

UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS



**ESCUELA DE NEGOCIOS
CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICA**

**ACTIVIDAD PRÁCTICA PROFESIONAL
PLAN DE DESARROLLO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO ONLINE
MÓDULO II**

PARTICIPANTE

**NELIS LORA 16-0163
CRISTY ROMERO 12-0913
JOSE LOPEZ 15-1844**

DIPLOMADO

**PLAN DE NEGOCIO Y GESTIÓN INTEGRAL DE PROYECTOS DE
EMPRENDIMIENTO EN LÍNEA**

FACILITADORA

ELIANA CAMPOS, M.A./M.G.C.

**FECHA Y LUGAR
JULIO 14, 2020, REP. DOM.**

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
INTRODUCCIÓN O ASPECTOS PRELIMINARES DEL PROYECTO	2
ANTECEDENTES DEL SECTOR	3
Metodología	5
DELIMITACIÓN Y LIMITACIONES DEL PROYECTO	6
SECCIÓN I: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO.....	7
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	8
IMAGEN CORPORATIVA O BRAND KIT	8
ANÁLISIS DE LA DEMANDA O CONSUMIDORES	15
ENCUESTA JCN BOLSOS	16
PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA	19
SECCIÓN 3: ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA.....	31
ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	32
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	33
ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.....	38
TÁCTICAS PROMOCIONALES.....	39
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	40
SEGUIMIENTO Y CONTROL.....	44
TÁCTICAS DE RELACIONES PÚBLICAS.....	45
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.	47
SECCIÓN 4: ESTRUCTURA TECNICA.....	48
PRINCIPALES SOCIOS CLAVES DEL PROYECTO.	49
ASESORES O ESPECIALISTAS DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES.....	50
Manejo de sitios webs.	52
ÁREAS OPERATIVAS DEL PROYECTO.	54
Organigrama de JCN BOLSOS.....	59
HORARIO DE TRABAJO Y ASISTENCIA AL CLIENTE.	60
PLAN DE INVERSIÓN.....	64
BASES DEL PRESUPUESTO.....	64
Evaluación.....	64

Rentabilidad Del Primer Año (R.A).....	65
Requerimientos Mano De Obra	65
Análisis Macroeconómico	66
Relación Marginal	66
Productividad De La Mano De Obra (P.M.O.)	67
ESTADO DE CAMBIO EN LA POSICIÓN FINANCIERA.....	67
Costos De Producción Y Aspectos Socioeconómicos.....	68
Cuadro de Resultados Proyectados	68
Estado Pro-Forma De Pérdidas Y Ganancias.....	68
BALANCE GENERAL	70
Solidez Financiera	71
PROYECCION DE VENTAS POR TEMPORADAS	72
PRESUPUESTO PLAN DE MEDIOS ONLINE MENSUAL	73
ANEXO:	74
CONCLUSIONES	75

INTRODUCCIÓN

En el presente informe final estaremos abordando un plan de negocio y gestión integral de proyecto de emprendimiento en línea concerniente a la venta de bolsos online, este tipo de negocios es muy versátil en vista de que la red brinda muchas facilidades para la gestión del mismo. El proyecto JCN BOLSOS, nace como idea de negocio con un pensamiento sostenible para integrar y aportar al crecimiento económico del sector de manufactura del país.

Mediante una metodología empírico analítica se realizará un análisis basado en la recolección de datos por medio de una encuesta a cierta parte de la población y de esta forma definir las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que JCN BOLSOS tendrá dentro del mercado y luego poder aplicar los métodos correctos para llegar a nuestro objetivo de forma eficiente y eficaz.

JCN BOLSOS es marca innovadora y creadora de bolsos ambientalmente amigables con atractivos diseños. Esta hace referencia a la reutilización de diversos materiales y textiles para desarrollar nuevos productos adaptados al gusto y usos del consumidor de bolsos de alta gama.

INTRODUCCIÓN O ASPECTOS PRELIMINARES DEL PROYECTO

ANTECEDENTES DEL SECTOR

En el mercado de venta de bolsos online se encuentran innumerables tiendas, debido a las facilidades que brinda la plataforma virtual para la gestión de este tipo de negocios, pero para realizar los antecedentes del sector nos enfocaremos en dos de las principales tiendas Bolsos online: 1) Peyo y 2) SY&CO. Comenzaremos describiendo la tienda Bolsos Peyo la cual es una tienda de bolsos online y venta de maletas online. Lleva más de 45 años ofreciendo las mejores ofertas de bolsos y maletas online. Cuenta con una red de tiendas físicas, ubicadas en varias zonas de Madrid, ofrece además la posibilidad de comprar bolsos y maletas online con la garantía de calidad de Bolsos PEYO.

Por su parte SY&CO es una red gallega de tiendas creada en el año 2001 con el objetivo de darle la mejor atención y el mejor servicio totalmente personalizado a todos sus clientes. SY&CO están especializados en la venta de bolso y todos los accesorios de moda para mujer de manera online, además de artículos de viaje y maletas de todos los tamaños adaptadas para vuelos LOW COST. SY&CO trabaja con marcas propias y otras como DESIGUAL y VOGUE en bolsos y accesorios. En maletas y artículos de viaje cuenta con marcas como SAMSONITE y GABOL. La confianza depositada por sus clientes a lo largo de estos años los ha animado a querer ofrecer sus artículos en esta tienda online para facilitar las compras y llegar a todo el público que solicita sus artículos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O NECESIDADES IDENTIFICADAS EN EL MERCADO.

En la actualidad, debido a la pandemia mundial del coronavirus, además del ritmo vertiginoso de la vida al que se enfrentan los profesionales, estudiantes y trabajadores, conlleva a que no solo vean reducido su tiempo, sino que no les permite dedicar el tiempo suficiente para salir de comprar a una tienda física de su localidad. De esta manera, se genera entonces, para muchas personas, un impedimento para que puedan realizar sus compras personalmente, además del distanciamiento social debido al coronavirus.

Este problema se agrava además por el lado de la oferta, ya que el tipo de producto que nuestro proyecto establece se vende en locales que generalmente tienen un límite de cliente dentro de sus tiendas, debido a medidas de prevención contagio, además generalmente los locales comerciales cuando cierran sus ventas coinciden con la salida de los trabajos de los potenciales clientes, o dejando solo un pequeño intervalo de tiempo libre.

Adicional a la problemática de contagio por coronavirus, la falta de tiempo que se presenta a los potenciales clientes, se tiene el hecho de que cuando una persona decide comprar un bolso, esta debe ajustarse a un diseño predeterminado ofrecido por los lugares de venta de estos bolsos; en otras palabras, las personas no pueden realmente comprar uno de los bolsos mencionado que sea totalmente confeccionado como a ella le gustaría, sino que tiene que conformarse con el diseño que menos le disgusta de entre los ofertados. A pesar de esto, en el mercado local no existen diseñadores de bolsos que ofertan una gran cantidad de diseños y colores, lo que de alguna manera podría disgustarles a potenciales clientes, además, de que los bolsos ofertados actualmente en el mercado generalmente se venden a un alto costo o no representan toda la funcionalidad que espera el mercado objetivo.

OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo general:

Elaborar un plan de negocios sobre el proyecto de emprendimiento JCN BOLSOS, periodo junio-agosto 2020.

Objetivos específicos

- 1) Establecer el contexto de emprendimiento JCN Bolsos, junio-agosto 2020.
- 2) Realizar un estudio de mercado, en donde se puedan definir factores claros de aceptación, características del producto, variedad, entre otros.
- 3) Desarrollar una estructura organizacional de JCN BOLSOS, mediante el análisis administrativo.

IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La importancia del proyecto JCN BOLSOS, nace la idea de negocio con un pensamiento sostenible para integrar y aportar al crecimiento económico del sector de manufactura en República Dominicana, y buscando poner en práctica los conocimientos adquiridos sobre plan de negocios y gestión integral de proyectos de emprendimiento en línea, la elaboración del proyecto JCN BOLSOS, es importante para los integrantes de este proyecto porque se está integrando conocimiento de tres personas con diferentes de programas académicos, permitiendo el fortalecimiento en aprender a trabajar en equipo, saber delegar pero sobre todo pasar de la teoría a la realidad de emprendimiento en línea.

La elaboración del proyecto JCN BOLSOS, ayuda a promover la cultura dominicana y a destacar la responsabilidad, tolerancia y sensibilidad con el trabajo en equipo, el proyecto satisface las necesidades de los potenciales clientes, ofreciendo una gran variedad de bolsos según su estilo y diseño, es por tal motivo la producción no es solo en línea, sino en modelo del bolso así mismo es resaltado la imagen y personalidad de cada uno de los clientes en los diseños y estilos de JCN BOLSOS.

Metodología

La metodología con la que se desarrollará el proyecto es empírico-analítica. Con este modelo de investigación se realizará un análisis basado en la recolección de datos por medio de una encuesta a cierta parte de la población; se pretende que a través de esta se obtenga un dato estadístico y definir las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que JCN BOLSOS tendrá dentro del mercado y luego poder aplicar los métodos correctos para llegar a nuestro objetivo de forma eficiente y eficaz.

El plan de mercadeo de JCN BOLSOS, permitirá de dos recursos como lo son la información primaria y la información secundaria. La información primaria se refiere a aquella información que tenemos a mano, dentro de esta, se generó una encuesta, que permitirá a JCN BOLSOS analizar el pensamiento del consumidor frente al producto y cuáles son los aspectos que influyen en el momento de tomar una decisión de compra. La información secundaria hace referencia a aquella información más preparada, y para el presente proyecto JCN BOLSOS, que permitirá identificar el panorama general del sector y sus variables.

DELIMITACIÓN Y LIMITACIONES DEL PROYECTO

Delimitación temporal

Los datos que serán considerados para la realización del proyecto JCN BOLSOS, serán enmarcados dentro del periodo junio-agosto 2020, considerando únicamente la temática pan de negocios y gestión integral de proyectos de emprendimiento en línea, estos datos serán obtenidos a través de fuente primaria para el caculo de la oferta y la demanda se aplicará una encuesta como investigación de mercados que permitirá determinar el panorama general del sector y sus variables.

Delimitación temporal

El proyecto JCN BOLSOS, al ser una tienda online, será realizado y presentado en UAPA Santiago de los Caballeros, República Dominicana, sin embargo, para la toma de información será necesario ampliar el espectro a lugares de diferentes provincias del país.

Delimitación académica

El proyecto JCN BOLSOS, cumplirá con lo exigido por la Universidad Abierta para Adultos, UAPA, en torno al grado investigativo y el esquema de presentación para el diplomado de plan de negocio y gestión integral de proyectos de emprendimiento en línea, para esto se sustentara bibliografía, textos y estudios que proporcionaran conceptos y teorías sobre el diseño de proyectos de factibilidad de inversión, adicionalmente, estos se complementaran con el desarrollo de aspectos técnicos entorno a materias como investigación de mercado, procesos, administración y finanzas.

LIMITACIONES DEL PROYECTO

- 1) Tiempo limitado de los integrantes del proyecto debido a que laboran y tienen familias bajo su responsabilidad.
- 2) El período de tiempo de recolección de la información comprende a partir de junio-agosto 2020.

SECCIÓN I: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

JCN Bolsos, es una empresa online especializada en la fabricación y venta bolsos, en cuero y material sintético, donde de manera especial se enfoca en la producción y comercialización de bolsos de alta gama para mujer, enfocando sus diseños a las tendencias de la moda.

Tiene su planta de producción en la República Dominicana, y cuenta con un punto de venta en Santiago de los Caballeros. La empresa está constituida desde el año 2020. En la actualidad está encabezada por sus fundadores Cristy Romero, José López y Nelis Lora, quienes tienen gran experiencia en el sector de administración y mercadeo, y cuentan con un equipo humano comprometido y calificado en elaborar productos de calidad.

JCN Bolsos, por su condición de microempresa online tiene un norte claro de sus potenciales clientes, quienes son mujeres que desean adquirir bolsos de alta gama, pero además JCN Bolsos, tiene como clientes distribuidores a quienes les vende al por mayor. En su intento por llegar al consumidor final, ha creado almacenes en Santiago de los Caballeros para tener el éxito esperado. JCN Bolsos, quiere ser una empresa dinámica, la cual pueda ofrecer diseños de bolsos que se acomoden a las necesidades de sus clientes, la empresa lo puede lograr dado que tiene la capacidad de realizar nuevos diseños en poco tiempo e ir con las nuevas tendencias y lograr atender a diferentes mercados y clientes.

IMAGEN CORPORATIVA O BRAND KIT

Logo e Isotipo.



Eslogan.

“La moda en tus manos”

- **Colores.**

El morado: es un color asociado a valores elevados como la realeza y la espiritualidad o lo misterioso. En JCN Bolsos elegimos este color ya que nuestros bolsos representan belleza y lujo, significando en el mundo de la moda valores elevados y delicadeza.

