción del cliente a través de ventas exitosas y relaciones comerciales duraderas	
<b>HABILIDADES NECESARIAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad para comunicarse clara y persuasivamente con los clientes, escuchar activamente sus necesidades y explicar de manera convincente los beneficios de los productos o servicios ofrecidos.</li> <li>2. Habilidad para ponerse en el lugar del cliente, comprender sus necesidades y preocupaciones, y adaptar la estrategia de ventas para satisfacer sus requerimientos específicos.</li> <li>3. Enfoque en brindar un servicio excepcional, construir relaciones sólidas con los clientes, resolver sus inquietudes y garantizar su satisfacción a lo largo de todo el proceso de venta.</li> <li>4. Competencia en la negociación de términos y condiciones, cierre de acuerdos comerciales y manejo de objeciones para llegar a un acuerdo beneficioso para ambas partes.</li> <li>5. Familiaridad con los productos o servicios que se ofrecen, sus características, beneficios y ventajas competitivas, para poder presentarlos de manera efectiva a los clientes.</li> <li>6. Capacidad para priorizar tareas, organizar el tiempo de forma eficiente, cumplir con los plazos de venta y maximizar la productividad en el trabajo.</li> <li>7. Habilidad para identificar desafíos durante el proceso de venta, encontrar soluciones creativas y efectivas, y superar obstáculos para cerrar la venta con éxito</li> </ol>	

Figura 32

Perfil Encargado Compras

DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	COMPRADOR
INSTRUCCIÓN FORMAL:	TÍTULO DE TERCER NIVEL
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ECONOMÍA, COMERCIO INTERNACIONAL
<b>EXPERIENCIA</b>	
Experiencia mínima de 3 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
<b>MISION DEL CARGO</b>	
Identificar proveedores confiables, negociar acuerdos favorables, adquirir productos de calidad al mejor precio, asegurar un abastecimiento eficiente y oportuno, y contribuir al éxito y rentabilidad de la empresa a través de una gestión de compras estratégica	
<b>HABILIDADES NECESARIAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad para negociar con proveedores para obtener los mejores términos y precios, así como para resolver conflictos de manera efectiva.</li> <li>2. Habilidad para analizar el mercado, identificar tendencias, evaluar a los proveedores y tomar decisiones basadas en información relevante.</li> <li>3. Competencia en la selección y gestión de proveedores, evaluación de desempeño, establecimiento de relaciones sólidas y búsqueda de nuevas oportunidades.</li> <li>4. Habilidad para comunicarse de manera clara y efectiva con proveedores, colegas y otros departamentos, tanto de forma verbal como escrita.</li> <li>5. Enfoque en alcanzar objetivos de compra, optimizar costos, mejorar la eficiencia en el abastecimiento y contribuir al éxito global de la empresa.</li> <li>6. Capacidad para analizar datos, identificar patrones, interpretar informes financieros y tomar decisiones fundamentadas en información cuantitativa.</li> <li>7. Habilidad para priorizar tareas, organizar el trabajo de manera eficiente y cumplir con plazos establecidos.</li> <li>8. Competencia para identificar desafíos en el proceso de compras, encontrar soluciones creativas y tomar decisiones estratégicas para superar obstáculos.</li> </ol>	

Figura 33

Asistente de Compras

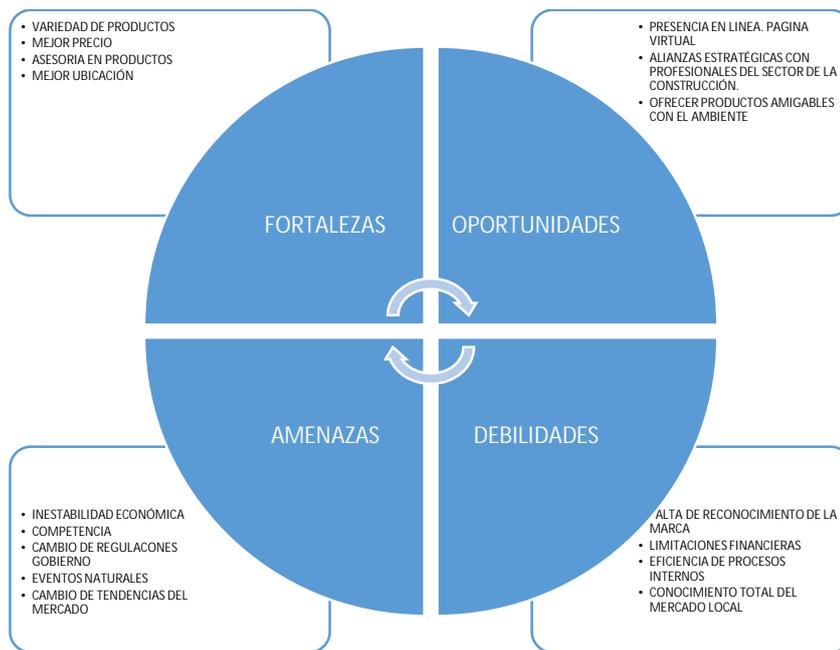
DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL CARGO	
CARGO:	ASISTENTE DE COMPRAS
INSTRUCCIÓN FORMAL:	TECNICO SUPERIOR, LICENCIATURA, TECNOLOGÍA
ÁREA DE CONOCIMIENTO:	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ECONOMÍA, COMERCIO INTERNACIONAL
EXPERIENCIA	
Experiencia mínima de 2 años en puestos similares en empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería.	
MISION DEL CARGO	
Colaborar en la gestión y ejecución de las actividades del departamento de compras, asistir en la identificación de proveedores, negociaciones, seguimiento de pedidos, mantenimiento de registros precisos y contribuir al funcionamiento eficiente y efectivo del proceso de compras	
HABILIDADES NECESARIAS	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad para gestionar múltiples tareas, mantener registros precisos, priorizar actividades y asegurar un flujo de trabajo eficiente en el departamento de compras.</li> <li>2. Habilidad para prestar atención a los detalles, revisar con precisión la documentación de compras, identificar posibles errores y garantizar la exactitud en los pedidos y registros.</li> <li>3. Competencia en tareas administrativas como manejo de correos electrónicos, elaboración de informes, seguimiento de pedidos, gestión de inventarios y mantenimiento de bases de datos.</li> <li>4. Capacidad para comunicarse clara y efectivamente con proveedores, miembros del equipo de compras y otros departamentos, tanto de forma escrita como verbal.</li> <li>5. Capacidad para analizar datos relacionados con compras, evaluar ofertas de proveedores, comparar precios y condiciones, identificar tendencias y tomar decisiones fundamentadas.</li> <li>6. Competencia en la negociación de términos y condiciones con proveedores, seguimiento de cotizaciones, solicitud de descuentos y gestión de contratos menores.</li> <li>7. Habilidad para priorizar tareas, organizar el trabajo de manera eficiente y cumplir con plazos establecidos en un entorno dinámico.</li> <li>8. Capacidad para colaborar con otros miembros del departamento de compras, así como con diferentes áreas de la empresa, para asegurar una coordinación efectiva en el proceso de adquisiciones.</li> </ol>	

## ANÁLISIS FODA

A continuación, se realizará el análisis FODA de la ferretería que se pretende crear. Para esto se desarrolla la matriz FODA en donde constan todos los factores intervinientes.