El rosa: es un color asociado a lo femenino, suave y elegante a la vez. En JCN Bolsos elegimos este color ya que nuestros bolsos están conectados directamente con lo femenino y lo sofisticado.

- **Tipografías.**

Elegimos una tipografía elegante, pero a la vez con siluetas femeninas, especialmente importante en lo que respecta a la publicidad, en el diseño de JCN Bolsos se refleja el arte para atraer la atención del público femenino de alta clase.

Filosofía de negocios.

Misión.

JCN bolsos busca satisfacer la necesidad es de las mujeres mediante la venta de un bolso que le ayudará en su imagen y le brin dará comodidad y utilidad.

Visión.

JCN busca ser empresa líder en venta de bolsos brindada al cliente seguridad, facilidad y rapidez en el m omento de efectuar las compras.

Valores.

- Respeto
- Excelencia
- Confianza
- Responsabilidad
- Calidad

Ventajas competitivas.

- **Valor agregado.**

Envío de pedido gratis: elegimos este valor agregado ya todo aquello que va acompañado de la palabra "gratis", estimula las ventas. Está demostrado que los envíos gratis tienen mayor efecto en el usuario que un descuento equivalente, aunque el precio final sea el mismo.

- **Estrategias de diferenciación.**

JCN BOLSOS es marca innovadora y creadora de bolsos ambientalmente amigables con atractivos diseños. Esta hace referencia a la reutilización de diversos materiales y textiles para desarrollar nuevos productos adaptados al gusto y usos del consumidor de bolsos de alta gama. Esto contribuye significativamente en la buena inversión de sus recursos, al ser nuestro proyecto consciente del medio ambiente, al comprar nuestros bolsos contribuye con la disminución de la contaminación y protección hacia el medio ambiente.

SECCIÓN 2: ESTRUCTURA DEL ENTORNO

La implementación del proyecto JCN BOLSOS, requiere el diseño de un plan estratégico de implementación con el objeto de establecer el direccionamiento que esté deberá tener en el futuro, su construcción se ha fundamentado en el análisis FODA cruzado, definiendo las estrategias a utilizar en la implementación en función de la relación entre los componentes del análisis.

ANÁLISIS FODA DEL PROYECTO JCN BOLSOS

El análisis FODA permite realizar un diagnóstico interno y externo del proyecto JCN BOLSOS, de Atención propuesto para determinar sus aspectos fuertes y débiles. Así se tiene que las fortalezas y debilidades son internas y las oportunidades y amenazas son externas.

Las fortalezas son las funciones que la organización propuesta realizaría de manera correcta, como pueden ser ciertas habilidades o capacidades del personal, así también los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la empresa o una situación favorable dentro del medio social. Las debilidades se definen como un factor considerado vulnerable, o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, colocándole en una situación considerada débil.

Las Oportunidades constituyen aquellas fuerzas o aspectos ambientales de carácter externo que la organización no podría controlar, pero que sin embargo representan, significan o constituyen, un elemento conveniente, favorable, provechoso de potencial crecimiento o mejoría para la organización. Las Amenazas son lo contrario de lo anterior y se refiere a todos los factores ambientales, no controlables por la organización, pero que representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales.

Fortalezas.

- Ofrecer precios que representan el valor que las personas le dan al producto/servicio.
- Innovación en la manufactura de estos productos con el sello propio de cada individuo.
- Optimizar el tiempo de nuestros consumidores al momento de realizar la búsqueda y su respectiva compra.

Oportunidades.

- Extendernos en ciertas ciudades del país de República Dominicana, aprovechando el incremento de nuestro mercado potencial.
- Falta de competencia directa.
- Diversidades culturales por las cuales cada individuo tratara de buscar algún objeto que tenga su identidad y otros rasgos personales.

Debilidades.

- Nuevos en el mercado, por lo que nuestra experiencia en el mercado es casi nula.
- Falta de confianza en las ventas por internet.

Amenazas.

- Al entrar en este nuevo mercado y desarrollarlo podríamos más adelante enfrentar una dura competencia ya que las barreras de entrada son sumamente bajas.
- Despertar el interés de corporaciones grandes a competir en una línea similar a esta “ventas por internet” y la posibilidad de perder mercado frente a ellos.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

Al analizar la rivalidad entre competidores, podemos encontrar varias características que permiten clasificar a los competidores como competidores directos y competidores indirectos.

Consideraremos a la competencia directa a aquellos locales destinados a la comercialización de bolsos, y accesorios. A pesar de ser este método de compra y servicio muy diferente al planteado en nuestro proyecto, este mecanismo es el más conocido, común y practicado por el mercado objetivo; de esta manera resultarán ser inicialmente nuestros competidores directos. Adicionalmente, debido al valor agregado de nuestro, debemos eliminar de los competidores directos a los vendedores informales que proporcionan este producto al menos costo al no pagar locación.

Cualquier tienda que venda algún artículo en tela de los señalados anteriormente, será considerada un competidor; pero para el análisis actual mencionaremos a los que usualmente proporcionan este tipo de productos de manera continua y dirigidos al mismo mercado meta; entre estos locales podemos destacar:

PRINCIPALES COMPETIDORES:

- Tiendas Zara República Dominicana
- Bolsos Pejecito Santo Domingo

Cabe resaltar que el grupo de competencia directa ingresarían, como ya fue señalado, las costureras profesionales que eventualmente ingresen al negocio cuando comience a desarrollarse, pero que debido a la poca promoción no ha generado un auge.

La competencia indirecta se encuentra dada por la venta en internet de bolsos y accesorios. Consideramos a este sector como indirecto debido a la baja tendencia de las personas a comprar artículos por este medio. Adicionalmente debemos recalcar, que este tipo de compras, aunque no implica costos de búsqueda, si conlleva costos de

transporte y de espera, y generalmente no se enfoca en bolsos de tela con las utilidades señaladas, sin contar también con que, a pesar de ofrecer gran cantidad de diseños, no proporcionará la oportunidad del diseño y adaptación de los mismos. De esta manera, podemos señalar algunas páginas webs relacionadas:

- <http://www.artencumbaya.com/>
- www.ebay.com
- www.mercadolibre.com
- www.amazon.com

FORTALEZAS.

- Manejan el concepto artesanal y promueven el consumo local
- Producción justa y limpia
- Apoyan la industria local

DEBILIDADES.

- Poca publicidad y comunicación en República Dominicana
- Larga duración en producción
- Sus páginas web no son tan llamativas ni tiene relación con el concepto de sus marcas.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA O CONSUMIDORES

ENCUESTA JCN BOLSOS

1-OCUPACIÓN

- a) Ama de casa
- b) Empleada privada o pública
- c) Empresaria
- d) Profesional independiente

2-NIVEL DE INGRESOS

- a) Menos de RD\$10,000
- b) De RD\$10,001 a RD\$15,000
- c) De RD\$15,001 a RD\$20,000
- d) Mas de RD\$20,001

3-NIVEL EDUCATIVO

- a) Bachiller
- b) Técnico
- c) Licenciatura
- d) Postgrado

4-TE GUSTAN LAS CARTERAS O BOLSOS ONLINE

- a) Si
- b) No

5-QUE TIPO DE CARTERAS O BOLSOS SON DE TU PREFERENCIA

- a) Ejecutivos
- b) Casuales
- c) Deportivos
- d) De fiesta

6-QUE TIPO DE MATERIAL TE GUSTA MAS EN BOLSOS O CARTERAS

- a) Piel original
- b) Piel imitación
- c) Plástico
- d) Tela
- e) Materiales artesanales

7-QUE ASPECTO VALORAS MAS AL MOMENTO DE COMPRAR UN BOLSO O CARTERA

- a) Tamaño
- b) Color
- c) Diseño
- d) Material
- e) Otro

8-QUE FACTOR INFLUYE MAS EN TU COMPRA ONLINE

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Servicio y atención al cliente
- d) Garantía
- e) Marca
- f) Todas las anteriores

9-EN QUE FORMATO PREFIERES APRECIAR LOS BOLSOS O CARTERAS DE VENTA ONLINE

- a) Fotos sin modelos
- b) Fotos con modelos
- c) Vídeos
- d) Catálogos

10-CUAL FORMATO DE PAGO ES DE TU PREFERENCIA

- a) Deposito
- b) Tarjeta de crédito o débito
- c) Transferencia
- d) Otro

11-QUE TIPO DE ENVIÓ SERÍA EL MAS CONVENIENTE PARA TI

- a) A domicilio
- b) Agencia de envió
- c) Pick Up
- d) Otro

12-QUE ASPECTO TE PREOCUPA MAS AL REALIZAR TU COMPRA ONLINE

- a) Calidad del producto
- b) Precio justo
- c) Atención personalizada
- d) Garantía
- e) Todas las anteriores

13-QUE ELEMENTOS TE GENERARÍAN INCOMODIDAD AL COMPRAR ONLINE

- a) Tardanza en responder a tu pedido
- b) Perdida de tu dinero
- c) Perdida o extravió del producto
- d) Tardanza en la entrega
- e) Otro

14-QUE TIPO DE BOLSOS PREFIERES COMPRAR ONLINE

- a) De marcas reconocidas y exclusivas
- b) De buena calidad y diseño
- c) Sencillos y funcionales
- d) Otro

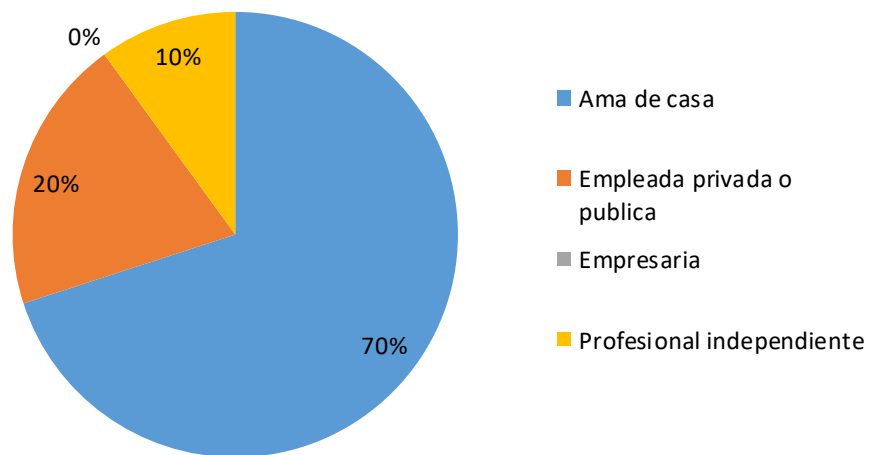
15-EN QUE PLATAFORMA TE GUSTARÍA COMPRAR TUS BOLSOS ONLINE

- a) Página web
- b) Redes sociales
- c) WhatsApp
- d) Otro

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA. OCUPACION

OCUPACION		
Opciones	%	Conteo
Ama de casa	70	35
Empleada privada o publica	20	10
Empresaria	0	0
Profesional independiente	10	5

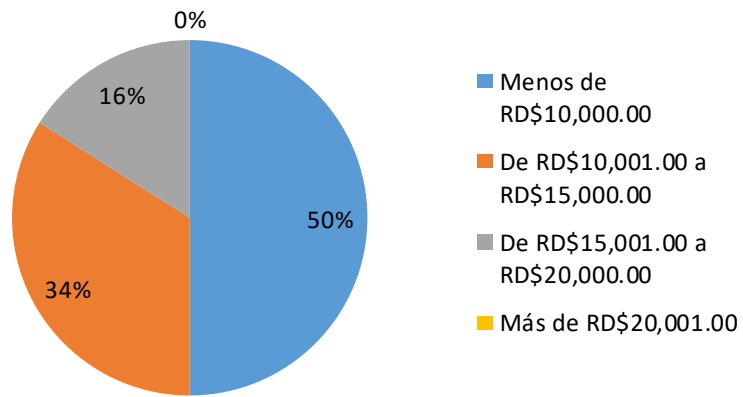
Gráfico



NIVEL DE INGRESOS

NIVEL DE INGRESOS		
Opciones	%	Conteo
Menos de RD\$10,000	50	25
De RD\$10,001 a RD\$15,000	34	17
De RD\$15,001 a RD\$20,000	16	8
Mas de RD\$20,001	0	0

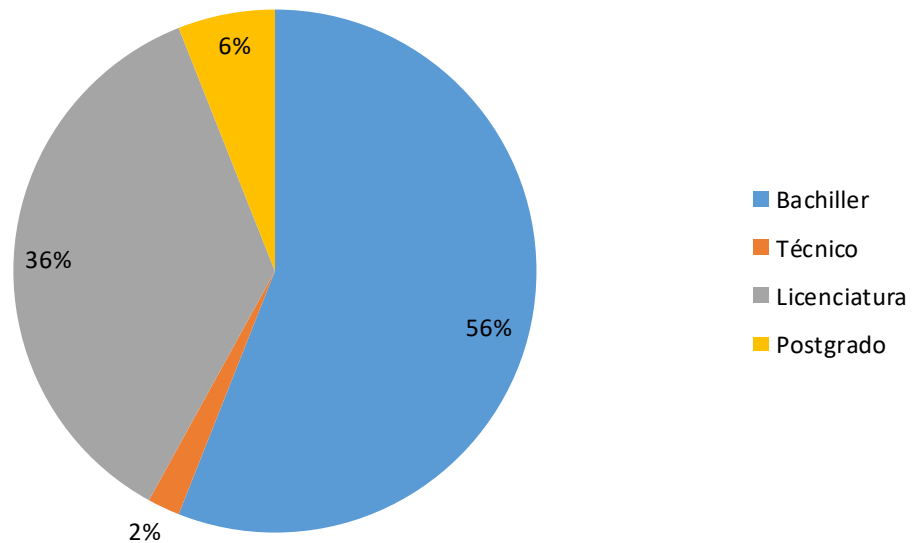
Gráfico



NIVEL EDUC

NIVEL EDUCATIVO		
Opciones	%	Conteo
Bachiller	56	28
Técnico	2	1
Licenciatura	36	18
Postgrado	6	3

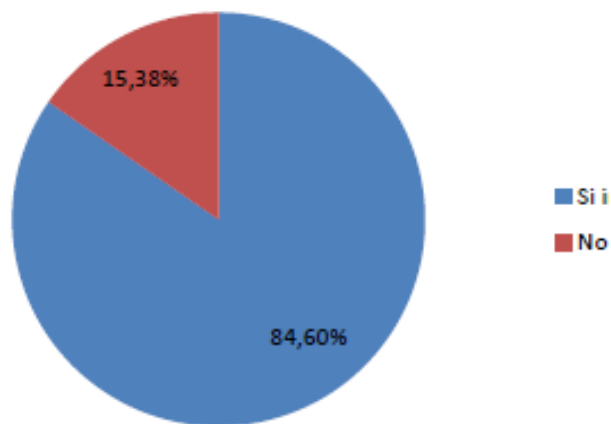
Grafico



TE GUSTAN LAS CARTERAS O BOLSOS ONLINE

TE GUSTAN LAS CARTERAS O BOLSOS ONLINE		
Opciones	%	Conteo
Si	84,60	42
No	15,38	8

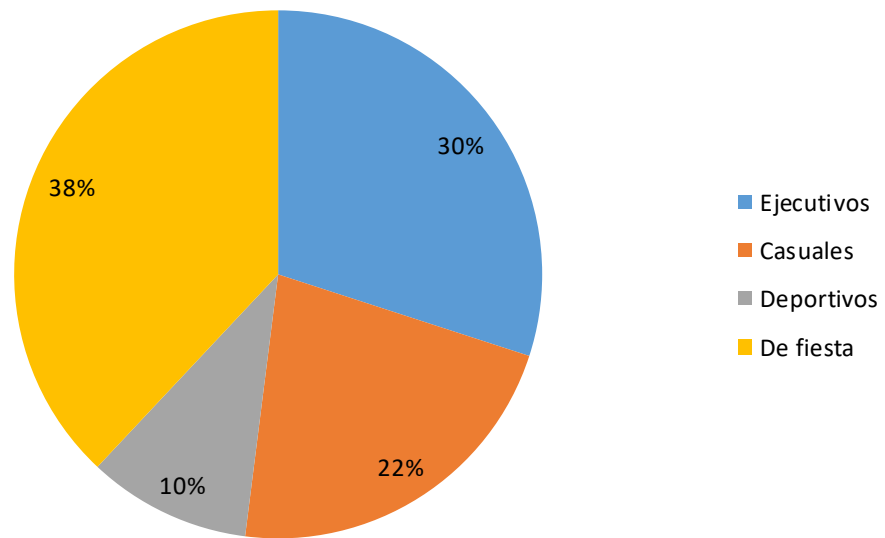
Gráfico



QUE TIPO DE CARTERAS O BOLSOS SON DE TU PREFERENCIA

TIPO DE CARTERAS O BOLSOS SON DE TU PREFERENCIA		
Opciones	%	Conteo
Ejecutivos	30	15
Casuales	22	11
Deportivos	10	5
De fiesta	38	19

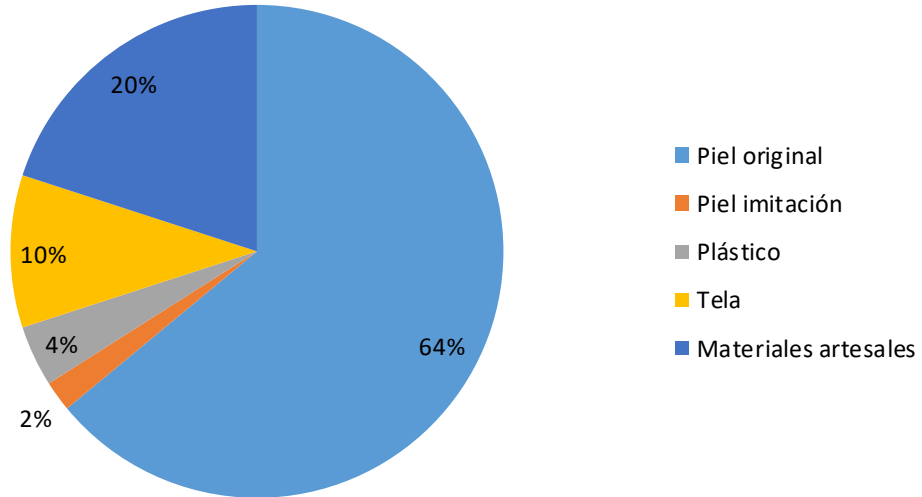
Grafico



QUE TIPO DE MATERIAL TE GUSTA MAS EN BOLSOS O CARTERAS

TIPO DE MATERIAL TE GUSTA MAS EN BOLSOS O CARTERAS		
Opciones	%	Conteo
Piel original	64	32
Piel imitación	2	1
Plástico	4	2
Tela	10	5
Materiales artesales	20	10

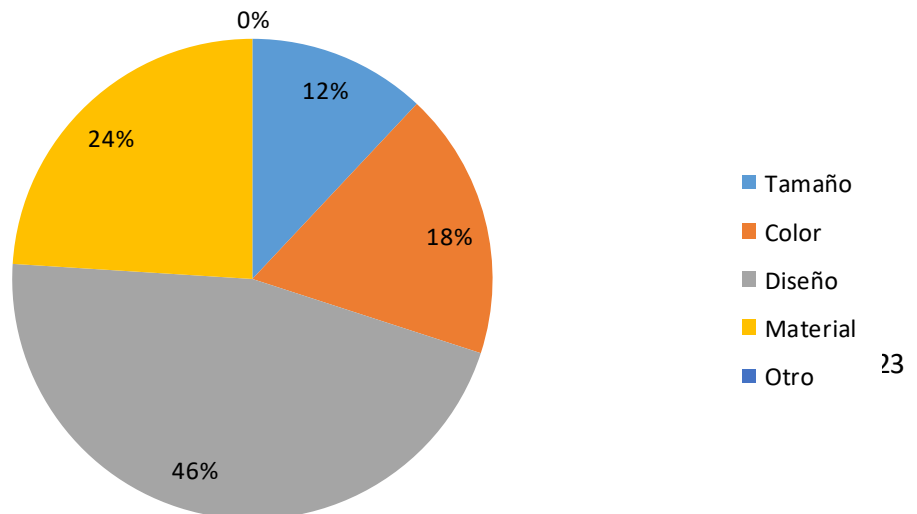
Gráfico



QUE ASPECTO VALORAS MAS AL MOMENTO DE COMPRAR UN BOLSO O CARTERA

ASPECTO VALORAS MAS AL MOMENTO DE COMPRAR UN BOLSO O CARTERA		
Opciones	%	Conteo
Tamaño	12	6
Color	18	9
Diseño	46	23
Material	24	12

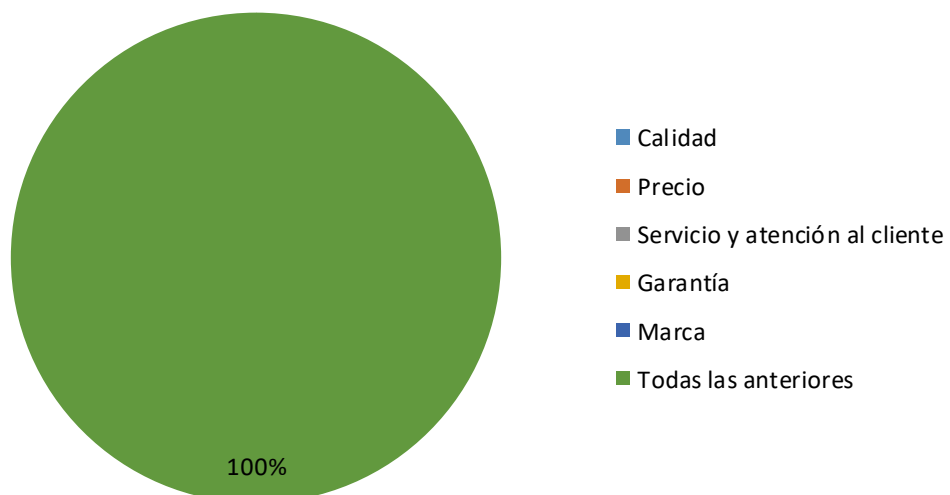
Gráfico



QUE FACTOR INFLUYE MAS EN TU COMPRA ONLINE

FACTOR INFLUYE MAS EN TU COMPRA ONLINE		
Opciones	%	Conteo
Calidad	-	-
Precio	-	-
Servicio y atención al cliente	-	-
Garantía	-	-
Marca	-	-
Todas las anteriores	100	50

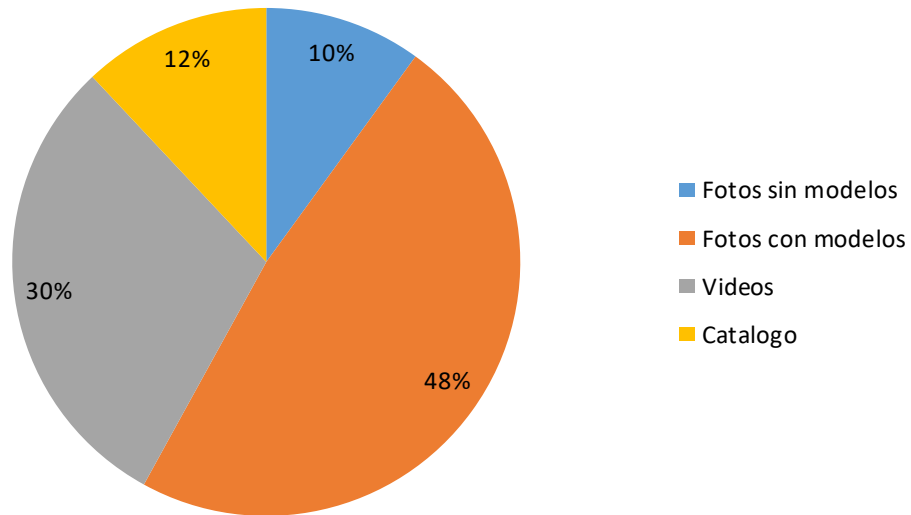
Grafico



EN QUE FORMATO PREFIERES APRECIAR LOS BOLSOS O CARTERAS DE VENTA ONLINE

FORMATO PREFIERES APRECIAR LOS BOLSOS O CARTERAS DE VENTA ONLINE		
Opciones	%	Conteo
Fotos sin modelos	10	5
Fotos con modelos	48	24
Videos	30	15
Catalogo	12	6

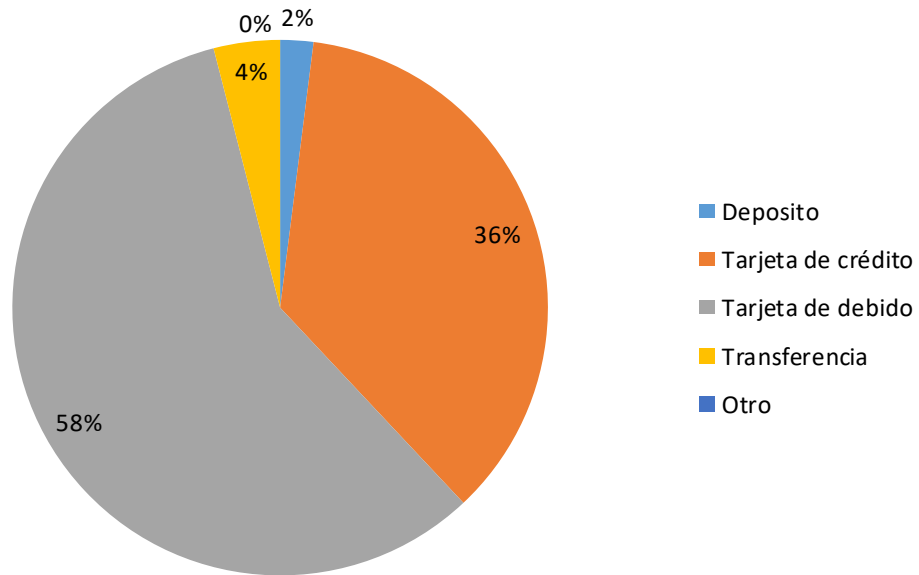
Gráfico



CUAL FORMATO DE APGO ES DE TU PREFERENCIA

FORMATO DE APGO ES DE TU PREFERENCIA		
Opciones	%	Conteo
Deposito	2	1
Tarjeta de crédito	36	18
Tarjeta de debito	58	29
Transferencia	4	2