Figura 34

### Análisis FODA de Ferretería



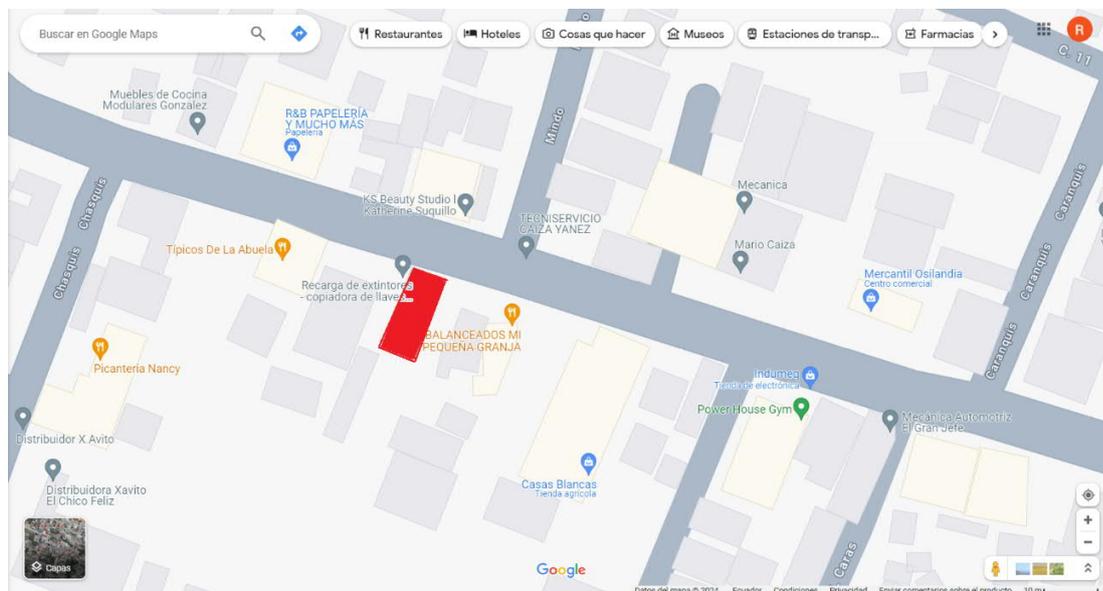
## ESTUDIO TÉCNICO

Ubicación. - La Ferretería se ubicará en la avenida el Inca y Mindo, barrio Rumiloma, parroquia Fajardo, Cantón Rumiñahui. A continuación, se presenta la ubicación en el mapa digital.

La avenida el Inca es una vía principal y es sobre esta vía donde se encuentra el predio que se utilizará para montar el negocio, este sitio se encuentra rodeado por diferentes talleres de mecánica automotriz, mecánica industrial, carpinterías, cerrajerías, etc. que se convierten en potenciales clientes de productos para este tipo de actividades.

Figura 35

### Ubicación Ferretería



Infraestructura. - La infraestructura de la ferretería se divide en las siguientes partes: Propiedad y planta, vehículo y herramientas, muebles de oficina y equipos de cómputo y comunicación, materiales de oficina e insumos y personal.

#### Propiedad y planta

La ferretería se asentará sobre un terreno de acuerdo con la disposición que se muestra en la tabla 2

Tabla 2

Propiedad y Planta Ferretería

Área	Descripción	m2
Administrativa	Oficinas administrativas	30
Exhibición y ventas	Mostradores de productos y atención al cliente	30
operativa	Bodega de Productos	50
	Bodega de Materiales de construcción	200
	Estacionamiento	48
	Espacio para movilización interna	132
<b>TOTAL</b>		<b>490</b>

Vehículo y Herramientas

La ferretería también presta el servicio de transporte de los productos que son adquiridos por los clientes, también en la venta de los productos es necesario de otras herramientas, todos esto se describe en la tabla 3 que se muestra a continuación.

Tabla 3

Vehículo y Herramientas para Ferretería

Vehículo, herramientas	Descripción	Cantidad
Camión	Vehículo con capacidad de carga de 3 toneladas a Diesel con plataforma de piso corrugado y puntos de sujeción en los costados.	1
Balanza	Balanza Digital con cálculo de precio, con una capacidad de 30 Kg, con medición en libras y kilogramos	1
Calibrador pie de rey	Calibrador pie de rey, medición de diámetro interior, exterior y profundidad. Rango de medición de 0 a 150mm, medición en milímetros y en pulgadas.	1

Muebles de oficina, enseres, equipos de cómputo y comunicación

Las actividades en las diferentes áreas de administración, exhibición y ventas de la ferretería demandan de una cierta cantidad y tipo de muebles, enseres y equipos de cómputo y comunicación. En la tabla 4 se especificará cada uno de estos elementos necesarios.

Tabla 4

Muebles de Oficina, Enseres, Equipos de Cómputo y Comunicación

Descripción	Cantidad
Estación de Trabajo	2
Silla para estación de trabajo	2
Escritorio	3
Silla para escritorio	3
Computador de escritorio	4
Computador portátil	1
Software Admin-Finan	1
Impresora multifunción	1
Estantería	5
Vitrina	1
Tableros exhibidores	5
Teléfono convencional	1
Archivador metálico	4

Nota. Se debe considerar que los computadores de escritorio y portátil deben estar provistos de un SOFTWARE para facturación, ventas y demás funciones administrativas y financieras.

#### Materiales de oficina e insumos

Para las actividades administrativas es necesario contar con materiales e insumos de oficina, los necesarios se muestran en la tabla 5.

Tabla 5

Materiales de Oficina e Insumos

Detalle	Unidad	Cantidad
Carpeta cartón	Unidad	24
Carpeta para archivador	Unidad	12
Papel bond	Resma	10
Esferográficos	Caja	1
Lápiz	Caja	1
Tóner	Unidad	2
Clips	Cajax100	1
Grapas	Cajax100	1
Grapadora	Unidad	1
Perforadora	Unidad	1
Sello	Unidad	2

Personal

El personal necesario para realizar las diferentes actividades que el negocio necesita para su funcionamiento se detalla en la tabla 6, se considera para el inicio de las actividades a 5 personas.

Tabla 6

Personal para Ferretería

Detalle	Cantidad
GERENTE GENERAL	1
CONTADOR	1
BODEGUERO	1
EJECUTIVO DE VENTAS	1
ENCARGADO DE COMPRAS	1

## Suministro de Productos

El suministro de productos se lo realizará con proveedores nacionales, quienes dependiendo de la forma de pago de los productos requeridos ofrecen descuentos y beneficios, lo que beneficia al negocio para brindar productos con un mejor precio que la competencia.

Dentro de la investigación se ha encontrado una lista de proveedores y la cartera de productos que ofrecen al sector ferretero. Este detalle lo vemos a continuación en la tabla 7.