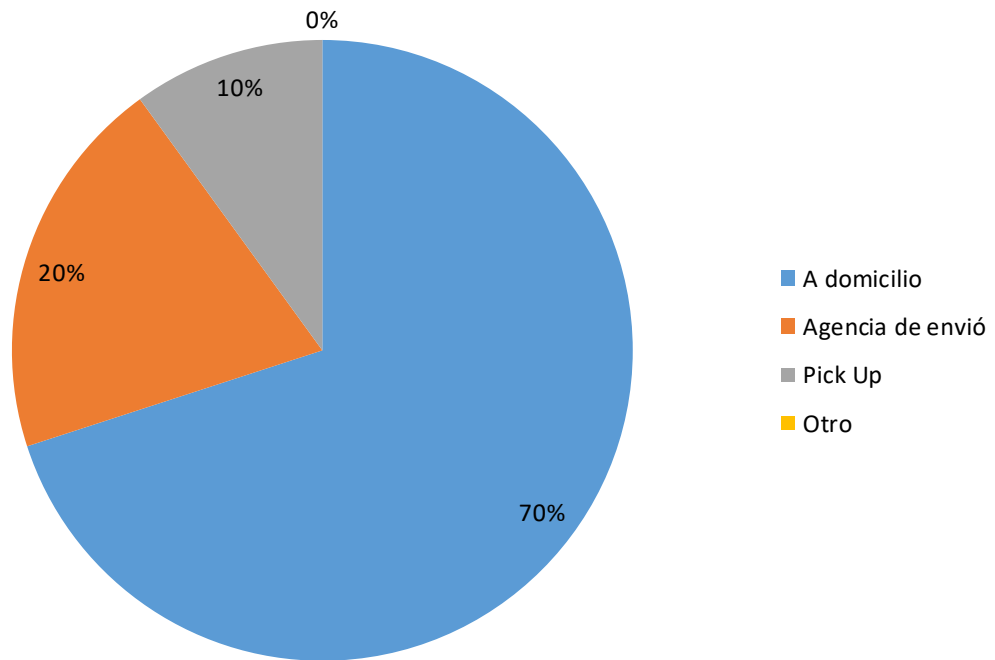
Gráfico



QUE TIPO DE ENVIO SERÍA EL MAS CONVENIENTE PARA TI

TIPO DE ENVIO SERÍA EL MAS CONVENIENTE		
Opciones	%	Conteo
A domicilio	70	35
Agencia de envío	20	10
Pick Up	10	5

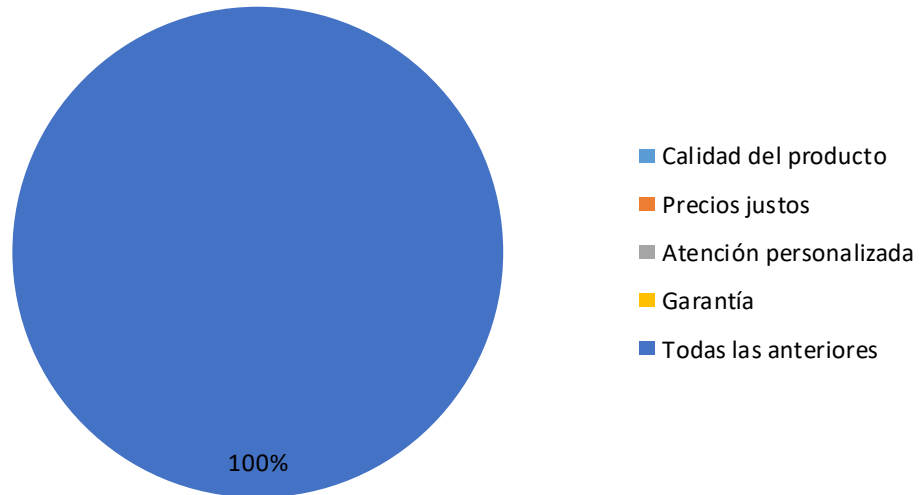
Gráfico



QUE ASPECTO TE PREOCUPA MAS AL REALIZAR TU COMPRA ONLINE

ASPECTO TE PREOCUPA MAS AL REALIZAR TU COMPRA ONLINE		
Opciones	%	Conteo
Calidad del producto	-	-
Precios justos	-	-
Atención personalizada	-	-
Garantía	-	-
Todas las anteriores	100	50

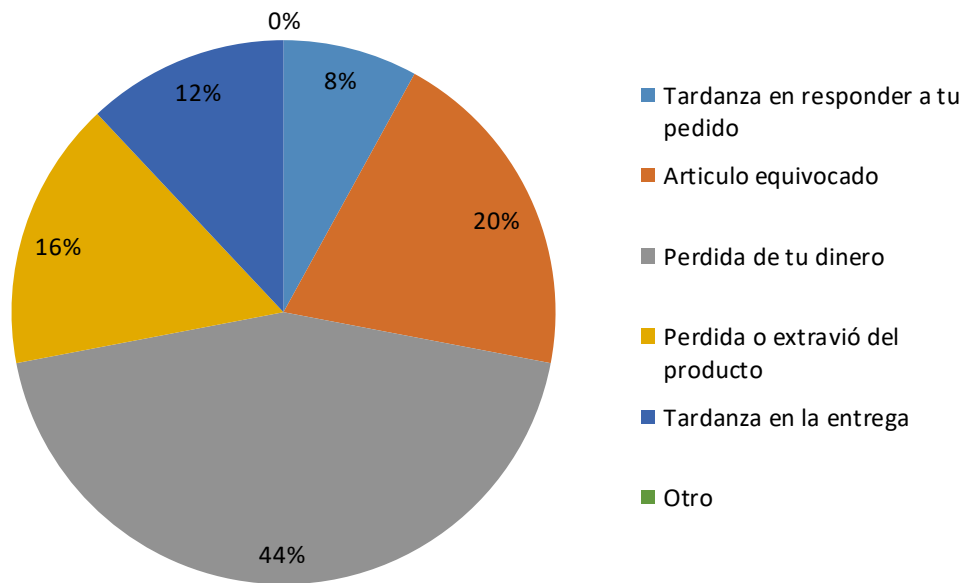
Grafico



QUE ELEMENTOS TE GENERARIAN INCOMODIDAD AL COMPRAR ONLINE

ELEMENTOS TE GENERARIAN INCOMODIDAD AL COMPRAR ONLINE		
Opciones	%	Conteo
Tardanza en responder pedido	8	4
Articulo equivocado	20	10
Perdida de dinero	44	22
Perdida o extravió del producto	16	8
Tardanza en la entrega	12	6

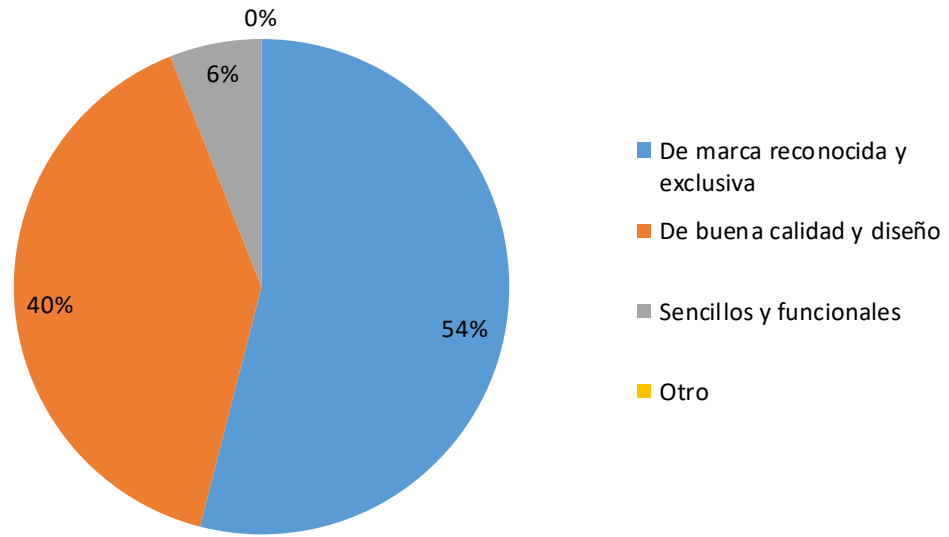
Grafico



QUE TIPO DE BOLSOS PREFIERES COMPRAR ONLINE

TIPO DE BOLSOS PREFIERES COMPRAR ONLINE		
Opciones	%	Conteo
De marca reconocida y exclusiva	54	27
De buena calidad y diseño	40	20
Sencillos y funcionales	6	3

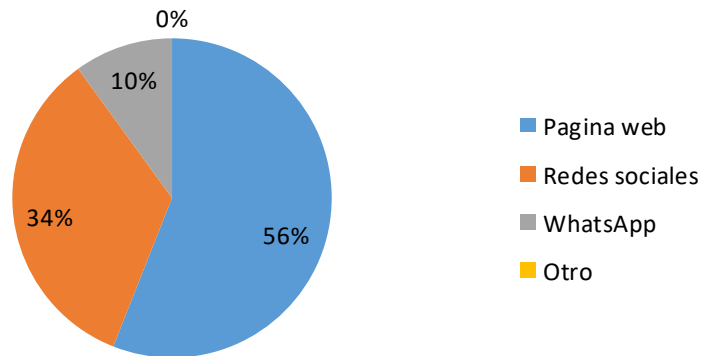
Grafico



EN QUE PLATAFORMA TE GUSTARIA COMPRAR TUS BOLSOS

PLATAFORMA TE GUSTARIA COMPRAR TUS BOLSOS		
Opciones	%	Conteo
Página web	56	28
Redes sociales	34	17
WhatsApp	10	5

Grafico



SECCIÓN 3: ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA

MERCADO META.

JCN BOLSOS, está dirigida a las mujeres comprendidas en las edades de los 20 a los 35 años, que prefieren comprar bolsos de marcas reconocidas y exclusivas de manera online, preferiblemente en páginas web, quienes son las que arriesgan hoy en día en el tema que hace referencia a innovar en cuanto al uso de bolsos. De igual manera este grupo de mujeres son las que más familiarizadas se encuentran en cuanto al uso del internet y al concepto de comprar en línea, lo que les permite encontrar lo que están buscando y tener una mente abierta a este estilo de bolso y al estilo de compra.

A su vez este nicho de mercado se subdivide en:

- Clientes para las que el factor calidad y diseño es determinante a la hora de escoger un modelo de bolso.
- Clientes para quienes es más importante la calidad en los materiales, variedad en los diseños, y las tendencias de la moda, por encima del precio.

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO



DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.

Características.

JCN BOLSOS, se maneja varios materiales, pero los podemos clasificar de la siguiente manera cueros y sintéticos los cuales tiene las siguientes características:

Cueros:

La gamuza: La gamuza es la parte interior de la piel que ha sido pulida para crear un terciopelo con una suave textura. Esta es vulnerable al agua y al aceite.

El Nubuck: es la parte exterior de la piel, pulida para crear una nueva textura mucho más fina y lisa que la gamuza.

Charol: Cuero cubierto con una o varias capas de barniz de poliuretano que le da un brillo característico. Este tratamiento impermeabiliza el cuero y lo hace más resistente.

Cuero napa En estos tipos de cueros se exigen blandura óptima junto con suficiente resistencia al desgarró, su textura es lisa y es de una alta resistencia.

JCN BOLSOS, para dar garantía de sus bolsos tendrá un Laboratorio de Pruebas Físicas en Santiago de los Caballeros, República Dominicana, en donde se ofrecerá el servicio de pruebas de laboratorio para materiales, bajo métodos de ensayo nacionales e internacionales.

- Resistencias mecánicas a la tensión, elongación, rasgado, puntada, adhesión y flexibilidad.
- Desgaste como abrasión y rasguño.
- Resistencia al calor: envejecimientos, estabilidad dimensional. Color: lectura cromática, migración, solidez al roce, solidez a la luz.