Tabla 7

### Listado de Proveedores

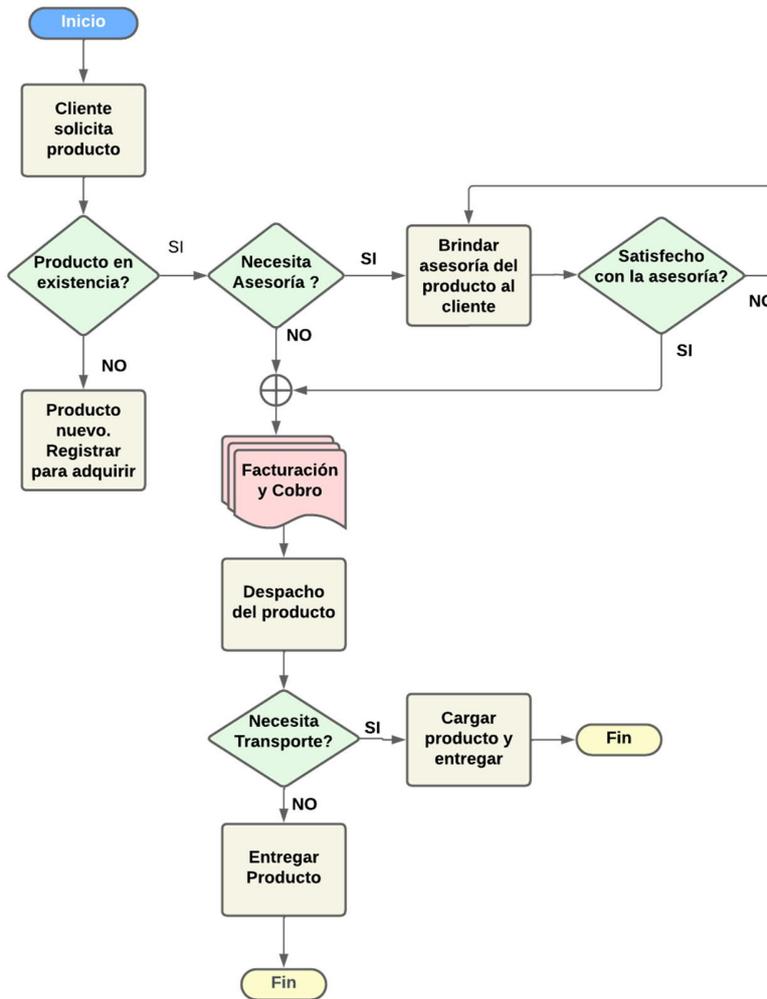
PROVEEDOR	PRODUCTOS	UBICACIÓN
PROVEELEG	MATERIAL ELECTRICO Y FERRETERÍA	QUITO
ACAZA	PRODUCTOS DE LIJADO FANDELI	QUITO
MEGAKONS	PRODUCTOS DE FERRETERÍA Y CONSTRUCCIÓN	QUITO
MEGAPRODUCTOS	PRODUCTOS DE FERRETERÍA Y CONSTRUCCIÓN	SANGOLQUÍ
PROFERMACO	PRODUCTOS DE FERRETERÍA	QUITO
MULTICOMS	TUBERÍAS Y ACCESORIOS PVC	QUITO
SCHECOMEX	PERNOS Y TORNILLOS	QUITO
TOPESA	PERNOS Y TORNILLOS	QUITO
COMERCIAL ZAMBRANO	MATERIAL ELECTRICO Y FERRETERÍA	QUITO
PINTURAS LIDER	PINTURAS Y DILUYENTES	QUITO
MARIO RUBIO	MATERIAL PARA DECORACIÓN, TUBERÍAS PLASTIGAMA, PLASTICOS	QUITO
TALLERES MECANICOS UNIDOS	ACCESORIOS EN ACERO INOXIDABLE, BISAGRAS, RODAMIENTOS,	QUITO

## Venta de productos

Para la gestión de venta de los productos que ofrece la ferretería, se muestra a continuación un diagrama de flujo de este proceso en la figura 36.

Figura 36

Diagrama de flujo proceso de venta



## ESTUDIO DE MARKETING

En los tiempos actuales el marketing es un factor fundamental para que un negocio se de a conocer y marque su permanencia en el mercado. Aunque hay varias formas de hacer publicidad para aumentar la presencia de un negocio, sin embargo, con el auge vertiginoso de la tecnología y principalmente los medios digitales, se ha desarrollado el marketing digital, del cual el que ha tomado más auge en los últimos

tiempos es el marketing en redes sociales como Facebook, tiktok, Instagram, whatsapp entre las principales. Para el caso de la ferretería se ha considerado utilizar totalmente el marketing en redes sociales para dar a conocer la empresa y los productos que ella oferta; también se piensa desarrollar una página web propia de la empresa, en la cual se podrá realizar vitrinas virtuales de productos y principalmente que las ventas sean online.

Otra manera importante aparte de publicar los productos de manera digital es que se pondrán Ofertas y promociones, como descuentos por temporada o por volumen de compra; promociones por tiempo limitado, paquetes de productos a precios especiales, etc.

También se promoverá un programa de fidelización para premiar a los clientes recurrentes y motivarlos a seguir comprando en la ferretería.

Por ultimo y no menos importante se promoverá las colaboraciones locales, estableciendo alianzas con otras personas o empresas locales para promocionar los productos y servicios mutuamente, por ejemplo, en el caso de materiales de construcción como arena, ripio, molón, se puede llegar a un acuerdo y percibir un porcentaje por concretar la venta de este material en la ferretería.

## ESTUDIO LEGAL

Para que la ferretería pueda entrar en funcionamiento, se debe cumplir con todos los permisos y normativas, en este caso del municipio del Cantón Rumiñahui, de la superintendencia de compañías y del Servicio de Rentas Internas. A continuación, se muestra los diferentes requisitos que se deben cumplir para obtener los diferentes documentos habilitantes.

RUC: Documento con el que se inicia la actividad comercial, el mismo se lo obtiene en el SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI). A continuación, se muestra los requisitos para obtener este documento:

- Cédula de identidad del representante legal (Presentación física o digital)
- Certificado de votación del representante legal

- Escritura pública de constitución
- Hoja de datos generales y accionistas
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

Registro de la empresa: La figura que se va a aplicar para la ferretería es como una empresa S.A.S (Sociedad de acción Simplificada). Como primer paso se debe formar la empresa y esto se lo puede hacer a través de un documento privado, es decir, no se necesita elevar a escritura pública el documento. Es necesaria la asesoría de un profesional en derecho para que los términos del documento privado de la empresa estén dentro de lo legal. También se debe nombrar a las dignidades de la empresa y plasmarlo en un documento.

Como siguiente paso y considerando que el trámite se debe hacer directamente en la página web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Certificado electrónico del accionista (firma electrónica).
- Reserva de denominación (se realiza en la página web de la Superintendencia de compañías).
- Documento privado de formación de la empresa.
- Nombramiento(s)
- Petición de inscripción para el registro de usuarios que contenga la siguiente información:
  - Tipo de solicitante.
  - Nombre completo.
  - Número de identificación.
  - Correo electrónico.
  - Teléfono convencional/celular
  - Provincia.
  - Ciudad.
  - Dirección.
- Copias de cédula

Teniendo todos los requisitos, se debe proceder de la siguiente manera:

1. Ingresar al portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)
2. Seleccionar la opción PORTAL DE CONSTITUCIÓN ELECTRÓNICA DE COMPAÑÍAS.
3. Presionar la opción CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA.
4. Ingresar su usuario y contraseña.
5. Seleccionar la reserva de denominación que desea utilizar en el proceso de constitución.
6. Ingresar la información en el formulario SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS. La información se divide en: Datos de la compañía, Socios o accionistas, Cuadro de suscripciones y pago de capital y Representantes Legales.
7. Por cada registro, adjuntar los documentos habilitantes requeridos por el sistema.
8. Seleccionar la notaría de preferencia y verificar costos del trámite.
9. Aceptar condiciones del proceso electrónico e iniciar trámite.

El sistema mostrará un mensaje confirmando la generación correcta del trámite con el número de identificación correspondiente. Usted recibirá un correo electrónico con la información del trámite y los valores que deberá cancelar en el Banco del Pacífico.

Una vez realizado el pago, el notario revisará su solicitud de constitución y le otorgará una cita para que acuda a firmar la escritura y los nombramientos.

Luego, el notario desmaterializará los documentos y los enviará al Registro Mercantil para su inscripción.

Una vez inscritos, usted recibirá una notificación electrónica confirmando la constitución electrónica exitosa de su compañía.

#### Permisos Municipales

Otro aspecto importante y necesario para iniciar las actividades de la empresa son los permisos que exige la autoridad cantonal. Para el presente proyecto nos compete regularnos a las normativas del Cantón Rumiñahui. En el cantón Rumiñahui es necesario obtener 2 documentos habilitantes para iniciar las operaciones de la empresa como son la PATENTE Y la licencia única de funcionamiento (LUF). A continuación, se muestra los requisitos para la obtención de estos 2 documentos:

#### Patente.

- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia del RUC.
- Certificado de Compatibilidad y Factibilidad de Uso de Suelo.
- Formulario de patente

#### LUF.

Para la obtención de la licencia única de funcionamiento se debe crear un usuario en servicios ciudadanos en la página web del municipio de Rumiñahui ([www.rumiñahui.gob.ec](http://www.rumiñahui.gob.ec)), tener en formato digital los siguientes documentos:

- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia del RUC.
- Certificado de Compatibilidad y Factibilidad de Uso de Suelo.
- Copia de Patente.

Al ingresar a la página web se debe acceder a servicios ciudadanos, con el usuario y contraseña creados, se ingresa a servicios en línea y aparece un botón de acción con el acceso a la creación del formulario de solicitud de la LUF, se llenan los datos requeridos y se cargan los documentos mencionados anteriormente. Una vez realizado esto, el municipio informará la inspección a realizar a la empresa, esta inspección la

realiza un representante del cuerpo de bomberos. Luego de realizada la inspección y de no encontrarse con novedades, se notifica al contribuyente para que descargue del sistema el documento digital de la LUF.

Seguridad y salud ocupacional: La empresa está obligada a velar por la seguridad de sus trabajadores, dotando de ropa de trabajo, equipo de protección personal, equipo y herramientas adecuadas de acuerdo con las funciones que el trabajador realice. Esto se realizará al momento de contratar al personal.

Normativas laborales: La empresa está obligada a afiliar a todos sus empleados desde el primer día de trabajo, cumpliendo lo estipulado en la ley laboral del Ecuador. También es importante indicar que se la empresa a parte de la prima del seguro social pagará las prestaciones que por ley el trabajador tiene derecho, estas son: Utilidades, Décimo Tercero, Décimo Cuarto y vacaciones; todo esto avalado por el código de trabajo.

## ESTUDIO FINANCIERO

Para la realización del estudio financiero, se presentará diferentes cuadros con la información financiera de la empresa proyectada para 5 años.

Plan de Inversión. - Para la realización del plan de inversión se utilizará la información de costos de todos los elementos que serán parte de la Ferretería, toda esta información se detallará en las tablas siguientes:

### Inversión en Propiedad y Planta

Para la implementación de la Ferretería se va a arrendar una propiedad, misma que consta de un espacio vacío y también de una edificación de 110 metros cuadrados, esta edificación será adecuada para ser usada como áreas administrativas, exhibición, ventas y bodega de productos. También se necesita construir la bodega de materiales de construcción y adecuar el área para estacionamiento y movilización interna. Los costos se indican en la tabla 8.

Tabla 8

Inversión en Propiedad y Planta

Área	Descripción	m2	Precio
Administrativa	Oficinas administrativas		
Exhibición y ventas	Mostradores de productos y atención al cliente	110	\$600.00
	Bodega de Productos		
operativa	Bodega de Materiales de construcción	200	\$15,000.00
	Estacionamiento	180	\$200.00
	Espacio para movilización interna		
TOTAL		490	\$15,800.00

Inversión en vehículo y herramientas

La inversión a realizar en lo correspondiente a vehículo y herramientas se muestra en la tabla 9.

Tabla 9

Inversión Vehículo y Herramientas

Vehículo, herramientas	Descripción	Cantidad	Precio
Camión	Vehículo con capacidad de carga de 3 toneladas a Diesel con plataforma de piso corrugado y puntos de sujeción en los costados.	1	\$21,000.00
Balanza	Balanza Digital con cálculo de precio, con una capacidad de 30 Kg, con medición en libras y kilogramos	1	\$47.00
Calibrador pie de rey	Calibrador pie de rey, medición de diámetro interior, exterior y profundidad. Rango de medición de 0 a 150mm, medición en milímetros y en pulgadas.	1	\$38.00
TOTAL			21,085.00

Inversión Muebles de Oficina, enseres, equipos de cómputo y comunicación.

Tabla 10

Inversión Muebles Oficina, Enseres, Equipos de Cómputo y Comunicación

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Estación de Trabajo	2	\$240.00	\$480.00
Silla estación de trabajo	2	\$80.00	\$160.00
Escritorio	3	\$160.00	\$480.00
Silla para escritorio	3	\$75.00	\$225.00
Computador de escritorio	3	\$699.00	\$2,097.00
Computador portátil	1	\$749.00	\$749.00
Software Admin-Finan	1	\$800.00	\$800.00
Impresora multifunción	1	\$459.00	\$459.00
Estantería	5	\$90.00	\$450.00
Vitrina	1	\$197.00	\$197.00
Tableros exhibidores	5	\$60.00	\$300.00
Teléfono convencional	1	\$145.00	\$145.00
Archivador metálico	4	\$65.00	\$260.00
TOTAL			\$6802.00

## Inversión en Materiales de oficina e insumos

Tabla 11

### Inversión en Materiales de Oficina e Insumos

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Carpeta cartón	Unidad	24	\$0.25	\$6.00
Carpeta para archivador	Unidad	12	\$1.00	\$12.00
Papel bond	Resma	10	\$5.00	\$50.00
Esferográficos	Caja	1	\$3.00	\$3.00
Lápiz	Caja	1	\$2.00	\$2.00
Tóner	Unidad	2	\$33.00	\$66.00
Clips	Cajax100	1	\$0.75	\$0.75
Grapas	Cajax100	1	\$2.50	\$2.50
Grapadora	Unidad	1	\$3.50	\$3.50
Perforadora	Unidad	1	\$3.20	\$3.20
Sello	Unidad	2	\$8.50	\$17.00
TOTAL				\$165.95

### Depreciación.

Este valor afecta a los activos fijos, los cuales con el pasar del tiempo sufren un desgaste y por lo tanto una disminución en su valor. Par el caso de nuestro país los porcentajes de depreciación y tiempo de vida de los activos fijos, se muestra en la tabla 12.