BENEFICIOS.

- Ofrece precios que representan el valor que las personas le dan al producto/servicio.
- Innovación en la manufactura de estos productos con el sello propio de cada individuo.
- Optimizar el tiempo de nuestros consumidores al momento de realizar la búsqueda y su respectiva compra.

VENTAJAS.

Estrategias de diferenciación.

JCN BOLSOS es marca innovadora y creadora de bolsos ambientalmente amigables con atractivos diseños. Esta hace referencia a la reutilización de diversos materiales y textiles para desarrollar nuevos productos adaptados al gusto y usos del consumidor de bolsos de alta gama. Esto contribuye significativamente en la buena inversión de sus recursos, al ser nuestro proyecto consciente del medio ambiente, al comprar nuestros bolsos contribuye con la disminución de la contaminación y protección hacia el medio ambiente.

VALOR AGREGADO.

Envío de pedido gratis: elegimos este valor agregado ya todo aquello que va acompañado de la palabra "gratis", estimula las ventas. Está demostrado que los envíos gratis tienen mayor efecto en el usuario que un descuento equivalente, aunque el precio final sea el mismo.

FORMATO DE COMPRA.

Las compras se efectúan desde la misma página web. El proceso es sencillo y cualquier usuario puede realizarlo sin problemas. Al efectuarse un registro de pedido se ofrecen las siguientes opciones:

- Facturas en PDF.
- Ofertas especiales (rebajas, cupones).
- Solicitar embalaje para regalos.
- Devolución de productos.

ESTRATEGIAS DE PRECIOS.

Costo o inversión de producción o adquisición.

COSTO DE PRODUCCION			
MATERIA PRIMA	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Cuero de fique	Metros cuadrados	0.6	\$520
Tela de yute	Metros cuadrados	0.4	\$660
Tela yute combinada con cuero	Metros cuadrados	0.5	\$755
INSUMOS			
Broche de ajuste	Unidad	1	\$100
Ojaletes	Unidad	2	\$50
Cuadrantes	Unidad	3	\$150
Hilo	Metros cuadrados	4.62	\$25
Etiqueta	Unidad	1	\$20
Etiqueta informativa	Unidad	1	\$100
Sliders	Unidad	1	\$100
Cremallera	CENTRIMETROS	40	\$100
Empaque	500 unidades	1	\$600
COSTOS ADICIONALES			
Confección	Unidad	1	\$1,500
Costo de producción			\$3,180
Distribución	Unidad	1	\$300
Costo de producción y distribución			\$3,480

Se planteó inicialmente un precio de venta de \$5.500 para el bolso en el primer año, sin embargo, realizando un análisis más detallado en el cubrimiento de los costos y modificaciones que se han incurrido en el momento de aplicación del plan de negocio se actualizan los costos en la anterior tabla y manejando un margen de utilidad por bolso del

5% se presentan a continuación en la tabla a continuación los precios de venta al público de la referencia presentada.

	2020	2021	2022	2023	2024
PRECIO DE VENTA BOLSOS	5,500	5,775	6,063	6,366	6,684
Costos	3,180	3,339	3,505	3,680	3,864
Margen de utilidad	2,320	2,436	2,558	2,686	2,820

FORMATOS DE PAGO.

JCN BOLSOS propone una multitud de métodos de pago para los clientes de la tienda online, ofreciendo confianza tanto para el propietario de la página como para los clientes de la tienda.

- Se pueden establecer precios diferentes en función del país.
- Pago con tarjeta de crédito y/o débito.
- Pago mediante transferencia bancaria.
- PayPal
- Posibilidad de introducir diferentes divisas (euro, dólar, libra esterlina).

Para que JCN BOLSOS tenga éxito, es necesario ofrecer al cliente diferentes modalidades de pago para que éste disponga de su opción preferida y no tenga ningún inconveniente para finalizar la compra. Por eso conviene implementar los métodos de pago más conocidos: tarjeta crédito, PayPal y transferencia bancaria.

PAGO MEDIANTE TARJETA DE CRÉDITO

El método de pago más utilizado en la actualidad es el pago con tarjeta de crédito. Para garantizar el pago seguro con tarjeta de crédito o débito se requiere que un técnico subcontratado por la entidad bancaria, en nuestro caso el BANRESERVAS, instale el software para gestionar los pagos. Además, este servicio conlleva un coste de mantenimiento mensual de 1,500 pesos más un porcentaje muy pequeño de las ventas realizadas mediante tarjeta de crédito y/o débito.

PAGO MEDIANTE TRANSFERENCIA BANCARIA

Otro método muy utilizado es la transferencia bancaria. Para que funcione, solamente tenemos que activar el módulo “Pago por transferencia” (“Bank Wire”) y configurar 3 campos:

1. El nombre del titular de la cuenta.
2. Los detalles de nuestra cuenta bancaria necesarios para que la transferencia se pueda realizar (el número IBAN de la cuenta, el código BIC/Swift y el nombre de la entidad bancaria).
3. La dirección de la entidad bancaria donde hemos abierto la cuenta.

PAGO MEDIANTE PAYPAL

Otro método de pago que tenemos disponible en nuestra tienda es el pago a través de PayPal. Para ellos solo necesitamos una cuenta en PayPal y registrando nuestros datos tendremos activada nuestra cuenta.

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.

JCN BOLSOS ofrece la posibilidad de incluir a las empresas de mensajería más conocidas para que el cliente pueda seleccionar el envío más adecuado a sus necesidades. JCN BOLSOS dispone de las siguientes funciones:

- Cálculo del coste del envío, para las diferentes empresas, en función del volumen, peso y/o distancia de envío.
- Número ilimitado de transportadores de entre los cuales hay que elegir.
- Sin restricciones para el destino.
- Rebajas en el coste del envío o posibilidad de ofrecer el envío gratuito.
- Posibilidad de restringir el envío a algunas regiones o países.
- Seguimiento del envío.
- Notificación automática al cliente en cada etapa del envío.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.

Objetivos de Comunicación

- Dar a conocer JCN BOLSOS, para lograr el reconocimiento por parte del consumidor con productos innovadores y auténticos.
- Persuadir al público objetivo para que adquieran los productos de JCN BOLSOS.

TÁCTICAS PROMOCIONALES.

En nuestras estrategias promocionales, haremos lo siguiente:

- **Mayo:** por motivo de la madre sortearemos 10 bolsos de la más alta calidad por la compra de 5,000 mil pesos en delante.
- **Junio y julio:** 15% de descuento por la compra de más de un bolso.
- **Agosto:** por motivo de los escolares estaremos ofertando cupones de 500 pesos en adelante en útiles escolares por la compra de un bolso.
- **Octubre:** patrocinio de eventos como concierto y ferias de belleza.
- **Noviembre:** Por motivo a las vísperas navideñas estaremos ofertando 3x2 (por la compra de dos bolsos regalaremos uno adicional del mismo precio).
- **Diciembre:** Por motivo a la navidad, tendremos un 20% de descuento en todos nuestros bolsos.

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN



PERIODO 2021
ENERO-DICIEMBRE

Días	Enero (Reyes)	Febrero (San Valentín)	Marzo-abril (Semana Santa)	Mayo (Día de las Madres)	Junio-julio (Padre)	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre (Navidad)
Lunes								Patrocinio de eventos de conciertos		
Martes	Por la compra de un bolso tendrá un 20% por la compra de otro.				30% de descuento en calzado caballero					
Miércoles						Por la compra de un bolso recibe un bono de \$500 en útiles escolares				
Jueves							15% descuento en bolsos de gama media			
Viernes										
Sábado		Al comprar dos bolsos recibe uno a mitad de precio	Por la compra de un bolso Premium obtiene un traje de baño gratis							20% de descuento en todos nuestros bolsos.
Domingo				Al comprar \$5,000 participas concurso rifa de 10 bolsos de clase Premium					Oferta 3x2 (por la compra de dos bolsos regalaremos uno adicional del mismo precio).	

TÁCTICAS PUBLICITARIAS PROMOCIONALES:

Principalmente mujeres entre 22 y 30 años, personas auténticas, que les guste romper paradigmas, seguras de sí mismas, que les guste generar tendencias. Que sus motivaciones sean: conocer el mundo, romper prototipos, y ser personas destacadas.

Adicionalmente personas que les gusta leer sobre diversos temas, fotografía, socializar con otras personas, les gustan las actividades donde se puedan conectar con la cultura. De igual manera usarían el producto para esas actividades y reuniones casuales o formales.

Por otro lado, las redes sociales con más frecuencia de uso en este público son Instagram y Facebook, con rangos de tiempo entre las 4:00pm y las 9:00pm, y en horas de la mañana antes de empezar las actividades rutinarias 6:30am- 8:30am.

Además, es un mercado con alta demanda en series por diferentes plataformas o en internet, también leen sobre lo que sucede en la actualidad y en el mundo, no suelen ver noticias en TV.

Promesa básica

JCN BOLSOS ofrece diseños atractivos y auténticos que hacen alusión a la reutilización de materiales (enfocados hacia textiles) contribuyendo a disminuir la contaminación y a cuidar el medio ambiente.

Eje de campaña

- Transmitir un nuevo concepto de moda auténtico con diseños innovadores.
- **Upycling:** Agregar valor por medio de la reutilización de material textil sin necesidad de implementar procesos industriales para su transformación en un producto nuevo y funcional.

PLAN DE MEDIOS

- **Instagram**

Se escoge Instagram como medio para desarrollar la campaña ya que es red con mayor uso de frecuencia y la cobertura de la publicación no es tan limitada como la que Facebook ofrece.

La campaña se va a desarrollar por medio de tiendas digitales en Instagram que posean más de 2.000 seguidores acordes con el público objetivo al cual se quiere llegar cómo las siguientes:

- @bolsos. g con 8,130 seguidores
- @bolsosybolsosimportadora con 87.600 seguidores
- @bolsos_bog con 26.600 seguidores

Se seleccionan dos páginas de las mencionadas anteriormente para realizar la campaña, en la publicación va aparecer el @JCNBOLSOS en la sección de comentarios, el cual, al hacer clic sobre este, se dirige a la página digital en Instagram donde la persona va conocer más sobre la marca y ahí mismo encontrara información para realizar la compra del producto JCN BOLSOS, si decide realizarla por este canal directo.

Timing de la campaña

Actividad	Fecha
Presentación y socialización de la propuesta creativa.	30 de junio del 2020
Aprobación de la campaña	02 de julio del 2020
Presentación plan de medios y estrategias	05 de julio del 2020
Negociaciones de pautas	10 de julio del 2020
Lanzamiento de la campaña	01 de enero del 2021

Presupuesto

Canal de comunicación	Actividad	Valor 1 publicación	Cantidad	Total, mensual
Instagram	Publicación pieza publicitaria con 2 tiendas (+5,000 seguidores)	\$2,500	4	\$10,000

La campaña se va a realizar cuatro veces al mes (una por semana) por medio de tiendas aliadas en Instagram, publicando en rangos de horario en la tarde de 2pm hasta las 7pm y en horas de la mañana a las 6.30am hasta 8:30am, adicionalmente las páginas online en Instagram nos dan a conocer las estadísticas de la campaña que se realizó, y así empezar analizar y generar estrategias de marketing digital para las próximas campañas que se van a desarrollar.

SEGUIMIENTO Y CONTROL

Indicadores

Tasa de conversión Determina cuántos de nuestros potenciales clientes, se convierten en clientes

Formula: #número de clientes actuales / #número clientes objetivos

Cost Trought Rate: Mida la eficacia de la campaña digital
(Deseable que sea alto)

Formula: Clics / Impresiones

Piezas Gráficas

Medio: Red social- Instagram

imagen #1



TÁCTICAS DE RELACIONES PÚBLICAS.

Objetivo

Obtener nuevos clientes y lograr la fidelización de los mismos, para obtener una mayor rentabilidad del negocio, el cual se logrará en el período de un año.

Objetivo de venta

Por producto: duplicar las ventas JCN BOLSOS a mediano plazo.

Objetivo de calidad

Implementar mejoras continuas en JCN BOLSOS para obtener una excelente administración en un largo plazo

Estrategia:

Las estrategias de nuestro Plan de Relaciones Públicas son las siguientes:

- Mantener una interacción ardua y continúa con instituciones, centros de bellezas, ferias, museos, eventos, fomentando en la sociedad en general conciencia y visión sobre la importancia y beneficios a fines que trae el cuidado del medio ambiente.
- Proyectar y consolidar, entre la audiencia meta los artículos exhibidos de JCN BOLSOS, la imagen y fortaleza del alto grado de calidad y confiabilidad que posee la misma, así como también la entrega a tiempo en el plazo estipulado con los clientes, logrando la satisfacción de los mismos.