Tabla 12

Depreciación de la Inversión

Inversión	Valor inicial	Años de vida	Porcentaje Depreciación	Valor Depreciación
Muebles y enseres	\$2552.00	10	10%	229.68
Equipos de computo	\$2846.00	3	33%	632.48
Impresora	\$459.00	3	33%	102.01
Software Admin-Finan	\$800.00	3	33%	177.79
Vehículo	\$21,000.00	5	20%	3,360.00
Bodega	\$15,000.00	20	5%	712.50
<b>TOTAL</b>	<b>\$42,657.00</b>			<b>\$6,559.85</b>

Tabla 13

Depreciación de Inversión a 5 Años

Inversión	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor Residual
Muebles y enseres	2,552.00	229.68	229.68	229.68	229.68	229.68	1,403.60
Equipos de computo	2,846.00	632.48	632.48	632.48	632.48	316.10	0
Impresora	459.00	102.01	102.01	102.01	102.01	50.98	0
Software Admin-Finan	800.00	177.79	177.79	177.79	177.79	88.85	0
Vehículo	21,000.00	3,360.00	3,360.00	3,360.00	3,360.00	3,360.00	4,200.00
Bodega	15,000.00	712.50	712.50	712.50	712.50	712.50	11,437.50
<b>TOTAL</b>	<b>42,657.00</b>	<b>5,214.45</b>	<b>5,214.45</b>	<b>5,214.45</b>	<b>5,214.45</b>	<b>4,758.11</b>	<b>17041.1</b>

### Inversión en Activos Intangibles

Como activos intangibles se considera los valores pagados por constitución y registro de la empresa en la superintendencia de compañías y permisos de la autoridad municipal. En la tabla 14 se muestran los valores.

Tabla 14

#### Inversión Activos Intangibles

Detalle	Cantidad	Valor
Patente Municipal	1	60.00
Licencia Única de Funcionamiento	1	44.00
TOTAL		104.00

### Inversión en Inventarios

Corresponde a la inversión en los productos que se va a comercializar en la ferretería, se considera realizar la compra de los productos de acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta mostrados en el Capítulo 1.

Tabla 15

Inversión en Inventario de Productos

Productos	Monto
Materiales de construcción	15,000.00
Material eléctrico y fontanería	8,000.00
Pinturas y productos relacionados	5,000.00
Material de cerrajería	5,000.00
Equipos de seguridad	4,000.00
Herramientas manuales y eléctricas	2,500.00
Griferías y sanitarios	2,000.00
Cerámica	2,000.00
Tornillería y pernos	1,500.00
TOTAL	40,000.00

Inversiones Totales

En la Tabla 16 se muestra el plan de inversión para la ferretería, en el cual se puede apreciar el monto de dinero que implica iniciar las operaciones de esta empresa.

Tabla 16

Plan de Inversión

Inversiones Fijas	Valor
Muebles y enseres	\$2,552.00
Equipos de computo	\$2,846.00
Impresora	\$459.00
Software Admin-Finan	\$800.00
Vehículo	\$21,000.00
Bodega	\$15,000.00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$42,657.00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Inventarios	\$40,104.00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$40,104.00</b>
<b>EGRESOS TOTALES</b>	<b>\$82,761.00</b>

Remuneración al personal

En el organigrama presentado en la presente propuesta se ha considerado 14 personas como la plantilla principal y necesaria para la ferretería, sin embargo, en el inicio de las operaciones la magnitud del trabajo a realizar no será muy alta, por lo que se empezará por considerar a 5 personas, a las cuales se les debe brindar todo lo que la legislación laboral ecuatoriana estipula. En la tabla 17 se muestra el detalle de las personas que serán parte de la plantilla inicial.

Tabla 17

Remuneración y Beneficios del Personal

Descripción	Sueldo	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Fondos de Reserva	Vacaciones	Ap. Patronal	Total mensual	Total anual
GERENTE GENERAL	800	38.33	66.67	66.64	33.33	89.20	1094.17	13,130.08
CONTADOR	200	38.33	16.67	16.66	8.33	22.30	302.29	3,627.52
BODEGUERO	500	38.33	41.67	41.65	20.83	55.75	698.23	8,378.80
ASESOR DE VENTAS	500	38.33	41.67	41.65	20.83	55.75	698.23	8,378.80
ASISTENTE COMPRAS	500	38.33	41.67	41.65	20.83	55.75	698.23	8,378.80
TOTAL								41,894.00

Servicios Básicos

Una parte fundamental para las operaciones de la ferretería son los servicios básicos agua, luz, teléfono, sin embargo, hoy en día es muy necesario también el servicio de internet. En la tabla 18 se muestra el gasto que representa estos servicios.

Tabla 18

Costo de Servicios Básicos e Internet

Servicio	Costo Anual
Agua potable	84.00
Luz eléctrica	312.00
Teléfono Convencional	82.80
Internet	443.52
TOTAL	922.32

## Financiamiento

El financiamiento que tendrá la ferretería se compone de dos partes, un financiamiento propio y otro como préstamo a una entidad financiera. En la tabla 19 se muestra la participación de cada tipo de financiamiento.

Tabla 19

### Financiamiento del Proyecto

Financiamiento	Valor	Porcentaje
Propio	62,761.00	75.83%
Crédito entidad financiera	20,000.00	24.17%
TOTAL	82,761.00	100%

A continuación, la tabla 20, muestra la amortización del crédito que se realizará. Para los valores de la amortización se tomó como referencia la cooperativa "ALIANZA DEL VALLE" la cuál ofrece un crédito con un 13.05% a 60 meses plazo.

Tabla 20

### Tabla de Amortización

CUOTA	VALOR CUOTA	INTERÉS	CAPITAL	CAPITAL ACUMULADO	SALDO
0					20,000.00
1	5,466.88	2,432.77	3,034.11	3,034.11	16,965.89
2	5,466.88	2,012.26	3,454.62	6,488.73	13,511.27
3	5,466.88	1,533.47	3,933.42	10,422.15	9,577.85
4	5,466.88	988.31	4,478.57	14,900.72	5,099.28
5	5,466.88	367.60	5,099.28	20,000.00	-

## Información Operativa

Dentro de la información operativa se aprecia los ingresos por ventas para los próximos 5 años. Para el presente proyecto se considera la demanda insatisfecha obtenida de la encuesta realizada y cuyo porcentaje se ubica en el 60.61%. El universo de población económicamente activa del lugar donde se desarrollará el proyecto es 6691 habitantes; de esta población, el 60.61% de demanda insatisfecha corresponde a 4074 habitantes. Al tratarse de una empresa nueva se intuye que no se puede acaparar toda esa cantidad de personas, por lo que se estima acaparar un 20% que corresponde a 815 habitantes. Con esta población y aplicando estrategias de venta se pretende alcanzar un consumo anual por persona de \$225.00, lo que al final representa un valor de \$183,366.00 de ventas brutas anualmente. Para proyectar este valor al resto de años se toma un valor de crecimiento del 5% con respecto al año inmediato anterior. Las compras también se proyectan pero con una tasa de crecimiento del 3%.

La tabla 21 muestra un resumen de todos los factores que intervienen en la parte operativa de la ferretería y los valores correspondientes a cada uno de ellos.

Tabla 21

## Información Operativa

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	183,366.00	192,534.30	202,161.02	212,269.07	222,882.52
COSTOS Y GASTOS					
GASTO ADMINISTRATIVO	25,136.40	25,136.40	25,136.40	25,136.40	25,136.40
Gerente General	13,130.08	13,130.08	13,130.08	13,130.08	13,130.08
Contador	3,627.52	3,627.52	3,627.52	3,627.52	3,627.52
Asistente Compras	8,378.80	8,378.80	8,378.80	8,378.80	8,378.80
GASTO EN VENTAS	22,779.92	22,779.92	22,779.92	22,779.92	22,779.92
Bodeguero	8,378.80	8,378.80	8,378.80	8,378.80	8,378.80
Asesor de Ventas	8,378.80	8,378.80	8,378.80	8,378.80	8,378.80
Servicios básicos	922.32	922.32	922.32	922.32	922.32
Publicidad	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
Gasto Arriendo	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00
GASTOS FINANCIEROS					
Interés	2,432.77	2,012.26	1,533.47	988.31	367.60
Pago de deuda	3,034.11	3,454.62	3,933.42	4,478.57	5,099.28

Tabla 22

Flujo de Caja Proyectado

	Inicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		183,366.00	192,534.30	202,161.02	212,269.07	222,882.52
Costo de ventas		102,000.00	105,060.00	108,211.80	111,458.15	114,801.90
UTILIDAD BRUTA		81,366.00	87,474.30	93,949.22	100,810.91	108,080.62
Gasto Administrativo		25,136.40	25,136.40	25,136.40	25,136.40	25,136.40
Gasto de Ventas		22,779.92	22,779.92	22,779.92	22,779.92	22,779.92
UTILIDAD OPERACIONAL		33,449.68	39,557.98	46,032.90	52,894.59	60,164.30
Gasto Financiero		2,432.77	2,012.26	1,533.47	988.31	367.60
Utilidad antes Impuestos		31,016.91	37,545.72	44,499.43	51,906.28	59,796.70
15% Trabajadores		4,652.54	5,631.86	6,674.91	7,785.94	8,969.50
Utilidad antes del I.R.		26,364.37	31,913.86	37,824.52	44,120.34	50,827.19
25% I. R		6,591.09	7,978.47	9,456.13	11,030.08	12,706.80
UTILIDAD NETA		20,564.21	24,892.81	29,503.12	34,413.86	39,645.21
Capital Propio	62,761.00					
Crédito	20,000.00					
Amortización Crédito		3,034.11	3,454.62	3,933.42	4,478.57	5,099.28
FLUJO DE CAJA NETO		17,530.10	21,438.19	25,569.70	29,935.29	34,545.93

## Evaluación Financiera

Figura 37

### Cálculo de VAN y TIR

AÑO	EGRESOS	INGRESOS	FLUJO DE FONDOS
0	\$ 82,761.00		\$ -82,761.00
1	\$ 155,383.20	\$ 183,366.00	\$ 27,982.80
2	\$ 158,443.20	\$ 192,534.30	\$ 34,091.10
3	\$ 161,595.00	\$ 202,161.02	\$ 40,566.01
4	\$ 164,841.36	\$ 212,269.07	\$ 47,427.71
5	\$ 168,185.10	\$ 222,882.52	\$ 54,697.42

tasa = 10.14%  
VAN = \$ 67,087.09  
TIR = 35%

### Análisis.

Los cálculos de los indicadores VAN y TIR se han realizado utilizando las funciones del software EXCEL, obteniendo los datos mostrados en la Figura 37.

De acuerdo con los cálculos, el valor actual neto (VAN) se muestra como un valor positivo, esto quiere decir que los flujos proyectados superan la inversión inicial. Por lo tanto el negocio se considera viable.

En cuanto a la tasa interna de retorno TIR el valor obtenido es de 35%, este valor al ser comparado con la tasa de interés del banco central que está en un valor de 10.14 %, se puede apreciar que lo supera y por lo tanto eso muestra que el negocio es rentable.

También se realiza el cálculo del indicador TMAR, mismo que utiliza las variables mostradas en la tabla 23.

Tabla 23

### Variables para cálculo TMAR

Descripción	Variable	Valor
Porcentaje de Inflación (promedio últimos 4 años)	i	3.47%
Premio al Riesgo (riesgo medio)	f	15%

Fórmula para el cálculo del TMAR:

$$TMAR = i + f + (i * f)$$

$$TMAR = 3.47\% + 15\% + (3.47\% * 15\%)$$

$$TMAR = 18.99\%$$

El porcentaje de TMAR obtenido es mayor que la inflación, por lo tanto, el negocio es Rentable.

Cálculo del Período de retorno de la inversión

Tabla 24

Período de Retorno de la Inversión

PRI	Año anterior al que se recupera la inversión	a	2
	Inversión inicial	b	82,761.00
	Flujo acumulado del año que se del año anterior que se recupera la inversión	c	62,073.90
	flujo del año exacto que se recupera la inversión	d	40,566.01
	PRI	$a+(b-c)/d$	2.51

Por lo tanto, el período de retorno de la inversión(PRI) es de 2.51 años. Esto significa 2 años, 6 meses y 3 días.

#### c. Estrategias y/o técnicas

El presente proyecto fundamenta su creación en la utilización de la encuesta como medio de investigación, esto con el fin de medir la aceptación que tendría la ferretería en la parroquia Fajardo. Se ha desarrollado un análisis PESTEL para determinar el entorno externo y como podría influir en la creación de la ferretería, este análisis muestra principalmente que las políticas sociales y económicas que adopten los gobiernos de turno afectan directamente al crecimiento de los negocios, ya que están directamente relacionadas con el poder adquisitivo de las personas. Otro aspecto importante es el microentorno que busca relacionar actores que interactúan directamente con el negocio, tal como proveedores, contratistas

o prestadores de servicios a la empresa juegan un papel importante para que el negocio fluya y consiga su objetivo principal que es vender.

En cuanto al análisis mismo de la Ferretería se ha realizado un análisis FODA, para identificar Fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades en el giro del negocio, el área donde se desarrolla, el público que puede captar y la demanda presente. Todo esto da una visión más clara de la situación con la que le negocio empieza y si puede o no sostenerse en el tiempo.

La parte de la propuesta del proyecto consta de un estudio organizacional que dará la imagen y el orden que debe llevar la ferretería, esto le dará una mayor presencia y participación en el mercado local. También se muestra un estudio técnico que analiza la parte física del negocio, es decir, la infraestructura que se necesita para que el negocio inicie sus actividades y se mantenga en el tiempo. Un estudio de marketing es importante para elevar la imagen, posicionar la ferretería y sobre todo ganar mercado. Un estudio legal para identificar y obtener los documentos habilitantes que el negocio necesita para iniciar sus operaciones. Finalmente y quizá la parte mas importante para emprender o no el negocio es la parte financiera, aquí se identifica el plan de inversión que muestra al o los emprendedores la cantidad de dinero necesario para montar el negocio, también se realiza a través de cálculos matemáticos una proyección de flujo económico que, para el presente caso es 5 años.

### 2.3 Validación de la propuesta

La validación de la propuesta considerando los criterios de especialistas es de gran ayuda para identificar aciertos y falencias en el desarrollo de la propuesta. En la tabla 25 se muestran los datos de los profesionales que colaboraron en la revisión de la propuesta y dieron sus respectivas observaciones.