PLAN DE ACCION

Las actividades a desarrollar para lograr nuestro plan de acción de Relaciones Públicas son las siguientes:

- 1) Fomentar el trabajo en equipo por parte del personal, para lograr un trabajo efectivo y armonioso, basado en la motivación recompensada.
- 2) Realizar charlas comunitarias sobre la importancia y beneficios que trae consigo el cuidado del medio ambiente.
- 3) Realizar presentaciones de conclusiones o resultados de investigaciones con relación a la importancia del medio ambiente, mediante empleo de alta tecnología, como retroproyectors, DVDs, etc., a la audiencia meta, que produzcan efectos impactantes

en los mismos, tales como buena percepción de informaciones presentadas, pero por sobre todo la apreciación de los artículos que se exhibirán.

- 4) Celebrar una conferencia de manera colectiva, en un centro de conferencia específico, con las distintas audiencias metas y medios de comunicación, a fin de mantenerlos informados sobre los BOLSOS que se exhibirán.
- 5) Invitar a todos los medios de comunicación, representantes de cada institución gubernativa, centros universitarios, museos, coleccionistas, etc., a la actividad programada.
- 6) Promover y organizar los equipos responsables, mediante la implementación de cursos de capacitación, a fin de prepararlos para el evento que se celebrara.
- 7) Patrocinar el evento, por medio de los diferentes medios de comunicación, tales como televisión, radio, prensa y apoyo logístico en el desarrollo de estas actividades.
- 8) Preparación de fascículos y brochures de información con los artículos que se exhibirán, para hacerlos llegar a los clientes potenciales y lograr la concientización de los mismos sobre la efectividad y calidad de los BOLSOS.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

Cronograma: es una representación gráfica de un conjunto de hechos en función de tiempo.

Las actividades se han realizar por parte de nuestro Departamento de Relaciones Públicas son las siguientes, representadas en nuestro cronograma de trabajo:

ACTIVIDAD	FRECUENCIA	
	Diaria	Semanal
Reuniones	*	
Presentaciones a audiencia meta	*	
Charlas propagandistas	*	
Cursos de capacitación		*
Preparación de folletos, fascículos y brochures		*

PRESUPUESTO DE LA CAMPAÑA DE RELACIONES PUBLICAS

El presupuesto presentado por el Departamento de Relaciones Públicas de JCN BOLSOS para este año es el siguiente:

PRESUPUESTO

Cursos de capacitación para el personal.....	RD\$20,000.00
Patrocinios para el evento.....	RD\$25,000.00
Charlas propagandistas.....	RD\$25,000.00
Publicación de folletos y brochures.....	RD\$10,000.00
Gastos misceláneos.....	RD\$10,000.00
Reuniones.....	RD\$20,000.00
Total.....	RD\$110,000.0

SECCIÓN 4: ESTRUCTURA TECNICA



JCN *Bolsos*

PRINCIPALES SOCIOS CLAVES DEL PROYECTO.

Accionistas o Inversionistas.

Se refiere al contrato realizado entre socios, para la creación JCN BOLSOS, que se puede hacer por un documento privado y requiere autenticación de los participantes en su suscripción, al inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de República Dominicana se deberá incluir lo siguiente: Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o de denominación de la sociedad, seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada; el domicilio principal de la sociedad; el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores y competencias.

JCN BOLSOS, contara con tres socios iniciando: Cristy Romero, quien tendrán una participación del 33,3% de las acciones, el inversionista José López con el 33,3% y Nelis Lora con un 33,3% de participación de las acciones.

Proveedores o suplidores

Una vez poseíamos la idea fija de que queremos diseñar una tienda en línea para vender bolsos, nos comunicamos con una empresa que fabrica bolsos de piel en Santiago de los Caballeros, Rep. Dom., pero además necesitábamos otros proveedores para elegir la mejor opción.

Teníamos dos opciones: comprar bolsos y tener un stock en Santiago de los Caballeros o una vez que un pedido esté pagado se envíe en un plazo de 3 días hacia el cliente. Hemos escogido la primera opción y por tanto tendremos al principio un stock de 3 bolsos para cada modelo, stock que variará en función del éxito de la tienda. Obviamente es la mejor opción debido al mejor coste de envío, ya que la mayoría de nuestros clientes procederán de Santiago de los Caballeros.

Plataformas online.

Para el diseño de la tienda online elegimos PrestaShop porque es una plataforma gratuita, debido a su eficiencia para la venta en línea, las opciones que brinda son muy diversas, su simplicidad para su administración. Además, PrestaShop tiene la opción de muchos idiomas.

ASESORES O ESPECIALISTAS DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES.

DISEÑO GRÁFICO.

Perfil:

Profesional en diseño industrial y/o de modas, con alto sentido de responsabilidad, creatividad y sensibilidad por la moda y las tendencias actuales. Compromiso con la organización, manejo de presión. Conocimiento del mercado objetivo, entendimiento de las necesidades y exigencias de nuestros clientes potenciales.

Funciones:

- Encargado del diseño de la plataforma (página web), logos, empaques y en general la imagen corporativa como elemento fundamental y recordación entre los clientes.
- Diseño del catálogo base de las carteras a modificar por la clientela, basado en las tendencias actuales de la moda e igualmente de las necesidades percibidas del usuario final.
- Estar en investigación constante sobre nuevas tendencias en diseños, así como colores y materiales de temporada.
- Planear colecciones (Catálogos de temporada)
- Seleccionar materiales, fibras, colores y texturas (trabajo en conjunto con el proveedor y la maquila)
- Asesoría por medio virtual a los clientes que así lo requieran, en cuanto a su decisión de compra por estilos, colores, utilidad etc.

Soporte técnico.

Perfil

Cuando hablamos de soporte para un sitio web a todo el mundo le viene a la mente «*lo técnico*». Pero, en el caso de una tienda online el aspecto técnico es solo una parte de todo lo que implica un soporte que realmente aporte valor al negocio.

JCN BOLSOS, está dentro de un sector en el que el principal valor de diferenciación está en el precio y la atención al cliente. Técnicamente requiere buenos recursos al contar con un catálogo de productos muy amplio y una rotación de producto frecuente. Además, el comercio electrónico tiene un día a día muy exigente que obliga a tener siempre a punto la tienda: creación de contenidos de actualidad, actualización de imágenes de producto, actualización de datos técnicos de cada producto, atención al cliente, seguimiento de pedidos.

El encargado de soporte técnico de JCN BOLSOS, parte de haber desarrollado y diseñado desde el principio la web. Gracias a esto tenemos una base técnica fiable y estable que nos permite a nosotros y al cliente dedicarle esfuerzos a mejorar el servicio de atención al cliente y el posicionamiento. Adaptamos desarrollos propios y de terceros a las necesidades del cliente y le dotamos de herramientas, como un gestor de landing pages, y facilitamos la internacionalización de la web. Además, solucionamos cualquier consulta relacionada con posicionamiento y aportamos soluciones e ideas para mejorar su estrategia de marketing.

Funciones

- Instalar y configurar la tecnología a ser empleada en la empresa, es decir, los equipos, sistemas operativos, programas y aplicaciones.
- Realizar el mantenimiento periódico de los equipos y sistemas.
- Brindar asistencia a los empleados o clientes en materia tecnológica.
- Detectar las averías en los sistemas y aplicaciones

Manejo de sitios webs.

Perfil

Los **administradores de sitios web** son los responsables de los sitios web de internet. Se aseguran de que la información del sitio web es correcta, segura y está actualizada. Trabaja estrechamente con diseñadores y programadores y con los departamentos de ventas y marketing. Algunos administradores también diseñan y configuran los sitios. Se los conoce también como administradores web o webmasters.

Funciones:

- Los administradores de sitios web planifican y organizan el desarrollo técnico de uno o más sitios web. Esto puede incluir seleccionar el hardware y el software que permita a la empresa realizar negocios a través de internet (el denominado comercio electrónico).
- Las responsabilidades principales de los administradores incluyen garantizar que el sitio web funciona correctamente y de forma precisa y que está actualizado. Esto es clave ya que las organizaciones usan los sitios web para proporcionar un servicio y mostrar su imagen y su esencia.
- El administrador también se encarga de que cualquier adición al sitio web sigue el estilo existente, por ejemplo, en términos de diseño, plantilla y estructura. Deben comprobar que toda la información nueva coincida con el estilo editorial existente y realizar cambios cuando se precie. Pueden emplear un sistema de gestión de contenido web para actualizar el sitio.
- Los administradores de sitios web pueden ser responsables de decidir dónde y cómo usará el sitio web contenidos multimedia, como fotografías, sonido, vídeos, gráficos y animaciones.
- A menudo trabajan con los departamentos de comunicación, relaciones públicas y marketing. Deben procurar que el sitio web transmita la imagen adecuada a los clientes de la organización y que el sitio sea fácil de encontrar mediante los motores de búsqueda. Se aseguran de que el sitio web cumple con la ley y que es accesible para todos los usuarios, por ejemplo, facilitando una versión de texto ampliado o subtítulos en los videos.

EMPAQUE

Perfil

Estudiante de diseño, o persona en formación en áreas afines, con interés por la moda, estética y tendencias actuales, con curiosidad por aprender sobre el negocio y abierto al aprendizaje continuo. Aunque el puesto implica un trabajo operativo, también es un proceso de capacitación en el que un estudiante tiene muchas posibilidades de desarrollar sus competencias creativas y de diseño. A partir de sus avances, puede participar igualmente del proceso de diseño, escogencia de materiales.

Funciones

- Apoyo en sus funciones al diseñador.
- Encargado del empaque de las carteras en sus respectivas cajas y bolsas, con el fin de mantener en perfectas condiciones el producto y hacer de su entrega un éxito.
- Para la correcta realización de la tarea anterior se requiere de una capacitación constante con el ejecutivo en diseño, quien le dará las bases para que el producto llegue a las manos del cliente con excelente presentación y estética, guardando siempre la buena imagen de la empresa.

ÁREAS OPERATIVAS DEL PROYECTO.

Gerencia administrativa.

La gerencia administrativa de JCN BOLSOS, debe ser una persona con integridad moral y ética. Así mismo, debe poseer un espíritu emprendedor que lo ayude con la gestión del cambio y desarrollo de la empresa, siendo este un líder con conocimientos del sector para así poder dirigir, organizar y proyectar la empresa en un mercado competitivo. Adicional tendrá dentro de sus responsabilidades representar a la sociedad ante terceros de una manera formal.

Funciones:

- Ser líder
- Representante legal
- Designar
- Planear y coordinar
- Desarrollar metas

Atención al cliente.

Este departamento es el que se encarga de atender las necesidades o requerimientos de los clientes y los usuarios.

Funciones:

- Se centra en resolver las necesidades de los clientes, más que en vender un servicio.
- Motiva al cliente a adquirir el servicio mediante un buen trato y una buena gestión.
- Es capaz de reconocer cuáles son las necesidades y las limitaciones de los clientes.
- Entiende el problema que se le plantea.
- Proporciona un trato capaz de resolver dicho problema.
- Comprende y reconoce la satisfacción del cliente.
- Recoge peticiones y proporciona siempre un buen servicio.
- Busca que el cliente esté satisfecho

Ventas y gestión de pedidos.

Personas capacitadas con estudios profesionales, los cual se encargarán de dar el direccionamiento financiero y de ventas, de dirigir la empresa y darle un norte claro en su estructura; también serán los responsables de dirigir las ventas de la empresa.

Funciones:

- Definir la Organización de Ventas: Captación y Desarrollo, dimensionamiento, territorios, compensación.
- Dirigir a su equipo de Jefes de Ventas.
- Establecer el Plan de Ventas:
- Estrategia de canales
- Split de objetivos/ Planes de incentivos
- Supervisa previsiones: pautas de planificación y revisión
- Implantar una Metodología de Ventas y dirigir a sus equipos a través de ella
- Desarrollo de la fuerza de ventas
- Evolución de la fuerza de ventas en tamaño y perfiles desde las necesidades actuales a las futuras.
- Definición de roles, tanto de los jefes de ventas como de los vendedores.
- Entrenar a sus jefes de ventas para identificar las características de sus vendedores en el comportamiento observado para hacer eficientes las evaluaciones y posibilitar planes de mejora individualizados.
- Preparar y participar en los procesos de selección y evaluación

Producción.

Esta área responde porque la producción establecida sea cumplida con todos los estándares de calidad, en los tiempos establecidos y garantizando un Excelente producto final.

Funciones:

- Planificar los procesos
- Unificar tiempos
- Responder por el producto final.
- Coordinar los operarios
- Analizar los diseños entregados

Facturación y cobros

La gestión de facturación y cobranza consiste en el desarrollo de actividades y estrategias para alcanzar el cobro de deudas. Una gestión de cobranza, para que sea efectiva, debe tomar en cuenta el contacto, la comunicación y el entorno de negocio. Estos aspectos producen información que debe ser bien administrada y rápidamente canalizada para producir efectividad en cada gestión que se emprende.