Tabla 25

Especialistas Validadores

Apellidos y Nombres	Años de experiencia	Titulación Académica	Cargo
Villacis Moya Carlos Iván	14	Magister en Gestión de Proyectos	Subgerente de Producción
Jaramillo Suntaxi Holger Santiago	8	Magister en Planificación y Dirección Estratégica	Especialista de Programación y Control Producción
Peñafiel Conde Saskia Estefanía	8	Magister en Gerencia de la Calidad e Innovación	Responsable BCD Corporativo

En la tabla 26 se muestra la ponderación dada al proyecto por cada especialista, considerando los diferentes criterios que involucran al proyecto de investigación.

Tabla 26

Ponderación Especialistas

CRITERIOS	EXPERTO 1	EXPERTO2	EXPERTO 3	TOTAL	Porcentaje
Impacto	5	4	4	13	13%
Aplicabilidad	5	5	4	14	14%
Conceptualización	4	5	5	14	14%
Actualidad	5	5	5	15	15%
Calidad Técnica	4	5	5	14	14%
Factibilidad	5	5	5	15	15%
Pertenencia	5	5	5	15	15%
Total	33	34	33	100	100%

## 2.4 Matriz de articulación de la propuesta

Tabla 27.

Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	INSTRUMENTOS APLICADOS
CAPITULO I	Teoría de Plan de negocio	Tipo de investigación.	Consultas bibliográficas. Y en páginas web	Se determinó que el 99% de la población encuestada si realizaría	Encuesta compuesta de 18 preguntas.
	Proyectos de titulación similares	Población y muestra. Métodos y técnicas. Diseño del Instrumento.	Determinación de muestra para encuesta	compras en la ferretería.	
CAPITULO II	Propuesta del plan de negocio	Estudio Organizacional. Estudio Técnico.	Análisis PESTEL	El estudio Financiero determina viabilidad y rentabilidad de la	Indicadores Financieros:
		Estudio de Marketing. Estudio Legal. Estudio Financiero.	Análisis FODA	Ferretería	VAN, TIR, TMAR y PRI

## CONCLUSIONES

- La problemática planteada se ha abordado en todos los aspectos señalados, por lo tanto, el plan de negocio propuesto muestra un análisis coherente de todas las consideraciones que se deben adoptar para una futura implementación de la ferretería.
- Se ha cumplido el objetivo general del proyecto, al diseñar un plan de negocio que servirá de base para la creación de una ferretería en la parroquia de Fajardo, los fundamentos teóricos para el análisis y las proyecciones han mostrado plenamente su importancia en cuanto a los diferentes aspectos como el entorno (interno y externo) en el que se manejará el negocio, el mercado al que se enfrenta; y como con un conocimiento de estrategias organizacionales, financieras, económicas y legales pueden posicionar la ferretería en un ambiente competitivo y hasta a veces desleal.
- La información obtenida de las encuestas ha mostrado ciertos aspectos a ser considerados cuando el proyecto pase a una fase de implementación y desarrollo, es así como los clientes buscan variedad de productos, precios acordes al mercado, asesoramiento durante la compra. Estos factores generan en el cliente un ambiente de confianza y seguridad para las personas que acuden a un negocio para buscar soluciones a sus necesidades.
- Es importante hacer todas las consideraciones necesarias al momento de realizar el plan de inversión, esto hará que el gasto inicial sea muy apegado a la realidad, evitando desfases o gastos no programados.
- El análisis financiero muestra indicadores muy alentadores en lo referente al VAN (\$67,087.09), el TIR (35%), el TMAR (18.99%), que son valores que muestran al proyecto como viable y sustentable, también el PRI (2.51) que indica una recuperación de la inversión en 2 años, 6 meses 3 días.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda que al pasar el negocio a una fase de implementación y considerando que este tipo de negocio tiene una cantidad de productos grande, la fase inicial debe tener un stock medio de los productos principales de la ferretería y un stock bajo de los productos nuevos que se pretenda introducir hasta captar mercado.
- Aunque los conceptos teóricos con los que se ha desarrollado el plan de negocio fundamentan y aseguran todas sus fases, se recomienda una actualización periódica del mismo a fin de mantener su eficacia.
- Aunque la proyección del plan de negocio se ha desarrollado considerando la mayor realidad posible, sin embargo, se recomienda establecer más parámetros medibles, que ayudarán al plan de negocio a minimizar errores y maximizar ganancias.
- Se recomienda que el instrumento (encuesta) sea lo más objetivo posible, enfocando las preguntas hacia un público que esté relacionado con el ambiente de negocio del que se necesita obtener información cierta y precisa.
- Se recomienda actualizar los valores del plan de inversión previo a que el proyecto pase a una fase de implementación, ya que los factores externos sobre todo económicos pueden influir en el mismo y generar cambios considerables.
- Se recomienda la búsqueda de una mejora en la metodología que ayude a estimar los ingresos o ventas de una empresa nueva. Esto ayudará a consolidar una proyección de flujo de caja más real y calcular los indicadores de rendimiento financiero acorde a esa realidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, A. (2020). CLASIFICACIÓN DE LAS INVESTIGACIONES.
- BCE. (2023). Tasas de interés activas efectivas referenciales. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Cordero, Z. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista educación*, 155-165.
- Cuji Choto, V. M. (2021). Diseño de un plan de negocios para la ferretería "El Maestro" del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, periodo 2021-2025. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/15908>
- Flores, M. (2020). Mundo Ferretero. <http://www.mundoferretero.com.mx/index.php/ferreteria/item/1141-perspectivas-del-sector-ferreteroGestion>
- Gómez Conde, J. A. (2023). Micro y macroentorno. Guadalajara, Jalisco, Mexico.
- Grajales, T. (2000). Tipos de Investigación. <https://dialnet.uniroja.es/descarga/articulo/6910091.pdf>.
- Guamán Carrillo, C. R. (2021). DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA CONSTRUCTORA DE LA INDUSTRIA PETROLERA DEL ECUADOR.
- Hernández-Sampieri, R. F.-C.-L. (2017). Diferencias entre los enfoques cuantitativo y cualitativo.
- Herrera, P. (2022). Plan de mejora de los procesos administrativos de Prodigytrading Importaciones y exportaciones S.A. (Tesis de Postgrado). Quito.
- Lopez, M. (2013). PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. El Buzón de Pacioli, 6.
- Ortega, A. (2018). ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN. Métodos para el diseño urbano-Arquitectónico.
- Raffino, M. (s.f.). Misión y Visión. <https://concepto.de/mision-y-vision/Roncancio>
- Ramos Rodriguez, C. E. (2020). Plan de negocio para la creación de una empresa distribuidora y comercializadora de prendas de vestir de arte urbano en el sector de Quito.
- Sanchez Huerta, D. (2020). Analisis FODA o DAFO: el mejor y mas completo estudio con 9 ejemplos prácticos. Madrid.