Funciones:

- Contacta de manera oportuna a los clientes. El gestor de cobro debe estar pendiente de las fechas de vencimiento de pago de cada uno de los clientes, para hacerle saber cuándo esta se acerca o ha caducado, de manera que el cliente pueda abonar a su deuda sin mayor problema, evitando el aumento en intereses y potenciando el pago del capital de la misma.
- Ofrece opciones que beneficien a ambas partes. Cuando se requiere, el gestor de cobros de ser capaz de brindar opciones de pago que beneficien tanto al cliente como al comercio, es acá donde su habilidad de negociación debe salir a la luz. Lo importante es que logre un común acuerdo entre la empresa y el cliente, sin necesidad de llevar el caso a un nivel legal.
- Identifica clientes potenciales para nuevos productos. Si el caso lo amerita, puede identificar la capacidad del cliente para ofrecerle un nuevo producto o servicio, como un crédito para consolidar deudas, un plan de pago con menos intereses, un extra financiamiento.

- Logra acuerdos de pago. Tiene la responsabilidad de lograr promesas de pago por parte del cliente, y que estas queden evidenciadas, ya sea por medio de pagarés o contratos previos. Una vez más, la habilidad de negociación es requerida para esta función.
- Brinda asesoría personalizada. Muchas veces, el cliente no es capaz de finiquitar una deuda porque no sabe con certeza qué proceso debe seguir o cuáles son las opciones que tiene disponibles. Por ello, el gestor de cobros, más allá del simple hecho de cobrar, debe ser capaz de asesorar de manera personalizada al cliente, para orientarlo respecto a las acciones que puede llevar a cabo, para evitar el uso de vías legales que garanticen el pago de una deuda.

Contabilidad.

Responde por todo el presupuesto asignado, y lo designa de la manera más adecuada, cuidando siempre del patrimonio de la empresa, Su firma autoriza toda la parte financiera de la empresa.

Funciones:

- Genera indicadores
- Responde por la bonanza financiera de la empresa
- Toma decisiones de la economía de la empresa
- Realizar informes de la situación financiera de la empresa
- Manejar los libros
- Hacer declaraciones tributarias

Legal.

Encargado de asesorar a empresas en temas jurídicos. Es una figura clave a la hora de encontrar soluciones a problemas legales y al cumplimiento de la normativa.

Funciones:

- Asesora en la constitución, gestión y disolución de cualquier tipo de sociedad mercantil o civil, y al igual, en la elaboración de actas de asamblea.
- Defiende los intereses de la compañía en todo tipo de procedimientos judiciales.
- Estudia y resuelve los problemas legales relacionados con la empresa, sus contratos, convenios y normas.
- Emite informes sobre las distintas áreas de la organización y las asesora en temas de su competencia.
- Negocia y redacta contratos.

- Orienta en materia fiscal y administrativa, dando contestación a requerimientos de autoridades en participación con otras áreas.
- Instruye en torno a la gestión de derechos en materia de propiedad intelectual e industrial.
- Interviene en todo tipo de negociaciones laborales.
- Aconseja en materia de derecho empresarial.

Compras y control de inventarios.

Responde por funciones que se ejecutan en beneficio de los clientes externos, respondiendo por las ventas y dinámicas que se realicen en los puntos de venta. A través de su personalidad carismática brindan una Excelente experiencia al cliente a través de un muy buen servicio, de esta manera apoyan el proceso de fidelización del cliente.

Funciones:

- Responde por las ventas
- Realiza dinámicas en los diferentes puntos de venta (promociones, actividades, celebraciones)
- Maneja los vendedores
- Maneja todos los recursos de la tienda que se le asigna.

Actualización de contenidos online.

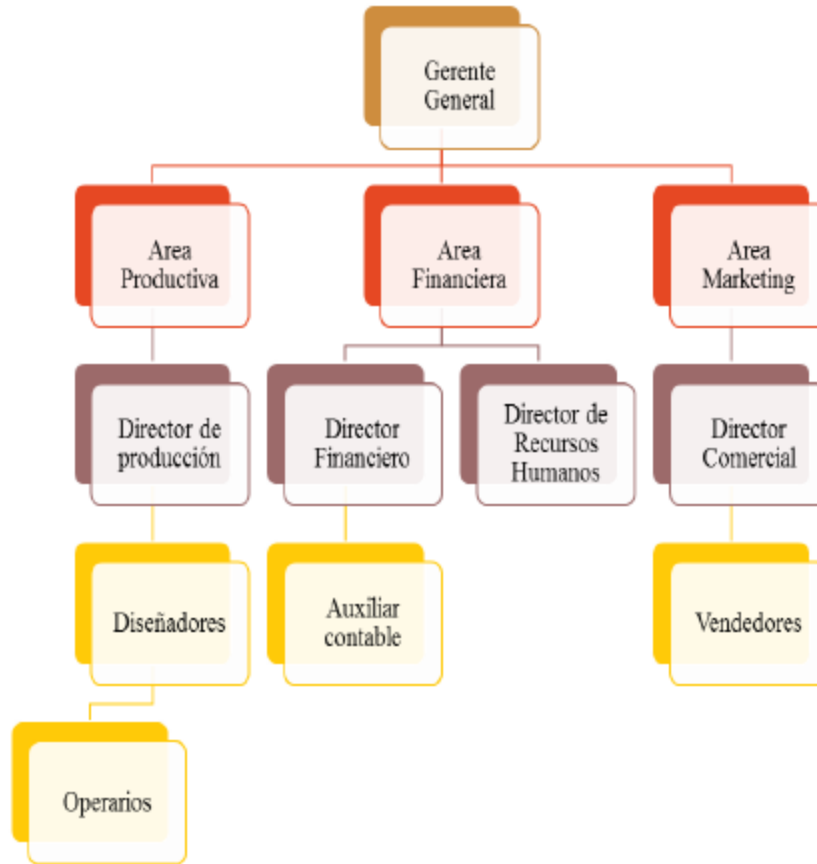
Es la persona responsable del mantenimiento o programación del sitio web. Entre sus funciones principales están: la operatividad, programación, actualización y mantenimiento de un sitio web. Añadiendo la creación de contenidos como función adicional. En resumen, un encargado de actualización de contenido online es una persona que tiene como tarea principal administrar un sitio web. Sus actividades evolucionan y se modifican a medida que cambian los lenguajes de programación aplicados al diseño web y a las tendencias de redacción y presentación de contenidos. Las tareas que debe llevar a cabo son de gran complejidad y muy variadas.

Funciones:

- Generación de contenido.
- Actualización de contenido enviado por el cliente.
- Corrección de estilo.
- Generación de infografías y contenido audiovisual.
- Gestión de contenido para su página web.
- Gestión de contenido para sus redes sociales.

- Monitoreo de redes sociales.
- Posicionamiento en Internet.
- Medición y análisis de resultados.

Organigrama de JCN BOLSOS



(Elaboración propia)

HORARIO DE TRABAJO Y ASISTENCIA AL CLIENTE.

La llamada telefónica y el cara a cara tiene una duración de máximo 20 minutos, esta se va a realizar dos veces al mes (cada 15 días) teniendo en cuenta que hay dos rangos de horario para realizar la llamada, entre 10:00am a 12:00pm o 5:00pm a 7:00pm. Luego de que el cliente nos contacte se hará un seguimiento de la venta, en el horario establecido se podrá hablar sobre pedidos, dudas e inquietudes que tenga sobre el producto o nuevos negocios con otra línea de negocio de la marca JCN BOLSOS. Adicionalmente en la comunicación cara a cara se va a brindar capacitación respectiva.

POLÍTICAS OPERATIVAS DEL NEGOCIO.

Políticas de incorporación del personal

Reclutamiento de personal: JCN BOLSOS, utilizara diferentes medios para el reclutamiento del personal que es requerido según las necesidades de la empresa, ya bien sea de manera interna como externa, inclinándonos más por el reclutamiento interno para de esta forma motivar a los colaboradores de crecer dentro de la empresa, pero si las necesidades que requiere la empresa no son encontradas en ella misma se realizara de forma externa.

Los diferentes medios tanto internos como externos serán:

- Páginas de empleo
- Convocatorias internas por medio de la página de empresa.

Métodos de selección

Entrevista: La entrevista será el primer contacto con el aspirante, de esta forma JCN BOLSOS, busca conocer cualidades y comportamientos que apliquen a las competencias solicitadas por la empresa. Pueden realizarse varias entrevistas a un solo aspirante.

La entrevista se realizará en primera instancia con el personal capacitado de recursos humanos y como segunda etapa con el encargado directo del área a la cual va a ingresar el aspirante.

Prueba: Las pruebas que realizara JCN BOLSOS, son parte fundamental en el proceso ya que a partir de ellas se evaluara que tan compatible son las habilidades del aspirante en cuanto al cargo al cual está aplicando. El puntaje de esta prueba será pro mediado con cada uno de los pasos de proceso de selección.

Examen Médico: El examen médico permitirá a la empresa conocer el estado de salud del aspirante, si cumple con la exigencia física establecida para el cargo al que aspira y de esta manera su rendimiento sea adecuado.

Contratación

Formas de contratación: JCN BOLSOS, maneja la contratación de sus colaboradores por medio de contrato a término indefinido y por ende todo lo que este tipo de contratación conlleva legalmente se les brindara a los colaboradores.

Duración: Por manejar contrato a término indefinido con los colaboradores la duración del contrato no tiene fecha de terminación, no será posible darle terminación por efectos del tiempo, solo es posible terminarlo por decisión voluntaria del trabajador o decisión justificada o no de la empresa, pero al no ser justificada JCN BOLSOS, deberá pagar la respectiva indemnización.

Deberes del trabajador

- Cumplir con las funciones estipuladas para el cargo que ejecuta.
- Cumplir con las prácticas de seguridad e higiene que exige su cargo.
- Apoyar la construcción de una mejora continua para el rendimiento de la empresa.
- Generar buen ambiente laboral.
- Cumplir a cabalidad cada una de las políticas de seguridad en el caso específico de la producción.

Obligaciones del trabajador

- Cumplir con el horario laboral asignado.
- Procurar el cuidado de su salud
- Contribuir en el desempeño de las obligaciones.
- Mantener informada a la empresa de información como dirección de domicilio y persona a quien llamar en caso de emergencia.

Política de desarrollo de personal.

Capacitación inicial: JCN BOLSOS, establece la inducción inicial como requisito obligatorio para todos los integrantes de la empresa ya que por medio de esta los trabajadores obtienen sentido de pertenencia por la organización y los más importante su razón de ser y esta manera el equipo en general JCN BOLSOS, trabaja alineado en busca de un mismo objetivo sin importan la función o cargo que se vaya a desempeñar. Ningún cargo en excepción ingresara a la compañía sin la respectiva capacitación.

Capacitación Organizacional: Para JCN BOLSOS, será prioridad la capacitación constante y oportuna de sus colaboradores ya que se busca que a partir de trabajadores capacitados de evidencie que conocen, realizar y planean sus actividades con los demás trabajadores conociendo la importancia del trabajo en equipo y de esta forma ver resultados por medio de altos estándares de calidad y toma de decisiones oportunas y acertadas.

Política de relaciones laborales

Motivación: El trabajador será motivado por medio de capacitación y bonificación por cumplimiento de funciones, dándole reconocimiento a su labor cumplida.

Comunicación: Para JCN BOLSOS, es fundamental una correcta comunicación ya que a partir de esta se logra el cumplimiento adecuado de los objetivos, incrementado su productividad con el fin de alcanzar resultados positivos. La comunicación interna contribuye en el buen funcionamiento de la empresa e incentiva al personal, fortaleciendo la imagen de la empresa.

Trabajo en equipo: Contar en JCN BOLSOS, con un buen equipo de trabajo es esencial para un alto rendimiento en cualquier en las diferentes áreas de la organización. Trabajar bajo este esquema es política para la empresa y no implica que todos los colaboradores se enfoquen en la misma función descuidando sus obligaciones, o que cada uno tenga que ser capaz de desempeñar las funciones de los demás. Al contrario, se trata de una conexión en la que todos aportan algo desde su experiencia y habilidades, enriqueciendo el trabajo y logrando grandes resultados siempre enfocados a un objetivo específico establecido por la empresa. Bien enfocado este concepto ayuda a maximizar las fortalezas de cada integrante, sacando lo mejor de sí y complementándolo con las de los demás.

Calidad personal y de vida de todos los miembros de la organización: La condiciones laborales y pensamiento humano que se tiene en JCN BOLSOS, busca garantizar que los trabajadores se sientan cómodos en el desarrollo de sus funciones, contando con las herramientas necesarias para realizar sus funciones, de esta forma generar motivación pero sobre todo concentración ya que un personal que cuenta con un salario justo y necesario trabaja conforme de igual forma si es tratado como un ser humano y no como una herramienta.