ANEXOS

ANEXO 1

FORMATO DE ENCUESTA

¿Cuál es su edad?	18 años a 24 años 25 años a 34 años 35 años a 44 años 45 años a 54 años Mas de 54
¿Con qué género te identificas?	Masculino Femenino Prefiero no contestar
¿Cuál es tu nivel de estudios?	Bachiller Superior Maestría Doctorado Ninguno
¿Cuál es su área de ocupación?	Electricidad Construcción Carpintería Mecánica Ingeniería Arquitectura Educación Manufactura Otra ( _____ )

¿Resides en la parroquia Fajardo?	SI NO
¿Considera que la parroquia Fajardo necesita una FERRETERÍA INTEGRAL con todos los productos y servicios?	SI NO
¿Qué productos o servicios te gustaría encontrar en una ferretería en la Parroquia Fajardo? (Selecciona todas las opciones aplicables)	<p>Materiales de construcción (ej. cemento, arena, bloques)</p> <p>Herramientas manuales y eléctricas</p> <p>Equipos de seguridad (ej. cascos, guantes)</p> <p>Pinturas y productos relacionados</p> <p>Material eléctrico y fontanería</p> <p>Griferías y sanitarios</p> <p>Material de cerrajería</p> <p>Cerámica</p> <p>Tornillería y pernos</p>
¿Hay algún producto o servicio que crees que falta en las ferreterías actuales de la Parroquia Fajardo?	Si No
¿Con qué frecuencia adquiere usted productos para construir, remodelar o realizar arreglos?	<p>Semanalmente</p> <p>Mensualmente</p> <p>Trimestralmente</p> <p>Semestralmente</p> <p>Anualmente</p> <p>Nunca</p>
¿Considera que las ferreterías de la parroquia fajardo cuentan con todo lo necesario para realizar un proyecto de construcción, remodelación o arreglos?	SI NO

<p>¿En la parroquia Fajardo existe alguna ferretería en donde usted prefiere comprar?</p>	<p>SI NO</p>
<p>¿Cuál es su forma preferida de pago?</p>	<p>Efectivo Transferencia Tarjeta de débito Tarjeta de crédito Aplicativo bancario.</p>
<p>¿Ha recibido asesoramiento personalizado de los productos que adquiere en las ferreterías de la parroquia fajardo?</p>	<p>A veces Frecuentemente Casi siempre Siempre Nunca</p>
<p>¿Cuál es su forma común de adquirir los productos en la ferretería?</p>	<p>Personalmente Por llamada telefónica A través de la página web de la tienda Por redes sociales (whatsapp)</p>
<p>¿Cuándo usted desea contactarse con las ferreterías de la parroquia fajardo para realizar consultas, la respuesta es oportuna?</p>	<p>Siempre Casi siempre A veces Frecuentemente Nunca</p>

En el caso de que se instale una ferretería en la parroquia Fajardo, que brinde calidad, variedad, servicio, economía. ¿Estaría dispuesto a comprar en esa ferretería?	SI NO
--	----------

ANEXO 2  
VALIDACIÓN DE ESPECIALISTAS



Universidad  
Israel

**ESPOG** | 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 negocio para la creación de una ferretería en la parroquia fajardo cantón Rumiñahui". 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:** Carlos Iván Villacis Moya

**Título obtenido:** Magister en Gestión de Proyectos

**C.I.:** 1713422119

**E-mail:** carlos.villacis@celec.gob.ec

**Institución de Trabajo:** CELEC EP TERMOPICHINCHA

**Cargo:** Subgerente de Producción

**Años de experiencia en el área:** 14 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:**

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	x				
Aplicabilidad	x				
Conceptualización		x			
Actualidad	x				
Calidad Técnica		x			
Factibilidad	x				
Pertinencia	x				
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>8</b>			

**Observaciones:**

En la actualidad el negocio de ferreterías es un negocio muy rentable, considero que el plan de negocio propuesto tiene buenas bases y en su fase de implementación generará muchos beneficios para el o los propietarios o accionistas.

**Recomendaciones:**

Como recomendación sería considerar la realidad que se viene para nuestro país como es la subida del IVA y otros factores que afectan la capacidad adquisitiva de las personas.

**Lugar, fecha de validación:** Quito, 11 de marzo 2024.



Firma del especialista  
Carlos Iván Villacis Moya



**Universidad  
Israel**

**ESPOG** | 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 negocio para la creación de una ferretería en la parroquia fajardo cantón Rumiñahui". 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: Holger Jaramillo S.**

**Título obtenido: Magister en Planificación y Dirección Estratégica**

**C.I.: 1715956114**

**E-mail: Holger.jaramillo@celec.gob.ec**

**Institución de Trabajo: CELEC EP - Termopichincha**

**Cargo: Especialista de Programación y Control**

**Años de experiencia en el área: 9 años**

Página 1 de 2



**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:**

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto		x			
Aplicabilidad	x				
Conceptualización	x				
Actualidad	x				
Calidad Técnica	x				
Factibilidad	x				
Pertinencia	x				
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>4</b>			

**Observaciones:**

La demanda insatisfecha es un buen parámetro para determinar la proyección de ventas del proyecto.

**Recomendaciones:**

Se recomienda un análisis estadístico de la rotación de productos en los que se debería considerar una rotación alta, media y baja, además de una investigación más profunda del tipo de construcciones existentes en la zona ya que de esta manera se podrá fortalecer el nicho de mercado.

**Lugar, fecha de validación:** Quito, 11 de marzo 2024.

HOLGER  
SANTIAGO  
JARAMILLO  
SUNTAXI

Digitally signed by HOLGER SANTIAGO JARAMILLO SUNTAXI  
DN: cn=HOLGER SANTIAGO JARAMILLO SUNTAXI, o=EC,  
ou=SECURITY DATA S.A., ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION  
DE INFORMACION, email=holger@control.com  
Date: 2024.03.11 17:50:51 -0500

**Firma del especialista**  
**Holger Santiago Jaramillo Suntaxi.**



**Universidad  
Israel**

**ESPOG** | 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 negocio para la creación de una ferretería en la parroquia fajardo cantón Rumiñahui".  
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: Saskia Estefanía Peñafiel Conde**

**Título obtenido: Ing. Administración de Empresas Hoteleras y Turística. Mgtr. Gerencia de  
La Calidad e Innovación.**

**C.I.: 1716769052**

**E-mail: saspc1890@gmail.com**

**Institución de Trabajo: Metropolitan Touring**

**Cargo: Responsable BCD corporativo**

**Años de experiencia en el área: 8**



**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:**

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto		x			
Aplicabilidad		x			
Conceptualización	x				
Actualidad	x				
Calidad Técnica	x				
Factibilidad	x				
Pertinencia	x				
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>8</b>			

**Observaciones:**

Es importante que dentro del stock inicial de la ferretería se defina un producto o un servicio en específico que hará que la misma se diferencie del resto. Al ser un negocio tradicional, es fácil caer en el mismo concepto que la competencia.

**Recomendaciones:**

Se recomienda llevar a cabo un tipo de investigación adicional como grupo focal para obtener información relevante al lanzamiento del emprendimiento con el objetivo de ayudar a definir el público objetivo teniendo en cuenta sus preferencias y qué es lo que buscan del lugar. Adicional, se recomienda tener una bibliografía más extensa ya que será útil para aquellos que están leyendo el trabajo de investigación, con el fin de aprender más sobre las ideas que se incluyen en el mismo.



**Universidad  
Israel**

**ESPOG** | Escuela de  
Posgrados

**Lugar, fecha de validación:** Quito, 11 de marzo 2024.

**Firma del especialista**  
**Saskia Estefanía Peñafiel Conde**