NORMAS LABORALES

Se establece una jornada laboral de lunes a viernes para administrativos de 8 am a 6pm, para ventas la jornada será de lunes a sábado de 9am a 7pm.

- Establece descanso en la mañana y en la tarde de 15 minutos.
- El horario de almuerzo estará comprendido entre las 12m y 1 pm.
- Para permisos el empleado deberá solicitarlo con 5 días hábiles de anticipación.
- El pago de la nómina será mes vencido.

PLAN DE INVERSIÓN

El plan de inversión hace referencia a los capitales utilizados para la compra de bienes que serán utilizados en JCN BOLSOS, desde el aspecto contable los activos fijos con excepción de los terrenos deberán depreciarse según el tiempo estimado en la Ley de Régimen Tributario Interno. Los valores de los activos propuestos para la puesta en marcha JCN BOLSOS.

INVERSIONES	INV. EXISTENTES	INVERSION PROYECTO TOTAL
ASISTENCIA TECNICA		\$120,000
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$75,500	\$75,500
INVERSIONES MENORES (ABANICOS, ESCRITORIOS Y SILLAS)	\$10,000	\$10,000
CAPITAL DE TRABAJO	\$219,500	\$219,500
INVERSIONES TOTALES	\$425,000	\$425,000

BASES DEL PRESUPUESTO

Evaluación

Rentabilidad

A. P.R.I. = Periodo Recuperación de Inversión

$$\text{P.R.I.} = \frac{\text{Inversión Total}}{\text{Beneficio Neto}} = \frac{\$ 425,000}{\$ 3,249,900} = 0.13 \text{ años}$$

$$\text{Beneficio Neto} = \underline{\$3,249,900}$$

B. Tasa del Retorno Contable (T.R.C)

$$\text{T.R.C} = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Inversión Total}}$$

$$\text{T.R.C.} = \frac{\$3,249,000}{\$425,000} = 7.56$$

Rentabilidad Del Primer Año (R.A)

$$\text{R.A. Utilidad Neta Primer Año} = \frac{\text{Valor Venta Primer Año}}{\text{Valor Venta Primer Año}}$$

$$\text{R.A.} = \frac{\$3,249,900}{\$4,476,000} = 0.73$$

Nota: Los valores anteriores nos dan una muestra de lo que sería el proyecto en termino de rentabilidad.

Requerimientos Mano De Obra

Descripción	Empleos	Pago Mensual	Pago Anual
Labor Administrativa			
Gerente Administrativo	1	\$ 15.000	\$180.000
Mano de obra Directa	4	\$ 8.000	\$96.000
TOTALES	5	\$ 23.000	\$276.000

Análisis Macroeconómico
VALOR AGREGADO

DESCRIPCION	VALOR RD\$
MANO DE OBRA DIRECTA	\$384,000
SUELDO DEL GERENTE ADMINISTRATIVO	\$180,000
SEGURO SOCIAL	\$96,000
INTERÉS SOBRE PRÉSTAMO	\$42,500
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	\$361,100
UTILIDAD NETA	\$3,249,900
TOTAL	\$2,186,300

Relación Marginal

PRODUCTO CAPITAL (R.M.P.C.)

$$\text{R.M.P.C.} = \frac{\text{VALOR AGREGADO}}{\text{INVERSION TOTAL}} = \frac{\$ 2,186,300}{\$ 425,000}$$

R.M.P.C. = 5.14

Costos De Producción Y Aspectos Socioeconómicos

R.I.T.E.T.= RELACION INVERSION TOTAL EMPLEO TOTALES

R.I.T.E.T = RELACION INVERSION TOTAL DEL PROYECTO EXISTENTE Y EN
CURSO =

CANTIDAD TOTAL DE EMPLEADO

$$\text{R.I.T.E.T.} = \frac{\$425,000}{5} = \$ 85,000$$

Cuadro de Resultados Projectados

Estado Pro-Forma De Pérdidas Y Ganancias

DETALLE:

1

	1	1	2	3
SIN PROYECTO ON PROYECTO ON PROYECTO ON PROYECTO				
VENTAS	\$ 4.476.000	\$ 8.952.000	\$ 9.847.200	\$ 10.831.920
MENOS COSTOS:				
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 47.000	\$ 51.700	\$ 56.870	\$ 62.557
ALQUILER	\$ 15.000	\$ 17.400	\$ 20.184	\$ 23.413
SEGURO SOCIAL	\$ 8.000	\$ 9.280	\$ 10.765	\$ 12.487

2

	1	1	2	3
	SIN PROYECTO	CON PROYECTO	CON PROYECTO	CON PROYECTO
REPARACION Y MANT.	\$ 120.000	\$ 139.200	\$ 161.472	\$ 187.308
AGUA	\$ 12.000	\$ 13.920	\$ 16.147	\$ 18.731
SEGURO SOCIAL	\$ 96.000	\$ 111.360	\$ 129.178	\$ 149.846
LUZ	\$ 48.000	\$ 55.680	\$ 64.589	\$ 74.923
ALQUILER	\$ 120.000	\$ 139.200	\$ 161.472	\$ 187.308
PARQUEO	\$ 4.800	\$ 5.568	\$ 6.459	\$ 7.492
TOTAL DE COSTOS	400.800	464.928	539.316	625.607
MENOS GASTOS:				
SUELDO GERENTE	\$ 180.000	\$ 208.800	\$ 242.208	\$ 280.961
SUELDO PERSONAL (4 EMPLEADOS)	\$ 384.000	\$ 445.440	\$ 516.710	\$ 599.384
TELEFONO	\$ 18.000	\$ 20.880	\$ 24.221	\$ 28.096
MATERIAL GASTABLE	\$ 6.000	\$ 6.960	\$ 8.074	\$ 9.365

3

DETALLE	1	1	2	3
	SIN PROYECTO	CON PROYECTO	CON PROYECTO	CON PROYECTO
TOTAL DE GASTOS:	\$ 588.000	\$ 682.080	\$ 791.213	\$ 917.807
TOTAL COSTOS Y GASTOS:	\$ 988.800	\$ 1.147.008	\$ 1.330.529	\$ 1.543.414
GASTOS FINANCIEROS	\$ 112.000	\$ 129.920	\$ 150.707	\$ 174.820
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	\$ 3.487.200	\$ 3.835.920	\$ 4.219.512	\$ 4.641.463
IMPUESTOS A LAS UTILIDADES	\$ 348.720	\$ 383.592	\$ 421.951	\$ 464.146
UTILIDAD NETA	\$ 3.138.480	\$ 3.452.328	\$ 3.797.561	\$ 4.177.317

BALANCE GENERAL

1 ENERO 2021 A 1 ENERO 2022

ACTIVOS TOTALES RD\$		PASIVOS Y CAPITAL	
CAJA Y BANCOS	\$ 150.000		
CUENTAS POR COBRAR	\$ 105.000	CUENTAS POR PAGAR	\$ 80.000
SUB - TOTAL	\$ 255.000		\$ 80.000
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 120.000		
ESCRITORIO, SILLAS Y MESA	\$ 50.000	CAPITAL CONTABLE	\$ 345.000
SUB-TOTAL	\$ 170.000		
ACTIVOS TOTALES	\$ 425.000	PASIVO + CAPITAL	\$ 425.000

Estado De Ganancias Y Pérdidas De La Empresa Ya Instalada

1 ENERO 2021 A 1 ENERO 2022

VENTAS NETAS TOTALES	\$ 4.476.000		
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 564.000		
GASTOS DE PARQUEO, LUZ Y AGUA	\$ 64.800		
GASTOS FINANCIEROS	\$ 112.000		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 3.735.200		
IMPUESTOS SOBRE LA RENTA	\$ 373.520		
UTILIDAD NETA DEL PERIODO	\$ 3.361.680		

Solidez Financiera

ACTIVOS TOTALES (A.T)
PASIVOS TOTALES (P.T.)

$$\text{SOLIDEZ FINANCIERA} = \frac{\text{A.T.}}{\text{P.T.}} = \frac{\$ 425,000}{\$ 80,000} = 5.31$$

CAPITAL CONTABLE = ACTIVOS TOTALES – CUENTAS POR PAGAR =

$$\text{C.C} = \$425,000 - 80,000 = \$345,000$$

RENTABILIDAD CONTABLE =

$$\text{R.C} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS TOTALES}} = \frac{\$3,361,680}{\$ 4,476,000} = 0.75$$

PROYECCION DE VENTAS POR TEMPORADAS

Producto/Servicio	Precio Unitario	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Bolso en tela	\$ 6,216.60	10	\$ 62,166.00	20	\$ 124,332.00	30	\$ 186,498.00	40	\$ 248,664.00
Bolso en piel	\$ 6,216.60	10	\$ 62,166.00	15	\$ 93,249.00	20	\$ 124,332.00	30	\$ 186,498.00
Totales	\$ 12,433.20	20	\$ 124,332.00	35	\$ 217,581.00	50	\$ 310,830.00	70	\$ 435,162.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	NOVIEMBRE		DICIEMBRE		ENERO		FEBRERO	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Bolso en tela	\$ 6,216.60	50	\$ 310,830.00	60	\$ 372,996.00	70	\$ 435,162.00	80	\$ 497,328.00
Bolso en piel	\$ 6,216.60	40	\$ 248,664.00	45	\$ 279,747.00	50	\$ 310,830.00	60	\$ 372,996.00
Totales	\$ 12,433.20	90	\$ 559,494.00	105	\$ 652,743.00	120	\$ 745,992.00	140	\$ 870,324.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Bolso en tela	\$ 6,216.60	170	\$1,056,822.00	180	\$1,118,988.00	150	\$ 932,490.00	260	\$ 1,616,316.00
Bolso en piel	\$ 6,216.60	130	\$ 808,158.00	140	\$ 870,324.00	160	\$ 994,656.00	250	\$ 1,554,150.00
Totales	\$12,433.20	300	\$1,864,980.00	320	\$1,989,312.00	310	\$1,927,146.00	510	\$ 3,170,466.00

Primer cuatrimestre	\$1,087,905.00
Segundo cuatrimestre	\$2,828,553.00
Tercer cuatrimestre	\$8,951,904.00
Total, proyección de ventas	<u>\$ 11,868,362,000</u>

PRESUPUESTO PLAN DE MEDIOS ONLINE MENSUAL

Plan de Medios Online

Contenido online	Cantidad	Costo	Importe total
Flyers	10 \$	2,000.00	\$ 20,000.00
Videos	4 \$	2,500.00	\$ 10,000.00
Tutoriales	5 \$	1,500.00	\$ 7,500.00
Catálogos	0 \$	-	\$ -
Fotos	1 \$	5,000.00	\$ 5,000.00
Artículos	0 \$	-	\$ -
Infomerciales	0 \$	-	\$ -
Publicidad en YouTube	4 \$	3,500.00	\$ 14,000.00
Publicidad en redes sociales	0		\$ -
Capsulas informativas	0 \$	-	\$ -
Otros	\$	-	\$ -
Total	\$	14,500.00	\$ 56,500.00

Observaciones

Las empresas online deben dar un mantenimiento diario o semanal en todos sus escenarios virtuales. Por tanto, deben contar con un presupuesto o plan de medios online calendarizado para poder controlar esos elementos.

La campaña se va a realizar cuatro veces al mes (una por semana) por medio de tiendas aliadas en Instagram, publicando en rangos de horario en la tarde de 2pm hasta las 7pm y en horas de la mañana a las 6.30am hasta 8:30am, adicionalmente las páginas online en Instagram nos dan a conocer las estadísticas de la campaña que se realizó, y así empezar analizar y generar estrategias de marketing digital para las próximas campañas que se van a desarrollar.

ANEXO:

LINK DE LA ENCUESTA:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf8ix7664ry0P4hvWvFZg_RvbhdP2guQFBPgdWoZcTTdPZA0A/viewform?

CONCLUSIONES

Tras haber analizado tan interesante tema podemos concluir que el proyecto de JCN BOLSOS satisface las necesidades de los potenciales clientes, ofreciendo una gran variedad de bolsos según su estilo y diseño, es por tal motivo que la producción no es solo en línea, sino en modelo del bolso así mismo es resaltado la imagen y personalidad de cada uno de los clientes en los diseños y estilos.

JCN Bolsos, por su condición de microempresa online tiene un norte claro de sus potenciales clientes, quienes son mujeres que desean adquirir bolsos de alta gama, pero además JCN Bolsos, tiene como clientes distribuidores a quienes les vende al por mayor.

Los bolsos ambientalmente amigables cuentan con atractivos diseños. Es importante señalar que esta hace referencia a la reutilización de diversos materiales y textiles para desarrollar nuevos productos adaptados al gusto y usos del consumidor de bolsos de alta gama. Esto contribuye significativamente en la buena inversión de sus recursos, al ser nuestro proyecto consciente del medio ambiente, al comprar nuestros bolsos contribuye con la disminución de la contaminación y protección hacia el medio ambiente.